**Рахманова Ю.В. КОНТЕНТ-АНАЛИЗ СМИ:**

**методические материалы по дисциплине «Социология СМИ» для студентов ФСН**

Пример бланка контент-анализа

**Параметры типологического анализа периодической печати**

Выполнение работы по данному плану предполагает как работу с изданием, так и получение информации непосредственно в редакции издания (представительстве издания в Санкт-Петербурге для московских изданий). *Информация, получить которую можно только в редакции, выделена курсивом.*

**I. Паспорт издания**

1. Тип издания

1. газета
2. журнал
3. приложение к газете
4. приложение к журналу
5. альманах
6. бюллетень
7. брошюра

2. Название

1. аббревиатура\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
2. полное название\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
3. *прежние названия\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*
4. изображение логотипа

3. *Виды выпусков, кроме основного*

1. *дополнительный*
2. *вкладыш*
3. *специальные страницы*
4. *другие формы (указать какие)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*

 (по каждому виду выпусков проводить отдельный анализ)

4. Цена издания

1. фиксированная (указать)
2. свободная

 *- указать нижний предел (оптовая цена)*

 *- указать верхний предел*

1. бесплатное издание

5. Наличие электронной версии издания, адрес в сети

1. Адрес\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

2. Отсутствует

 6. Периодичность

1. ежедневно (указать по каким дням не выходит)

2. 2 раза в неделю (указать по каким дням выходит)

3. еженедельно

4. 2 раза в месяц

5. ежемесячно

6. несколько раз в год (указать сколько)

7. ежегодно

8. выходят только спецвыпуски

*- по заказам*

*- по мере подготовки номера*

 *7*. Формат газет журналов

1. А2 1. 60 х 60

2. А3 2. 60 х 64

3. А4 3. 60 х 80

4. А5 4. 60 х 84

5. нестандартный формат 5. 60 х 88

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 6. 60 х 90

 7. 60 х 98

 8. 70 х 100

 9. 70 х 108

 10. 72 х 100

 11. 84 х 108

 12. 94 х 108

 13. другой формат \_\_\_\_\_\_\_\_

8. Тираж \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*- указать верхнюю границу \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*

*- указать нижнюю границу \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*

 9. Количество полос (страниц) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*- Указать верхнюю границу\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*

*- Указать нижнюю границу \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*

 **II. Внутренняя структура**

Для дальнейшего анализа взять указанное ниже количество изданий за соответствующий период времени:

1. для изданий, выходящих от 2 до 7 раз в неделю, период анализа 1 неделя (6.10 - 12.10)

2. для изданий, выходящих от 2 до 4 раз в месяц,

 период анализа 1 месяц (октябрь)

3. для изданий, выходящих от 4 до 12 раз в год,

 период анализа 1 квартал (IV квартал)

4. для изданий, выходящих реже 4 раз в год,

 период анализа 1 год (2003).

1) Темы (указывается доля публикаций на данную тему в общем объеме номера, %)

Исполнитель читает номера за указанный период времени, каждая публикация в номере относится к теме, предложенной в таблице в зависимости от основной идеи публикации. Если в публикации затронуто несколько тем, указанных в таблице, то объем этой публикации делится на количество тем, и доли записываются в соответствующие строки таблицы. Например, доля публикации в общем объеме номера 20%. В статье освещены вопросы, относящиеся к социальной теме, политике и экономике. Объем публикации 20% делится на количество тем (3). Получается 6,67%. Данная цифра заносится в строки «политика», «экономика», «социальные». Если ни одна из тем, предложенных в таблице, не соответствует теме публикации, то исполнитель сам формулирует название темы и заносит его в таблицу отдельной строкой.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Темы, № | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Всего |
| Политика |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Экономика |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Культура |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Социальные |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Развлекательные |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Криминал |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Медицина |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Спорт |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Реклама |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Другие(указать какие) |  |  |  |  |  |  |  |  |

2) Укажите наличие в периодическом издании нижеперечисленных форм:

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |  Всего |
| Официальный документ |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Сводки Погоды |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Справки |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Консультацииспециалиста |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Советы |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Рецепты |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Реклама |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Объявления |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Ответы на письма |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Письма вредакцию |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Рецензии |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Анонсы |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Тексты песен |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Конкурсы |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Фельетоны ипамфлеты |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Пародии |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Анекдоты |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Ребусы,кроссворды |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Гороскоп |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Художественно-литературныепроизведения |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Курс валют и ценных бумаг |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Турнирная таблица |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Рейтинги |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Редакционная статья |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Программа передач |  |  |  |  |  |  |  |  |

3) Масштабы информации

(указывается доля публикаций данного масштаба информации в общем объеме номера, %)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7  | Всего |
| Предприятие,учреждение,организация |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Район города, области |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Город и область |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Регион |  |  |  |  |  |  |  |  |
| РФ |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Бывшие республики СССР |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Весь мир |  |  |  |  |  |  |  |  |

4) Источники информации (в %)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Всего |
| Авторы - эксперты, специалисты |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Журналисты |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Информационныеагентства |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Коллективные авторы(учреждения, организации) |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Представители власти |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Общественно-политические деятели |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Читатели |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Отечественные СМИ |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Зарубежные СМИ |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Другие (указать какие именно) |  |  |  |  |  |  |  |  |

5) Оформление

5.1. Цветность

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Все издание | Отдельные полосы /страницы (указать с какой по какую) |
| - монохромная |  |  |
| - 1-2 дополнительных цвета |  |  |
| - многоцветная |  |  |

5.2. Иллюстративность (указывается доля в общем объеме номера, %)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Всего |
| Отсутствие иллюстраций |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Фото |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Рисунки |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Графики,диаграммы |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Таблицы |  |  |  |  |  |  |  |  |

Оценить и аргументировать оценку издания по перечисленным параметрам:

1. Оперативность информации
2. Композиция
3. Доступность информации
4. Стиль издания
5. Стиль общения с читателем
6. Особенности данного издания (по сравнению с другими изданиями).

(Создание и проверка инструментария была осуществлена в ходе пилотажного исследования, организованного и проведенного социологической группой в составе: к.с.н. Байер Ю.П., к.с.н. Безруких (Колесниченко) М.Б., к.с.н. Блохин И.Н., к.с.н. Рахманова Ю.В.)

**Источник: Рахманова Ю.В. Социологическое исследование: методология, методика, техника: Учебное пособие. – СПб. 2005. – 125 с.**