

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kontrolnaya-rabota/176650>

Тип работы: Контрольная работа

Предмет: Теория и практика СМИ

-

эмоциональной окраски статей, определения рейтинга действующих лиц и отношения самих СМИ к политикам.

Единицы контент-анализа: Слова или фразы (часть текста, содержащая в себе признаки, соотносящиеся с категориями анализа).

Структурно-семиотические единицы

- Лексика языка (слова и их эквиваленты)

- Грамматические показатели (например, отрицательные частицы или показатели таких категорий, как, скажем, отглагольные имена).

Анализ использования данных единиц в тексте поможет определить отношение к кандидатам и к выборам не только самих СМИ но и населения к этой теме.

Слово Кол-во упоминаний Всего слов в статье

Агитация 3 4111

Неравные условия 3 5162

Сфера влияния 2 9131

Лидерство 4 2985

Острая борьба 1 4111

Компромат 2 9131

Из данной таблицы мы видим, какие именно слова выбирают журналисты обоих изданий в описании предвыборной борьбе. Самыми часто используемыми словами являются агитация и неравные условия, что уже точно характеризует основные черты именно этих выборов!

Концептуальные единицы

Единицы, представляющие результаты концептуальных операций, наибольший интерес из которых для контент-анализа представляют:

· Метафоры

В текстах двух изданий встречается колоссальное количество метафор: лавина компрометирующего материала , петербургская голова , безработный Морозов , пожизненное владение ид.

Фразеологизмы

ставит в неравное положение, выпады в свой адрес , вступать в перебранку ,красный мэр , пошел на рискованный шаг ,вызвал мощный шквал критики ид.

Для выяснения отношения журналистов к политикам и к выборной компании , на основе пяти статей я составила несколько таблиц в которых указывала в процентном соотношении количество слов с негативным , положительным и нейтральным значением.

Отношение СМИ на конец первого тура избирательной кампании.

Статья Положительно Отрицательно Нейтрально

Известия (10.04) 20 % 60% 20%

Коммерсант (21.05) - 60% 40%

Известия (21.05) 10% 50% 40%

-

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kontrolnaya-rabota/176650>