

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ  
Кафедра периодической печати**

Китаева  
Анна Александровна

**ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ СПОСОБЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ В РЕКЛАМЕ  
(НА ПРИМЕРЕ ЖУРНАЛОВ «АФИША» И «БОЛЬШОЙ»)**

Дипломная работа

Научный руководитель:  
кандидат филологических наук,  
доцент Н.А.Федотова

|                                                    |                |         |
|----------------------------------------------------|----------------|---------|
| Допущена                                           | к              | защите  |
| « ____ »                                           | _____          | 2014 г. |
| Зав.                                               | кафедрой _____ | печати  |
| кандидат филологических наук, доцент О.М.Самусевич |                |         |

Минск, 2014

## РЕФЕРАТ

дипломной работы Китаевой Анны Александровны  
«Психологические способы воздействия в рекламе (на примере журналов «Афиша» и «Большой»); Минск: БГУ, 2014, 50.,  
использованных источников - 36

**Ключевые слова:** ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ, ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ СПОСОБЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ В РЕКЛАМЕ, КОГНИТИВНАЯ ПСИХОЛОГИЯ, АФФЕКТИВНАЯ ПСИХОЛОГИЯ, ЭТАПЫ ВЛИЯНИЯ В РЕКЛАМЕ, ВОЗДЕЙСТВИЕ ЦВЕТА В РЕКЛАМЕ, ВОЗДЕЙСТВИЕ ШРИФТА В РЕКЛАМЕ, ИЗОБРАЖЕНИЕ В РЕКЛАМЕ, СТИЛЬ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА, КОПОЗИЦИЯ В РЕКЛАМЕ, ЖУРНАЛЬНАЯ РЕКЛАМА

**Объектом исследования** выступает рекламный контент журналов «АФИША» и «Большой»; **предмет исследования** – психологические способы воздействия в рекламе (на примере журналов «АФИША» и «Большой»).

**Методы исследования.** К общенаучным методам исследования, к которым прибегал автор дипломной работы, можно отнести анализ и синтез, которые применялись на этапе сбора и переработки информации, а также сравнение, которое наиболее часто применялось при выполнении части работы, связанной с изучением психологических способов воздействия на рекламы в журнальной периодике на примере журналов «АФИША» и «Большой»

**Цель исследования** – выявить и охарактеризовать психологические способы воздействия, которые используются в журнальной периодике на примере журналов «АФИША» и «Большой».

**Рекомендации по использованию:** дипломная работа может быть использована при разработке лекционных курсов по психологии рекламы и способам воздействия на аудиторию.

## РЭФЕРАТ

дыпломнай працы Кітаевай Ганны Аляксандраўны  
«Псыхалагічныя спосабы ўздзеяння ў рэкламе (на прыкладзе  
часопісаў «Афіша» і «Большой»); Мінск: БДУ, 2014, 50.,

выкарыстаных крыніц – 36

**Ключавыя словы:** ПСІХАЛОГІЯ РЭКЛАМЫ, ПСІХАЛАГІЧНЫЯ СПАСАБЫ ўПЛЫВУ ў РЭКЛАМЕ, КАГНІТЫўНАЯ ПСІХАЛОГІЯ, АФЕКТЫўНАЯ ПСІХАЛОГІЯ, ЭТАПЫ ўПЛЫВУ ў РЭКЛАМЕ, ўЗДЗЕЯННЕ КОЛЕРУ ў РЭКЛАМЕ, ўЗДЗЕЯННЕ ШРЫФТУ ў РЭКЛАМЕ, МАЛЮНАК У РЭКЛАМЕ, СТЫЛЬ РЭКЛАМНАГА ТЭКСТУ, КАМПАЗІЦЫЯ ў РЭКЛАМЕ, РЭЛАМА ў ЧАСОПІСАХ

**Аб’ектам** даследавання выступае рэкламны кантэнт часопісаў «АФИША» і «Большой»; **прадмет даследавання** - псіхалагічныя спосабы ўздзеяння ў рэкламе (на прыкладзе часопісаў «АФИША» і «Большой»).

**Метады даследавання.** Да агульнанавуковых метадаў даследавання, да якіх звяртаўся аўтар дыпломнай працы, можна аднесці аналіз і сінтэз, якія ўжываліся на этапе збору і перапрацоўкі інфармацыі, а таксама метады параўнання, якія найбольш часта ўжываўся пры выкананні часткі работы, звязанай з вывучэннем псіхалагічных спосабаў ўздзеяння рэкламы ў часопіснай перыёдыцы на прыкладзе часопісаў «АФИША» і «Большой»

**Мэта даследавання** - выявіць і ахарактарызаваць псіхалагічныя спосабы ўздзеяння, якія выкарыстоўваюцца ў часопіснай перыёдыцы на прыкладзе часопісаў «АФИША» і «Большой».

**Рэкамендацыі па выкарыстанні:** дыпломная праца можа быць выкарыстана пры распрацоўцы лекцыйных курсаў па псіхалогіі рэкламы і спосабам ўздзеяння на аўдыторыю.

## **EXPOSÉ**

**de la thèse d'études supérieures de Anna Kitaeva**

**“Les moyens psychologiques d'influence dans la publicité (l'exemple des magazines «Afisha» et «Bolshoi»)”; Minsk: UEB, 2014, 50p.,**

**nombre des sources utilisées – 36**

**Des mots clés:** PSYCHOLOGIE DE LA PUBLICITE, MOYENS PSYCHOLOGIQUES D'INFLUENCE DANS LA PUBLICITE, PSYCHOLOGIE COGNITIVE, PSYCHOLOGIE AFFECTIVE, ETAPES DE L'INFLUENCE DE LA PUBLICITE, INFLUENCE DU COULEUR DANS LA PUBLICITE, INFLUENCE DES CARACTERES DANS LA PUBLICITE, IMAGE DANS LA PUBLICITE, STYLE DU TEXTE PUBLICITAIRE, COMPOSITION DANS LA PUBLICITE, PUBLICITE DES MAGAZINES

**L'objet de l'étude** est la contenu de la publicité des magazines «Afisha» et «Bolshoi»; **le sujet de l'étude** sont les moyens psychologiques de l'influence dans la publicité (l'exemple des magazines «Afisha» et «Bolshoi»).

**Méthodes de l'étude.** Les méthodes de l'étude utilisés sont l'analyse, le synthèse, qui sont très utiles à l'étape de collecte et transformation de l'information, la comparaison (des magazines «Afisha» et «Bolshoi»).

**Le but de l'étude** est la révélation et caractéristique des moyens psychologiques de l'influence, qu'on utilise dans les périodiques de revues (l'exemple des magazines «Afisha» et «Bolshoi»).

**Les recommandations pour l'utilisation :** la thèse d'études supérieures peut être utilisée au processus de l'élaboration des cours de la psychologie de la publicité et des moyens de l'influence sur l'auditoire.