

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

**БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ**

**ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ**

**Кафедра телевидения и радиовещания**

**РАШИДОВА**

Ксения Рамисовна

**МЕТОДЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ НОВОСТНЫХ ТЕЛЕПРОГРАММ  
«ПАНОРАМА» (БЕЛАРУСЬ 1) И «ВЕСТИ» (РОССИЯ) НА АУДИТОРИЮ**

Дипломная работа

Научный руководитель:  
Старший преподаватель  
О.А. Катренко

Допущена к защите

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2017 г.

Зав. кафедрой телевидения и радиовещания  
кандидат исторических наук, доцент В.Г. Булацкий

Минск, 2017

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы из 31 наименования, 2 приложений (10 таблиц) и составляет 128 страниц, включающих 3 схемы, 13 рисунков, 10 таблиц.

Ключевые слова: ТЕЛЕВИДЕНИЕ, МЕТОДЫ, ПРИЕМЫ, ВОЗДЕЙСТВИЕ, ИССЛЕДОВАНИЕ, ГРУППЫ, НАПРАВЛЕННОСТИ.

*Объект* исследования – новостные телевизионные программы.

*Предмет* – методы воздействия новостных телепрограмм «Панорама» (Беларусь 1) и «Вести» (Россия) на аудиторию.

*Цель* – определение методов воздействия новостных телепрограмм «Панорама» (Беларусь 1) и «Вести» (Россия) на аудиторию и проведение их сравнительного анализа.

*Основные методы исследования:* анализ литературы по теме исследования; теоретический системный анализ изучаемой проблемы; классификация; комплексный анализ эмпирического материала; контент-анализ телепередач; сравнительный анализ эмпирических данных; табличный метод отражения аналитических данных; математические методы обработки данных с помощью компьютерной программы «Excel».

На основании изученных российских (С.Г. Кара-Мурза, Т.С. Кабаченко, Е.Е. Пронина, А.А. Новикова, О.П. Березкина) и зарубежных (Р. Харрис, Э. Аронсо, Э.Р. Праткинс, Дж. Брайант, С. Томпсон, П. Винтерхофф-Шпурк) исследований были определены: понятие «информационно-психологическое воздействие на аудиторию», его основные методы и соответствующие им приемы; роль методов телевизионного воздействия на аудиторию в концепции новостной телепередачи; совокупность результатов имеющихся эмпирических исследований данных методов.

В результате эмпирического исследования новостных телепрограмм «Панорама» (Беларусь 1) и «Вести» (Россия) и проведения их сравнительного анализа были выявлены: тенденции употребления приемов; выраженность методов воздействия; регулярность применения групп методов воздействия.

*Новизна* работы определяется: отсутствием единой систематизации методов воздействия новостных телепрограмм на аудиторию, незначительным количеством исследовательских работ по методам воздействия информационных выпусков, отражающих различие в подаче новостных сообщений на белорусском и российском телевидении.

Автор работы подтверждает *достоверность материалов и результатов дипломной работы*, а также *самостоятельность ее выполнения*.

## РЭФЕРАТ

Дыпломная праца складаецца з увядзення, двух глаў, заключэння, спіса выкарыстанай літаратуры з 31 наймення, 2 дадаткаў (10 табліц) і змяшчае 128 старонак, уключаючы 3 схемы, 13 малюнкаў, 10 табліц.

Ключавыя словы: ТЭЛЕБАЧАННЕ, МЕТАДЫ, ПРЫЁМЫ, УЗДЗЕЯННЕ, ДАСЛЕДАВАННЕ, ГРУПЫ, НАКІРАВАННІ.

*Аб'ект* даследавання – навінавыя тэлевізійныя праграмы.

*Прадмет* – метады ўздзеяння навінавых тэлепраграм «Панарама» (Беларусь 1) і «Весці» (Расія) на аўдыторыю.

*Мэта* – вызначэнне метадаў уздзеяння навінавых тэлепраграм «Панарама» (Беларусь 1) і «Весці» (Расія) на аўдыторыю і правядзенне іх параўнальнага аналізу.

*Асноўныя метады даследавання:* аналіз літаратуры па тэме даследавання; тэарэтычны сістэмны аналіз вывучаемай праблемы; класіфікацыя; комплексны аналіз эмпірычнага матэрыялу; кантэнт-аналіз тэлеперадач; параўнальны аналіз эмпірычных дадзеных; таблічны метады адлюстравання аналітычных дадзеных; матэматычныя метады апрацоўкі дадзеных з дапамогай камп'ютарнай праграмы «Excel».

На падставе вывучаных расійскіх (С.Г. Кара-Мурза, Т.С. Кабачэнка, А.Я. Проніна, А.А. Новікава, А.П. Бярозкіна) і замежных (Р. Харыс, Э. Аронса, Э.Р. Праткінс, Дж. Брайант, С. Томпсан, П. Вінтэрхаф-Шпурк) даследаванняў былі вызначаны: паняцце «інфармацыйна-псіхалагічнае ўздзеянне на аўдыторыю», яго асноўныя метады і адпаведныя ім прыёмы; роля метадаў тэлевізійнага ўздзеяння на аўдыторыю ў канцэпцыі навінавых тэлеперадач; сукупнасць вынікаў існуючых эмпірычных даследаванняў дадзеных метадаў.

У выніку эмпірычнага даследавання навінавых тэлепраграм «Панарама» (Беларусь 1) і «Весці» (Расія) і правядзення іх параўнальнага аналізу былі выяўлены: тэндэнцыі ўжывання прыёмаў; выяўленасць метадаў уздзеяння; рэгулярнасць выкарыстання груп метадаў уздзеяння.

*Навізна* працы вызначаецца: адсутнасцю адзінай сістэматызацыі метадаў уздзеяння навінавых тэлепраграм на аўдыторыю, нязначнай колькасцю даследчых прац па метадах уздзеяння на яе інфармацыйных выпускаў, якія адлюстроўваюць адрозненне ў падачы навінавых паведамленняў на беларускім і расійскім тэлебачанні.

Аўтар працы пацвярджае *дакладнасць матэрыялаў і вынікаў дыпломнай працы*, а таксама *самастойнасць яе выканання*.

## ABSTRACT

The graduate work consists of an introduction, two chapters, a conclusion, a list of references from 31 titles, 2 applications (10 tables) and is 128 pages, including 3 schemes, 13 figures, 10 tables.

Key words: TV, METHODS, RECEIVES, IMPACT, RESEARCH, GROUPS, DIRECTIONS.

*The object* of research is news television programs.

*The subject* is the methods of impact of the news programs «Panorama» (Belarus 1) and «Vesti» (Russia) on the audience.

*The goal* is to determine the methods for impact of the news programs «Panorama» (Belarus 1) and «Vesti» (Russia) on the audience and conduct their comparative analysis.

*Basic research methods:* analysis of the literature on the research topic; theoretical system analysis of the problem under the study; classification; complex analysis of empirical material; content analysis of the TV program; comparative analysis of empirical data; tabular method of reflection of analytical data; mathematical methods of data processing using the computer program «Exel».

Based on russian (S.G Kara-Murza, T.S Kabachenka, E.E Pronina, A.A Novikava, O.P Berezkina) and foreign (R. Harris, E. Aronso, E.R. Pratkins, J. Bryant, S. Thompson, P. Winterhaff-Shpurck) the studies were determined: the notion of «information-psychological impact on the audience», its main methods and corresponding receptions; the role of methods of television impact on the audience in the concept of news television; the totality of the results of the available empirical studies of these methods.

As a result of the empirical study of the TV programs «Panorama» (Belarus 1) and «Vesti» (Russia) and their comparative analysis, the following trends were revealed: the trends in the use of techniques; the severity of methods of influence on the audience; the dependence of the intensity of use of techniques on the strength and the complexity of the impact.

*The novelty* of the work is determined: the absence of a unified systematization of the methods of influence of news television programs on the audience, an insignificant number of research works by domestic authors on the methods of influence of information releases reflecting the difference in the delivery of news reports on belarusian and russian television.

The author of the work confirms *the reliability of the materials and the results of the thesis work*, as well as *the independence of its implementation*.