**РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ**

Объем дипломной работы - 60 страниц

Количество использованных источников - 59

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ, АУДИТОРИЯ СМИ, ТЕЛЕВИДЕНИЕ, РАДИО, МЕДАИКОНВЕРГЕНЦИЯ, ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ, РЕЙТИНГ.

Цель работы – выявить особенности формирования общественного мнения у аудитории современного ТВ и радио.

Объект исследования – аудитория современного ТВ и радио.

Предмет исследования – общественное мнение аудитории современного ТВ и радио.

Методологическую базу работы составили эмпирические методы, формально-логические методы, содержательно-логические методы: работа с документами; контент-анализ документов, метод дедукции и традукции, метод анализа и синтеза, гипотетический метод, метод историзма, изучение первоисточников и др.

В процессе написания научной работы были проанализированы и объединены результаты полученных эмпирических данных в области изучения аудитории телевидения и радио: составлен портрет целевой аудитории телевидения и радио, выявлены наиболее популярные СМИ на территории Беларуси, проведен анализ уровня медиаконвергенции некоторых СМИ Беларуси.

Новизна полученных результатов обусловлена отсутствием комплексного и единого подхода по этому вопросу изучения аудитории СМИ в общем.

Полученные результаты исследования можно применять для теоретических исследований, так как в работе объединены аналитические данные разных периодов.

Материалы и результаты дипломной работы были получены на основании достоверных источников и самостоятельно проведенных теоретических и практических исследований.

**РЭФЕРАТ ДЫПЛОМНАЙ РАБОТЫ**

Аб'ём дыпломнай работы - 60 старонак

 Выкарыстаных крыніц - 59

КЛЮЧАВЫЯ СЛОВЫ: СРОДКІ МАСАВАЙ ІНФАРМАЦЫІ, АЎДЫТОРЫЯ СМІ, ТЭЛЕБАЧАННЕ, РАДЫЁ, МЕДЫЯКАНВЕРГЕНЦЫЯ, ІНФАРМАЦЫЙНАЯ БЯСПЕКА, РЭЙТЫНГ.

Мэта работы - выявіць асаблівасці фарміравання грамадскай думкі у аўдыторыі сучаснага ТБ і радыё.

Аб'ект даследавання - аўдыторыя сучаснага ТБ і радыё.

Прадмет даследавання - грамадскае меркаванне аўдыторыі сучаснага ТБ і радыё.

Метадалагічную базу работы склалі эмпірычныя метады, фармальна-лагічныя метады, змястоўна-лагічныя метады: праца з дакументамі; кантэнт-аналіз дакументаў, метад дэдукцыі і традукции, метад аналізу і сінтэзу, гіпатэтычны метад, метад гістарызму, вывучэнне першакрыніц і інш.

У працэсе напісання навуковай працы былі прааналізаваны і аб'яднаны вынікі атрыманых эмпірычных дадзеных у галіне вывучэння аўдыторыі тэлебачання і радыё: складзены партрэт мэтавай аўдыторыі тэлебачання і радыё, выяўлены найбольш папулярныя СМІ на тэрыторыі Беларусі, праведзены аналіз ўзроўня медыяканвергенцыі некаторых СМІ Беларусі.

Навізна атрыманых вынікаў абумоўлена адсутнасцю комплекснага і адзінага падыходу па гэтым пытанні вывучэння аўдыторыі СМІ ўвогуле.

Атрыманыя вынікі даследавання можна ўжываць для тэарэтычных даследаванняў, так як у працы аб'яднаны аналітычныя дадзеныя розных перыядаў.

Матэрыялы і вынікі дыпломнай працы былі атрыманы на падставе дакладных крыніц і самастойна праведзеных тэарэтычных і практычных даследаванняў.

**GADUATE THESIS SUMMARY**

The volume of the thesis 60 pages

 The number of used sourses 59

KEY WORDS: MASS MEDIA, AUDIENCE OF MEDIA, TELEVISION, RADIO, MEDIA CONVERGENCE, INFORMATION SECURITY, RATING.

The purpose of the work is to identify the features of the formation of public opinion among the audience of modern TV and radio.

The object of study is the audience of modern TV and radio.

The subject of the study is the public opinion of the audience of modern TV and radio.

The methodological base of the work was empirical methods, formal logical methods, substantive logical methods: work with documents; document content analysis, deduction and traduction method, analysis and synthesis method, hypothetical method, historicism method, study of primary sources, etc.

In the process of writing the scientific work, the results of empirical data obtained in the field of studying the audience of television and radio were analyzed and combined: a portrait of the target audience of television and radio was compiled, the most popular media in Belarus were identified, an analysis of the level of media convergence of some Belarusian media was carried out.

The novelty of the results is due to the lack of a comprehensive and unified approach to studying the media audience in general on this issue.

The results of the study can be used for theoretical research, since the work combines analytical data of different periods.

Materials and results of the thesis were obtained on the basis of reliable sources and independently conducted theoretical and practical research