

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

Кафедра периодической печати и веб-журналистики

КОРНЕЙЧИК

Ульяна Анатольевна

КОГНИТИВНЫЕ ФИЛЬТРЫ И СТЕРЕОТИПЫ ВОСПРИЯТИЯ НА
ПРИМЕРЕ МАТЕРИАЛОВ БЕЛОРУССКИХ СМИ

Дипломная работа

Научный руководитель:

ст. преподаватель

Королев И. А.

Допущена к защите

«22» мая 2023 г.

Зав. кафедрой периодической печати и веб-журналистики,

доктор филологических наук, доцент С.В. Харитонова

Минск, 2023

РЕФЕРАТ

Дипломная работа содержит: 95 страниц, 55 источников, 2 приложения.

Перечень ключевых слов: КОГНИТИВНЫЕ ФИЛЬТРЫ, СТЕРЕОТИПЫ, ВЛИЯНИЕ, ВОСПРИЯТИЕ, КОГНИТИВНЫЕ ПРОЦЕССЫ, ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ МАНИПУЛИРОВАНИЕ, ПРИЕМЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ.

Объект исследования – публикации СМИ Беларуси.

Предмет исследования – когнитивные фильтры и стереотипы восприятия информации аудиторией СМИ Беларуси.

Цель работы – выявление влияния когнитивных фильтров и стереотипов на восприятие материалов белорусских СМИ.

Методы исследования: анализ научной литературы, анализ материалов белорусских СМИ, индукция, дедукция, синтез, моделирование, опрос, анкетирование.

Полученные результаты и их новизна: установлено, что СМИ Беларуси используют такие формы влияния на аудиторию, как стереотипы, когнитивные приёмы и когнитивные фильтры. Стереотипы часто используются для создания определенного образа о конкретной группе людей или событии. Помимо этого, когнитивные фильтры могут оказывать влияние на способность воспринимать и анализировать информацию, приводя к тому, что аудитория ограничивается в своем восприятии и игнорирует информацию, которая не соответствует её мнениям и убеждениям.

Новизна работы. В Беларуси проблематике влияния СМИ на аудиторию с использованием различных приемов, включая когнитивные фильтры и стереотипы, уделяется недостаточно внимания, что приводит к ограниченной осведомленности аудитории о возможном воздействии СМИ на ее мнение и восприятие информации.

Область возможного практического применения: результаты могут быть применимы в разработке учебных программ и спецкурсов для обучения журналистов критическому подходу к информации, также для анализа воздействия рекламных кампаний на аудиторию.

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

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца змяшчае: 95 старонак, 55 крыніц, 2 дадатка.

Пералік ключавых слоў: КАГНІТЫЎНЫЯ ФІЛЬТРЫ, СТЭРЭАТЫПЫ, УПЛЫЎ, УСПРЫМАННЕ, КАГНІТЫЎНЫЯ ПРАЦЭСЫ, ПСІХАЛАГІЧНАЕ МАНІПУЛЯВАННЕ, ПРЫЁМЫ ЎЗДЗЕЯННЯ.

Аб'ект даследавання – публікацыі СМІ Беларусі.

Прадмет даследавання - кагнітыўныя фільтры і стэрэатыпы ўспрымання інфармацыі аўдыторыяй СМІ Беларусі.

Мэта працы – выяўленне ўплыву кагнітыўных фільтраў і стэрэатыпаў на ўспрыманне матэрыялаў беларускіх СМІ.

Метады даследавання: аналіз навуковай літаратуры, аналіз матэрыялаў беларускіх СМІ, індукцыя, дэдукцыя, сінтэз, мадэляванне, апытанне, анкетаванне.

Атрыманыя вынікі і іх навізна: устаноўлена, што СМІ Беларусі выкарыстоўваюць такія формы ўплыву на аўдыторыю, як стэрэатыпы, кагнітыўныя прыёмы і кагнітыўныя фільтры. Стэрэатыпы часта выкарыстоўваюцца для стварэння пэўнай выявы аб канкрэтнай групе людзей або падзеі. Акрамя гэтага, кагнітыўныя фільтры могуць уплываць на здольнасць успрымаць і аналізаваць інфармацыю, прыводзячы да таго, што аўдыторыя абмяжоўваецца ў сваім успрыманні і ігнаруе інфармацыю, якая не адпавядае яе меркаванням і перакананням.

Навізна працы. У Беларусі праблематыцы ўплыву СМІ на аўдыторыю з выкарыстаннем розных прыёмаў, уключаючы кагнітыўныя фільтры і стэрэатыпы, удзяляецца недастаткова ўвагі, што прыводзіць да абмежаванай дасведчанасці аўдыторыі аб магчымым уздзеянні СМІ на яе меркаванне і ўспрыманне інфармацыі.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: вынікі могуць быць дастасавальныя ў распрацоўцы навучальных праграм і спецкурсаў для навучання журналістаў крытычнаму падыходу да інфармацыі, таксама для аналізу ўздзеяння рэкламных кампаній на аўдыторыю.

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

RESUME

Diploma work includes: 95 pages, 55 sources, 2 applications.

The list of key words: COGNITIVE FILTERS, STEREOTYPES, INFLUENCE, PERCEPTION, COGNITIVE PROCESSES, PSYCHOLOGICAL MANIPULATION, INFLUENCE TECHNIQUES.

The object of the research is the publications of Belarusian media.

The subject of the research is cognitive filters and stereotypes of information perception by the Belarusian media audience.

The purpose of the work is to reveal the influence of cognitive filters and stereotypes on the perception of Belarusian media materials.

Research methods: analysis of scientific literature, analysis of Belarusian media materials, induction, deduction, synthesis, modeling, survey, questioning.

The results of the work and their novelty established that the Belarusian media use such forms of influence on the audience as stereotypes, cognitive techniques and cognitive filters. Stereotypes are often used to create a particular image about a particular group of people or an event. In addition, cognitive filters can affect the ability to perceive and analyze information, leading to the fact that the audience is limited in their perception and ignores information that does not correspond to their opinions and beliefs.

The novelty of the work. In Belarus, the issue of the influence of the media on the audience using various techniques, including cognitive filters and stereotypes, is given insufficient attention, which leads to limited audience awareness of the possible impact of the media on its opinion and perception of information.

Possible practical application: the results can be applied in the development of curricula and special courses to train journalists in critical approach to information, also to analyse the impact of advertising campaigns on the audience.

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