

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

**АЛЬХИМЕНКО**  
Анна Юрьевна

**СЕНСАЦИЯ И СЛУХИ КАК СПОСОБ  
ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ НА  
АУДИТОРИЮ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ**

Дипломная работа

Научный руководитель:  
доцент  
Л.И. Перегудова

Допущена к защите  
« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2014 г.

Зав. кафедрой периодической печати,  
кандидат филологических наук, доцент О.М. Самусевич

Минск, 2014

## РЕФЕРАТ

*Объем дипломной работы (с приложениями) – 4 51 страница.*

*Количество иллюстраций – 0.*

*Количество таблиц – 0.*

*Количество приложений – 0.*

*Количество использованных источников – 14.*

*Ключевые слова:* СМИ, КОММУНИКАЦИЯ, СЕНСАЦИЯ, СЛУХИ, ГАЗЕТА, РАДИО, ТЕЛЕВИДЕНИЕ, ПРОПАГАНДА, ПСИХОЛОГИЯ, ВОЗДЕЙСТВИЕ, МАНИПУЛЯЦИЯ.

*Объектом* исследования в данной работе выступают сенсации и слухи, публикуемые в средствах массовой информации.

*Целью* данной работы является обоснование воздействия сенсаций и слухов, публикуемых с использованием каналов массовой коммуникации, на массовую аудиторию и изучение воздействия психологических приемов на изменение психологического базиса массовой аудитории СМИ.

. Для достижения поставленной цели решаются следующие *задачи*:

- Определение особенностей современной массовой коммуникации и изучение психологических приемов, которые используются в СМИ;
- Исследование сенсаций и слухов как распространенных способов психологического воздействия через каналы массовой информации;
- Обзор конкретной сенсации, которая эффективно воздействует на психологическое сознание и поведение массовой аудитории.

В процессе анализа исследуемой темы изучаются характерные манипулятивные приемы СМИ, воздействующих на психическое сознание массовой аудитории, а также в контексте данного вопроса изучаются особенности сенсаций и слухов.

Данная работа выполнена самостоятельно, без привлечения специалистов, консультантов и экспертов.

## РЭФЕРАТ

*Аб'ём дыпломнай работы (з дадаткамі) – 51 старонак.*

*Колькасць ілюстрацый – 0.*

*Колькасць табліц – 0.*

*Колькасць дадаткаў – 0.*

*Колькасць выкарыстаных крыніц – 14.*

*Ключавыя словы : СМІ, КАМУНІКАЦЫЯ, СЕНСАЦІ, ЧУТКІ, ГАЗЕТА, РАДЫЕ, ТЭЛЕБАЧАННЕ, ПРАПАГАНДА, ПСІХАЛОГІЯ, УЗДЕЯННЕ, МАНИПУЛЯЦЫЯ.*

*Аб'ектам* даследавання ў гэтай рабоце выступаюць сенсацыі і чуткі, якія публікуюцца ў сродках масавай інфармацыі.

*Мэтай* гэтай работы з'яўляецца абгрунтаванне ўздзеяння сенсацый і чутак, якія распаўсюджваюцца па каналам масавай камунікацыі, на масавую аўдыторыю і вывучэнне ўздзеяння псіхалагічных прыёмаў на змяненне псіхалагічнага базісу масавай аўдыторыі СМІ.

Для дасягнення пастаўленай мэты вырашаюцца наступныя *задачы*:

- Вызначэнне асаблівасцей сучаснай масавай камунікацыі і даследванне псіхалагічных прыёмаў, якія ужываюцца ў СМІ;
- Даследаванне сенсацый і чутак як распаўсюджаных спосабаў псіхалагічнага ўздзеяння на аўдыторыю праз каналы масавай інфармацыі;
- Агляд канкрэтнай сенсацыі, якая эфектыўна ўздзейнічае на псіхалагічную свядомасць і паводзіны масавай аўдыторыі.

У працэсе аналізу тэмы даследвання вызначаюцца характэрныя маніпулятыўныя прыёмы СМІ, якія ўздзейнічаюць на псіхічнае становішча масавай аўдыторыі, а таксама ў кантэксце дадзенай тэмы даследваюцца асаблівасці сенсацый і чутак.

Дадзеная праца выканана самастойна, без прыцягнення спецыялістаў, кансультантаў і экспертаў.

## RESUME

*The volume of the thesis (with annexes) - 51 pages.*

*The number of illustrations - 0.*

*Number of tables - 0.*

*Number of applications - 0.*

*Number of sources used - 14.*

Keywords: MEDIA, COMMUNICATIONS, SENSATION, RUMORS, NEWSPAPERS, RADIO, TELEVISION, PROPAGANDA, PSYHOLOGY , IMPACT, MANIPULATION.

Object of study in this paper are the sensations and rumors published in the media.

The aim of this work is to study the impact of sensationalism and rumors published using the channels of mass communication, the mass audience and to study the impact of psychological techniques to change the psychological basis of the mass media audience.

. To achieve this goal the following objectives:

- Identify features of modern mass communication and the study of psychological techniques that are used in the media;
- Research sensationalism and rumor as common methods of psychological influence through media channels;
- An overview of the specific sensation that effectively influences psychological consciousness and behavior mass audience.

In analyzing the research theme examines specific manipulative techniques media affecting mental consciousness mass audience , as well as in the context of the issue being studied and features sensational rumors.

This work was performed independently, without the involvement of professionals, consultants and experts.