

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

ГРИНЬКО
Юлия Владимировна

**ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ЭФФЕКТЫ СРЕДСТВ МАССОВОЙ
ИНФОРМАЦИИ: ВЛИНИЕ НА ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ**

Дипломная работа

Научный руководитель –
доцент,
кандидат филологических наук
Е.Н. Еловик

Допущена к защите
«__» _____ 2014 г.

Минск, 2014

Реферат

Объем дипломной работы – 53 страницы.

Количество иллюстраций – 0.

Количество таблиц – 2.

Количество использованных источников – 42.

Ключевые слова: психологические эффекты, средства массовой информации, пресса, медиавоздействие, аудитория.

Объектом исследования в данной дипломной работе является в большей степени пресса Беларуси, в частности газеты «Комсомольская правда в Белоруссии» и «7 дней», берутся во внимание различные СМИ.

Предметом исследования являются психологические эффекты средств массовой информации и их влияние на аудиторию.

Цель исследования: разобраться, какие психологические эффекты могут вызывать средства массовой информации, а также какие могут быть последствия медиавоздействия.

Соответственно достижению цели автором ставятся следующие *задачи*:

1. Рассмотреть основные научные теории, касающиеся медиавоздействия на аудиторию.

2. Определить положительные и отрицательные стороны такого влияния на личность и общество в целом, опираясь на мнения исследователей в данной области.

3. Дать определения основным понятиям: медиавоздействие, эффект, восприятие.

4. Определить эффекты восприятия прессы и журналистских материалов на примере газет «Комсомольская правда в Белоруссии» и «7 дней».

Предполагаемое практическое использование: преподавателям вузов, сотрудникам, работающим в сфере СМИ.

В результате проделанной работы установлено: все исследования и научные теории доказывают одно – СМИ вызывают различные психологические эффекты, которые являются «откликом» на получаемую информацию, формируют общественное мнение, могут оказывать как положительное, так и отрицательное влияние на потребителей информации.

Общественное мнение во многом определяет жизнь в стране. Оно выполняет несколько значимых функций, среди которых выделяются контрольная, консультативная, директивная...

Современная индустрия масс-медиа – мощный инструмент влияния на умы, настроения и поведение людей. Тем ответственнее должна быть социальная позиция как отдельных журналистов, так и редакций, чья задача –

не допускать манипулирования сознанием масс, не искажать реальность, а предоставлять читателям, зрителям и слушателям объективную и правдивую информацию.

Рэферат

Аб'ём дыпломнай працы – 53 старонкі. Колькасць ілюстрацый – 0. Колькасць табліц – 2. Колькасць выкарыстаных крыніц – 42.

Ключавыя словы: псіхалагічныя эфекты, сродкі масавай інфармацыі, прэса, медыяўздзеянне, аўдыторыя.

Аб'ектам даследавання ў дадзенай дыпломнай працы выступае ў большай ступені прэса Беларусі, у прыватнасці газеты «Комсомольская правда в Белоруссии» і «7 дней», бяруцца ва ўвагу розныя СМІ.

Прадметам даследавання з'яўляюцца псіхалагічныя эфекты сродкаў масавай інфармацыі і іх уплыў на аўдыторыю.

Мэта даследавання: разабрацца, якія псіхалагічныя эфекты выклікаюць сродкі масавай інфармацыі, а таксама якія могуць быць вынікі медыяўздзеяння.

Адапаведна дасягненню мэты аўтарам ставяцца наступныя задачы:

1. Разгледзець асноўныя навуковыя тэорыі, якія тычацца медыяўздзеяння на аўдыторыю. 2. Вызначыць становішчыя і адмоўныя бакі такога ўплыву на асобу і грамадства ў цэлым, абапіраючыся на меркаванні даследчыкаў у гэтай галіне. 3. Даць вызначэнні асноўным паняццям: медыяўздзеянне, эфект, успрыманне. 4. Вызначыць эфекты ўспрымання прэсы і журналістскіх матэрыялаў на прыкладзе газет «Комсомольская правда в Белоруссии» і «7 дней».

Меркаванае практычнае выкарыстанне: выкладчыкам ВНУ, супрацоўнікам у сферы СМІ.

У выніку праведзенай работы ўстаноўлена: усе даследаванні і навуковыя тэорыі даказваюць адно – СМІ выклікаюць розныя псіхалагічныя эфекты, фарміруюць грамадскую думку, могуць аказваць як становішчы, так і адмоўны ўплыў на спажывоўцаў інфармацыі.

Грамадская думка шмат у чым вызначае жыццё ў краіне. Яна выконвае некалькі значных функцый, сярод якіх вылучаюцца кантрольная, кансультацыйная і дырэктывная...

Сучасная індустрыя мас-медыя – магутны інструмент уплыву на розум, настрой і паводзіны людзей. Тым больш адказнай павінна быць сацыяльная пазіцыя як асобных журналістаў, так і рэдакцый, чыя задача – не дапускаць маніпулявання свядомасцю мас, не скажаць рэальнасць, а прадастаўляць чытачам, гледачам і слухачам аб'ектыўную і праўдзівую інфармацыю.

Resume

The thesis volume is 53 pages. The number of illustrations – 0. The number of charts – 2. Number of sources used – 42.

Key words: psychological effects, mass media, press, media impacts, audience.

The object of the given study is predominately press of the Republic of Belarus, in particular newspapers “Komsomolskaya Pravda in Belarus” and “7 Days”. Various media are also observed in this thesis.

The subject of the research is the psychological effect of the media and its influence on the audience.

The aim of the research: to find out what psychological effects the media cause, what might be the consequences of media impacts.

Therefore to achieve the goal the author assigns the following tasks:

1. Consider the main scientific theories concerning media impacts on the audience. 2. Identify positive and negative aspects of the impact on the individual and society as a whole, based on the views of researchers in this field. 3. Define the basic concepts: media impacts, effect, perception. 4. Determine the effects of the perception of the press and journalistic materials on the example of the newspaper “Komsomolskaya Pravda in Belarus” and “7 Days”.

Expected practical use: university professors, staff working in the field of media.

The result of this work proves that all the research and scientific theories confirm one fact – the media produce different psychological effects, shape public opinion, can have both positive and negative effects on consumers of information.

The public opinion in many respects defines life in the country. It carries out some significant functions from which are distinguished control, advisory, directive ...

The modern industry of mass media – the powerful instrument of influence on minds, moods and behavior of people. The social position both certain journalists, and editions, whose task – not to allow a manipulation consciousness of masses, not to distort reality, and to provide to readers, the audience and listeners objective and truthful information has to be that more responsibly.