

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра телевидения и радиовещания

ЦАРИКОВСКАЯ
Ирина Александровна

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ
НА ТЕЛЕВИЗИОННУЮ АУДИТОРИЮ
(НА ПРИМЕРЕ ПРОГРАММ ТЕЛЕКАНАЛА “БЕЛАРУСЬ 1”)

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат социологических
наук, доцент И.В.Лашук

Допущена к защите

«__» _____ 2014 г.

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

Минск, 2014

РЕФЕРАТ

Объем дипломной работы – 50 страниц; количество иллюстраций – 7; использованных источников – 44.

Ключевые слова: ВОЗДЕЙСТВИЕ СМИ, МЕДИАВОЗДЕЙСТВИЕ, ВОЗДЕЙСТВИЕ ТЕЛЕВИДЕНИЯ, МЕТОДЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ СМИ, ВОЗДЕЙСТВИЕ «БЕЛАРУСЬ 1», ТЕЛЕВИДЕНИЕ И АУДИТОРИЯ.

Актуальность исследования обусловлена тем, что телевидение является самым эффективным среди других видов СМИ средством воздействия на аудиторию. Интерес представляет изучение методов воздействия СМИ на аудиторию с учетом специфики телевидения, а также степени их эффективности.

Объект исследования – методы воздействия на телевизионную аудиторию. Цель исследования – выявление основных методов воздействия на аудиторию, используемых на телеканале «Беларусь 1», и оценка их эффективности.

Новизна исследования заключается в том, что в нем собраны и систематизированы средства воздействия на телевизионную аудиторию по принципу участия в них слова, а также результаты такого воздействия оценены на основании интерпретации социологических данных. Кроме того, впервые анализируются материалы телеканала «Беларусь 1» на предмет использования в его программах средств воздействия на аудиторию.

В дипломном исследовании использованы методы описательный, аналитический, сопоставительный.

Практическая значимость – материалы дипломного исследования могут быть использованы в практике работы белорусских средств массовой информации, а также в учебном процессе в Институте журналистики БГУ.

РЭФЕРАТ

Аб'ём дыпломнай працы – 50 старонак; колькасць ілюстрацый – 7; выкарыстаных крыніц – 44.

Ключавыя словы: УЗДЗЕЯННЕ СМІ, МЕДЫЯЎЗДЗЕЯННЕ, УЗДЗЕЯННЕ ТЭЛЕБАЧАННЯ, МЕТАДЫ ЎЗДЗЕЯННЯ СМІ, УЗДЗЕЯННЕ «БЕЛАРУСЬ 1», ТЭЛЕБАЧАННЕ І АЎДЫТОРЫЯ.

Актуальнасць даследавання абумоўлена тым, што тэлебачанне з'яўляецца самым эфектыўным сярод іншых відаў СМІ сродкам уздзеяння на аўдыторыю. Інтэрэс прадстаўляе вывучэнне метадаў уздзеяння СМІ на аўдыторыю з улікам спецыфікі тэлебачання, а таксама ступені іх эфектыўнасці.

Аб'ект дыпломнага даследавання – сучасныя метады ўздзеяння на тэлевізійную аўдыторыю. Мэта даследавання – выяўленне асноўных метадаў ўздзеяння на аўдыторыю, якія выкарыстоўваюцца на тэлеканале «Беларусь 1», і ацэнка іх эфектыўнасці.

Навізна даследавання заключана ў тым, што ў ім сабраны і сістэматызаваны сродкі ўздзеяння на тэлевізійную аўдыторыю па прынцыпе ўдзелу ў іх слова, а таксама вынікі такога ўздзеяння ацэнены на падставе інтэрпрэтацыі сацыялагічных дадзеных. Акрамя таго, упершыню аналізуюцца матэрыялы тэлеканала «Беларусь 1» на прадмет выкарыстання ў яго праграмах сродкаў уздзеяння на аўдыторыю.

У дыпломным даследаванні выкарыстаны апісальны, аналітычны і супастаўляльны метады.

Практычная значнасць – матэрыялы дыпломнага даследавання могуць быць выкарыстаны ў практыцы беларускіх сродкаў масавай інфармацыі, а таксама ў навучальным працэсе ў Інстытуце журналістыкі БДУ.

ABSTRACT

Volume – 50 pages, illustrations – 7, sources – 44.

Keywords: MASS MEDIA INFLUENCE, MEDIA IMPACT, TELEVISION INFLUENCE, MEANS OF INFLUENCE IN MASS MEDIA, TELEVISION AND AUDIENCE.

Relevance of the research is due to the fact that television is the most effective among other media means to influence audience. Interest is in studying specific to television methods of mass media influence on audience as well as their effectiveness.

The object of the research: methods of influencing television audience.

The purpose of the research – identifying the main methods of influencing audience used on the TV-channel "Belarus 1" and evaluation of their efficiency.

Novelty of this study is that it collected and systemized means of influencing television audience using verbal expression and the results of such means are estimated on interpretation of sociological data basis. In addition, materials TV-channel "Belarus 1" use are analyzed for means of influencing audience for the first time

Methods used: descriptive, analytical, comparative

Practical use – materials of the thesis can be used in practice of Belorussian mass media, as well as in the educational process at the Institute of Journalism BSU.