**Аннотация выпускной квалификационной работы**

**Шкиртиль Марии Владимировны**

**«ВИЗУАЛЬНЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ В ЦЕНТРАЛЬНЫХ ГАЗЕТАХ:**

**ЗАВИСИМОСТЬ ОТ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ»**

**Н. рук. – Наталья Николаевна Подшивалова, старший преподаватель,**

**Кафедра медиадизайна и информационных технологий**

**Очно-заочная форма обучения**

C каждым днем мы все больше подвергаемся различному воздействию со стороны средств массовой информации, но одновременно методы воздействия зависят от нашего их восприятия, образуя тем самым связь, действующую в двух направлениях: от медийных средств к читателю и от читателя к медийным средствам. Этим фактором обусловлена **актуальность** работы: важно рассмотреть не только сам визуальный инструментарий, который является основной темой данной работы, и возможные методы воздействия с его помощью, но и обратить внимание на зависимость состава данного инструментария от аудитории и ее запросов. **Новизна** данной работы заключается в том, что в такой взаимосвязи элементы оформления современных газет не изучались.

**Теоретическая база исследования.** С.Г.Кара-Мурза в своей книге «Манипуляция сознанием» рассуждал о возможности манипулирования общественным мнением и сознанием; кроме него эту тему рассматривал С. А. Зелинский в книге «Манипуляции массами и психоанализ»; также об этом говорил и Б. Н. Бессонов в книге «Идеология духовного подавления», Р. Чалдини в своей работе «Психология влияния». Анализу отдельных элементов оформления уделяли внимание П. Штомпка «Визуальная социология. Фотография как метод исследования», З. Кракауэр «Природа Фильма. Реабилитация физической реальности», Феличи Д. «Типографика: шрифт, верстка, дизайн». При рассмотрении общих вопросов восприятия визуальной информации были использованы труды Р. Арнхейма «Искусство и визуальное восприятие» и Т.Самара«Дизайн публикаций. Практикум».

**Гипотеза** данной работы следующая: для различной читательской аудитории СМИ вырабатывают свой визуальный инструментарий, а также используют различные способы воздействия с его помощью.

**Цель**работы заключается в выявлении и разборе методов воздействия на аудиторию в центральных газетах при помощи визуальных средств.

**Задачи** данного исследования:

1. Определить характеристики элементов визуального инструментария, способных оказывать воздействие на читательскую аудиторию.
2. Определить термин «воздействие», рассмотреть какие его виды могут быть использованы в СМИ.
3. Выделить характеристики целевой аудитории.
4. Рассмотреть, как используется визуальный инструментарий в центральных изданиях.

**Объектом** исследования являются газеты: «Аргументы и факты», «КоммерсантЪ», «Новые известия».

**Предметом** – визуальный инструментарий в целом, его составляющие, различные виды их взаимодействий и результаты оных.

**Эмпирической базой** исследования являются материалы газет: «Аргументы и факты», «КоммерсантЪ», «Новые известия».

**Структура работы.** Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав основной части, каждая из которых делится на два параграфа, заключения и списка литературы.