**Аннотация выпускной квалификационной работы**

**Кудрявцевой Яны Олеговны**

**«Способы воздействия на сознание аудитории СМИ Северо-Запада»**

**Н. рук. Борис Яковлевич Мисонжников, профессор, д-р фил. н.**

**Кафедра периодической печати**

**Очная форма обучения**

**Ключевые слова:** СМИ, влияние СМИ, методика журналистской деятельности. **Key:** Media, the impact of media, methods of journalism practice

**Актуальность исследования изданий** этой типологической модели обусловлено тем, что глянец стал не только частью журналистики, но и занял свое прочное место в массовой культуре. Именно эти издания сегодня транслируют образцы поведения, являются мощными катализаторами потребительского спроса на целый ряд товаров, в значительной степени они являются законодателями моды. Выяснить, какими методами воздействия на реципиентную среду эту происходит, представляется сегодня важной задачей.

**Новизна** исследования состоит в том, что воздействие СМИ рассматривается разноаспектно: как с точки зрения содержания, так и с точки зрения визуального оформления полосы.

**Объектом исследования** являются журналы lifestyle.

**Предметом исследования** являются формы и методы взаимодействия издания на сознание реципиентной среды.

**Целью исследования** является установление аспектов работы редакции журнала «Домашний очаг» с точки зрения особенностей подачи материала и влияния публикаций на сознание читателя.

**Эмпирической базой** исследования является журнал "Домашний очаг", номера: 1 (январь), 2 (февраль), 3 (март), 4 (апрель) 2015г. Методы, используемые в исследовании: теоретический анализ, исторический анализ, текстологический анализ, сравнительный анализ, сравнение, наблюдение.

**Реализация данной цели** осуществляется посредством решения следующих задач:

1) изучить теоретические подходы к влиянию СМИ на массовое сознание; 2) установить место изучаемого издания на медиарынке; 3) выявить особенности аудитории изучаемого издания; 4) провести анализ публикаций журнала; 5) выделить особенности работы издания с публикуемой информацией и с аудиторией; 6) установить элементы воздействия изучаемого издания на аудиторию.

**Научно-теоретическая база:** 1) Агеев В.С. Психологическое исследование социальных стереотипов. Вопросы психологии. 2) Российская периодическая печать. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад. 3) Сонин, А. Г. Понимание поликодовых текстов: когнитивный аспект. 4) Гудова М. Ю., Ракипова И. Д. Женские глянцевые журналы: хронотоп воображаемой повседневности. 5) Виноградова С. М., Мельник Г. С. Психология массовой коммуникации. 6) Брайант Д., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы и приложений.

**Выводы:** 1)Через воздействие на общество в целом СМИ воздействуют на каждого человека в отдельности, формируя определенные одинаковые эмоции и действия. СМИ обладают возможностью работать практически со всеми элементами и уровнями общественного сознания в совокупности, пробуждая определенные эмоции, транслируя информацию и формируя те или иные представления в сознании реципиентов.

2) Рассматривая роль СМИ как источника стереотипов, мы выяснили, что, выступая в качестве своеобразного советчика, знатока, журналистика сознательно формирует внутреннюю готовность человека воспринимать какой-либо объект действительности определенным образом, изменяет не только сознание людей, но и психологические характеристики, свойства, состояния аудитории, на которую было направлено воздействие, формирует аттитюд (социальную установку).