

Тема диссертации

**Современный медиатекст  
как средство социально-  
психологического  
воздействия: речевые  
стратегии и тактики**

# Актуальность исследования

- СМИ являются мощным инструментом формирования общественных настроений и поведения внутри социума. Медiateксты, такие как новостные статьи, рекламные объявления, сообщения в социальных сетях и телепередачи, оказывают непосредственное влияние на массовое сознание. Понимание принципов психологического воздействия в медиасреде может иметь высокую теоретическую ценность в широком спектре гуманитарных наук.
- Противоречие заключается в недостаточности научных исследований в области воздействия в СМИ, в частности, в современном веке с его уникальной спецификой (появление мессенджеров, социальных сетей, видеохостингов и т.д.). Даже само представление об информации и её передаче (вне контекста психологического воздействия) сильно видоизменилось – что требует тщательного изучения. По мере повсеместного распространения СМИ и стремительного распространения информационных технологий вопрос влияния системы массовых коммуникаций становится все более важным. Язык – живая среда, а текст, особенно медийный, постоянно развивается и видоизменяется. Растет потребность в понимании того, как медiateксты могут повлиять на восприятие, отношение и поведение людей.
- Принципы психологического воздействия в СМИ могут иметь практическое применение в таких областях, как реклама, связи с общественностью, политика. Исследование может помочь этим отраслям проводить более эффективные кампании, способные влиять на общественное мнение и поведение.
- В целом, актуальность изучения современного медiateкста как средства психологического воздействия в СМИ заключается в его способности предоставить информацию о том, как медиа могут воздействовать на аудиторию, и дать информацию для практического применения в различных областях.

**Объект исследования:** система массовых коммуникаций, медиасреда

**Предмет исследования:** современный медиатекст, средства социально-психологического воздействия, манипуляции

**Цель исследования:** провести эмпирический анализ такого явления, как медиатекст. Выявить манипуляционные технологии, внедрённые в медийные тексты. Определить роль психологического воздействия в СМИ в процессе формирования общественного сознания.

## Задачи:

- Обобщить научно-теоретический опыт исследования психологического воздействия в СМИ, медиатекстов в частности;
- На основе полученных данных, выделить актуальные манипулятивные стратегии;
- Провести контент-анализ казахстанских СМИ на предмет применения технологий социально-психологического воздействия;
- Организовать социологическое исследование, нацеленное на выявление уровня подверженности казахстанцев манипуляциям в СМИ.

# Методы исследования:

- Теоретический и эмпирический анализ научной базы: психологической, филологической и методической литературы;
- Социологический опрос (измерение, эксперимент), наблюдение, сравнение;
- Анализ полученных данных

# Гипотеза исследования

Современный медиатекст активно используется различными СМИ для социально-психологического воздействия.

Большинство граждан страны подвержены психологическому воздействию, но сами так не считают (действие когнитивного искажения: эффекта третьего лица).