

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИАЛЬНЫХ НАУК
Кафедра социальной коммуникации

ЦЗЭН ЧИ

ЖУРНАЛИСТСКАЯ ВЛАСТЬ В ЭПОХУ ПОСТПРАВДЫ

Магистерская диссертация
АННОТАЦИЯ
Специальность 1-23 80 11: Коммуникации

Научный руководитель:
Екадумова Ирина Ивановна
кандидат политических наук,
доцент

Минск, 2022

АННОТАЦИЯ

Цель данного исследования – выявить изменения в способах и средствах, с помощью которых журналисты осуществляют свою власть над умами и сердцами аудитории в условиях постправды.

Объект исследования – журналисты и другие производители новостного контента для медиаиндустрии.

Предмет исследования – закономерности и тенденции осуществления новостными СМИ влияние на сознание аудитории. В результате проведенного исследования автором получены следующие результаты:

Особенности журналистской власти претерпевают изменения в связи с изменениями в медиапространстве. Диверсификация медиапространства происходит в силу развития новых медиатехнологий. Влияние СМИ на сознание аудитории кастомизируется. Получатели новостной медиапродукции собирают новости из различных источников и формируют образы текущих событий, которые наилучшим образом соответствуют их собственным психологическим ожиданиям. В такой экологии общественного мнения множество субъектов должны работать вместе, чтобы бороться с такими вызовами, как неточность новостей, ложная информация и разворот общественного мнения.

Средствами сдерживания эскалации кризиса журналистики в эпоху постправды и создания новостей в контексте постправды являются соблюдение профессионализма на уровне СМИ и повышение медиаграмотности на уровне граждан, восстановление общественного доверия и рациональное использование новых технологий.

Актуальность данной темы обусловлена дилеммами, с которыми сталкиваются медиаиндустрия, ведущие СМИ, специалисты по новостям и широкая аудитория в эпоху постправды.

Ключевые слова: постправда, журналистская власть, недостоверность новостей, субъект коммуникации, онлайн-СМИ, доверие к СМИ.