

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

ХАО Цзяци

**ВЛИЯНИЕ КИТАЙСКИХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА ОСВЕЩЕНИЕ
КИТАЙСКИХ НОВОСТЕЙ В ЭПОХУ ПОСТПРАВДЫ**

Магистерская диссертация
АННОТАЦИЯ
Специальность 7-06-0321-02 Коммуникации

Научный руководитель:
В.С. Сайганова
кандидат философских наук,
доцент

Минск, 2025

АННОТАЦИЯ

Структура магистерской диссертации включает в себя три главы. Первая глава посвящена феномену постправды в новостных сообщениях китайских социальных сетей. Во второй главе анализируется значимость феномена правды в контексте публикации новостей в социальных сетях. Третья глава посвящена возрастающей роли феномена постправды в освещении новостной повестки в китайских социальных сетях.

Магистерская диссертация включает 74 страницы, 0 иллюстраций, и 55 использованных источников.

Ключевые слова: постправда, социальные сети, новостной контент, эмоции, диверсификация социальных сетей.

Объект – феномен постправды.

Предмет – социальные сети и новостной контент Китая в контексте постправды.

Цель магистерской работы – выявление влияния социальных сетей на освещение новостей в Китае в эпоху постправды.

В данном исследовании были использованы методы общего анализа, синтеза, дедукции, описания, аналогии, диагностики и сравнения для изучения феномена и теории постправды. Также были использованы метод тематических исследований, текстовый анализ и контент-анализ для изучения актуальных новостных сообщений в китайских социальных сетях.

В магистерской диссертации исследуется происхождение концепции постправды, которая берет начало из историко-философских дискуссий о рациональности и иррациональности. Характерные черты постправды нашли свое отражение в распространении ложной информации в политической сфере, высокоразвитых интернет-технологиях и популярности культуры потребления и гедонизма. В эпоху постправды эмоции становятся важнее фактов, развлечения вытесняют серьезность, а материальные желания продолжают расти. Феномен постправды в новостных сообщениях проявляется в отчуждении от новостей, вызванном выборочной интерпретацией, увеличении количества фейковых новостей с помощью алгоритмических технологий. В исследовании предлагаются авторские стратегии анализа постправды. Социальные сети призваны обеспечивать достоверность новостей по нескольким каналам, соблюдать принцип прозрачности, а также способствовать предотвращению рисков в формировании общественного мнения.