

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»



МЕЖДУНАРОДНАЯ МЕЖВЕДОМСТВЕННАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ

при поддержке Главы Донецкой Народной
Республики, Правительства Донецкой Народной
Республики

***«Новая парадигма междисциплинарного
взаимодействия в условиях пандемии COVID-19:
вызовы и решения» в формате on-line»***

Донецк-2021

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
Филологический факультет
Кафедра журналистики

ТЕМА ДОКЛАДА:

**Информационное воздействие во
время пандемии коронавируса**

Подготовила
Марущенко Анастасия Андреевна,
4 курс, спец. Журналистика

Научный руководитель:
Гудова Т.В., ст. преподаватель

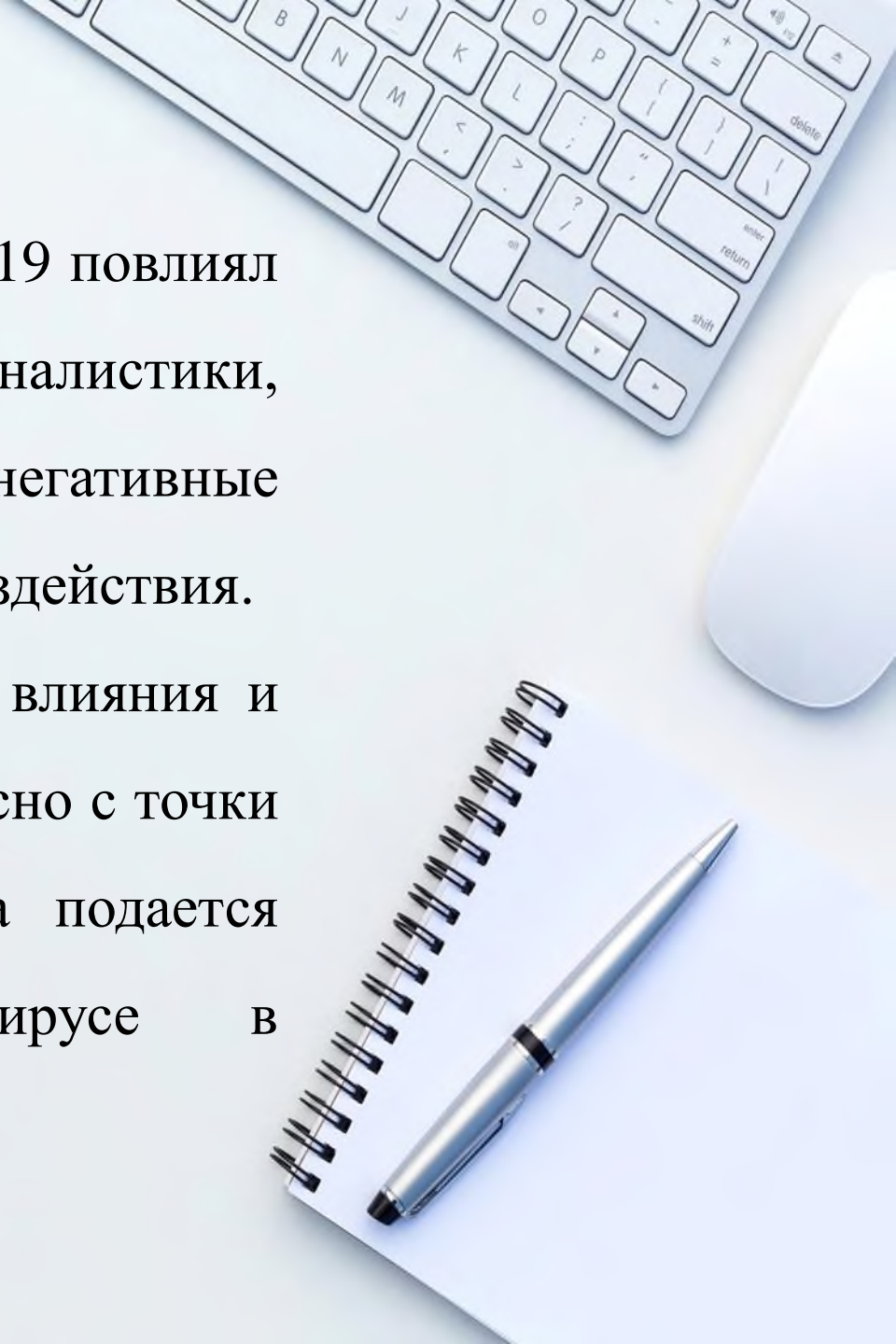


Пандемия коронавируса поставила множество непростых задач как перед представителями власти, которые должны предпринимать меры для преодоления кризиса, так и перед средствами массовой информации.



Цели исследования

- ✓ Изучить, как именно COVID-19 повлиял на внутренние процессы журналистики, выявить положительные и негативные аспекты информационного воздействия.
- ✓ Рассмотреть закономерности влияния и установить, насколько безопасно с точки зрения психологии человека подается информация о коронавирусе в современном дискурсе.

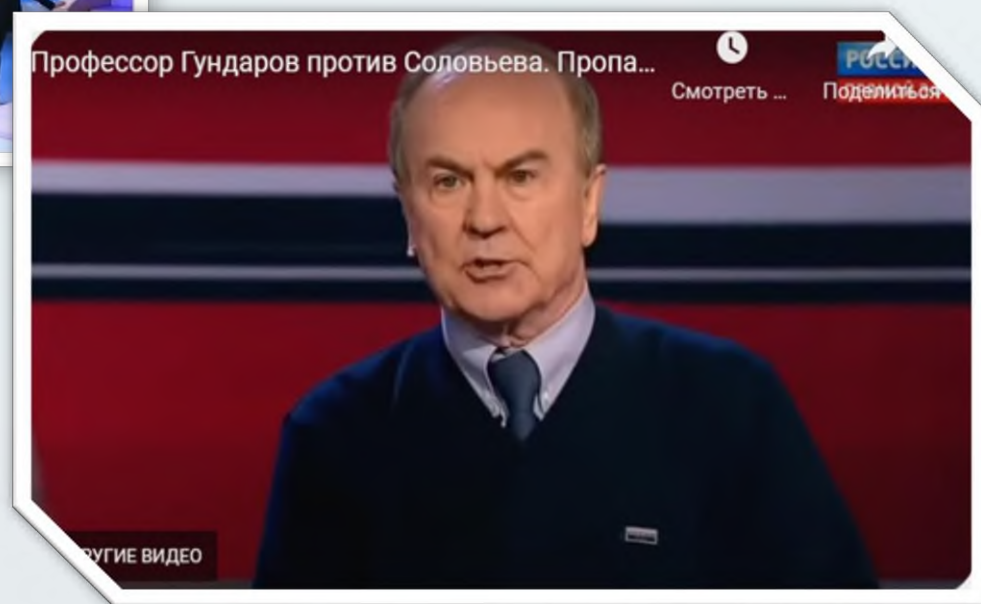


***РАЗРАБОТКА ТЕМЫ ВЕДЕТСЯ НАМИ С 2019 ГОДА, КАК ТОЛЬКО
КОРОНАВИРУС СТАЛ ИНФОРМАЦИОННЫМ ПОВОДОМ (отдельно уделили
внимание методам манипулятивного воздействия на телевидении)***

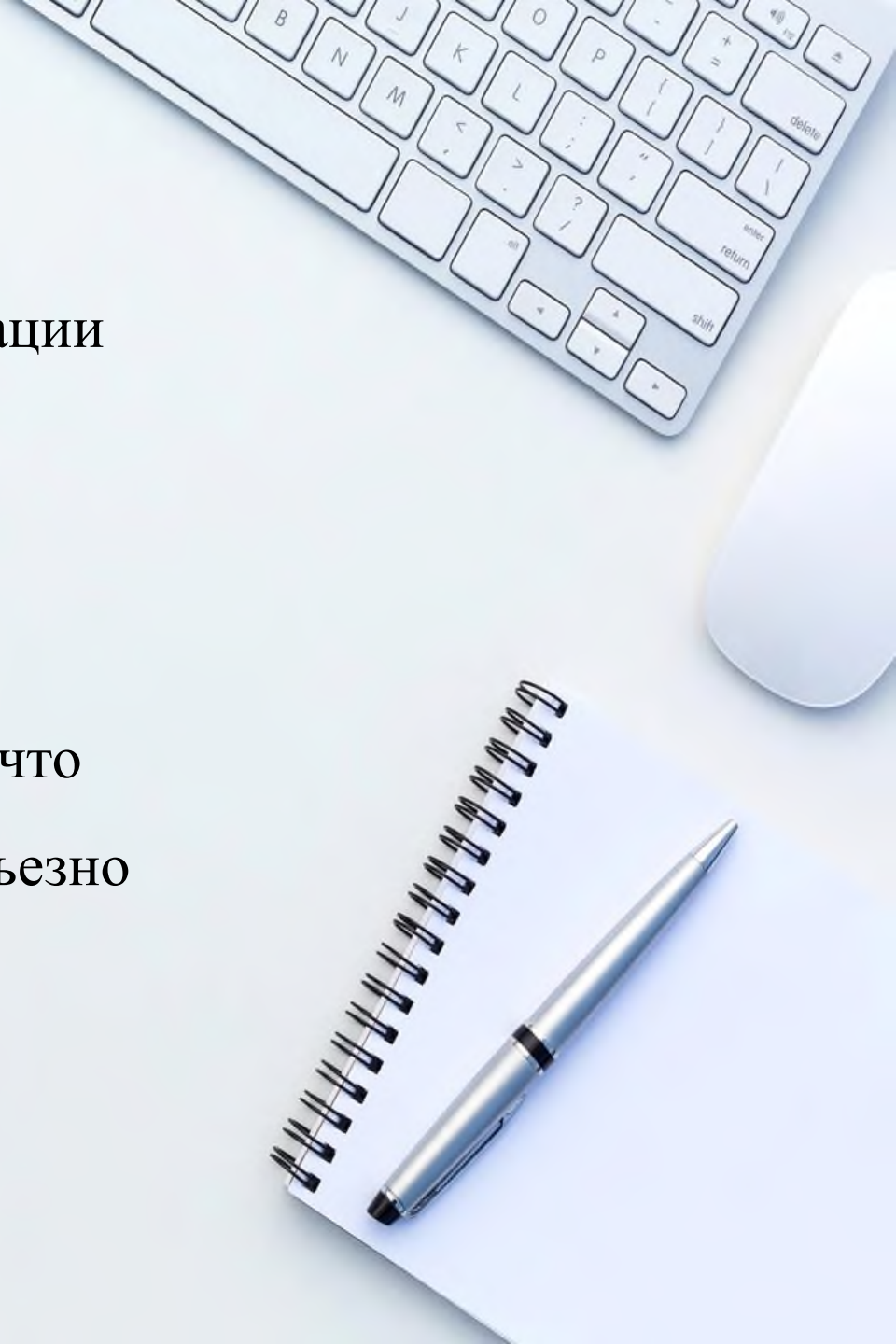


«Первый канал», общественно-политическое ток-шоу
«Время покажет», эфир от 01.05.2020

Телеканал «Россия 1», передача
«Вечер с Владимиром Соловьевым»,
выпуск от 01.05.2020



Особенностью освещения
средствами массовой информации
ситуации с коронавирусом
является высокая степень
неопределенности и
непредсказуемости ситуации, что
создавало необходимость серьезно
менять подаваемую в эфире
информацию.



Искусственное нагнетание обстановки, выхватывание фраз из контекста, их перефразирование таким образом, что это становится выгодно говорящему, спекуляция статистическими данными, игры с привлечением реальных и мнимых экспертов – все это применяется средствами массовой информации.

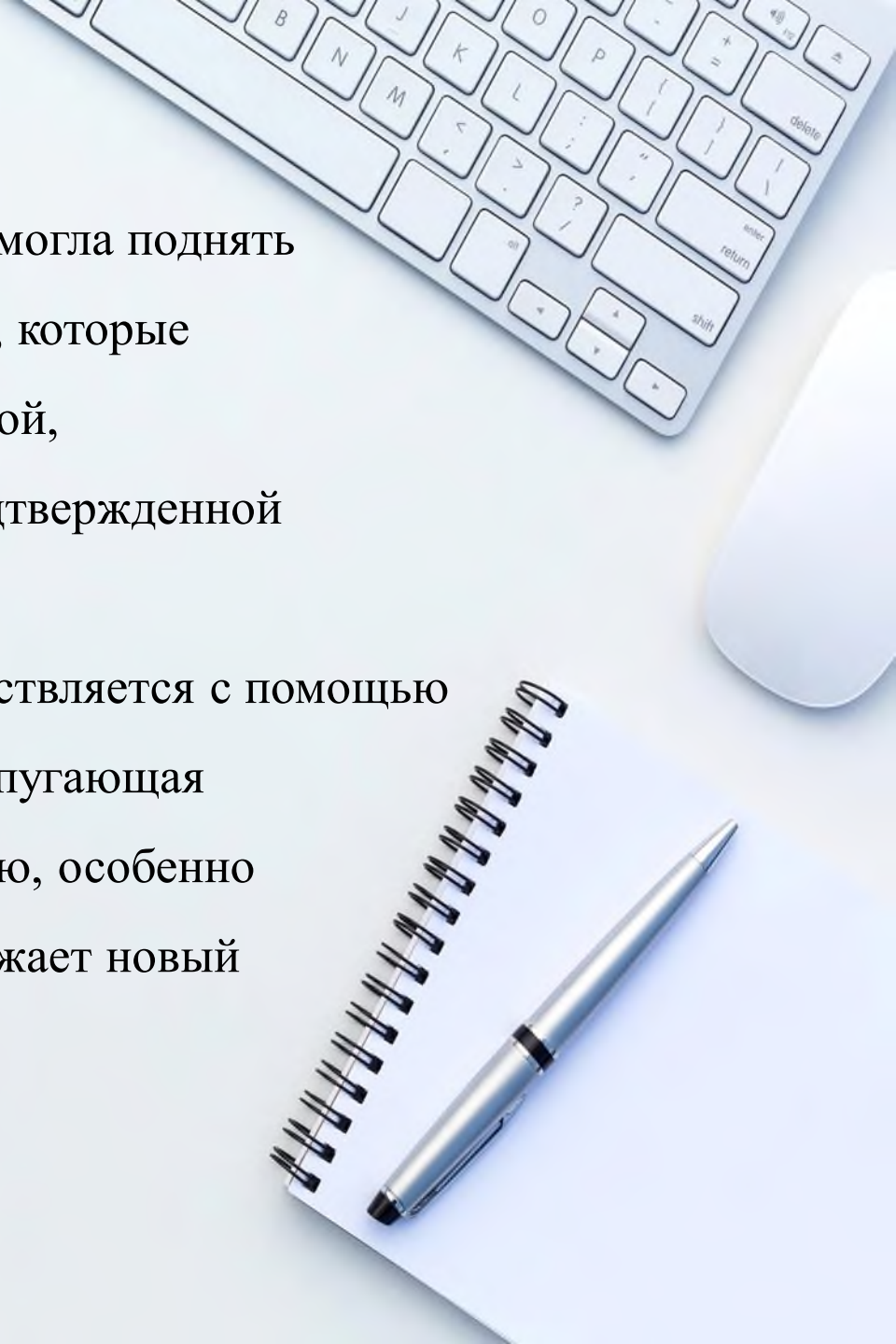


Методом психологического воздействия также является использование пугающих тем и сообщений. На федеральных каналах использовались такого рода фразы:

- ✓ «В мире заболевших коронавирусом уже более двух миллионов ста тысяч человек»,
- ✓ «Общее число инфицированных коронавирусом в России приближается к 37 тысячам»,
- ✓ «В России уже более ста тысяч подтвержденных случаев коронавируса»,
- ✓ «В России на уходящей неделе была преодолена планка в сто тысяч заболевших».

ВЫВОДЫ

- ✓ Пандемия коронавируса также помогла поднять популярность таких СМИ и СМК, которые специализируются на сенсационной, конспирологической, часто не подтвержденной информации.
- ✓ Воздействие на аудиторию осуществляется с помощью эмоционального аспекта, страх и пугающая информация привлекает аудиторию, особенно в период, когда человечеству угрожает новый и неизученный вирус.



БЛАГОДАРЮ ЗА ВНИМАНИЕ!

