

## СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И ИХ МАНИПУЛЯТИВНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

Имамова Ирода Эргашевна

Магистрант 2-го курса Университета журналистики и массовых коммуникаций  
Узбекистана.

Терёхина Александра Борисовна

Преподаватель кафедры теории и практики медиа Университета журналистики и  
массовых коммуникаций Узбекистана.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.7932549>

**Аннотация:** В статье подробно анализируется современное состояние средств массовой информации Российской Федерации, их роль в общественной жизни, современное состояние освещения событий политической и общественной жизни. Также была изучена их роль как инструмента манипулятивного воздействия. По результатам проведенного исследования дается заключение.

**Ключевые слова:** Российская Федерация, СМИ, манипуляция, пропаганда, радио, интернет, журнал.

### MASS MEDIA OF THE RUSSIAN FEDERATION AND THEIR MANIPULATIVE CAPABILITIES

**Abstract:** The article analyzes in detail the current state of the mass media of the Russian Federation, their role in public life, the current state of coverage of events in political and public life. Their role as a tool of manipulative influence was also studied. Based on the results of the study, a conclusion is given.

**Keywords:** Russian Federation, mass media, manipulation, propaganda, radio, internet, journal.

### ВВЕДЕНИЕ

Как известно, СМИ являются не только источником информации, но и упоминаются как сила (манипуляция), влияющая на мнение окружающих. Средства массовой информации Российской Федерации играют важнейшую роль в формировании общественного мнения и влиянии на принятие политических решений. Однако их влияние не всегда положительно, так как они могут использоваться как инструмент манипуляции и пропаганды.

В этой статье мы исследуем манипулятивные возможности СМИ в России и то, как они используются для формирования общественного мнения. В России действует более 83 тысяч официально зарегистрированных СМИ, распространяющих информацию на 102 языках. Распределение общего количества СМИ выглядит следующим образом: журналы - 37%, газеты - 28%, интернет-СМИ - 11%, ТВ - 10%, радио - 7% и информационные агентства - 2%. Доминируют печатные СМИ, на которые приходится две трети СМИ[1][2]. СМИ должны получить лицензию на вещание. 63% от общего числа СМИ могут распространять информацию по России, 35% за рубежом и 15% в странах СНГ [1].

Организация «Репортеры без границ» ежегодно составляет и публикует рейтинг стран на основе их оценки состояния свободы прессы. В 2016 году Россия заняла 148-е место из 179 стран, снизившись на 6 позиций по сравнению с предыдущим годом, в основном из-за возвращения Владимира Путина. Аналогичный рейтинг составил Freedom

House, поставив Россию на 176-е место из 197 стран по уровню свободы прессы в 2013 г., наравне с Суданом и Эфиопией [2:14-17].

### **АНАЛИЗ ИССЛЕДОВАНИЙ**

Средства массовой информации как политический институт играют ценную гносеологическую, регулятивную и практическую роль в информационной и аксиологической составляющей общественного мнения в многоуровневом пространстве современной России. Потенциал СМИ в качестве составной части политической коммуникации рассматривали А.В. Дмитриев, Б.И. Кретов, А.И. Соловьев и др. Политическое влияние и особенности СМИ в условиях информационного общества освещались в работах Ю.Д. Бабаева, А.Е. Войскунского, А.Е. Жичкиной и др. Предметом отдельных исследований выступала специфика современного функционирования средств массовой информации в ракурсе взаимодействия триады «власть — СМИ — общественное мнение» в России. Некоторые авторы оценивали коммуникативную функцию СМИ, обеспечивающую взаимодействие между отдельными институтами политической культуры. В работе О.В. Баскаковой (см.: [3:12—13]) определены роль и место СМИ в системе политических институтов современной России, исследован процесс формирования СМИ как политического института в условиях модернизации политической системы.

### **Роль СМИ в России**

Средства массовой информации в России играют жизненно важную роль в формировании общественного мнения, поскольку они являются основным источником информации для большинства граждан. Медиа-ландшафт в России разнообразен, но в нем преобладают контролируемые государством СМИ, в том числе телеканалы, радиостанции и газеты.

Подконтрольные государству СМИ в России часто используются для продвижения программ правительства и влияния на общественное мнение. Они также используются для подавления инакомыслия и создания положительного имиджа правительства и его лидеров. В последние годы российское правительство обвиняют в использовании средств массовой информации для манипулирования общественным мнением как внутри страны, так и за рубежом.

Все вышесказанное позволяет сделать общий вывод о том, что роль и степень влияния средств массовой информации на современную политическую ситуацию в России имеет постоянную тенденцию к увеличению. В то же время этот процесс имеет свою ярко выраженную специфику [4. С. 12].

### **Манипулятивные приемы, используемые российскими СМИ**

Средства массовой информации в России используют различные манипулятивные приемы для воздействия на общественное мнение. Одним из наиболее распространенных методов является использование пропаганды, предполагающей распространение предвзятой или вводящей в заблуждение информации. Пропаганда часто используется для продвижения определенной политической программы или для демонизации противоположной точки зрения.

Еще одним манипулятивным приемом, используемым российскими СМИ, является избирательное представление информации. Это включает в себя представление только тех фактов, которые поддерживают определенную точку зрения, игнорирование или

преуменьшение фактов, которые ей противоречат. Этот метод может быть особенно эффективен для формирования общественного мнения, поскольку может создать впечатление, что определенная точка зрения более широко принята, чем она есть на самом деле.

Средства массовой информации в России также используют эмоциональные призывы для манипулирования общественным мнением. Это предполагает обращение к эмоциям аудитории, а не представление рационального аргумента. Эмоциональные призывы могут быть особенно эффективны в формировании общественного мнения, поскольку они могут вызвать сильную эмоциональную реакцию, которая преобладает над рациональным мышлением.

### **Влияние манипулятивных СМИ на российское общество**

Манипулятивные возможности СМИ в России оказали значительное влияние на общество. Они способствовали подрыву доверия к СМИ и создали в обществе атмосферу цинизма и апатии. Они также способствовали поляризации общества, поскольку люди все чаще подвергаются воздействию только тех точек зрения, которые поддерживают их существующие убеждения.

Манипулятивные возможности СМИ в России также повлияли на принятие политических решений. Российское правительство обвиняют в использовании средств массовой информации для манипулирования общественным мнением в поддержку своей политики как внутри страны, так и за рубежом. Это создало ситуацию, в которой правительство может проводить политику, которая в противном случае не была бы поддержана общественностью.

После недавнего военного конфликта с Украиной в Российской Федерации, закрытия изданий, «не поддерживающих» местную власть, и массовых преследований причастных к ним журналистов/блогеров [5], у нас есть основания сделать вывод, что под политическим давлением, информацию манипулятивного характера в СМИ поощряется подавать в основном через государственные СМИ.

### **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Средства массовой информации в Российской Федерации обладают значительными манипулятивными возможностями, которые часто используются для формирования общественного мнения и влияния на принятие политических решений. К таким манипулятивным приемам относятся пропаганда, избирательное представление информации и эмоциональные призывы. Влияние манипулятивных СМИ на российское общество было значительным, что способствовало подрыву доверия к СМИ и поляризации общества. Необходимо признать манипулятивные возможности СМИ в России и принять меры по противодействию их влиянию. Это включает в себя продвижение медиаграмотности и навыков критического мышления, а также поддержку независимых СМИ.

### **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.**

1. <https://tass.com/economy/861230>
2. Vartanova, Elena. Media System of Russia. AspectPress, 2017.

3. Баскакова О.В. Трансформация средств массовой информации в условиях модернизации политической системы России: Автореф. дисс. ... канд. полит. наук. Ярославль, 2004.
4. Кочурова А.Л. Роль СМИ в политической культуре России: современная ситуация // Вестник РУДН, серия Политология, 2014, № 3. - С. 60-64.
5. <https://www.gazeta.ru/special-operation-ukraine/14647285.shtml>