САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Факультет социологии

*На правах рукописи*

**ЕМЕЛИН Ярослав Александрович**

**СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В СТРУКТУРЕ**

**ПОЛИТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ**

**(на примере Ленинградского телевидения)**

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

по направлению подготовки 39.04.01 «Социология»

(научно-исследовательская работа)

Науч. руководитель –

д. полит. н., профессор

Милецкий Владимир Петрович

кафедра социологии политических и социальных процессов

очная форма обучения

Вх. №\_\_\_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Секретарь ГАК\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Санкт-Петербург

2023

*Выражаю искреннюю благодарность всем тем, кто принял участие и оказал содействие в работе над магистерской диссертацией:*

Профессору, доктору политических наук ***Владимиру Петровичу Милецкому*** за научное руководство, теоретическую и практическую помощь в выборе темы и написании научно-исследовательской работы.

Кандидату философских наук ***Дмитрию Павловичу Шишкину*** за консультативную помощь в проведении эмпирического исследования.

Председателю Санкт-петербургского городского суда ***Алексею Вадимовичу Лакову*** за рецензирование магистерской диссертации и участие в экспертизе.

Старшему помощнику прокурора Ленинградской области по взаимодействию со СМИ и правовому обеспечению ***М. С. Швецовой*** за участие в экспертизе.

Депутату Законодательного собрания Санкт-Петербурга VII созыва ***Денису Александровичу Четырбоку*** за участие в экспертизе.

Главному редактору телеканала ЛенТВ24, генеральному директору АО «ЛОТ» ***Олегу Викторовичу Черных*** за участие в экспертизе.

А также руководителю объединённой пресс-службы судебной системы Санкт-Петербурга ***Д. С. Лебедевой*** и помощнику депутата Законодательного собрания VII созыва Д. С. Четырбока ***Р. А. Серикову.***

**Оглавление**

**Введение** **4**

Глава 1. Теоретико-методологическая аналитика места и роли

средств массовой информации в политической системе общества 10

* 1. Современная политическая система: специфика и структура **10**
	2. Роль средств массовой информации в политических процессах современного российского общества **43**

**Глава 2.**  **Эмпирическое исследование роли средств массовой информации в структуре политической системы современной России**

**(на примере Ленинградского телевидения**) **83**

* 1. Программа эмпирического исследования роли средств массовой информации в структуре политической системы современной России **83**
	2. Описание результатов проведенного эмпирического исследования роли средств массовой информации в структуре политической системы современной России **96**

**Заключение** **108**

Список литературы 111

**Приложение 1** **121**

**Приложение 2** **122**

**Приложение 3** **123**

**Приложение 4** **124**

**Приложение 5** **125**

**Приложение 6** **126**

**Приложение 7** **127**

**Приложение 8** **128**

**Введение**

Любое общество стремится к устойчивости и стабильному развитию. Последовательное и эффективное взаимодействие всех социальных акторов и общественных институтов обеспечивается институционализированной политической властью, которая координирует и направляет протекающие социально-политические процессы. «Власть должна быть в состоянии определять те пределы развития споров и конфликтов, по достижении которых необходимо принять властное решение, которое должно всеми восприниматься как обязательное»[[1]](#footnote-1), – подчеркивает академик Г. В. Осипов.

Свою значимость приобретают и современные формы социального контроля. Это как формализованные нормы, так и неформализованные нормы, которые большинством групп общественности признаются легитимными и обязательными к исполнению. Согласно Н. Луману, формирование и обеспечение социального порядка – важнейшая задача любой политической системы: «Необходимость поддержания социального порядка как конечная задача любого государства и функция государственного института требует от судьи осуществить выбор между правовым и социальным должным тогда, когда правовой спор это предполагает»[[2]](#footnote-2).

Любые формы политических решений подчинены институту права, который обладает высшей легитимной силой и существует в виде нормативно-правовых актов. «Ограничивая государственную власть правом, конституция тем самым охраняет провозглашаемые в ней гражданские и политические права граждан, реализует центральную функцию права как воплощения и меры бытия свободы. Право без свободы есть юридическая фикция, позитивная санкция произвола. Свобода без права – есть война всех против всех, распад общества и государства»[[3]](#footnote-3), – поясняет академик Г. В. Осипов.

Взаимодействие общественных институтов обеспечивается прочными двусторонними связями. Институт средств массовой информации формирует и обслуживает коммуникационные процессы, протекающие в сложной иерархической структуре общества. Роль средств массовой информации и политических коммуникаций заслуживают отдельного внимания, поскольку фактически СМИ являются еще одной, четвертой ветвью политической власти, отвечающей за диалог между группами общественности и политической элитой, формирование общественного мнения, установление информационной повестки.

В условиях стремления систем к равновесию, сбалансированности и стабильности, осуществляется социальный порядок, в том числе, за счет эффективных правовых механизмов. Академик Г. В. Осипов поясняет задачу компенсаторных механизмов с их функциональной точки зрения: «К социально-правовым компенсирующим механизмам относятся те виды социальной деятельности, цель которых – обеспечить развитие, эволюцию данной нормативной системы при сохранении ее принципиальных характеристик относительно постоянных»[[4]](#footnote-4).

Таким образом, мы предполагаем, что функциональность средств массовой информации далеко выходит за пределы освещения тех или иных событий и явлений. Данное предположение можно принять за основную **гипотезу данного исследования**.

В соответствии с гипотезой, **актуальность исследования** обусловлена недостаточной научной проработанностью проблематики интеграции средств массовой информации в политическую систему современного общества.

Объектно-предметная структура исследования может быть описана следующим образом.

**Объектом изучения** выступают средства массовой информации в качестве института в структуре политической системы современной России.

**Предметом изучения** является роль средств массовой информации в структуре политической системы современной России и особенности функционирования института СМИ в данном контексте.

**Цель исследования** заключается в изучении и выявлении роли, специфических форм и особенностей функционирования института средств массовой информации в структуре политической системы общества.

Для достижения вышеназванной цели были поставлены следующие **задачи**:

1. Определить понятийный аппарат научно-исследовательской работы, уточнить теоретико-методологическую базу исследования, выделить основные подходы к данной проблематике, разработать и обосновать методологический инструментарий исследования.
2. Выявить специфику и особенности интеграции средств массовой информации в политическую систему российского общества.
3. Провести системный анализ современного российского медиаландшафта.
4. Провести социологический анализ телеканала ЛенТВ24 в качестве важнейшего учреждения института средств массовой информации в структуре политической системы современной России.

 **Теоретическая база исследования** основана на научных исследованиях российских и западных авторов. Круг научных источников представлен следующими публикациями:

1. По общей и прикладной социологии (В. П. Милецкого, М. А. Шугалея, Г. В. Осипова, А. Е. Хренова, Н. Дж. Смелзера, Э. Гидденса и др.);
2. По социологии средств массовой информации (Д. П. Гавры, А. С. Пую, Ю. В. Пую, О. В. Звада, С. А. Джавадовой, Т. Г. Пядышевой и др.);
3. По исследованиям, посвященных феномену фейк-ньюс, категории доверия и формированию общественного мнения (В. П. Милецкого, А. С. Архангельской, Э. В. Намруевой, О. И. Ильяновой, А. Мерсье и др.);

Подобные исследования проводились на базе социологических, политологических, психологических и коммуникационных ресурсов СПбГУ, МГУ, ИСЭРТ РАН, ТГУ им. Г. Р. Державина, Института проблем правооприменения, Академии Управления МВД России и др.

**Методологической базой исследования** являются теоретическо-методологические подходы и изучению роли, специфических форм и особенностей функционирования института средств массовой информации в структуре политической системы общества (Структурно-функциональная и системная методология, методология системного изучения современной политической системы Д. Истона и др.). Гносеологическим инструментарием выступают методы общенаучного наблюдения, синтеза и анализа, индукции и дедукции, моделирования и социальной аналогии, включая другие эмпирические социологические методы научного познания (анализ документов, социологические опросы, case study, экспертное интервью и др.).

**Эмпирическая база исследования** основана на результатах авторских социологических исследований и материалах вторичных социальных данных, которые опубликованы в открытых источниках, в том числе и прикладных социологических исследований, результаты которых размещены в свободном доступе, включая внутрикорпоративные данные телеканала ЛенТВ24.

**Логика исследования** определена его структурой. Содержательно научно-исследовательская работа состоит из введения, двух глав, каждая из которых подразделяется на параграфы, заключения, списка использованных источников и приложений к магистерской диссертации. В введении определяется актуальность исследования и его объектно-предметная структура, содержатся теоретическое, методологическое и эмпирическое описание научно-исследовательской работы. Первая глава работы посвящена Теоретико-методологической аналитике места и роли СМИ в политической системе общества. Вторая глава работы посвящена эмпирическому исследованию роли средств массовой информации в структуре политической системы современной России (на примере Ленинградского телевидения). В заключении приведены выводы, сформулированные на основании результатов проведенного исследования, и отражены положения, которые были вынесены на защиту. Список используемых академических полнотекстовых источников содержит 98 наименований, включая полнотекстовые источники и электронные ресурсы. В приложениях представлены путеводитель экспертного интервью, гайд интернет-опроса сотрудников телеканала ЛенТВ24, расшифровка экспертного интервью, результаты вторичных социологических исследований. Уникальность авторского текста составляет 96,22%.

**Основные результаты проведенного исследования, отражающие авторскую позицию, заключаются в следующих положениях, выносимых на защиту, и корреспондируются с темой магистерской диссертации:**

1. Будучи интегрированными в политическую систему, средства массовой информации обеспечивают легализацию распространяемой в новых медиа информации в общественном поле.
2. Уровень политико-правовой культуры и социальной ответственности средств массовой информации повышается в условиях жестких законодательных ограничений.
3. Концепция «четвертой власти» не более чем околонаучная метафора, функционально противоречащая специфике взаимодействия средств массовой информации с органами государственной власти и правоохранительными органами.
4. Ответственность за противодействие фейковой информации лежит на плечах органов государственной власти, а не средств массовой информации.
5. Ангажированность средств массовой информации не всегда противоречит равновесию и стабильности политической системы общества.

**Глава 1. Теоретико-методологическая аналитика места и роли средств массовой информации в политической системе общества**

* 1. **Современная политическая система: специфика и структура**

Говоря о природе и сущности политики, следует отметить, что та существовала не всегда. Любые признаки неравенства определили необходимость в возникновении политической власти. Материальные, физические, гендерные различия привели к необходимости урегулирования и сбалансированности общественных интересов, включая потребность в перераспределении ресурсов. В данном контексте политику следует рассматривать как «сферу человеческих отношений по поводу согласования интересов различных социальных групп, а также конкурентное взаимодействие между разными группами по поводу обладания особым специфическим ресурсом – политической властью»[[5]](#footnote-5).

Ни одна политическая система немыслима без политической власти, которая является ее системообразующим ресурсом. Однако, тем временем, любая власть отличается характерными признаками: непосредственными и опосредованными. Первые включают в себя императивные характеристики, такие как воля, принуждение, обязательность к исполнению. Ко вторым зачастую относят объекты, на которые воздействует власть, и среди них выделяют как сферы жизнедеятельности общества, так и конкретных индивидов, организации, ведомства, социальные образования.

В рамках системно-социологического подхода, современная публичная политика весьма чувствительна к общественным интересам и социальным потребностям, которые обеспечиваются многочисленными институтами. Эффективность политического администрирования достигается благодаря гармоничному взаимодействию всех компонентов политико-управленческой системы. Ее содержание раскрывается как на общегосударственном, так и на субъектном и муниципальном уровнях.

Изучением специфики политических систем занимается политология. «Политология с предметной точки зрения есть наука, изучающая и раскрывающая сущность, структуру и особенности власти, политики и политической сферы общества, а также объективные закономерности их за-рождения и исторической социодинамики в реальном взаимодействии с другими компонентами и подсистемами общества»[[6]](#footnote-6), – объясняет В. П. Милецкий.

Принято рассматривать сущность политической системы в двух плоскостях. В гносеологическом познавательном пространстве политическая система предстает элементом социальной системы и объединяет общественные институты, субъекты, процессы, явления. В онтологическом – более пристальное внимание уделяется не внешнему окружению, а внутренней структуре политической системы, которая описывается детализированной академической природой, компонентным составом, специфическими функциями. Поскольку второй теоритический подход наиболее соответствует целям и задачам исследования, решено составить структурный портрет политической системы. Принято считать, что к базису политической системы относятся следующие компоненты:

1. Субинституциональные – это государственная власть в различных формах политической власти, консолидирующая или объединяющая другие формы власти.
2. Субъектные – это макро- и микросоциальные субъекты, которые непосредственно участвуют в организации жизни общества. Если к первой группе относится народ со своим электоральным потенциалом, то ко второй – представители исполнительной власти, в частности, президент, председатель правительства, главы субъектов, районных администраций и муниципалитетов.
	1. отдельную роль играет депутатский корпус, представляющий общественные интересы на том или ином государственном уровне;
	2. политическая элита как специфический субъект власти консолидирует различные уровни государственной власти;
	3. политические партии, общественные организации, профсоюзы.
3. Политические институты, разрешающие те или иные потребности общества, в целом, и его представителей, в частности.
4. Политические процессы, отражающие содержание тех или иных отношений в социуме, выполняющие связующую функцию в политической сфере.
5. Ментальные компоненты, содержащие знания, теории, концепции, ценности, интересы, намерения участников политического процесса.

Более общую структурную картину политической подсистемы предлагает А. Р. Губайдуллин, выделяя несколько подсистем, которые функционально группируют компоненты политической системы. Согласно данной методике, существуют институциональная, коммуникативная, нормативная и культурно-идеологическая подсистемы[[7]](#footnote-7).

По мнению В. П. Милецкого и Н. В. Казариновой, уместно различать горизонтальный и вертикальный срезы административного влияния. Речь о политическом воздействии на различные сферы жизни общества. Так, социальная сфера жизни общества будет регулироваться общепринятыми нормами социальной, культурной, экономической политики, соответственно. Авторы монографии «Системное содержание современной социальной политики» утверждают: «Эти виды политики являются равностатусными и находятся в отношениях взаимосвязи друг с другом»[[8]](#footnote-8).

Говоря о вертикальном иерархическом устройстве, принято проводить водораздел между федеральным политическим центром, политическими субъектами на местах и локальными органами власти, которые обеспечивают реализацию политических решений на муниципальном уровне. В данном контексте, принимаемые нормативно-правовые акты, которые и регламентируют ту или иную сферу жизни общества, не вправе противоречить вышестоящим юридическим документам. Другими словами, муниципальная норма не может быть мягче региональной, а региональная не может идти вразрез с федеральной. В. П. Милецкий и Н. В. Казаринова отмечают: «Причем в пределах названных объектов политико-управленческого воздействия соответствующими государственными и муниципальными органами власти может разрабатываться и осуществляться как экономическая, так и социальная политика»[[9]](#footnote-9).

Современное политическое пространство неотделимо от категорий разделения ветвей власти, ее легитимности, политической свободы, концепции политического лидерства, гражданского общества. Академическая политическая мысль о возникновении государства и принципах, на которых оно базируется, восходит еще к Дж. Локку, Ш. Л. Монтескье, Ж.-Ж. Руссо, И. Канту, Г. В. Ф. Гегелю, М. Веберу, Г. Моска, В. Парето и др.

Тем временем, следует отличать легитимность власти от ее легальности. «Под легитимностью власти подразумевается ее неофициальное признание, обусловленное какими-либо ее свойствами, вызывающими ее одобрение, принятие населением»[[10]](#footnote-10), – объясняет В. П. Милецкий. Однако, легальность власти состоит в ее юридическом закреплении в соответствующих нормативно-правовых документах. При этом государственная власть консолидирует различные процессы и компоненты, чтобы обеспечить стабильность в обществе. В. П. Милецкий и Н. В. Казаринова утверждают: «Политико-управленческий комплекс обеспечивает артикулирование и агрегирование социальных интересов, нужд и потребностей общества, а также отстаивает и реализовывает их в активной, адресной и эффективной социальной политике на практике»[[11]](#footnote-11).

К субъектному компоненту политической системы относятся политические институты. Они занимают особую и крайне важную роль в политическом процессе. «Одним из основных факторов политической стабильности современного общества является наличие эффективных институциональных властных механизмов, позволяющих обществу развиваться, не выходя за пределы структурной стабильности системы как целого»[[12]](#footnote-12), – отмечает Н. А. Головин. В эффективных политических институтах нуждается любая власть, как демократическая, так и недемократическая, иначе в государственной структуре не будут обеспечены порядок и стабильность, что приведет к хаосу или прекращению существования такого общества в принципе.

Любой политический институт отличается длительностью его существования, что является сущностной характеристикой данного субъектного компонента политической системы. Именно по этой причине политические институты крайне обособленны, с трудом подлежат трансформации. Даже новые политические институты, как правило, возникают на основе уже существующих, лишь дополняя и раскрывая последние. При этом государственные институты все же динамичны, но проследить путь их изменения целесообразно в долгосрочной перспективе. «Политические институты, помимо того, что выполняют специфические функции, связанные со стандартизацией деятельности людей в сфере политики, выполняют также и функцию предупреждения, урегулирования и разрешения многообразных проблем, противоречий и конфликтов между людьми в процессе удовлетворения их потребностей», – комментирует Н. А. Головин.

В рамках институционального подхода, уместно различать те или иные социальные сценарии, в соответствии с которыми происходят стандартизированные действия индивидов, направленные на удовлетворение и обеспечение определенных потребностей. Подобная модель регламентируется, систематизируется и преобразуется в крупную иерархически выстроенную систему – социальный институт.

Политические элиты часто становятся «закрытыми» структурами: «Стоит отметить, что в российском политическом пространстве публичные деятели высших эшелонов власти, от которых зависит принятие управленческих решений и которые определяют стратегический курс развития страны, по-прежнему остаются весьма закрытой для исследователей группой. Во многом такое положение дел складывается в силу того, что связь с общественностью осуществляется при помощи специальных институтов»[[13]](#footnote-13).

Парадокс состоит в том, что категория «Элита» не является правовым и юридическим понятием. Эта метафора не закреплена ни в одном из нормативно-правовых актов, хотя, с точки зрения социологии и политологии, обладает довольно высокой терминологической ценностью. Юристы близки к такому толкованию: «Определенная группа людей, характеризующееся общими интересами, реализующая свои интересы исключительно во взаимодействии с целями общества и государства и действующая исключительно в рамках существующих в государстве законов и других нормативно-правовых актов». Тем не менее, элиты стоят особняком от общества, наблюдается дефицит обратной связи и эгоизм в принятии решений, которые так или иначе затрагивают общественные интересы.

Другим важнейшим элементом политической системы являются политические партии. Одна из их задач усматривается в налаживании повседневной жизни граждан. Политические партии устанавливают контакт между населением и представительными институтами власти, с одной стороны, с другой – являются легальной оппозицией, что соответствует требованиям стабильной политической системы. Для демократического общества подобная работа необходима. В. А. Зимин утверждает: «Сегодня политическая система будет тем устойчивей, чем разнообразнее ее партийное меню, в котором каждый избиратель – от левого радикала до крайне правового либерала – найдет свою политическую партию»[[14]](#footnote-14).

Обзор теоретических подходов к пониманию природы и сущности политических партий показывает, что существуют как общие, так и различные черты. Так, Э. Берк полагал, что политическая партия – это интегральный элемент либерального государства, в котором достигаются определенные частные соглашения. Й. Шумпетер понимал, что, с функциональной точки зрения, политическая партия призвана осуществлять контроль над правительством. Дж. Сартори настаивал на роли представительства участников политической партии в органах государственной власти: от выборов до назначения на замещаемые должности. Ч. Мак утверждал, что политическое и идеологическое многообразие в лице политических партий способно обеспечить политическую конкуренцию. По мнению Ю. Мартова и С. Комарова, политические партии предназначены для проведения общественных интересов и выражения общественной воли в жизни государства[[15]](#footnote-15).

Функции политических партий при демократических и недемократических режимах различны. Если при первых политические партии играют ключевую роль в политической системе, то при вторых – предназначение совершенно иное. «Как правило, в иных политических режимах идет реализация совсем иных функций, а партии являются механизмом принудительной политической мобилизации, манипулирования и контроля над населением и пр.»[[16]](#footnote-16), – объясняет А. И. Никитенко.

Проблема степени политического участия оправдана: политические элиты должны быть заинтересованы в поддержке политической власти. Именно посредством партийного представительства обеспечивается обратная связь и легитимация власти в политической системе. Однако и в этой плоскости усматривается дисфункциональность: «Новая масштабная тенденция определяется не растущей гражданской инертностью, но связанным со сменой поколений переходом к противоэлитной деятельности от участия в политической жизни под руководством элит»[[17]](#footnote-17).

Сегодня каждая политическая партия большое внимание уделяет активной работе с молодежью, провоцируя у молодых людей инициативность, прививая чувство патриотизма, предоставляя возможность быть причастными к большому делу – управленческой деятельности. Во многом, подобная тенденция связана с подрывом доверия избирателей к политическим партиям в условиях ожесточенной борьбы за власть, теневого межэлекторального периода. Кроме того, отсутствие явной политической альтернативы и унификация программных документов политических партий также снижает уровень лояльности избирателей.

Существует ошибочное мнение, что молодежь аполитична, обладает низким уровнем политической культуры. В. В. Акимова и А. В. Рачина приводят данные социологического исследования о вовлеченности студентов в президентские выборы Б. Н. Ельцина и В. В. Путина. Согласно результатам данного опроса, среди молодых людей явка на выборы В. В. Путина была более высокой, чем в избирательную кампанию его предшественника, что может свидетельствовать о заинтересованности молодежи в будущем страны. Социологи делают вывод: «Политическая аномия и политическая инертность молодежи при ближайшем рассмотрении оказывается мифом»[[18]](#footnote-18).

Само существование политических партий сопряжено с уровнем политической культуры в обществе. Так, политические системы с исторически развитой политической культурой не имеют в своем законодательстве специальных законов, которые бы утверждали и регламентировали организацию и деятельность политических партий. В отличие от других политических институтов, политические партии долгосрочны во временном измерении, имеют обширную сеть представительств в разных регионах государства с централизованной моделью управления, нуждаются в поддержке заинтересованного большинства для осуществления политической борьбы за государственную власть.

Исследование проблематики политической культуры носит междисциплинарный характер. На когнитивном, поведенческом и праксеологическом уровнях политическую культуру формируют базовые ценности, знания, практика применения этих знаний. Политическая культура является элементом общей культуры, а ее носителями – социальные институты, которые обслуживают данное проблемное поле. В. Н. Савин полагает, что современная политическая культура в России пребывает в кризисном состоянии, особенно среди студентов[[19]](#footnote-19). Во многом, это связано с социальными трансформациями, нестабильным развитием социальных механизмов и непоследовательным формированием политического сознания. Практическая значимость развития политической культуры заключается в формировании и становлении государства и общества в целом, которые можно было бы признать социальным и правовым.

Изучение любого политического процесса невозможно без внимания к проблематике политических традиций, которые аккумулируют и формируют накопленный опыт. Политическая модернизация неизбежна, однако она предполагает трансформацию уже устоявшихся ментальных, социальных, политических, культурных установок. Суть политической модернизации, однако, не может быть сведена разве что к преобразованию элементов политической культуры. По мнению А. М. Сайтбекова, теория политической модернизации более обширна: «Обоснование общей модели глобального процесса цивилизации, суть которой в описании характера и направлений перехода от традиционного к современному обществу в результате научно-технического прогресса, социально-структурных изменений, преобразования нормативных и ценностных систем»[[20]](#footnote-20). Сама же традиция способна к видоизменению, но замещение представляется более сложным процессом.

Политическая, как и любая другая система, стремится к балансу между автономными и самодостаточными подсистемами, компонентами общества. Диагностика состояния политической системы пользуется особым научным вниманием у социологов. Стабильной можно назвать такую систему, в которой достигается и поддерживается равновесие всех ее подсистем и структурных элементов, базовых компонентов. Сегодня не принято говорить о статичном равновесии. Согласно структурно-функциональному подходу, которому следовал В. Парето, элементы политической системы подвижны, и они не могут находиться в закрепленном состоянии. Все подсистемы взаимосвязаны, любые колебания в одной влекут за собой череду метаморфоз в другой. Однако, все компоненты стремятся к балансу, потому как «нормально функционирующее общество – это постоянно нарушаемое и восстанавливаемое равновесие»[[21]](#footnote-21).

Академическую идею о равновесном состоянии элементов политической системы развил Т. Парсонс, допустив возможность колебаний в рамках разумного диапазона. Те изменения, которые не превышают допустимые качественные и количественные параметры, считаются приемлемыми. В противном случае, есть вероятность воцарения хаоса, возникновения социально-политического конфликта, роста протестных настроений. Можно предположить, что необходимы некие параметры, значения, в пределах которых допустима динамика. В рамках структурно-функционального учения приобретают значимость механизмы социального контроля, которые бы регулировали и поддерживали стабильное состояние общества.

Обеспечение гомеостазиса системы возможно, благодаря двум механизмам. «Первый – иерархическое централизованное управление, гарантирующее системную целостность и быстроту принятия решений по «оперативным» вопросам. Второй – механизм самоорганизации, который дает системе внутренние импульсы для развития, выполняет функцию балансировки различных социальных подсистем через взаимодействие разносторонних социальных групп и организаций»[[22]](#footnote-22), – описывает Н. А. Головин.

Чтобы система перманентно пребывала в стабильном состоянии, необходима относительная устойчивость политико-институциональных и политико-культурных параметров, при условии легитимности и эффективности власти, что обеспечило бы последовательное развитие такой системы. В то же время, представляется необходимым адекватное сочетание мобилизационного и автономного ресурсов, которые и образуют две базовые модели политической системы.

Политическое равновесие и баланс политических сил могут быть достигнуты на основании принципа разделения властей. Современные политические системы практикуют обособление и автономизацию судебного, законодательного и исполнительного направлений процессов. Такая концепция восходит к Аристотелю, который и предложил подобную государственную модель[[23]](#footnote-23). Модель политической симметрии представляется наиболее адекватной и предполагает эффективное и пропорциональное, равномерное распределение ресурсов. По мнению И. А. Майданской, в российской исторической традиции сформировался дисбаланс политических сил. Социолог утверждает, что исполнительной власти в нашей стране не могут противостоять ни средства массовой информации, ни крупный бизнес, ни общественные движения. «Исполнительная власть в нашей стране наделена столь широкими полномочиями, что законодательная и судебная власти не в состоянии поддерживать политическое равновесие»[[24]](#footnote-24), – поясняет И. А. Майданская.

Поскольку уважение к закону, то есть к формальной власти, – одно из проявлений духовно-нравственного развития, то просоциальные нормы и ценности в рассматриваемом контексте предстают как «надзаконная» система поведения, вводящая дополнительные внутриличностные и общественно разделяемые регуляторы тех социальных практик, которые законом прямо не запрещены, но вступают в противоречие с духовно-нравственными установками»[[25]](#footnote-25).

Институт судебной власти носит частно-правовой и публично-правовой характер. Если первые две ветви власти выполняют законотворческую и правоприменительную функции, то третья – призвана развести участников конфликтной ситуации путем обращения к букве закона. Императивный характер судебного решения не обсуждается. Специфическая модель судебной власти обеспечивает принцип равноправия всех социальных групп перед законом, исполняет государственную политику путем постановления судебных решений, способствует разрешению конфликтных ситуаций путем осуществления правосудия, обладает особым независимым правоприменительным статусом, который отличается неприкосновенностью. «Выявление путей совершенствования деятельности судебной системы может происходить именно в контексте разработки критериев повышения эффективности государственного управления»[[26]](#footnote-26), – справедливо отмечает И. Е. Севастьянова.

Открытость и гласность судопроизводства в России обеспечивается проведением открытых судебных заседаний, в которых могут принимать участие лица, не являющиеся участниками судебного процесса, в том числе, и журналисты, сотрудники средств массовой информации. Однако, согласно ч. 1 ст. 123 Конституции РФ, в доступе к судебного процессу может быть отказано решением суда. Среди обстоятельств, при которых правосудие осуществляется в закрытом порядке, судья вправе сослаться на государственную, коммерческую или иную тайну, обеспеченную законом, половую неприкосновенность несовершеннолетнего и др. Д. С. Лебедева комментирует: «Часть 2 статьи 118 Конституции Российской Федерации провозглашает, что судебная власть в России осуществляется посредством конституционного, гражданского, административного и уголовного судопроизводства. Также судопроизводство осуществляется в соответствии с нормами, указанными в Кодексе Российской Федерации об административных правонарушениях»[[27]](#footnote-27).

Судебная власть априори не может ангажироваться чьими-либо интересами. Любое решение принимается судьей на основании внутреннего убеждения. Судья независим в оценке относимости, допустимости, достоверности и достаточности в условиях состязательного процесса. «Провозглашение в концепции судебной реформы 1991 года выхода на арену общественной жизни независимого суда, свободного от корыстных интересов и политических симпатий и выступающего гарантом законности и справедливости, играющего дня государства такую же роль как совесть у человека, еще не свидетельствует о появлении именно такого суда и судей, способных осуществлять правосудие с учетом требований, предъявляемых к ним обществом, которое само еще только пытается стать гражданским и демократичным»[[28]](#footnote-28), – поясняет В. И. Телятников.

Неформально принято говорить еще об одной, четвертой ветви власти – это средства массовой информации. Некоторые исследователи отводят институту средств массовой информации главенствующую, определяющую и надзорную роль, превосходное положение, по отношению к традиционным формальным ветвям власти: «Средства массовой информации устанавливают систему ценностей, позволяющих индивидам вырабатывать собственную оценку приемлемости или неприемлемости формальных правил, лежащую основе макросоциальной идентичности, отсылающей к вопросам духовно-нравственного развития»[[29]](#footnote-29).

По мнению Э. Э. Шульца, социальный протест может представлять серьезную опасность для политической системы. Сам по себе конфликт в обществе не является угрозой, но до тех пор, пока он не приобретает крупные масштабы и не заражает объединяющей идеей значительный процент общественности: «Важность и опасность объединяющей идеи заключается в том, что она находит отклик у всех слоев населения и несет ежедневное постоянное давление на все общество»[[30]](#footnote-30). Динамика политической стабильности отражена в ее типологии, поскольку различные общества автономны и самодостаточны. Принято различать высокостабильные, среднестабильные, низкостабильные и нестабильные системы.

Социальный протест как явление является фактором дестабилизации политической системы, особенно в то время, когда начинает приобретать радикальные формы. Переход из пассивного в активное состояние и мобилизация оппозиционной массы свидетельствуют о наличии серьезных проблем в обществе и необходимости перемен. Модель замалчивания и игнорирования политической элитой общественного запроса представляется неконструктивной и даже деструктивной. При этом Э. Э. Шульц отмечает, что количественные социологические исследования протестных акций в России не привели к каким-либо результатам. Речь идет о качестве оппозиционной волны, которая действительно заставит политическую элиту задуматься об обратной связи, вызовет страх перед участниками протеста.

Согласно веберовской концепции релятивизима, имеет место сопротивление хотя бы между двумя участниками конфликта. Эта теория получила свое развитие благодаря научным разработкам П. Блау и Д. Ронга. Первая посвящена распределению ресурсов, согласно которой носитель власти обладает определенными благами, а объект власти получает их в качестве вознаграждения, либо испытывает их дефицит в качестве наказания. Вторая объясняет наличие властных отношений таким образом, что субъект власти или наделяет объект определенными ресурсами, или лишает их, поскольку обладает несравнимым состоянием и распоряжается этими ресурсами по своему усмотрению. Однако речь идет не о принудительных мерах, а о количестве этих ресурсов: носитель власти в соответствии со своими возможностями либо делится ими с объектом власти, либо ограничивает, либо даже лишает материальных благ.

В условиях конкурентной борьбы за дефицитные ресурсы, здесь же уместно вспомнить о теории социальной стратификации[[31]](#footnote-31), понятие которой раскрывает видный социолог Г. Н. Нурышев, формируется такой социальный феномен, как власть. Другими словами, приоритетное право использования и распределения этих ограниченных ресурсов. Очевидно, что складывается борьба за власть, развиваются предпосылки к конфликтогенным отношениям. Тем более, что конфликты – это один из естественных способов социализации личности или группы[[32]](#footnote-32). Г. В. Осипов и Л. Н. Москвичев отмечают, что власть «должна быть в состоянии определять те пределы развития споров и конфликтов, по достижении которых необходимо принять властное решение, которое должно всеми восприниматься как обязательное»[[33]](#footnote-33).

С институциональной точки зрения, существуют различные институты конфликторазрешения, в зависимости от области их протекания. Представляется, что в рамках настоящего исследования наиболее актуальным предстоит разговор о гражданских и политических конфликтах в макроскопическом и микроскопическом измерениях.

Макрополитические институты разрешения конфликтов нацелены не только на их разрешение, но и предупреждение, и завершение. В. П. Милецкий и Д. Н. Черезов предлагают различать международные, профильные, государственные и негосударственные институты конфликторазрешения[[34]](#footnote-34). В числе первых можно назвать такие международные организации, как ООН, НАТО, ОБСЕ и G-8 (неформальный). Ко вторым относятся МСС (Мировое Социалистическое Содружество), ЕС, СЕ, МСМОСУ (JULA), СНГ, РБС (российско-белорусский союз), ЕАЭС. В качестве еще одного макроинститута разрешения конфликтов выступает государство. Но это очень крупная и масштабная структура в политико-правовой надстройке общества. Поэтому к третьей группе институтов относятся институт главы государства, институт парламента в качестве репрезентативного, институт судебной власти, институт правительства, институт бюрократии, муниципальные институты. И к последним, негосударственным, принято относить политические партии, общественные организации, некоммерческие организации, которые замечены в активном политическом участии, но органами власти не признаны.

По большому счету, основная задача любой власти – предотвратить потенциальный хаос в том или ином обществе, упорядочить социальные действия его участников. Социальная и политическая почва власти может быть различной, главное – легитимной[[35]](#footnote-35). Чем бы она ни была подкреплена, она будет эффективна только в том случае, если ее признает абсолютное большинство.

Понятие конфликта можно заменить близкими по смыслу и значению категориями: конкуренция, соперничество, столкновение интересов и т. п. Спорные ситуации в любом обществе, в разных социальных группах и между представителями разных ячеек, – неизбежны. Но они не всегда деструктивны и разрушительны. Их нужно уметь разрешать.

П. И. Куконков связывает социологическую модель социального напряжения с проблемой адекватности. В силу ограниченности исследовательского подхода по очаговому или территориально-локальному принципу качественный анализ социальных противоречий не представляется возможным. Комплексная теоретическая и практическая разработка проблемы социального напряжения позволила бы добиваться насыщенного и богатого опыта, который бы лег в основу разностороннего существенного анализа природы социальных конфликтов. «Процесс выявления, фиксации и анализа социального напряжения должен базироваться, прежде всего, на непротиворечивой концептуальной схеме этого явления. Исследование социального напряжения в стадии его зарождения предполагает формирование социологической модели, отражающей основные параметры и динамику, а также характер и тесноту взаимосвязей этого явления»[[36]](#footnote-36), – замечает П. И. Куконков.

В контексте политической культуры, лишенной конфликтов, гармонично сочетаются такие элементы политической культуры, как традиции, ценности и нормы. Логично, что столкновение этих компонентов и провоцирует такое явление, как конфликт, которому опрометчиво отводить роль аномалии или дисфункции. Под дисфункцией политической системы Е. Н. Максимова и Л. Н. Гарас предлагают понимать следующее: «Такое состояние, когда структурный элемент системы прекращает выполнять действия, соответствующие его изначальному назначению, что находит проявление в вырождении функции, ее символизации и персонализации»[[37]](#footnote-37). С точки зрения структурно-функционального баланса, способность элементов политической системы адаптироваться к внешним факторам отражается в ее эффективности.

Несправедливое распределение ресурсов есть пример дисфункции политической системы. И. С. Алипулатов выражает мнение, что идеальной может считаться та политическая система, которая учитывает мнение не большинства, а меньшинства. Дагестанский политолог полагает, что в современном российском обществе сформировался явный запрос на справедливость: «Разрыв между богатыми и бедными зашкаливает все разумные пределы, становится опасным фактором социальной апатии, с одной стороны, и политической нестабильности – с другой»[[38]](#footnote-38).

Несправедливая диверсификация экономических, трудовых и природных ресурсов способна стать мощным катализатором протестных настроений. Социальное расслоение общества, когда подорвано доверие большинства, нарушает политический порядок. Качественное управление может быть обеспечено эффективностью органов местного самоуправления, когда рядовые вопросы россиян могут разрешаться на уровне муниципалитетов. По мнению И. С. Алипулатова, политическая стабильность – залог четкой вертикали власти: «Чем внушительнее в общественной жизни эти факторы, тем прочнее укореняются привычки строить свое благополучие без помощи государства»[[39]](#footnote-39).

Острая социальная дифференциация, вопросы равенства, политический плюрализм, по мнению Ю. В. Беспалова, обуславливают низкую эффективность российской демократии. Современные россияне придерживаются адаптационной стратегии, в которой имеются как преимущества, так и недостатки: «Этот тип стратегии способствует снижению социального напряжения, улучшению социального настроения и, тем самым, облегчает дальнейшие социальные преобразования. В то же время, этот тип стратегии является вынужденным, что означает его ситуативность и отсутствие наличия определенной ценностной основы»[[40]](#footnote-40).

Следует отличать собственно дисфункции политической системы от их факторов. На примере экономического неравенства, дисфункцией политической системы может быть рост коррупции. Е. Н. Максимова и Л. Н. Гарас проводят аналогию и называют факторы образования подобной дисфункции: «Неэффективные политические институты, дисбаланс в системе разделения властей, высокий конфронтационный потенциал политических элит…»[[41]](#footnote-41).

Фактором нестабильности политической системы могут выступать и сами политические элиты, эффективность деятельности которых комплексно определяет результативный вектор всей политической системы. Дисфункциональные состояния политической системы, соответственно, приводят к ее дисбалансу. Среди критериев, запускающих такой деструктивный процесс, специалисты выделяют формы рекрутирования политической системы, принципы деятельности политических элит, специфику взаимодействия между политическими элитами.

Е. Н. Максимова находит противоречивой проблему соотношения открытости и закрытости элиты, поскольку крайняя степень открытости приводит к размытию элитарного класса, как правило, его представители характеризуются некомпетентностью. Проблема эффективного и справедливого распределения ресурсов играет особо важную роль в дестабилизации политической системы. Наконец, консолидация политических элит обеспечивает устойчивое развитие общества в целом.

В качестве примеров приведенных выше факторов дисфункциональности политической элиты, можно привести политическую систему Республики Беларусь или «цветные революции», а именно политические конфликты на Украине. «В целом, демократическая система, основывается на принципе сменяемости власти, однако нынешняя практика показывает, что принципы демократии могут носить только формальный характер, когда электоральные процедуры не приводят к обновлению политической элиты, а лишь легитимируют доминирующую политическую элиту»[[42]](#footnote-42), – убеждена Е. Н. Максимова.

Конкуренция политических субъектов невозможна без столкновения их интересов, кроме того, такого рода борьба минимизирует возможность возникновения политической монополии, соответственно, обеспечивает эффективное и последовательное развитие общества, а также относительно справедливое распределение дефицитных ресурсов. Демократический транзит, как процесс позитивных преобразований и поиск оптимальных способов коммуникации, в свою очередь, также способствует стабилизации общества. Сама же демократия, в качестве народной власти, выражающейся в государственной, муниципальной, корпоративной власти, призвана оберегать общество от политической монополии, посредством свободных и соревновательных выборов.

Видные и заслуженные социологи по-разному представляли сущность демократии. Так, М. Вебер в качестве признака демократии усматривал существование сильного политического лидера и правительства, лишенного классовых и экономических предрассудков. Й. Шумпетер важную роль отводил конкурентной политической борьбе за власть, признаваемой и непреследуемой оппозиции, отрицал возможность монополии какой-либо одной политической элиты. А. Негри и Т. Хардт полагали, что уровень дифференциации общества может быть снижен за счет справедливой оплаты труда и обеспечения свободного и равного доступа к информации и массовым коммуникациям. Ч. Тилли и Р. Даль признавали необходимым возможность и реализацию всеобщего избирательного права. Любое демократическое общество немыслимо без плюрализма политических мнений, обеспечения гражданскими правами, наличия системы сдержек и противовесов действующей политической власти, функционирования свободных и независимых средств массовой информации.

Согласно плебисцитарной теории демократии М. Вебера, в функционировании политической системы большую роль играет категория одобрения власти. Массы привлекаются в качестве электората не для того, чтобы проводить и реализовывать народные интересы, а лишь принять участие в выборе харизматичного лидера, отдав ему бразды правления и поручив избраннику самому определять и задавать вектор развития государства.

В таких условиях демократические институты утрачивают свою реальную значимость, поскольку политический лидер способен использовать их в качестве инструмента для воплощения собственных политических решений. М. Вебер опасается, что контроль над политическим лидером снижается, а его власть оправдывается персональной харизмой.

Роль политического лидера в концепции М. Вебера занимает центральное место. В отличие от классической демократической традиции, где народный избранник фигурирует разве что как представитель электората, веберовская концепция наделяет лидера широкой свободой действий, а эффективность его работы определяется его успехами. М. В Масловский отмечает, что по завершении выборов избиратели уходят на второй план, наделяя лидера широкими полномочиями: «Такой лидер мог консолидировать свою власть с помощью военных побед либо путем повышения материального благосостояния своих подданных, а также сочетая оба указанных способа. Успех рассматривается как подтверждение харизмы лидера»[[43]](#footnote-43).

Проблемным представляется положение о том, что политический режим должен стремиться к стабильности, которая определяется такими факторами, как эффективность и легитимность. Успех политического режима зависит от того, как выполняются управленческие функции. Одобрение действующей власти рождается тогда, когда общество поддерживает те политические институты, которые функционируют в данной политической системе.

М. Вебер не исключает, что успех политического режима определяется не только внутриполитическими факторами. Его идею поддержал Р. Коллинз и дал ей дальнейшее развитие. Так, уровень легитимности может повышаться и понижаться, а зависит это от успехов государства на международной арене. Если политический лидер укрепляет авторитет государства и защищает его суверенитет, скорее всего, он заслужит одобрение электората. «Веберианская теория политики предполагает, что внутренняя политика тесно связана с внешней геополитикой. Способность тех или иных политических сил доминировать в государстве в значительной мере зависит от международного положения данного государства или, как мы можем сказать сегодня, от его места в миро-системе»[[44]](#footnote-44), – отмечает М. В. Масловский.

Особой формой политической деятельности являются общественные движения, которые также играют немаловажную роль в стабилизации политической системы. Зарождение и рост числа социальных движений возможны лишь при объективном политическом плюрализме, что свидетельствует о степени развитости того или иного общества. Специфика общественных движений отражена в их дефиниции. Ф. Нулльмайер и Й. Рашке считают, что социальные движения являются важнейшим субъектом политической системы, обладая высоким мобилизационным коллективным потенциалом наряду с высокой символической интеграцией и низкой ролевой дифференциацией, способным производить общественные изменения, преследовать социальные, политические и другие общественно полезные цели[[45]](#footnote-45).

Кроме того, социальные движения слабо институционализированы и, в большинстве своем, непрерывны во времени. Данные характеристики отличают социальные движения, например, от единичных случаев акций протестов, митингов, демонстраций. Социальные движения не сопряжены с патриомой. Участники идентифицируют себя с тем или иным общественным движением утвержденной символикой, выражая причастность к общему делу. Размытие ролей между участниками, руководителями, сторонниками качественно отличает социальные движения от политических партий с ярко выраженными централизованным управлением, вертикалью партийной власти и четким бюрократическим аппаратом.

Примером общественного движения является движение #Команда47 под патронажем губернатора Ленинградской области А. Ю. Дрозденко. Движение объединяет активных, инициативных и увлеченных единомышленников из разных районов Ленинградской области. Системный анализ социального движения #Команда 47 позволяет предметно рассмотреть структуру, цели, задачи и программные установки, а также выявить характерные для общественных движений сущностные признаки.

#Команда47 является небюджетным, некоммерческим, непартийным общественным движением. Участники движения имеют возможность быть причастными к развитию Ленинградской области, реализовать собственные проекты и инициативы, участвовать в региональных правительственных мероприятиях с губернатором Ленинградской области, членами правительства Ленинградской области, главами муниципальных районов Ленинградской области. Сегодня актив общественного движения насчитывает несколько тысяч заинтересованных участников.

Волонтеры осуществляют свою деятельность под девизом «Не нужно быть волшебником, чтобы творить добрые дела». Ресурсы социального движения представлены официальными группой в социальной сети «ВКонтакте» и телеграмм-канале. Какого-либо имущественного, возрастного или политического ценза на вступление в социальное движение нет. Присоединиться к движению может любой заинтересованный гражданин, желающий сделать жизнь в своем регионе лучше.

Неравнодушные жители Ленинградской области, волонтеры, добровольцы разных возрастов оказывают посильную помощь тем категориям граждан, которые в этом нуждаются: от социальной работы с пенсионерами и благоустройства муниципальных территорий до организации и сбора гуманитарной помощи участникам специальной военной операции (СВО) и жителям новых российских территорий – Донецкой Народной Республики, Луганской Народной республики, Херсонской и Запорожской областей.

Основные направления работы губернаторского движения существуют под лозунгами: «Команда заботы», «Команда нашего двора», «Команда – в работе», «Команда – в спорте», «Молодость – в команде», «Команда впечатлений», «Команда знаний», «Команда экологии», «Команда роста», «Команда наследия», «Команда без границ». Вектор работы практически неограничен и регулярно обновляется, в соответствии с текущими социальными задачами.

«Это моя мечта последних лет. Присоединиться может каждый житель Ленинградской области, все те, кому дорог наш регион, кто мечтает, чтобы он стал красивым, счастливым, уютным, которым мы все бы гордились. Ведь наша сила – в команде, в неравнодушных людях, которые, несмотря на расхождение во взглядах, разницу в возрасте, образовании или профессии, едины в главном – в стремлении сделать лучше и краше нашу малую Родину»[[46]](#footnote-46), – поясняет глава региона А. Ю. Дрозденко.

Таким образом, системный анализ общественного движения #Команда47 показал, что движение соответствует функциям и характеристикам социального движения, а также способствует стабилизации политической системы. Находясь вне политического участия, активисты движения способны реализовывать общественные интересы на местах, продвигать их на муниципальном уровне без обращения к государственной власти.

Активная гражданская позиция, с другой стороны, поддерживается муниципалитетами и региональной властью, налаживается диалог, объединяются усилия различных некоммерческих организаций. Широко распространена практика предоставления губернаторских грантов на реализацию социально значимых проектов.

Особое внимание в движении #Команда47 уделяется реализации молодежной политики и патриотической работе. Членство в молодежной #Команде47 закреплено за региональными отделениями ведущих некоммерческих организаций, среди которых российские студенческие отряды, российский союз молодежи, Волонтеры Победы, юнармейцы и др. Представители данных НКО берут шефство над каким-либо проектом и курируют его. Например, «волонтеры Победы» берут под крыло музей-заповедник «Прорыв блокады Ленинграда».

«Молодежная политика теперь у нас развивается с точки зрения ценности Команды. Поэтому при запуске Молодежной команды 47 помимо проектов, которые будем реализовывать, мы обсуждали вопросы, почему важно делать это именно в команде. Рассматривали целостность с точки зрения психологии, опыта и безопасности страны»[[47]](#footnote-47), – поясняет М. В. Григорьева, председатель комитета по молодежной политике Ленинградской области.

Коллаборация некоммерческих организаций дает возможность объединить ресурс и более эффективно его использовать. Именно системный подход важен при реализации молодежной политики. Объединяющий фактор упрощает работу, открывает новые горизонты, предоставляет коммуникационную площадку между некоммерческим сектором, муниципальной и государственной властью.

Если задача политической сферы заключается в администрировании общественных процессов, то право призвано регулировать отношения, возникающие в обществе. Эти две функции сочетаются при реализации правовой политики. Можно сказать, что право интегрировано в политическую систему. Позитивное право также призвано обеспечить равновесное состояние политической системы. Несмотря на относительную автономию политической и правовой систем, политико-правовые отношения по своей природе имеют однородный характер и могут взаимодействовать в качестве формы и содержания, формируя феномен политико-правовой культуры.

Ощутимый академический вклад в разработку концепции правового государства внесли И. Кант, Г. В. Ф. Гегель и К. Вильнер[[48]](#footnote-48). Сама идея заключалась в наличии у каждого гражданина возможности обратной связи: если государство имеет право к принуждению, то и гражданин может применять зеркальные меры по отношению к системе. Следуя этой мысли, личные права и свободы сопрягаются с общественными.

Девиация представляется не просто отклонением от нормы, а настоящим социокультурным феноменом. Как апогей – преступность. По мнению Я. А. Гилинского, девиацией принято называть поступок, действия человека, не соответствующие официально установленным или фактически сложившимся в данном обществе (социальной группе) нормам и ожиданиям; социальное явление, выражающееся в относительно массовых и устойчивых формах человеческой деятельности, не соответствующих официально установленным или фактически сложившимся в данном обществе нормам и ожиданиям»[[49]](#footnote-49).

Другой важный параметр преступности, который отличает ее от других типов девиации, – это отсутствие социальных границ. По мнению М. К. Гайдай, преступность также отличается общественной опасностью и юридическими пробелами, белыми полями. Другими словам, известное латинское высказывание *nullum crimen sine lege* переводится, как «нет преступления, не указанного в законе»[[50]](#footnote-50).

«Нет общества без права»[[51]](#footnote-51), – так говорили в Древнем Риме. Общеобязательные нормы, в соответствии с которыми функционирует социум, есть в каждом обществе. Таким образом, формируется социальный порядок. А для властной структуры, которая проводит свою политику и продвигает свои управленческие решения, право становится инструментом контроля. При этом, утрата легитимности сопровождается потерей социальной эффективности права, социальной дезорганизацией и распадом властных структур[[52]](#footnote-52).

Собственно процесс институционализации как раз и формирует современный миропорядок. Внутренняя структура общественных институтов может разниться. Основоположником институционализма был Т. Веблен. Социальные сценарии могут отличаться, но они регламентированы принятыми легитимными нормами и правилами. И когда большинство признает эти обычаи – это результат процесса институционализации, который следует отличать от институции.

Специфическую сущность понятий объясняет Д. С. Бразевич: «Нормы не считаются институционализированными до тех пор, пока они не признаны большинством населения, пока они не являются общепринятыми, само собой разумеющимися. Институция общественных норм понимается как формальное принятие парламентом или иным законодательным органом новых норм, независимо от того, как к ним относится население»[[53]](#footnote-53).

С объективной, содержательной и функциональной точек зрения, эта структура может адаптироваться под сферу, деятельность которой она обеспечивает. Например, институциональный императив в правовой подсистеме общества задает вектор, который и определяет социальный сценарий функционирования органов правопорядка и юстиции.

Если экономическая теория говорит о том, что спрос рождает предложение, то социология права утверждает: собственно право требует спроса. Д. Блэк полагает, что сами по себе правовые институты пассивны, пока не сформируется общественный запрос на мобилизацию права[[54]](#footnote-54). Академический интерес представляет эмпирическая социология права, областью познания которой является социально-правовая экспертиза. Раскрывая этот тезис, отметим, что запрос общества на эффективную правоприменительную практику обусловлен готовностью и желанием людей упорядочить правовую жизнь в рамках развития правового государства, что свидетельствует о высоком уровне данной общественной структуры.

Рамочная структура правового государства обязательно включает в себя принцип верховенства права, непрерывное взаимодействие всех институтов, провозглашение прав и свобод, автономность ветвей власти, закрепленный конституционализм[[55]](#footnote-55). Принято также выделять несколько моделей правовой государственной системы: англо-американскую, континентально-европейскую, регулирующую.

Обладая вышеперечисленными элементами, государственный механизм способен эффективно предупреждать, управлять и разрешать внутренние и внешние конфликты. При этом правовым считается такое государство, Которое «само себя ограничивает нормами правовых законов, подпадает под их власть и представляет собой такую организацию государственной власти, которая основана на праве как всеобщей и универсальной мере свободы, справедливости и формального равенства людей в обществе, регулируется его нормами и гарантирует последовательную защиту фундаментальных прав и свобод человека, неукоснительное осуществление правовых законов во всех сферах общества на основе разделений властей»[[56]](#footnote-56).

Эта идея тесно переплетается с идеей правды в русской культуре. Это справедливо замечает С. В. Черненькая: «Собственно, идея правовой свободы, свободы, определяемой законом, не является узловой для русской культуры. Таковой, как отмечают многие исследователи, для российского правосознания выступает идея правды. Для европейского правосознания, напротив, именно идея правовой свободы выступает одной из ключевых, и разработка понятия правовой свободы выступала предметом исследования на протяжении не одного столетия. Выделяя свободу как правовое понятие»[[57]](#footnote-57).

Часто говорят, что о свободе начинают вспоминать тогда, когда начинаются ограничения. Эта мысль, как и любая другая, может подлежать критике, но именно в этот момент появляется необходимость в общественном договоре: есть определенные правовые нормы и социальные ценности, за нарушение которых могут последовать санкции. Есть и другое мнение, что правовая свобода – это возможность реализовать право и проявить себя как правовое существо[[58]](#footnote-58). В дополнение скажем, что категория свободы в развитом правовом и гражданском обществе сопряжена с ответственностью и зрелостью, когда решения принимаются осознанно, а волеизъявление – благом, а не обременением. На этом фоне как никогда представляется актуальным механизм социального контроля. Оговоримся, что функция надзора не ограничивается палочной системой, а наоборот, предоставляет потенциал для реализации правовых и социальных свобод.

Исследователи различают несколько категорий санкций: позитивные и негативные, формальные и неформальные[[59]](#footnote-59). В своем взаимодействии они дают четыре комбинации. И позитивные, и не позитивные ограничения могут носить как официальный, так и неофициальный характер. Важно отметить, что не только государственная система, но и сам индивид несет ответственность за исполнение предписаний. При этом вопрос о самоконтроле сам заявляет о своей актуальности.

Регулятивные механизмы не всегда бывают жесткими. Ярким примером так называемого мягкого контроля являются средства массовой информации. Другими словами, средства массовой коммуникации – это синонимичные, но все же несколько отличные понятия – выполняют посредническую функцию, проводят обратную связь между различными общественными структурами, на правах полноценного социального института. Более того, средства массовой информации являются не только индикатором общественного мнения, но и формируют этот феномен, поскольку этот общественный институт наделен, если так можно выразиться, определенным престижным статусом, журналистам принято доверять, а доверие, как говорится, дорогого стоит.

Таким образом, И. М. Дзялошинский находит несколько основных условий диалога и медиадиалога. Среди прочих отмечаются социальные, психологические, организационные и лингвистические аспекты успешной и эффективной коммуникации[[60]](#footnote-60). Вот почему крайне важно наладить диалог между обществом и властью, которые, к сожалению, часто встают по разные стороны баррикад, не хотят или отказываются слышать друг друга. И. М. Дзялошинский не соглашается с так называемыми репрессивными коммуникационными технологиями: «Что касается возможности использования ненасильственных, диалоговых технологий информационного взаимодействия, то обычно об этом говорят как об утопии или деле далекого будущего»[[61]](#footnote-61).

В современном мире диалог строится по цицероновской модели, следуя которой участники коммуникации являются не партнерами, а оппонентами. И главная задача не услышать друг друга и выработать взаимовыгодное решение, а отправить соперника в риторический нокаут.

В процессе работы над данным разделом исследования были сделаны следующие выводы:

1. стабильной можно назвать такую политическую систему, в которой достигается и поддерживается равновесие всех ее подсистем и структурных элементов, базовых компонентов;
2. задача политической сферы заключается в администрировании общественных процессов;
3. природа политической системы традиционно рассматривается в гносеологической и онтологической плоскостях;
4. в российской исторической традиции сформировался дисбаланс политических сил: исполнительной власти в нашей стране не могут противостоять ни другие ветви государственной власти, ни средства массовой информации, ни крупный бизнес, ни общественные движения;
5. в эффективных политических институтах нуждается любая власть, как демократическая, так и недемократическая, иначе в государственной структуре не будут обеспечены порядок и стабильность, что приведет к хаосу или прекращению существования такого общества в принципе;
6. согласно плебисцитарной теории демократии М. Вебера, в функционировании политической системы большую роль играет категория одобрения власти;
7. социальный протест как явление является фактором дестабилизации политической системы, особенно в то время, когда начинает приобретать радикальные формы.
	1. **Роль средств массовой информации в политических процессах современного российского общества**

В условиях плебисцитарной демократии политический лидер несет персональную ответственность перед избирателями. На первый взгляд, кажется, что общественность не располагает какими-либо рычагами воздействия на политическую элиту. В этом русле и сформировалась концепция четвертой власти, которой являются средства массовой информации. П. В. Ивлиев и Е. О. Ананьева уверены, что работа СМИ наиболее актуальна при проведении избирательных кампаний: «СМИ как субъект политического процесса обладают значительными возможностями, которые проявляются вследствие воздействия на информационный процесс. В результате формируется общественное мнение…»[[62]](#footnote-62).

Впервые о журналистике как «четвертой власти» заговорил в 1840 году О. де Бальзак. Политика особенно нуждается в специфических механизмах информационного обмена. Средства массовой информации эволюционно приобрели роль одного из важнейших инструментов обеспечения политических процессов. Являясь полноценным элементом политической системы общества, средства массовой информации консолидируют общественное мнение, выполняя, в том числе, функцию представительства интересов субъектов политического процесса. Р. В. Короткевич поясняет: «Являясь посредником между властью и обществом, СМИ не только критикуют недостатки в политике и обществе, но и выполняют конструктивную функцию артикуляции различных общественных интересов»[[63]](#footnote-63).

Средства массовой информации за счет мобилизации социального капитала имеют возможность лоббировать интересы тех или иных участников политического процесса, латентно проводить собственную политику от лица заинтересованных субъектов, которыми они и ангажированы, оказывать влияние на принятие и реализацию управленческих решений. Парадокс «четвертой власти» состоит в столкновении концептуальных моделей средств массовой информации: пропаганда, организация, четвертая власть. Рассуждая об институциональном предназначении СМИ, Д. Шмыгин приходит к выводу, что средства массовой информации в своей структуре обладают признаками самостоятельной власти несмотря на то, что исторически российская журналистика формировалась под государственным воздействием. С одной стороны, средства массовой информации достаточно ангажированы, с другой, обладают не малой политической силой. Д. Шмыгин объясняет, что, обладая информацией, традиционные медиа приобретают значительное влияние, несмотря на то, что в строгом понимания властью не являются: «Главный, определяющий, сущностный признак власти как одного из механизмов управления заключается в ее назначении, в ее праве принимать решения, касающиеся общества в целом, отдельных его групп или граждан, и приводить эти решения в жизнь с помощью весьма широкой системы средств»[[64]](#footnote-64).

Исследователи выделяют несколько моделей позиционирования СМИ: перестроечную (инструментальную), четвертой власти (свободы слова), корпоративно-авторитарную, смешанную модель власти корпораций и свободы слова, общенациональную, подконтрольную государству), местную (муниципально-государственную), коммерциализированную (бульварную, «желтую»)[[65]](#footnote-65).

«Сегодня средства массовой информации утратили способность влиять на первые три ветви власти и, как следствие, перестали называться четвертой властью»[[66]](#footnote-66), – полагает начальник ЦОС ФСБ России в отставке А. Г. Михайлов. По его словам, говорить о качественной журналистике сейчас не приходится. Акценты, приоритеты, ценности для журналистов и издателей остались в прошлом. Медийный продукт существует и сегодня, но его фундаментом является стремление к монетизации.

Журналисты выступают представителями четвертой власти, если обеспечивают и поддерживают двустороннюю эффективную коммуникацию между группами общественности, общественными институтами, соединяют заинтересованные стороны. Объективно, деятельность СМИ немыслима без доли государственного контроля. Как минимум, журналисты обязаны осуществлять свою профессиональную деятельность исключительно законными способами. В качестве регулятора выступает Роскомнадзор. Существуют ограничения на распространение информации о несовершеннолетних, трансляцию непристойного контента, демонстрацию табачных изделий и алкоголя, наркотических веществ и др. В случае нарушения руководитель СМИ может получить предписание к устранению нарушения или даже судебное решение, обязательное к исполнению. «Изменения правового регулирования СМИ являются ответом российского правительства на развитие международной ситуации и выражают осознание возрастающей роли средств массовой информации как информационного орудия»[[67]](#footnote-67), – подчеркивают Э. В. Намруева и О. И. Ильянова.

Представители средств массовой информации неизбежно сталкиваются с официальными государственными структурами в повседневной деятельности. Технологии медиарилейшнз предполагают двустороннюю коммуникацию между субъектами, направленную на формирование актуальной информационной повестки: «Правоохранительная деятельность не может быть эффективной, если ее действия не станут известны и понятны народу и приняты им. Взаимопонимание ОВД и общества полностью зависит от информационных отношений. ОВД как на федеральном уровне, так и на региональном предоставляют обществу через лояльных к полиции СМИ достоверную информацию о своей деятельности, гарантируют журналистам свободный доступ к этой информации, не допускают давления на СМИ. СМИ в свою очередь объективно освещают деятельность органов внутренних дел»[[68]](#footnote-68).

Общественный контроль за деятельностью ОВД В. А. Ильченко предлагает понимать следующим образом: «Специальную форму взаимодействия полиции с общественностью, которая реализуется путем использования реальных инструментов воздействия общественных объединений на полицию (освещение нарушений, совершенных полицейскими, в СМИ, общественное порицание, обращение в другие правоохранительные органы, в том числе судебные)»[[69]](#footnote-69).

Само понятие механизма широко применяется при анализе государственно-правовых явлений. На структурном уровне В. А. Ильченко говорит о трех формах общественного контроля: институциональном, технологическом и инструментальном. На первом формируется система субъектов, которая, обладая определенными знаниями и компетенциями, способна давать адекватную оценку действиям сотрудников ОВД. На втором – регламентируется порядок осуществления контроля. На третьем – разрабатывается методика осуществления механизма, и определяется нормативно-правовая база. Свой вклад в осуществление общественного контроля вносят средства массовой информации: «Главным выводом относительно взаимодействия СМИ и органов полиции может служить то, что они должны отражать объективную реальность, как позитивные, так и негативные стороны работы полиции. Ибо перекос в ту или другую сторону при реальном соприкосновении граждан с сотрудниками полиции приведет к еще большему отрицательному результату. Например, если в СМИ постоянно освещается только положительная работа органов внутренних дел, а при обращении гражданина в полицию он получит самые негативные эмоции и результаты, то это вызовет огромное недоверие не только к полиции, но и к СМИ. В свою очередь освещение в СМИ исключительно негативных моментов работы полиции имеет аналогичный эффект: у гражданина отсутствует желание обращаться и сотрудничать с органами полиции. Даже в случае положительного общения с сотрудниками полиции, на фоне общего негатива в СМИ, может быть расценено как редкое исключение из правила»[[70]](#footnote-70).

СМИ образуют новую социокультурную платформу, на основе которой ощущается переориентация правоохранительных органов. На коммуникационном уровне на первый план выходят ненасильственные технологии. Казалось бы, парадокс, но смещение от криминальной среды в сторону развитой правовой культуры – закономерный процесс качественной работы со средствами массовой информации. «Переориентация на социально-культурную составляющую в деятельности правоохранительных органов исходит из того, что основным полем приложения усилий соответствующих структур должна быть не криминальная среда, а социальные группы и общности. С этой точки зрения иное значение приобретает организация планомерной деятельности совместно со СМИ по развитию правовой культуры граждан»[[71]](#footnote-71), – полагает В. М. Артемов.

Согласно результатам социологических исследований, люди, как правило, получают информацию о деятельности государственных институтов, в том числе правоохранительных органов, в средствах массовой информации. А свою оценку, например, работы полиции, дают исходя из ощущения собственной безопасности. О. В. Зуева и Н. Н. Демидов пришли к выводу: «Отношение населения к полиции зависит от тех каналов, из которых они получают информацию о деятельности органов внутренних дел. Обнаружена корреляционная связь между уровнем доверия СМИ и уровнем доверия полиции. Данное суждение подтверждается результатами социологического исследования в Волгоградском регионе, в ходе которого выяснялся уровень доверия к различным социальным институтам и, прежде всего, к правоохранительным органам. Данные опроса показали, что более половины, а точнее 57,1% респондентов, так или иначе доверяют местной полиции, 26,4% – в той или иной степени не доверяют полиции, затруднились с ответом – 16,4%»[[72]](#footnote-72). Функция средств массовой информации как четвертой власти в таком случае становится шире, потому что СМИ не просто транслирует информацию, а берут на себя задачу воздействовать на общественное мнение, самостоятельно формируя индекс привлекательности объекта освещения.

СМИ занимают центральное место в формировании образа государственной власти в целом и государственных служащих в частности. Журналисты не только передают информацию потребителю контента, но и способствуют созданию субъективной оценки государственного сектора в его сознании. И это не разовая акция, а целенаправленная работа по укреплению имиджа бюрократического аппарата: положительный образ, психологический портрет, кейс эффективной работы. «Как заметил социолог «Левада-центра» Денис Волков, «уровень доверия к чиновникам несколько вырос после вхождения Крыма в состав России, впоследствии рейтинги власти, все, кроме президентского, откатились на прежний уровень, однако, продолжают доминировать положительные оценки. Тем не менее, эксперт обратил внимание, что для властей важен, в первую очередь, уровень удовлетворенности граждан положением дел в стране, а не доверие к чиновникам. Претензий по этому поводу достаточно много, однако, они не достигли высокого уровня»[[73]](#footnote-73).

Г. М. Маклюэн и А. Моль приходят к выводу о том, что среди традиционных позиций массовой коммуникации СМИ играют важную роль в так называемом социальном общении. Выполняя роль посредника средства массовой информации, такая опосредованная коммуникация способна привить аудитории тот или иной образ мышления, другими словами, не что думать, а как и о чем думать: «СМИ – наиболее сильное средство формирования имиджа. Воздействие средств массовой информации по своему эффекту сродни внушающему воздействию»[[74]](#footnote-74).

Формирование информационной повестки зависит от многих факторов, например, влияния власти. Иерархическая структура информационного ландшафта может меняться от региона к региону, но в общем тематическом портфеле первые три позиции занимают информационные поводы, связанные с политикой, экономикой и сферой жилищно-коммунального хозяйства. Изучая мегатексты средств массовой информации, А. А. Новак наблюдает модель сконструированной или потребностной модели СМИ: «Она представляет собой специфическое, зависящее от внутренних и внешних сил влияния, содержание мегатекстов СМИ. Редакции с трудом стремятся соблюсти баланс между информацией, удовлетворяющей интересы акторов влияния, и тем, что необходимо знать аудитории данного медиа»[[75]](#footnote-75).

А. С. Пую считает коррозией журналистских норм «поверхностное и политически пристрастное освещение общественной повестки»[[76]](#footnote-76). Противопоставляя рыночную модель СМИ гражданской модели, социолог перечисляет признаки депрофессионализации журналистов. Опять же это давление со стороны государственного сектора, уход от специализированного контента, ротацию кадрового состава, потеря стабильного положения сотрудников СМИ. А. С. Пую приводит интересный пример цензуры, но не политической, а социальной: «Журналист, особенно молодой, боясь потерять работу, утрачивает доступ к свободе высказывания под давлением редакции и ее собственника. Но, вероятно, важнейший симптом нездорового состояния журналистского общества, отмеченный автором, – это бурный количественный рост журналистского образования, который, однако, не конвертируется в рост качества журналистики»[[77]](#footnote-77).

Это рецензия социолога на книгу Б. Добек-Островской, посвященную современному состоянию польской медиасистемы. Но одна из самых опасных тенденций для средств массовой информации, полагает автор, это «Отсутствие гарантий политической автономии общественных СМИ»[[78]](#footnote-78). На наш взгляд, предложенная Б. Добек-Островской модель медианализа может быть распространена практически на любую национальную медиасистему. Тем более, что описанные тенденции могут вызывать опасение и в структуре российского информационного ландшафта.

Т. Г. Пядышева приводит трехкомпонентную структуру установок, состоящую из когнитивного, эмоционального и поведенческого элементов: «Общественное сознание – это отражение материального отношения людей друг к другу и к природе в процессе отношения людей к действительности. При помощи СМИ происходит воздействие в целом на общество и на каждого человека в отдельности»[[79]](#footnote-79). Именно поэтому массовое сознание склонно к трансформации посредством воздействия на эмоции, действия и установки, что созвучно с ранее названными компонентами.

Средства массовой информации способны навязывать определенные стереотипы и паттерны поведения, в том числе, за счет модели подачи информации. Цитируя Г. Шиллера, метод фрагментации предполагает подачу информации мелкими частями, дозированными порциями, что вводит общественность в заблуждение о реальном положении дел, когда массив информации большой, и увидеть целостную картину затруднительно. Метод дробления информации порождает второй, связанный с ним, способ немедленной подачи информации. Как правило, это эксклюзивные, срочные новости, по принципу только здесь и сейчас. Однако у общественности может сложиться иллюзия актуальности и оперативности таких фактов и явлений, отмечает Т. Г. Пядышева. Однако, не все средства массовой информации сохраняют беспристрастность и объективность при работе с информационной повесткой, поэтому не всегда можно верить таким журналистам, делая ставку на собственное критическое мышление.

И. Гофман и Г. Бейтсон разработали теорию фрейминга. За дальнейшее исследование проблематики взялся К. Галлаган и предложил семь моделей, которые описывают разработку. Среди моделей: фрейминг ситуаций, атрибуций, рискованных решений, действий, проблемы, ответственности, новостей. Подробнее остановимся на последнем, поскольку далее речь пойдет о таком явлении, как медиафрейминг. С. А. Джавадова раскрывает понятие самого фрейма: «Фреймы – это своего рода схемы и конструкции, которые указывают направление анализа и интерпретации получаемых данных, а медиафрейминг становится процессом, который помогает определить подходящий язык, который отражал бы не только мировосприятие самого автора, но и определял бы мировоззрение получателя информации. Фрейминг, изменяя формулировки описания явления и фокусируя внимание читающего на необходимых атрибутах, при помощи последних определяет когнитивную схему, которая будет использована при анализе события, ситуации, факта»[[80]](#footnote-80).

Таким образом, процесс медиафрейминга описывает способ подачи информационного повода. С. А. Джавадова допускает, что журналисты часто пропускают новости через себя, наделяя ее субъективной оценкой автора. Поэтому информационная повестка, скорее, состоит не из информационных поводов, обличенных в тот или иной журналистский жанр, а набора восстановленных событий.

В качестве примера рассмотрим три стратегии медиарепрезентации общественных настроений в 2017 году. А. А. Ефанов провел контент-анализ нескольких изданий для того, чтобы определить, как средства массовой информации освещали акции протеста в российских городах. Исследователь пришел к выводу, что существуют стратегии детального и выборочного освещения событий, а также полного игнорирования повестки[[81]](#footnote-81). Очевидно, что за детальную работу взялись оппозиционные СМИ, а традиционные решили отказаться от политизированной тематики. Поэтому гражданская журналистики, лишенная ангажированности, вызывает все больше доверия у общественности.

Считается, что степень доверия к информации пропорциональна ее достоверности. Л. В. Мрочко предлагает не считать созвучными понятия эффект и эффективность в отношении средств массовой информации и коммуникации. Если первое предполагает определенные реакцию или отношение на происходящее, то второе заключается в достижении какого-либо результата, другими словами, выполнили ли СМИ поставленную задачу. Тем более, что вопрос оценки эффективности средств массовой информации и коммуникации обладает высоким академическим исследовательским потенциалом для социологии: «В условиях увеличения объема массовых информационных потоков трудно различить, где объективная информация, а где фальшь и целенаправленная ложь. Речевая манипуляция стала эффективным инструментом воздействия не только на аудиторию массовую, но и на целевую, хорошо информированную аудиторию. Сегодня проверять факты вербальной, визуальной, звуковой информации предоставляется самим потребителям: читателям, телезрителям, радиослушателям или пользователям Интернета. И такая ситуация — не только в России»[[82]](#footnote-82). Наибольшим эффектом по-прежнему обладает телевидение, полагает С. В. Кузьмина, поскольку сочетает в себе вербальный и невербальный компоненты опосредованной коммуникации[[83]](#footnote-83).

Проблематика информационного пространства представляется как никогда более актуальной, чем на фоне мировых глобализационных процессов. В условиях трансформации структуры потребления, освоения новых экономических рынков, продвижения постиндустриальных процессов, развития непроизводственного общества вопросы медиаглобализации требуют к себе особого внимания. И. М. Дзялошинский видит во всех этих процессах лишь один камень преткновения, а именно формирование образа врага и алармистских категорий типа «свой-чужой»: «Сторонники глобализации указывают, что ее развитие означает приближение эпохи глобальной экономики, которая будет характеризоваться стиранием географических границ рынков сбыта, появлением распределенных сетевых трудовых ресурсов, кардинальным сближением производства и потребления, открытием новых рынков в новой сфере интеллектуального потребления, что, естественно, повлечет за собой совершенно новые возможности»[[84]](#footnote-84).

По его же мнению, в современной российской практике срабатывают два основных подхода к рассмотрению проблематики медиаглобализации. Во-первых, И. М. Дзялошинский заявляет о необходимости создания качественно новой информационной инфраструктуры. Такая технологическая задача должна решаться силами, в том числе, инновационной государственной политики в области телекоммуникаций и информатизации. Другими словами, необходимо разработать эффективную и комплексную нормативно-правовую базу, которая бы законодательно охватывала рынок телекоммуникаций, создать и внедрить конкурентные условия для игроков рынка информационных услуг, обеспечить тарифное регулирование с тем, чтобы добиться устойчивого территориального развития. Во-вторых, возродить технологическую независимость России от западных стран, расширить национальную долю в глобальном информационном пространстве. С точки зрения медиаэкспансии, уже наблюдаются тенденции к распространению влияния средств массовой информации на зарубежные рынки. Размытие национальных границ в сфере медиапотребления является очевидным и закономерным трендом, из которого остается разве что извлекать дивиденды, насколько это возможно.

Продолжая разговор о вопросе имиджирования территорий, следует отметить, что для решения этой задачи необходимо стабильное и регулярное медиаприсутствие: «Для создания имиджа тер­ритории важно не только содержание транслируе­мой и ретранслируемой СМИ информации, но и частотность упоминания о территории»[[85]](#footnote-85). А. В. Чепкасов предлагает следующую модель формирования и укрепления медиаимиджа: мотив и цель имиджирования, про­тотип имиджа, контрагент имиджа, субъект формирования имиджа, способ имиджирования, канал передачи информации, результат имиджирования[[86]](#footnote-86).

В теории дискурса, которая сформировалась несколько десятилетий назад в рамках учения о структурализме, собственно медийные дискурсы – коммуникативные события – различны по своим модусу, жанру, функциональности[[87]](#footnote-87). Грубо говоря, медийные дискурсы есть медийные процессы, которые попадают в поле зрения исследователей социологической природы коммуникации в качестве объекта анализа.

Кроме того, необходимо отметить, что дискурсивное медиапространство тесно переплетено с идеологическими мотивами. С одной стороны, требования, предъявляемые к подаче информации, минимальны: проверенная, объективная, лишенная оценочности и субъективного подтекста. С другой, – сложно спорить, что информационная картина не подвержена влиянию идеологической конъюнктуры. Оговоримся, что подходы к рассмотрению идеологической проблематики могут варьироваться. Так, К. Маркс рассматривал социально-историческую ситуацию с точки зрения экономических и производственных отношений, которые и формируют конкретные идеологемы. В свою очередь К. Мангейм усматривал связь идеологии в большинстве своем с политическими процессами, откуда и происходит дифференциация стилей сознания и мышления. А согласно теоретическому учению Т. Парсонса и Р. Мертона, существует интеграционный потенциал идеологии, что предусматривает индивидом личный выбор способов организации общественных явлений и их субъективную оценку[[88]](#footnote-88).

В своей совокупности различные медийные дискурсы образуют мультидискурсивное информационное поле, которое охватывает и пронизывает едва ли не каждую общественную сферу. Но и здесь назревает социальный макроконфликт: антагонистические настроения в борьбе за гегемонию репрезентации социального понимания окружающей действительности: «Коммуникативный когнитивно-идеологический феномен массмедийный дискурс реализует свою сущность посредством трансляции смыслов как дискурсивных событий, дискурсивных формул, трансляции именований, метафор, понятий, образов, оценок, мифологем, идеологем и т. п. на широкую признаково неоднородную аудиторию с целью формирования общих мировоззренческих принципов»[[89]](#footnote-89).

Таким образом, дискурсивные практики оказали значительное влияние на формирование и продвижение теории социальной ответственности средств массовой информации. Скажем больше: «СМИ в большей степени, чем другие социальные институты влияют на формирование положительных или отрицательных массовых представлений о культурных и этнических различиях людей. В силу этого медиа могут способствовать как усилению, так и смягчению межгрупповой напряженности»[[90]](#footnote-90).

Видимо, по этой причине на институт средств массовой информации возложены такие социально-политические надежды, ведь не зря кроме трех формальных направлений власти, существует четвертое – и это как раз журналистика, средства массовой информации, обладающие столь значительным дискурсивным, идеологическим, социально-экономическим и политико-правовым потенциалом.

Существуют различные подходы к изучению влияния средств массовой информации на массовую аудиторию. Е. Г. Дьякова и А. Д. Трахтенберг приложили значительные усилия в проверке гипотезы формирования средствами массовой информации повестки дня. Под микроскопом изучения социокультурного контекста в рамках современной коммуникативистики исследователи выделили несколько научных подходов: традиционный позитивистский, социально-феноменологический, марксистский, структуралистский и постструктуралистский[[91]](#footnote-91). Согласно этому научному мнению, гипотеза установления информационной повестки была разработана именно в рамках первого подхода, который учитывает конкуренцию средств массовой информации и борьбу за внимание различных сегментов аудитории. Однако, представляется, что в проблемной зоне остаются социокультурные механизмы, о которых более подробно свидетельствуют труды других социологов.

В русле социально-феноменологического направления Дж. Такмен, Д. Олтейд, П. Сноу, Х. Молотч, Т. Багдикян, Т. Гитлин[[92]](#footnote-92) более пристальное внимание уделяют организационной структуре средств массовой информации. Другими словами, фокус исследования смещается на «внутреннюю» кухню медийных редакций, где последнее слово остается за тем, кто в ответе за принятие управленческих решений.

Вообще средства массовой информации входят в более общее понятие – средства массовой коммуникации, обязательно предполагающие наличие обратной связи. В это же время теория общественного мнения протекает из учения о массовом сознании. Другими словами, общественное мнение – это форма массового сознания. Факторами, определяющими данный феномен, являются: личностные, социальные, психологические, научно-технические[[93]](#footnote-93).

«Концепция «четвертой власти» равно как и представление об основной функции СМИ быть «охранником» в конфликтах государственного аппарата с политическими партиями и гражданами, возникла вследствие самого факта существования многочисленной оппозиционной прессы, а также радио- и телекомпаний, деятельность которых в демократическом государстве гарантирована законом», – отмечает Ю. В. Пую[[94]](#footnote-94).

В последние годы не только в теории, но и на практике все большее значение приобретает концепция «мягкой силы», это понятие тесно уживается в повседневности официальных государственных и дипломатических структур. Средства массовой информации не являются исключением. «Выражая и формируя общественное мнение, СМИ, с одной стороны, отражают волю миллионов людей, с другой – сами оказывают воздействие на деятельность как граждан, так и социальных институтов: законодательных, исполнительных, судебных органов, общественных организаций и движений, политических деятелей»[[95]](#footnote-95), – поясняет В. А. Чернышов.

В эпоху глобализации и цифровизации становится актуальным вопрос доверия: к власти, обществу, той же информации. Проблематика категории доверия включает в себя рациональный, эмоциональный и экономический компоненты. В том числе и по этой причине формируется общественный запрос на проверку достоверности информации, так называемый fact checking. В контексте социальной ответственности средств массовой информации институт доверия играет значительную, если не определяющую роль: «Доверие можно рассматривать не только в качестве системного свойства информационно-коммуникационных процессов, но и как специфическую власть, которая определяет характер взаимоотношений между структурами управления и общества»[[96]](#footnote-96). Кроме того, современные информационные и телекоммуникационные технологии позволяют злоупотреблять доверием аудитории и дестабилизировать медийный дискурс с помощью фейков, fake news.

Пономарев отмечает, что современные аудитории руководствуются принципом «презумпции правдивости», имея в виду, что транслируемая информация априори достоверная, объективная, надежная. Реципиенты в процессе коммуникации чаще выражают согласие, чем отрицание. Такой феномен, как «приостановка веры», приобретает свою актуальность только лишь тогда, когда медиапродукт вызывает явное излишнее подозрение.

По мнению З. А. Жаде и И. Н. Гайдаревой, разработка проблематики доверия современной наукой лежит в плоскости междисциплинарного, мультипарадигамального подхода. Исследователи делают упор на изучении проблема доверия на разных уровнях: «В основном, затрагивают такие вопросы, как регуляторная роль доверия и недоверия в общественной жизни, система индексов уровня доверия граждан, особенности политического доверия, которые в научном дискурсе носят дискуссионный характер»[[97]](#footnote-97).

Поскольку средства массовой информации неразрывно связаны, вплетены буквально в структуру политической системы общества, то опять возникает вопрос о социальной ответственности и все том же доверии. Признаем тот факт, что медиаэффект не всегда может быть положительным, часто даже негативным. О последнем принято говорить в контексте освещения средствами массовой информации чрезвычайных ситуаций и манипулирования общественным мнением, пропаганды[[98]](#footnote-98). Однако в широком смысле, средства массовой информации в принципе должны «поддерживать социальное согласие ценностных ориентаций, обеспечивать взаимодействие социальных институтов, формировать массовую культуру»[[99]](#footnote-99).

Такое глобальное явление, как терроризм, теряется среди множества определений и многообразия в терминологических подходах. Известный социолог М. А. Шугалей предлагает не исключать политический компонент: «Метод политической борьбы, который состоит в систематическом применении ничем не ограниченного, не связанного с военными действиями физического принуждения, имеющего целью достижение определенных результатов путем устрашения политических противников»[[100]](#footnote-100). Другими словами, это борьба нелегитимной власти против легитимной, сопровождаемая всеми запрещенными вооруженными методами.

В контексте международного права, феномен терроризма вынудил мировое сообщество повысить эффективность борьбы с целенаправленными террористическими акциями, которые в последнее время приобретают организованный и массовый характер. Это проблемное поле регламентируется как национальными нормативно-правовыми актами, так и целым рядом международных конвенций. Б. В. Рыжов перечисляет: Шанхайская конвенция о борьбе с терроризмом, сепаратизмом и экстремизмом от 15 июня 2001 г., пятая статья Международной конвенции о борьбе с бомбовым терроризмом от 16 декабря 1997 г., шестая статья Международной конвенции о борьбе с финансированием терроризма от 9 декабря 1999 г., а также собственные программные документы, принятые ООН. По мнению кандидата юридических наук, немаловажную роль в борьбе с организованным терроризмом играет международная полиция: «Увеличение эффективности работы Интерпола в области противодействия терроризма требует унификации подходов к уголовно-правовой констатации терроризма, придания ему полномочий, необходимых для участия в расследовании актов внутреннего терроризма, и ликвидации правовых преференций, которыми фактически обладают лица, обосновывающие свое участие в террористических акциях политическими мотивами. Также очевидна необходимость профилактического нормотворчества, ориентированного на создание механизмов превентивного реагирования на освоение террористами новых форм преступной деятельности»[[101]](#footnote-101).

Если рассматривать, как между собой связаны войны и работа средств массовой информации, важно понимать, СМИ используются в качестве основного или вспомогательного инструмента в условиях вооруженного конфликта, полагает А. Мерсье. Сегодняшняя ситуация на Украине – показатель того, что действия ведутся и против, и с помощью средств массовой информации. А. Мерсье продолжает: «Военная пропаганда существует давно, но в последнее время средства массовой информации на войне стали использоваться более активно и изощренно. Создаются специальные подразделения, анализирующие проблемы, связанные с передачей информации до и после боевых операций и последующей победы. Это считается тем более необходимым, потому что наши демократические общества объявили тотальную цензуру неприемлемым явлением, скорее приносящим политические потери, чем военные преимущества»[[102]](#footnote-102).

По мнению В. П. Милецкого и О. А. Никифоровой, вместе с развитием цифрового общества эволюционируют и политические симулякры. Впервые в академический оборот это понятие ввел Платон, развитие данная концепция получила благодаря социологическим трудам Ж. Бодрийяра. Доказано, что фейковые новости и феномен постправды, к сожалению, распространяются куда быстрее, чем достоверная информация[[103]](#footnote-103). Отметим, что бесследно это не проходит, разрушающий эффект очевиден: «Фейкньюс» и «Постправда» представляют собой угрозу для общества в целом, создают «помехи» для их изучения и затрудняют коммуникативное взаимодействие, подменяя реальные социально-политические коммуникации и осязаемые политические действия их имитацией в виртуальном пространстве или, например, в качестве политически удобной правды, формируют в политико-коммуникативной практике некий синтетический симулякр, в котором соединяются PR-шоу и медиа-манипуляции»[[104]](#footnote-104).

В условиях, когда выборы играют определяющую роль в проблеме легитимности власти, случается, что средства массовой информации ангажированы интересами правящей политической элиты. Интенсивное распределение зон влияния наблюдалось еще в конце прошлого столетия, когда олигархические структуры использовали подвластные им СМИ в политической борьбе.

А. А. Балаян и Б. Л. Вишневский, следуя размышлениям Д. Брайанта и С. Томпсона, функциональность СМИ находят в трех проявлениях: мониторинге внешнего контура, скрепе элементов внешнего окружения и трансляции ценностей, убеждений, установок. Опасность имеет место в том случае, когда формируется гиперреальность, а собственно СМИ приобретают репутацию «испорченного» института. Когда СМИ действуют исключительно в интересах «гегемона», «хозяина», формируется феномен «Постправды», замещающий реальность искусственно создаваемыми квази-структурами, или симулякрами, о которых еще тогда говорил Ж. Бодрийяр. «Постправда» с огромной интенсивностью генерируется практически во всех контролируемых государством или зависящих от него российских СМИ, становясь важнейшим элементом внутренней политики, в том числе, обеспечения несменяемости властной элиты, и обеспечивая позитивный имидж»[[105]](#footnote-105), – поясняют А. А. Балаян и Б. Л. Вишневский.

Широкая тиражированность медиасообщений достигается за счет информационных каскадов, когда одно СМИ подхватывает сообщение другого, и по принципу домино или карточного домика информация заполоняет собой все медийное пространство, формируя тем самым то или иное общественное мнение. Именно в этот момент и происходит зарождение и укрепление параллельной реальности. Информационная монополия поддерживается искусственным способом, когда отвергается любая потенциальная информационная конкуренция.

А. А. Балаян и Б. Л. Вишневский утверждают, что медиапотребители должны иметь право на политическую альтернативу: «Государственные СМИ не должны проводить линию только государства, поскольку они финансируются за счет бюджета, который складывается из средств, как поддерживающих, так и неподдерживающих проводимый правящей элитой курс налогоплательщиков, имеющих разные представления и политические взгляды. Соответственно, государственные СМИ обязаны представлять весь спектр мнений граждан и политических акторов о проводимой в стране политике»[[106]](#footnote-106).

Куда хуже положение дел с новыми медиа, представленными социальными сетями. Скорость распространения информации в них на порядок выше, чем в средствах массовой информации. В данных условиях феномен «Постправды» приобретает еще более глобальные масштабы. «Обильное количество дискурсов, в том числе реализованных в медиапространстве, где дискурс есть фактическое содержание, рожденное в результате коммуникации, а сам контент создается спонтанно, порождает химерические образы»[[107]](#footnote-107), – уверен М. В. Берендеев.

Если официальные, точнее, традиционные СМИ полностью подчинены исполнению действующего законодательства, то новые медиа более свободны в трансляции информации своей аудитории. Наблюдается тенденция к переходу читателя, зрителя, слушателя в телеграмм-каналы и социальные сети. Обостряется проблема верификации распространяемого контента: «Государственные пресс-службы, предоставляющие официальную информацию, являются важными ньюсмейкерами, поскольку позволяют журналистам формировать актуальную повестку дня, предоставляя качественную, достоверную информацию, опровергающую слухи, домыслы, фейки. В этом главная ценность пресс-служб органов власти. На сегодняшний день пресс-службы являются самым эффективным механизмом коммуникации между властью и обществом»[[108]](#footnote-108).

Порождаемый новыми каналами коммуникации информационный шум способен вызывать достаточный дискомфорт у аудитории, тем более, активным производством новостей сейчас занимаются пользователи социальных сетей. При этом потребитель контента не всегда может сориентироваться в огромном потоке информации. Медиапространство постоянно трансформируется, и средства массовой информации имеют к этому непосредственное отношение.

Апогеем феномена «Постправды» становятся фейковые новости или просто откровенные фейки. В современной коммуникативистике феноменологическая и семиотическая инверсии направлены на искажение реальности, формирование квази-реальности, и тиражирование, так называемых, «быстрых дискурсов». Устойчивая параллельная реальность достигается путем обеспечения отвязки образов от каких-либо рамок. Особенно это заметно в контексте внеисторизма, когда остракический термин «культура отмены» трансформируется в «отмену культуры»[[109]](#footnote-109).

Пандемия коронавируса спровоцировала возникновение и укоренение нового коммуникационного феномена – инфодемии. Природа инфодемии кроется в функционировании целенаправленных информационных потоков, которые способствуют сложной работе по устранению последствий массового заражения населения новой инфекцией. Здесь уместно говорить о фейковости, ложности транслируемых сообщений.

Вирусная экспансия ложной информации, засилье недостоверного знания с высокой скоростью заполонили именно социальные сети. В. В. Василькова и П. А. Трекин предлагают несколько инструментов обнаружения фейков: междисциплинарный подход, лингвосемантический анализ, фактчекинг. Первая технология предполагает аккумулировать усилия всех сфер практической и академической деятельности, чтобы обеспечить поиск, изучение и устранение ложных сообщения. Вторая технология подразумевает мобилизацию лингвистических ресурсов. Третья технология призвана тщательно проверять соответствие информационных сообщений на достоверность[[110]](#footnote-110).

Исследователи предлагают проследить за процессом конструирования фейковых сообщений на основе информационной коммуникативной модели К. Шеннона. Схематично данный алгоритм выглядит следующим образом: кодирование, трансляция, канал коммуникации, эффект. Следуя такому подходу, В. В. Василькова и П. А. Трекин смогли выявить коммуникативные искажения, в данном случае, преднамеренные. Шумы и погрешности – естественная составляющая при трансляции сообщения адресантом реципиенту. Очевидно, что в контексте распространения фейков достижение информационных помех может быть целенаправленным. По мнению авторов, искажения способны проявляться на каждом из этапов трансляции, и быть связаны с каналом коммуникации, содержанием или источником сообщения[[111]](#footnote-111).

Фейк-ньюс как социальный конструкт формирует псевдо-коммуникационное пространство, поглощая реальное информационное поле. Причем подобное слияние идет очень высокими темпами, благодаря скорости распространения «бутафорских новостей», их сенсационности, эксклюзивности, провокационности и агрессивности. В новой социальной реальности происходит подмена интереса к реальным событиям в угоду их репрезентации и интерпретации. Другими словами, потребителя информации волнует не то, что произошло, а как эти события преподносятся. В. П. Милецкий сравнивает фейк-ньюс с миром симулякров. Как самостоятельная единица коммуникационного процесса фейк стимулирует подмену понятий. Равно как и симулякры, точечные, но систематические информационные вбросы формируют недостоверную картину реальности. Кроме того, новая псевдо-реальность всегда сопровождается заинтересованно-оценочной позицией актора коммуникационного действия.

Триединая природа фейка позволяет говорить о сложности и многогранности данного феномена, требующего мультипарадигмального подхода к его комплексному научному анализу. Так, фейк – это не только автономная коммуникационная единица, но и полноценный социальный процесс и самостоятельное институциональное новообразование. По мнению В. П. Милецкого, «в современном информационно-цифровом обществе «Фейк-ньюс» приобретает базисные характеристики своеобразного институционального образования, способного в будущем стать настоящим глобальным социальным институтом»[[112]](#footnote-112).

По мнению А. С. Архангельской, широкое распространение феномен фейк-ньюс получил после президентских выборов в 2016 году. Это была кампания Дональда Трампа. Главная задача «информационных мистификаций» – это нанесение удара по репутации политических или экономических противников, манипулирование общественным мнением и формирование определенной картины мира, привлечение аудитории, коммерческое мошенничество. «Социальные медиа, в отличие от онлайн-медиа, которые подчиняются законам о СМИ, правилам распространения информации своих стран, – менее регулируемая часть медиапространства, поэтому они чаще становятся площадкой для распространения дезинформации. Особенность социальных сетей заключается в том, что они объединяют людей по интересам и убеждениям, образуя сетевые сообщества («networked publics»): «Тексты этой группы людей сохраняются и архивируются, а также могут быть многократно воспроизведены; существует возможность визуализации контента и их поиска с помощью поисковых систем. И в каждой группе, как правило, существуют своя повестка дня, свои ценности и герои. Пользователи могут выбрать свой круг общения, и таким образом они конструируют реальность, которая может отличаться от той, которая объективно существует или формируется СМИ»[[113]](#footnote-113), – полагают А. С. Архангельская и И. Б. Архангельская.

Другая проблема состоит в том, что распространение фейков может приобретать вирусный характер. И потоки неверифицированной информации остановить становится практически невозможно. К тому же, как правило, фейковые новости подаются в качестве сенсаций, в провокационном ключе. Ставка делается на искушенного потребителя контента. Противостоять подобным вбросам позволяют технологии факт-чекинга: «В наше время, эпоху пост-пост-правды, трудно определить, правдива ли опубликованная информация. Разрабатываются методики факт-чекинга (проверки) контента, и вскоре мы увидим, насколько они эффективны»[[114]](#footnote-114).

Фейки с теоретической точки зрения можно разбить на три группы: ложные изначально, частично и те, что искажают реальное восприятие картины мира. «В третью группу фейковых новостей входят новости, искажающие суть реального события. Это могут быть фразы, цитаты, выдернутые из контекста или изложенные не целиком, а выборочно. С таким фейком бороться сложнее всего, на него могут поддаться даже искушенные люди. Однако по части не стоит судить о целом (философский постулат о соотношении целого и частей): по одной цитате не стоит преждевременно делать выводы о всей речи»[[115]](#footnote-115), – убеждены Н. Р. Красовская, А. А. Гуляев и Г. Н. Юлина.

Искусственные новости предназначены на искажение истинной социально-политической реальности. Особенно в условиях дефицита информации и необходимости поиска альтернативных качественных источников знания об окружающей действительности.

Разрушительная сила фейка способна причинит информационный стресс потребителю такого рода контента, так называемую культурную травму. «В отличие от индивидуальной или коллективной травмы культурная травма не рождается, а информационно творится, прежде всего в дискурсе, при этом «обобщённые представления» (способы интерпретации травмы в социуме) являются неотъемлемой частью ее стадиального разворачивания»[[116]](#footnote-116), – признают В. П. Милецкий и многие другие исследователи.

Бутафорские новости способны объективно влиять на глобальные процессы, создавая альтернативную реальность, которая не имеет ничего общего с действительностью, но активно вовлекает все новых потребителей информации в искаженное пространство. Подобные манипуляции предпринимаются намеренно, инициаторы фейков извлекают из преднамеренной джи свою выгоду.

«Таким образом, к изучению феномена «фейк-ньюс» требуется мультипарадигмальный подход, позволяющий, в первую очередь, раскрыть ключевые тенденции или тренды развертывания современных социальных и политических коммуникаций, на которые ныне всё больше влияние оказывают коммуникационные стратегии и технологии «фейк-ньюс»[[117]](#footnote-117), – резюмирует В. П. Милецкий.

В изучении проблематики фейковых сообщений важным представляется феномен медиатизации, который заключается практически в неограниченном охвате потребителей информации. Неконтролируемая ретрансляция обусловлена крайне высокой скоростью распространения заведомо ложных и недостоверных сведений. Как правило, вбросы предполагают одностороннее коммуникационное воздействие, не предполагающее качественной обратной связи от адресата. Таким образом, информационное поле, порождаемое фейками, приобретает черты иллюзорного и имитационного пространства.

Как полноценная манипулятивная технология фейк-ньюс способны искажать политические процессы и дискредитировать их участников. Подобную тенденцию можно проследить на примере шоуизации и маркетизации политических коммуникаций, что относится к так называемым «черным» технологиям продвижения. Инструментарий позволяет эскалировать социально-политическую напряженность в обществе и служить источником травмирующих событий.

В условиях агрессивного коммуникационного давления и засилья недостоверной информации приобретает свою актуальность проблематика регулирования гигиенического регулирования информационного воздействия на группы общественности, особенно на наиболее уязвимые ее секторы.

Э. И. Денисов, А. Л. Еремин и другие оценивают задачу такой работы как профилактическую, а именно предупредить воздействие, возможно, даже опасной информации на физическое и психологическое состояние реципиента, а также социальное благополучие человека. Среди прочего усматривается «профилактика информационно-обусловленных заболеваний, ограничение загрязнения и санация окружающей информационной среды»[[118]](#footnote-118).

Информация может нести в себе отрицательные эффекты. Согласно потребностно-информационной теории происхождения эмоций П. В. Симонова, источником эмоционального стресса может служить отрицательный эффект общественно-значимой информации. Академик описывает механизм формирования эмоций у человека. В условиях информационного вакуума, возникает дефицит рациональной и избыточной информации. Оскудненные информационные сообщения вызывают коммуникационный и психологический дискомфорт, вследствие чего у человека появляются такие деструктивные эмоции, как страх, гнев, злость и др.[[119]](#footnote-119).

Негативный эффект стимулируется за счет трансляции аудиовизуальных сообщений, поскольку отрицательное воздействие осуществляется сразу на несколько органов чувств. Целенаправленная и систематическая работа по воздействию на деструктивные эмоции общественности позволяет разработать и внедрить определенный эмоциональный код, позволяющий решать те или иные манипулятивные задачи. Возникновение эмоциональной напряженности сопровождается обращением к новым формам поведения, которые основаны на иррациональных чувствах. Это, в свою очередь, опять же подтверждает тезис о том, что фейк-ньюс оказывает ощутимое влияние на социальную напряженность в обществе.

Профилактический потенциал гигиенического регулирования информационного пространства может быть разработан на базе биоэтических и правовых принципов, закрепленных на законодательном уровне. В некоторых случаях действующее российское законодательство предполагает возмещение морального вреда, за ущерб физическому и психологическому здоровью человека, вызванный «неадекватными информационными нагрузками»[[120]](#footnote-120).

В условиях маркетизации социальной действительности, когда изначально нерыночные компоненты приобретают коммерческий характер, происходит развитие так называемой «экономики внимания» и запускается процесс фабрикации фейков. По мнению Н. Ф. Пономарева, фейки являются «вирусными медиапродуктами с массовой диффузией в социальных сетях посредством шеринга»[[121]](#footnote-121).

За счет крайне широкого охвата аудитории, такого рода информация не требует подтверждения своей надежности, срабатывает эффект социального доказательства: потребители подобных медиапродуктов верят в их достоверность, принимая решения не на основе здравого смысла, а опираясь на коллективное мнение.

Зачастую интерес к фейкам подогревают даже не сами журналисты – рекламодатели и спонсоры, преследуя собственные коммерческие интересы. Таким мнением поделился менеджер известного информационного агентства Associated Press Том Янузевски. «Побочный же эффект от фейковых новостей связан с загрязнением информационной среды и поражением базового доверия аудитории в целом к сообщениям СМИ»[[122]](#footnote-122), – отмечает Ю. М. Ершов.

Некоторые специалисты полагают, что явление «фейковости» возникло не сейчас – давно. По мнению, О. В. Малюковой при всем разнообразии и неоднородности политического процесса участникам коммуникативного акта необходимо сформировать убеждение относительно тех или иных процессов и событий. Именно по этой причине понятие «фейковости» тесно переплетается с канонами классической риторики и теорией аргументации. Возникает предположение о том, что не существует объективных или субъективных явлений, у каждого своя правда, и главное – кто из заинтересованных сторон окажется более убедительной. Г. Л. Тульчинский справедливо делает отсылку к постмодернисткой парадигме: «Существенным становится не то, что правдиво, а то, что выглядит и звучит убедительно»[[123]](#footnote-123).

«Основной структурой традиционной риторики является классический риторический канон, состоящий из инвенции, диспозиции, элокуции, мемории и акции»[[124]](#footnote-124), – продолжает О. В. Малюкова. Так, на этапе инвенции отбирается информация с целью дальнейшего формирования сообщения, причем фильтрация происходит всегда на основе субъективного интереса заинтересованных сторон. Заведомо недостоверные сведения, сфабрикованные новости, не отвечающие требованиям доброкачественности, могут производиться в коммерческих или политических целях. На этапе диспозиции происходит выбор расположения или «посева» фейка, иначе говоря, определяются наиболее эффективные каналы коммуникации, которые будут задействованы с целью передачи содержательного компонента самого фейка. В процессе убеждения необходимо облачить информацию в привлекательный для аудитории формат: на этапе элокуции определяется жанр новости, подбираются стилистические, синтаксические, грамматические, лексические средства художественной выразительности. Так называемый «нейминг» допускает придумывание эффектных и эффективных, громких и броских заголовков. На мнеморической стадии аргументации необходимо добиться запоминания потребителем полученного сообщения, здесь могут быть использованы техники мета-текста. На этапе акции или действия определяется способ трансляции сфабрикованного сообщения: это могут быть статус средства массовой коммуникации, время и частота публикации или выхода в телевизионный или радиоэфир, личность оратора (журналиста, блогера, телерадиоведущего).

В структуре классического риторического канона интеграция и активация фейка может происходить на любом этапе. Однако, Д. Г. Попов и В. В. Фокина делают верное замечание: «Получается, что фейком может быть и текст, и автор текста, но коммуникация при этом эффективна»[[125]](#footnote-125).

В последнее время свою актуальность и эффективность доказывает такой прием, как «Пузырь фильтров». Это понятие ввел в оборот Эли Прайзер. Суть данной технологии раскрывается в понимании принципа работы электронно-вычислительных систем и интернет-алгоритмов. Так называемые *cookie*-файлы собирают информацию о действиях, интересах, мнениях пользователей веб-сайтов и в дальнейшем предлагают человеку ту информацию, которая ему якобы интересна. Негативным аспектом возможности персонализированного поиска становится точечная и точная выборка аудитории с целью повышения эффективности распространения фейков.

Однако, О. В. Малюкова предполагает, что «Пузырь фильтров» не является единственным компьютерным методом корректировки общественного мнения. Аналогичным ему явлением выступает так называемый «парадокс релевантности». Объясняющий потенциал «парадокса релевантности» раскрывается в тех ситуациях, когда люди попадают в контекстную ловушку. Как правило, объективность и ценность какого-либо события или явления становятся очевидными только лишь по окончании того или иного события. В исходных условиях человек может предполагать, что некая информация нерелевантная, хотя она не являлась таковой, и наоборот.

Еще одна аргументационная ловушка, в которую рискует попасть человек, это «склонность к подтверждению точки зрения». С психологической точки зрения, потребители ищут ту версию происходящего, которая согласуется с их внутренним убеждением. С подобным мнением согласен и Ю. М. Ершов, признавая тот факт, что рядовой потребитель не отличается осознанным медиаповедением. Проблема низкого уровня медиаграмотности заслуживает отдельного внимания. Однако, возникает справедливый вопрос, а кто несет ответственность за достоверность и правдивость информации: аудитория или средства массовой информации? «Они (медиапотребители) склонны доверять знакомым источникам и отметать неизвестные им, предпочитают ту информацию, которая соответствует их политическим взглядам или их картине мира»[[126]](#footnote-126), – объясняет Ю. М. Ершов.

Наконец, феномен фейковости представляется глобальным явлением в условиях информационного вакуума, интенсивности и экстенсивности информационных потоков и ограниченности ресурсов. Познавательная составляющая лишь обостряет проблему верификации знания, когда различия между парой категорий объективное-субъективное практически размыты.

О. Н. Иванищева полагает, что современные средства массовой информации в качестве своей цели ставят два эффекта, вокруг которых и сосредоточена их конкурентная борьба: «Быть заметными и супербыстрыми. Заметность приводит к созданию собственной информации (фейки)»[[127]](#footnote-127). В последнее время в академическом дискурсе ведется полемика относительно признания фейковой информации социальной, поскольку она прямым образом влияет на трансформацию общественного мнения.

Исследователи считают, что оценка фейковости информации связана с кризисом экспертизы. Согласно масштабной работе Т. Николса, интернет «убивает» научное достоверное знание, замещая его новыми конструкциями, основанными на совокупности субъективных мнений. В подобной псевдореальности в качестве истины будет представлены те ценностные установки, которые одобряются конкретными обществами.

Распространение информации становится все более неконтролируемым и непредсказуемым. Если раньше исключительным правом на распространение информации обладали СМИ, то сейчас, в век новых технологий, приобретают популярность и набирают активность так называемые новые медиа. «Новые грани этой проблемы начали возникать в условиях развития мультимедиа и информационных супермагистралей, когда переосмыслению стали подвергаться многие коренные понятия, например, авторство или текст»[[128]](#footnote-128), – таким тезисом Б. Б. Шагдарова подтверждает необходимость в разработке и развитии профессиональных стандартов при работе с информацией.

По мнению некоторых исследователей, сегодня конкуренция традиционных СМИ и новых медиа не представляется крайне актуальной, поскольку и те, и другие тесно интегрированы в глобальное информационное поле, медиатором которого является всемирная сеть. В современном медиапространстве наблюдается общественный запрос на ответственность коммуникаторов. «Интернет дал дополнительные импульсы к пониманию роли ответственности, выявив главный этико-правовой, если не антропологический парадокс современной социальной жизни, разведя полюса права личности на свободу слова и права личности на тайну личной жизни, защиту репутации, выводя на первый план ответственность»[[129]](#footnote-129), – полагают Д. Г. Попов и В. В. Фокина.

Профессор С. Н. Ильченко обращает внимание на семантическую особенность современного публичного дискурса, представленного медийными текстами. Согласно его замечанию, журналисты все чаще используют в своей профессиональной деятельности такие частицы, как «якобы» и «как бы». С. Н. Ильченко объясняет: «Лингвисты не раз уже обращали внимание на то, что и молодое поколение, и люди более старшего возраста очень часто, желая придать иронично-комментирующий оттенок выражению собственных мыслей, оценке какого-либо явления, в том числе и политического сопровождают подобные высказывания частицами «как бы» и «якобы»[[130]](#footnote-130). Наблюдение профессора заслуживает научного внимания, однако, возможно, мотивы подобной семантической тенденции еще глубже: отказ акторов коммуникации от ответственности.

На лексическом уровне манипулятивные технологии в средствах массовой информации представлены эвфемизмами, дисфемизмами, оценочными суждениями, фейками, негативными коннотациями, личными местоимениями для установления эффективного контакта и др. О. В. Звада рассмотрела особенности манипулятивных приемов и пришла к следующему выводу: «Основной частью ресурсов манипуляции общественным сознанием в современных англоязычных СМИ являются специально подобранные лексические средства, наполненные особой семантикой и/или коннотативным значением, и при умелом использовании позволяющие превратить реципиента в объект манипулятивного воздействия. Широкая распространенность приемов манипуляции сознанием (приемы игры с прецедентными феноменами, эвфемизмы, дисфемизмы, обращения, идентифицирующие адресанта с адресатом по территориальному признаку, номинализация) в политическом дискурсе свидетельствует об их эффективности»[[131]](#footnote-131).

Отдельного внимания заслуживает по-прежнему актуальный вопрос этического регулирования деятельности журналистов и средств массовой информации. Профессиональная и академическая дискуссия ведется на эту тему до сих пор. Высокие профессиональные стандарты соблюдаются не всегда, а проблема носит не только национальный, но и глобальный характер. По-прежнему общемировая тенденция журналистского непрофессионализма сопровождается коммерческим фактором. Кроме этого, развитие новых каналов коммуникации, технологическая революция и потребность авторов в профессионально-творческой самореализации не проходят бесследно. Б. Б. Шагдарова называет результат: «Следствием этого нередко становится односторонняя тенденциозная подача информации, идущая вразрез с общепринятыми морально-нравственными нормами. Конфликты, криминал, скандалы стали, к сожалению, излюбленными темами во всех СМИ, причем эта тенденция не только внутрироссийская, но и общемировая»[[132]](#footnote-132).

В погоне за сенсационностью и эксклюзивностью материалов журналисты нередко отказываются от профессиональных принципов, забывая, как минимум, об общечеловеческих ценностях. В контексте современной медиасистемы политический журналист нуждается в профессиональной идентификации. Идентичность журналиста носит гибридный характер и определятся трансформацией медиасистемы в целом. Под влиянием таких масштабных процессов, как конвергенция, глобализация и цифровизация, произошли перемены в профессиональной деятельности сотрудника средств массовой информации, которая стала более специфической.

Объясняющий потенциал теории гибридной медиасистемы Э. Чедвика заключается в кроссплатформенном размещении информации. Специфика состоит не просто в возникновении новых каналов коммуникации, а в синергетическом эффекте их использования. А. Ю. Колянов утверждает, что транспарентные медиасистемы приводят к дисфункционированию социальных медиа, поскольку открытость и прозрачность данной системы иллюзорна. Подобная тенденция подкрепляется проблемой информационной гигиены, цифрового неравенства, монетизации контента, лояльности к политической элите. Ценностный и антропологический вектор определяют потребность в профессионально самоопределении журналиста.

Современная коммерческая модель средств массовой информации дихатомична: с одной стороны, внимание учредителей устремлено на выполнение политического заказа, с другой – социального.

А. Ю. Колянов рассуждает о противоречивости ценностных установок: «Это могут быть как привычные независимость и непредвзятость в подаче материала, так и сознательная или бессознательная ангажированность экономическими или политическими корпорациями, намеренно искаженная подача информации (вирусность или нативность)», провоцирование сетевой активности аудитории для увеличения трафика (конфликты, споры, троллинг) и т. д.»[[133]](#footnote-133).

Средства массовой информации сливаются и поглощаются с новыми медиа порождают внутренний конфликт в сознании журналиста, которому требуется либо принимать текущие реалии, либо уходить из профессии. Двойные стандарты, пост-правда, фейки вынуждают профессионала принимать решение, способен ли он, как личность, приспосабливаться к квази-ценностям. По мнению А. Ю. Колянова, журналист становится не участников общественной жизни, а политическим комментатором: «Он становится герменевтом знаков, намеков, признаком и мнений, освещает не события и факты, а темы и проблемы, включаясь в решение политических задач…»[[134]](#footnote-134).

Рассуждая о феноменологии конфликта с позиций философской антропологии, Б. В. Кобылинский обращается к механизму соприсутствия Я и Другого. Такими категориями исследователь именует стороны конфликта, гармонизация которых и является предметом изучения. Понятие конфликтного паттерна сопряжено с идентичностью, схожестью развития сценариев взаимодействия Я и Другого. «Паттерн можно определить как систематическое повторение элементов конфликтной реальности, происходящее с онтологической необходимостью вне зависимости от вариативных особенностей бытия-в-конфликте»[[135]](#footnote-135), – полагает философ.

Исследование природы паттерна носит практический характер. Конкретные элементы конфликтной реальности привержены проблеме поведенческой самоорганизации Я и Другого. При этом реализация того или иного паттерна вариативна, поскольку соответствует общепринятым культурным ориентирам. Гармоничное сосуществование двух оппонирующих категорий представляется противоестественным. Имеют место фальсификация и подмена смыслов с целью обеспечения собственного доминирующего положения Я и Другого в конфликтном бытии.

В классической модели производства информационного продукта фокус внимания смещается: интерес направлен не на создание объективной социальной реальности, а на порождение лумановской второй реальности, когда вторая замещает первую. «Таким образом, уже не первый раз приходится констатировать, что вид профессиональной деятельности по сбору, анализу и распространению социально значимой информации через разнообразные коммуникативные каналы, ранее известный как журналистика, трансформируется в более масштабную по своему социально-экономическому влиянию область»[[136]](#footnote-136), – объясняет А. Ю. Колянов.

Итак, в данном разделе исследования нами была предпринята попытка изучить, какую роль средства массовой информации играют в политических процессах современного российского общества. Проанализировав академические кейсы в области социологии, политологии, коммуникативистики, психологии, мы сделали следующие наблюдения:

1. в своей совокупности различные медийные дискурсы образуют мультидискурсивное информационное поле, которое охватывает и пронизывает едва ли не каждую общественную сферу;
2. СМИ в большей степени, чем другие социальные институты влияют на формирование положительных или отрицательных массовых представлений о культурных и этнических различиях людей;
3. среди прочих моделей функционирования СМИ, концепция четвертой власти свидетельствует о высоком уровне развития политической системы общества;
4. феномен фейк-ньюс представляет существенную угрозу, поскольку такие «бутафорские» новости способны искажать реальность и трансформировать социально-правовое общество;
5. даже в условиях стабильной политической системы общества, СМИ подвержены государственному контролю в той или иной степени. С позитивной точки зрения, любые общественные институты обязаны выполнять нормы действующего законодательства.

**Глава 2. Эмпирическое исследование роли средств массовой информации в структуре политической системы современной России (на примере ленинградского телевидения**)

* 1. **Программа эмпирического исследования роли средств массовой информации в структуре политической системы современной России**

Актуальные события как в России, так и на мировой арене повлияли на уровень доверия общественности к традиционным и новым медиа. Степень лояльности к различным медиа существенно разнится, однако приоритет по-прежнему сохраняется именно за средствами массовой информации, в частности, за телевидением. Новым медиа россияне доверяют меньше, следует из результатов социологического исследования, проведенного ВЦИОМ[[137]](#footnote-137). Результаты исследования графически отражены в приложении 3.

С методологической точки зрения, специалисты ВЦИОМ при изучении уровня доверия россиян к традиционным и новым медиа провели телефонный опрос среди 1600 респондентов старше 18 лет по стратифицированной случайной выборке, извлеченной из полного списка сотовых телефонных номеров, задействованных на территории России. Обработка первичных данных, полученных методом телефонного интервью, происходила в соответствии с социально-демографическими параметрами. Отмечается, что погрешность результатов социологического исследования составляет не более 2,5%. Путеводитель социологического интервью содержал один вопрос закрытого типа «Доверяете ли Вы следующим средствам массовой информации?» с возможностью вариативного множественного ответа по шкале суммарных оценок Лайкерта. Респондентам было предложено высказать свое отношение к федеральным и региональным телеканалам, центральному и региональному радио, центральной и региональной периодической печати, новостным, аналитическим и официальным интернет-сайтам, мессенджерам, в частности, телеграмм-каналам, социальным сетям и интернет-блогам. Участники опроса могли дать один утвердительный ответ из числа предложенных: «Определенно да», «Скорее да», «Скорее нет», «Определенно нет», «Не пользуюсь», «Затрудняюсь ответить».

Таким образом, согласно результатам исследования ВЦИОМ, наиболее высоким индексом доверия обладают федеральные телеканалы, немногим опережая региональное телевидение – 24 пункта. Крайне низкие показатели продемонстрировали все остальные медиа, как традиционные, так и новые. Индекс доверия россиян колеблется в диапазоне 5-9 пунктов. Отрицательные значения показали мессенджеры и социальные сети, индекс доверия к которым составил -8% и -20%, соответственно.

Немногим ранее среди россиян был проведен масштабный социологический опрос, посвященный одобрению населением деятельности органов государственной власти, представителей политической власти и патриомы с января по март текущего года[[138]](#footnote-138). Согласно результатам исследования ВЦИОМ, большинство россиян одобряют политическую власть в России, а значит, признают ее законной и легитимной. Результаты исследования графически отражены в приложении 4.

Релевантная выборка исследования составила 1600 респондентов в возрасте от 18 лет. Методологический выбор пал телефонное интервью по стратифицированной двухосновной случайной выборке стационарных и мобильных номеров. Предельная погрешность результатов социологического опроса не превышает 1% с учетом возможности внесения респондентами дополнительных формулировок, не предусмотренных путеводителем телефонного интервью. Респондентам было предложено ответить на несколько вопросов открытого и закрытого типов: «Вы в целом одобряете или не одобряете деятельность…?», «Скажите, пожалуйста, Вы доверяете или не доверяете…?», «Скажите, пожалуйста, если бы в ближайшее воскресенье состоялись выборы в Государственную Думу Российской Федерации, за какую из следующих партий Вы бы, скорее всего, проголосовали?». Социологическое исследование подтвердило высокий уровень одобрения россиянами политики, проводимой президентом, председателем федерального правительства и кабинетом министров с начала текущего года. Так, 77,9% россиян одобряют политическую деятельность президента России В. В. Путина. Причем за три месяца уровень одобрения вырос более чем на 4%. Политику председателя правительства России В. М. Мишустина одобряют 54,5% населения. Несмотря на небольшую положительную динамику, показатель одобрения с начала текущего года вырос более чем на 1%. Аналогичная картина и с деятельностью кабинета министров, которую одобряют чуть больше половины жителей страны – 52,8%, тем не менее, степень одобрения с начала текущего года выросла на 1,5%. Индекс доверия к политическому руководству государства также на высоком уровне, хотя показатели с начала текущего года выросли незначительно. Так, президенту России доверяют более 80% жителей, председателю правительства России – более 60%, лидерам некоторых политических партий – меньше половины россиян. На ближайших политических выборах электората отдали бы предпочтение «Единой России», не более 10,6% респондентов выразили желание испортить бюллетень, затруднились ответить или отказались от участия в избирательной кампании. Можно сделать вывод о стабильности партийного представительства в России. Более всего россияне лояльны к партии «Единая Россия». Отношение к другим парламентским и непарламентском партии также устойчиво, небольшие колебания допустимы в незначительном диапазоне с короткой амплитудой. График, приведенный в приложении 6, позволяет сделать предположение об отсутствии конкуренции среди патриомы: процентные кривые политических партий не пересекаются, за исключением КПРФ и некоторых непарламентских партий – было зафиксировано только две точки пересечения в начале года.

На основании результатов вторичных социологических исследований было решено провести собственное эмпирическое исследование, посвященное месту и роли средств массовой информации в политической системе современного российского общества.

Далее приведена **программа эмпирического исследования.**

**Гипотеза эмпирического исследования** заключается в том, что функциональная и структурная специфика средств массовой информации не противоречит деятельности органов государственной власти и направлена на консолидацию и реализацию общественных интересов между различными институтами.

**Методологическая база эмпирического исследования** представлена такими инструментами, как экспертное интервью, интернет-опрос, анализом вторичных данных. Эмпирическое исследование базируется на принципах объективности и системности. Первое эмпирическое правило сформулировано тем, что рассматриваемое проблемное поле существует объективно, соответственно, может быть изучено на основании объективных научных методов. Второе эмпирическое правило выражается системностью исследования, поскольку изучаемое проблемное поле существует в виде системы, поэтому ее структурные элементы не могут быть изучены не в совокупности, автономно друг от друга.

**Объектом эмпирического исследования** являются представители органов исполнительной, законодательной и судебной властей Санкт-Петербурга и Ленинградской области, представители правоохранительных органов указанных регионов.

**Предмет эмпирического исследования** представлен экспертным мнением представителей органов исполнительной, законодательной и судебной властей Санкт-Петербурга и Ленинградской области, представителей правоохранительных органов указанных регионов о роли СМИ в структуре современной политической системы России.

**Цель эмпирического исследования** заключается в определении экспертного мнения представителей органов исполнительной, законодательной и судебной властей Санкт-Петербурга и Ленинградской области, представителей правоохранительных органов указанных регионов о роли СМИ в структуре современной политической системы России.

Для достижения цели эмпирического исследования представляется необходимым выполнение следующих **исследовательских** **задач**:

1. Сформулировать опыт взаимодействия представителей органов государственной власти и правоохранительных органов с представителями средств массовой информации.
2. Определить проблемные точки, которые, по мнению представителей органов государственной власти и правоохранительных органов, создают сложности при взаимодействии с представителями средств массовой информации.
3. Выявить оценку взаимодействия представителей органов государственной власти и правоохранительных органов с представителями средств массовой информации.
4. Определить содержание терминологического аппарата эмпирического исследования, раскрыв его объясняющий потенциал.
5. Оценить компетентность экспертов, которые примут участие в проведении эмпирического исследования.
6. Разработать и сформулировать путеводитель экспертного интервью.
7. Обработать полученные в ходе эмпирического исследования качественные данные.
8. Провести анализ вторичных данных, в дополнение к выведенным результатам эмпирического исследования.

Считаем необходимым сформулировать **терминологический аппарат эмпирического исследования** в целях обеспечения объективности, системности, конкретности, критичности научной работы.

*Орган государственной власти* – «это самостоятельное звено государственного аппарата (гражданин или организованный коллектив граждан), участвующее в государственном регулировании, наделенный государственно-властными или иными полномочиями, уполномоченный государством и обществом на осуществление его задач и функций и действующий в установленном государством порядке»[[139]](#footnote-139).

*Обращение в органы государственной власти* – «это направленные в государственный орган, орган местного самоуправления, в указанное выше учреждение или организацию, должностному лицу в письменной форме или в форме электронного документа предложение, заявление или жалоба, а также устное обращение гражданина в указанные органы, учреждения или организации»[[140]](#footnote-140).

*Исполнительная власть* – «это самостоятельная и независимая в рамках принципа разделения властей ветвь государственной власти, которую отличают всеобъемлющий, предметный и организующий характер, структурированность в единую систему органов, обеспечивающих исполнение законов и подзаконных актов в установленных формах, порядке и методами в пределах своих полномочий»[[141]](#footnote-141).

*Законодательная власть* – это «деятельность государства по установлению общеобязательных юридических норм, которая осуществляется, как правило, общегосударственным представительным органом. Верховенство законодательной власти ограничено принципами права, Конституцией, правами человека. Она определяет форму государственного устройства, создает учреждения, определяет те правила, по которым они должны действовать, и т. д.»[[142]](#footnote-142).

Понятие судебной власти принято усматривать в двух терминологических плоскостях, которыми являются функциональный и институциональный компоненты.

*Судебная власть (функциональный компонент)* – это «совокупность юрисдикционных полномочий, ограниченных юридической конституцией и общими принципами права, и связанных с ними полномочий государства, реализуемых от имени народа независимыми должностными лицами – судьями – в особо оговоренной законом судебной процедуре и иными должностными лицами, которые обеспечивают юрисдикционную деятельность судей»[[143]](#footnote-143).

*Судебная власть (институциональный компонент)* –это «обособленная группа связанных между собой государственных учреждений (в основном судов), организующих и обеспечивающих реализацию судьями юрисдикционных полномочий»[[144]](#footnote-144).

*Правоохранительные органы* – это «это обособленная по признаку профессиональной деятельности самостоятельная группа государственных и негосударственных органов, выполняющих следующие задачи: восстановление нарушенного права, наказание нарушителя, восстановление нарушенного права и наказание нарушителя одновременно»[[145]](#footnote-145).

*Прокуратура* – это «государственный орган с особым статусом, не входящий ни в одну из ветвей государственной власти, у этих двух условно автономных государственно-правовых институтов имеется два ключевых интегрирующих фактора: и судебная власть, и прокуратура конституционно закреплены в одной главе 7 Конституции РФ, которая имеет одноименное название; и судебные органы, и прокуратуру сближает общее предназначение – разрешение правовых споров и государственная защита прав и свобод личности, надзор за соблюдением Конституции РФ и исполнением законов, что является важнейшими составляющими обеспечения конституционного правопорядка в целом»[[146]](#footnote-146).

*Избирательная комиссия* – это «коллегиальный орган, формируемый в порядке и сроки, которые установлены законом, организующий и обеспечивающий подготовку и проведение выборов»[[147]](#footnote-147).

*Средства массовой информации* – это «социальный институт, более конкретно – коммуникативную систему, внутри которых действуют организации и институты, осуществляющие сбор, анализ и оценку информации, её обработку и распространение среди зрителей/слушателей/читателей. Основу коммуникативной системы представляет пресса, функционирующая в различных формах и видах, но преследующая, независимо от них, единые цели, разрешающая одинаковые задачи и имеющая инструментарием примерно идентичный набор функций и средств»[[148]](#footnote-148).

*Экспертное интервью (опрос)* – «разновидность опроса, в ходе которого респондентами являются эксперты – высококвалифицированные специалисты в определенной области деятельности <…> выявление наиболее существенных, сложных аспектов исследуемой проблемы, повышение надежности, обоснование информации, выводов и практических рекомендаций благодаря использованию знаний и опыта экспертов»[[149]](#footnote-149).

*Путеводитель экспертного интервью (гайд экспертного интервью)* – «путеводитель для исследовательского интервью составляется в соответствии с целями и задачами исследования и представляет собой список тем или вопросов, которые необходимо обсудить с респондентом. Путеводитель составляется с учетом степени формализации интервью, а также уровня компетенции интервьюера. Путеводитель может содержать только перечень тематических блоков или же дословно сформулированные вопросы»[[150]](#footnote-150).

*Респондент* – это лицо, принимающее участие в социологическом или другом опросе, анкетировании.

*Генеральная совокупность* – «это совокупность единиц, относительно которой делаются выводы выборочного обследования. В качестве генеральной совокупности может выступать совокупность жителей страны, отдельного населенного пункта, совокупность работников предприятия и т. п.»[[151]](#footnote-151).

*Выборочная совокупность* *(выборка)* – «это часть генеральной совокупности, сформированная при помощи специальных методов и процедур, результаты обследования которой распространяются на генеральную совокупность»[[152]](#footnote-152).

Методического внимания заслуживает проблема оценки компетентности экспертов на стадии подготовки к проведению эмпирического исследования. Именно по причине стремления к качеству реализации экспертизы отбор респондентов определяется их авторитетом и уровнем занимаемой должности в своей специализированной области. А. А. Онипко, в контексте методических сложностей при проведении эмпирического исследования, полагает, что отбор компетентных экспертов и качественная подготовка к экспертизе требуют особенного подхода: «Специфической и отличительной чертой экспертизы именно в социологических исследованиях является частая неопределенность предмета исследования – неопределенность в плане сложности формулировки конкретных и достаточных критериев, отражающих суть изучаемого социального процесса или явления. Отсюда социологу не просто сформулировать исследовательские индикаторы, а экспертам затем наполнить их содержательно»[[153]](#footnote-153).

Процедурный раздел программы эмпирического исследования призван к описанию инструментария экспертизы, установлению сроков ее проведения, выбору респондентов и его обоснованию.

Для того, чтобы получить компетентное мнение по вопросам эмпирического исследования, нами был определен круг экспертов, состоящих их представителей исполнительной, законодательной, судебной властей и правоохранительных органов как регионального, так и федерального уровней. Принять участие в эмпирическом исследовании нами было предложено:

1. депутату Законодательного собрания Санкт-Петербурга Д. С. Четырбоку;
2. председателю Санкт-Петербургского городского суда А. В. Лакову;
3. старшему помощнику прокурора Ленинградской области по взаимодействию со СМИ и правовому обеспечению М. С. Швецовой;
4. главному редактору телеканала ЛенТВ24 О. В. Черных.

Путеводитель экспертного интервью (гайд экспертного интервью) представлен в *приложении 1*. Гайд полуформализованного интервью состоит из 10 вопросов, на которые предлагается ответить заранее сформированному пулу экспертов. Вопросы посвящены роли СМИ во взаимодействии с органами государственной власти и правоохранительными органами, опыту органов государственной власти и правоохранительных органов во взаимодействии со СМИ, современному состоянию СМИ в качестве «четвертой власти», роли СМИ в российском избирательном процессе.

Процедура открытого интернет-опроса описана далее. Опрос состоит из 10 закрытых вопросов, которые во многом пересекаются с вопросами экспертного интервью. Путеводитель интернет-опроса представлен в *приложении 2*. Респондентам, представителям телеканала ЛенТВ24, было предложено перейти по интернет-ссылке на страницу с описанием цели эмпирического исследования и вопросами, требующими или положительного, или отрицательного ответа.

Генеральная совокупность эмпирического исследования составила 97 человек, что соответствует числу сотрудников телекомпании.

Выборочная совокупность эмпирического исследования составила 30 человек, что является третью от общего числа сотрудников телекомпании.

В частности, экспертные интервью и интернет-опрос были проведены с 01.02.2023 по 31.04.2023.

В целом, эмпирическое исследование было проведено с 01.02.2023 по 31.04.2023.

К ограничениям эмпирического исследования стоит отнести анонимность при проведении интернет-опроса, специфику работы органов государственной власти и правоохранительных органов, а также особенности журналистского сообщества в Санкт-Петербурге и Ленинградской области.

Возможно, было бы правильным увеличить генеральную совокупность эмпирического исследования до всего журналистского сообщества Санкт-Петербурга и Ленинградской области, однако, это не представляется реальным. Не все сотрудники средств массовой информации состоят в союзе журналистов, потому что членство в профессиональном сообществе не является обязательным требованием в этой деятельности. К тому же не все сотрудники средств массовой информации состоят в трудовых отношениях с работодателем: популярна практика заключения договоров гражданско-правового характера и срочных трудовых договоров как с представителями творческих профессий. По этой причине нельзя назвать точное число журналистов в Санкт-Петербурге и Ленинградской области.

В то же время сотрудники телеканала ЛенТВ24 являются типичными представителями журналистского сообщества. Многие из сотрудников имеют богатый опыт работы в других средствах массовой информации, в том числе федеральных. Поэтому выборка эмпирического исследования представляется релевантной и репрезентативной.

Подлинность эмпирического материала подтверждается заверенной подписью респондента на фирменном бланке того или иного органа государственной власти с оригинальным оттиском печати.

* 1. **Описание результатов эмпирического исследования роли средств массовой информации в структуре политической системы современной России**

Региональный медиаландшафт Ленинградской области и Санкт-Петербурга свидетельствует о развитом состоянии медийного пространства: средства массовой информации прочно интегрированы в политическую систему общества, диверсифицированы ангажированностью интересами ключевых персоналий, вариативны и независимы от влияния органов государственной власти в рамках действующего нормативно-правового законодательства. Результаты проведенного эмпирического исследования подтвердили гипотезу о том, что функциональная и структурная специфика средств массовой информации не противоречит деятельности органов государственной власти и направлена на консолидацию и реализацию общественных интересов между различными институтами.

Уровень политико-правовой культуры средств массовой информации обеспечивается благодаря автономизации СМИ от государственных институтов на правах самостоятельного и полноценного общественного института. Однако, функциональная специфика традиционных медиа ограничена ее сущностью: посредническая роль средств массовой информации заключается в проведении и обеспечении социальных коммуникаций между различными участниками политического процесса.

Эмпирический материал, полученный в полевых условиях, позволяет раскрыть потенциал интеграции средств массовой информации в политическую систему общества на основе специфики взаимодействия традиционных медиа и органов государственной власти и правоохранительных органов. При проведении экспертизы пул респондентов был сформирован из представителей различных ветвей государственной власти: исполнительной, законодательной, судебной, – правоохранительных органов и, собственно, представителей средств массовой информации. Подобная выборка представляется релевантной, поскольку позволяет точечно и предметно рассмотреть особенности взаимодействия средств массовой информации с каждым типом органов власти, описать модель комплексного взаимодействия, определить степень интеграции средств массовой информации в политический процесс и утвердить роль средств массовой информации в структуре политической системы общества, что корреспондируется с темой магистерской диссертации и отвечает целям и задачам исследовательской работы.

 *График 1.*

**Политическая**

**власть**

**Исполнительная**

**власть**

**Законодательная**

**власть**

**Судебная**

**власть**

**СМИ**

**Новые медиа**

**Общество**

Концепция «четвертой власти» не более чем околонаучная метафора, функционально противоречащая специфике взаимодействия средств массовой информации с органами государственной власти и правоохранительными органами. В частности, председатель Санкт-Петербургского городского суда А. В. Лаков убежден, что средства массовой информации, возможно, и способны оказывать какое-либо влияние на исполнительную и законодательную ветви власти, но не на судебную, которая стоит особняком по отношению к другим. Задача судебной системы заключается в том, чтобы выносить законные, обоснованные решения, справедливо осуществлять правосудие на основе внутреннего убеждения и собранных доказательств. Правоприменительная практика не может ангажироваться чьими-либо интересами, в том числе, и позицией средств массовой информации. «У нас есть основная задача выносить законные, обоснованные, мотивированные решения. Мы слушаем иски граждан, правительства, иногда оспариваем какие-то акты. Мы удовлетворяем эти иски, мы отказываем в их удовлетворении. Так или иначе все представители власти для нас – участники процесса. И средства массовой информации для нас или слушатели, с которыми мы работаем, или такие же участники процесса, над которыми суд тоже выше. Потому что так должно быть. Мы не придерживаемся ни чьей позиции, ни чьей стороны», – объясняет А. В. Лаков.

Деятельность журналистов цензурируется только лишь действующими законодательными ограничениями, которые обоснованы и оправданы. Сотрудники СМИ не вправе публиковать определенную информацию, относящуюся к государственной тайне, несовершеннолетним потерпевшим и др. Однако, средства массовой информации вольны по своему усмотрению освещать судебный процесс, выражать любое мнение насчет принятого судьей решения, формировать собственную позицию. Журналисты имеют возможность отстаивать право на присутствие в судебном процессе, если это не противоречит закону, возражать на необоснованный отказ в доступе к слушанию дела, но это никак не связано с каким-либо давлением на судебную систему.

Задача средств массовой информации состоит в консолидации и проведении общественных интересов, формировании общественного мнения, социальном позиционировании, посредничестве между участниками политического процесса. СМИ обращают внимание органов власти на те или иные проблемы, обеспечивают реализацию общественного запроса на разрешение конфликтных ситуаций. По мнению старшего помощника прокурора Ленинградской области по взаимодействию со СМИ и правовому обеспечению М. С. Швецовой, средства массовой информации, будучи интегрированными в политическую систему обеспечивают легализацию распространяемой в новых медиа информации в общественном поле. В условиях интенсивного развития социальных сетей, информационная экспансия приобретает колоссальные масштабы и характеризуется крайне широким охватом аудитории. Проблема верификации информации приобретает все большую актуальность, что обусловлено высокой скоростью распространения сообщений в новых медиа, невозможностью выявления первоисточника информации и необходимостью развития технологий факт-чекинга при актуализации такого феномена, как фейк-ньюс.

Сегодня средства массовой информации перестали быть источником информации: информационные поводы, как правило, выявляются путем проведения мониторинга социальных сетей и благодаря взаимодействию с органами власти и различными ведомствами. Это позволяет сделать предположение о том, что роль средств массовой информации в политическом процессе как общественного института заключается в коммуникационной поддержке и информационном сопровождении деятельности органов государственной власти, но не в оказании какого-либо влияния на государственную или муниципальную власть.

В условиях жестких законодательных ограничений повышается и уровень политико-правовой культуры и социальной ответственности средств массовой информации. Руководители традиционных медиа в последнее время озаботились формированием юридических отделов в целях повышения качества публикуемой информации. Достоверность информационных сообщений предполагает и развитие правовой грамотности журналистов. По этой причине распространение фейков, чаще всего, наблюдается именно в новых медиа, а не традиционных, что обусловлено уровнем правовой ответственности сотрудников СМИ. «Если какой-то человек написал какую-то информацию, мол, я узнал вот это и вот это, если это не подпадает под ограничения определенные, то, по большому счету, ему-то за это ничего не будет. А если СМИ напишут непроверенную информацию, то последствия будут другими. Поэтому СМИ не делают так. У нас культура СМИ очень выросла, очень выросла. То, что было даже 5-7 лет назад, сейчас нельзя соотнести. Очень сильно выросла культура СМИ, очень сильно выросла ответственность. Почему? Законодательное закрепление. Журналистов не загнали в рамки, просто они поняли, что, как и все остальные, они отвечают перед законом», – констатирует М. С. Швецова.

Проблема некомпетентности отдельных представителей средств массовой информации актуальна и в законотворческой деятельности. Специфика парламентаризма состоит в его избирательной сущности: депутатский корпус – одна из трех ветвей государственной власти, которая наиболее ориентирована на взаимодействие с народом. Депутат Законодательного собрания Санкт-Петербурга VII созыва Д. А. Четырбок честно признается, что единственный «начальник» для депутата любого уровня – это электорат, поскольку данная должность выборная, представительная: «Как бы это не звучало, СМИ, они держат в тонусе представителей органов госвласти, потому что органы госвласти, их представители понимают, что они постоянно под прицелом, так скажу, за их деятельностью следят, это заставляет и побуждает быть более ответственными. Могу вас заверить, если вы проведете опрос среди депутатов, грубо говоря, боятся ли они что-то совершить, потому что об этом узнают СМИ, уверяю, что процентов 98 вам скажут однозначно «да». Это показатель того, что все-таки в тонусе СМИ нас держат».

По мнению парламентария, законодательная ветвь государственной власти наиболее подвержена влиянию средств массовой информации, которые формируют общественное мнение и оказывают воздействие на лояльность людей к деятельности народных избранников. СМИ являются неотъемлемым структурным элементом политического процесса, который, как «мостик», обеспечивает взаимодействие различных участников политической системы общества. На примере закона о комплексном развитии территорий проявляется функция СМИ как «четвертой» ветви власти, убежден Д. А. Четырбок. Предусматривающий программу реновации законопроект вызвал широкий общественный резонанс, в том числе, благодаря средствам массовой информации, которые широко освещали проблему переселения жителей Санкт-Петербурга. «Конечно, средства массовой информации внесли свой вклад именно в то, чтобы развить эту тему. Эту тему намуссировали именно по разным источникам. Порой проплаченных, я этого скрывать не буду. И общество было буквально готово и депутатов, и чиновников, которые у нас в правительстве города, поднять на вилы, я так скажу, прямо. Поэтому после того, как СМИ внесли свой вклад в это дело, по инициативе председателя Законодательного собрания был создан специальный общественный штаб, который работает до сих пор на секундочку, и который призван как-то разрулить эту ситуацию. Благодаря общественному резонансу, который был создан, в том числе, благодаря участию СМИ, губернатор города, подписав этот закон, позже его приостановил, поэтому закон сейчас не действует. И исходя даже из этого примера, с уверенностью говорю, что да, СМИ – это четвертая ветвь власти», – комментирует Д. А. Четырбок.

Качественная интеграция средств массовой информации в политический процесс обеспечивается широким медиаприсутствием представителей органов государственной власти в информационном поле. Согласно федеральному законодательству, главы регионов, депутаты обязаны обеспечить свое присутствие в социальных сетях, чтобы их политическая деятельность была широко освещена среди населения. С одной стороны, политический процесс становится более прозрачным, открытым и гласным, с другой, – с развитием новых медиа приобретает все новые масштабы феномен «фейк-ньюс».

Д. А. Четырбок убежден, что проблема интенсивного и экспансивного распространения фейков должна быть разрешена силами именно органов государственной власти, а не журналистов «У нас сейчас принят федеральный закон о борьбе с фейками. У нас уже есть прецеденты, когда издания и отдельных товарищей привлекают к ответственности за то, что они пишут всякие небылицы, и, я считаю, что этот закон нужен, как бы его там не критиковали, по-разному можно относиться… Безусловно, бывают какие-то перегибы на местах, потому что здесь, как и в любой другой сфере, есть человеческий фактор. Но судить по человеческому фактору, что вся система сама по себе недееспособна, ну так нельзя».

*Табл. 1.*

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Исполнительная власть | Законодательнаявласть | Судебнаявласть | Прокуратура | СМИ |
| Выполняют ли СМИ функцию «четвертой» ветви власти? | + | + | - | + | + |
| Можно считать СМИ независимыми сегодня? | + | + | + | + | + |
| Профессиональны ли журналисты сегодня? | + | + | - | - | - |
| Обладают ли новые медиа преимуществом над традционными? | + | + | + | + | + |

*График 2.*

С концепцией «Четвертой власти» солидарен и главный редактор телеканала ЛенТВ24 О. В. Черных. Известный медиаменеджер полагает, что средства массовой информации играют ключевую роль в современной политической системе, занимают центральное место в политических процессах, выполняют важную социальную функцию, обеспечивая эффективную двустороннюю коммуникацию между обществом и органами государственной и муниципальной власти. На примере Ленинградского телевидения, О. В. Черных приводит успешный опыт эффективного взаимодействия телеканала ЛенТВ24 с администрацией и правительством Ленинградской области. По словам руководителя ЛенТВ24, успех лояльности избирателей к губернатору А. Ю. Дрозденко подкрепляется грамотным PR-сопровождением деятельности главы региона. Стоит оговориться, что речь о повышении личного паблицитного капитала политического лидера субъекта путем широкого освещения признаваемых и одобряемых большинством результатов его деятельности.

«Губернатор Александр Юрьевич Дрозденко – настоящий человек, большой профессионал, который искренне радеет за вверенный ему регион. Люди его реально любят, готовы голосовать, не боятся обращаться лично, а губернатор никогда не отказывает. Ленинградская область процветает благодаря ему: строится жилье, школы, детские сады, поликлиники, больницы, дороги: здесь всегда чисто и уютно. Чувствуется рука хозяйственника. Мы освещаем правительственные мероприятия, рассказываем нашим читателям и зрителям, что администрация Ленинградской области действительно работает, поэтому взаимодействуем с Суворовским по всем направлениям», – поясняет О. В. Черных.

В подтверждение своих слов медиаменеджер приводит пример позиционирования губернатора среди электората: А. Ю. Дрозденко оказывает точечную, адресную помощь жителям Ленинградской области, проводя телемосты, телефонные прямые линии и личные встречи с населением. Кроме того, согласно народному рейтингу глав регионов Российской Федерации, А. Ю. Дрозденко занимает 34-е место, опережая многих руководителей субъектов, имея на своем счету достаточно высокую среднюю оценку в 2,98 п. Некоторые параметры, которые учитывались в исследовании одобрения политического курса А. Ю. Дрозденко, приведены ниже в виде графика[[154]](#footnote-154).

*График 3.*

Согласно статистике, политический курс А. Ю. Дрозденко отличается высокой информационной открытостью, доверием к главе, работоспособностью. Среди других параметров рейтинга внимания заслуживает здоровый инвестиционный климат в регионе и развитая деловая среда, привлекающая бизнес. О. В. Черных подчеркивает успешность деятельности А. Ю. Дрозденко и его популярность среди жителей Ленинградской области: «Губернатор регулярно проводит прямую линию и личные встречи с жителями. Любой ленинградец может позвонить или напрямую обратиться к Александру Юрьевичу со своей проблемой. Он всегда вникает во все. Другое дело, что в Ленинградской области 18 районов и городской округ, но это муниципальная власть, и какие-то вещи должны решаться на местах. И если муниципалы будут халатны, им позвонят с Суворовского и быстро объяснят, что о людях нужно заботиться».

Обеспечивая надежный диалог между обществом и властью, средства массовой информации и оправдывают свое положение в качестве важнейшего общественного института, убежден О. В. Черных. Модель взаимодействия телеканала ЛенТВ24 и политического руководства Ленинградской области оправданна, надежна, успешна и эффективна, что подтверждается многими показателями. Кроме того, деятельность А. Ю. Дрозденко активно освещается в социальных сетях. Согласно результатам последних социологических исследований, губернатор Ленинградской области занимает четвертое место в соответствующем рейтинге[[155]](#footnote-155).

Результаты рейтинга активности глав регионов в социальных сетях за 1–7 мая 2023 года от Агентства политических и экономических коммуникаций (АПЭК) приведены на следующей странице. Так, демонстрируя позитивную динамику, показатели А. Ю. Дрозденко немногим уступают оценкам мэра Москвы С. С. Собянина, главы Чеченской Республики Р. А. Кадырова, губернатора Новгородской области А. С. Никитина и некоторых других глав регионов РФ.

*График 4.*

Кроме того, было решено провести интернет-опрос среди сотрудников телеканала ЛенТВ24, чтобы выявить мнение представителей профессионального сообщества. Среди 30 респондентов, что соответствует выборочной совокупности сотрудников телекомпании, абсолютное большинство выразили согласие с тем, что средства массовой информации являются «Четвертой власти» (70%): многие из журналистов сами принимали участие в съемках новостных сюжетов в качестве героев, столкнувшихся с теми или иными сложностями. В вопросе независимости средств массовой информации мнения сотрудников ЛенТВ24 разделились поровну (50% и 50%), однако все респонденты, принимавшие участие в интернет-опросе, единогласно согласились с положением о том, что средства массовой информации способны оказывать влияние на общественное мнение. При обработке результатов интернет-опроса было выведено интересное наблюдение: руководящий состав, скорее, склонен ставить под сомнение уровень профессионализма журналистов в то время, как рядовой корпус единогласно поддержал данный тезис. Также все 100% респондентов поддержали преимущество новых медиа, по сравнению с традиционными, посчитав, что классическое телевидение имеет менее выигрышные позиции. Остальные вопросы из гайда интернет-опроса были проигнорированы.

*График 5.*

Таким образом, становится очевидным ключевое значение средств массовой информации в структуре политической системы современной России. Несмотря на солидный потенциал средств массовой информации, следует признать, что основное предназначение как традиционных, так и новых медиа состоит в обеспечении и реализации эффективной коммуникации между обществом и органами государственной власти в то время, как проведение политической линии остается прерогативой других политических институтов.

**Заключение**

Средства массовой информации играют ключевую роль в политическом процессе современного российского общества. На правах полноценного социального института традиционные медиа обеспечивают консолидацию и проведение общественных интересов, формируют общественный запрос на качественные изменения, оказывают влияние на общественное мнение за счет социального позиционирования. Функциональность средств массовой информации, кроме того, заключается и в стабилизации политической системы общества в целом путем обеспечения устойчивого взаимодействия ее компонентов. Несмотря на большой потенциал, средства массовой информации опрометчиво позиционировать как «четвертую» ветвь государственной власти. Данная концепция не более чем околонаучная метафора, функционально противоречащая специфике взаимодействия средств массовой информации с органами государственной власти и правоохранительными органами. Если допустить, что СМИ способны каким-либо образом довлеть на органы государственной власти, то и исполнительная, и законодательная, и судебная власть перестанут выполнять свои задачи, оказавшись в политическом, правовом, институциональном и информационном подчинении от средств массовой информации. Выражение «Четвёртая ветвь власти» обычно используется для обозначения роли гражданского общества и общественных организаций в контроле за властью. СМИ же являются инструментом, с помощью которого граждане получают информацию о действиях власти и имеют возможность выражать свои мнения и позиции. Средства массовой информации определенно играют важную роль в системе контроля за политической властью и являются одним из элементов гражданского общества. Однако, использование термина «Четвёртая ветвь власти» для обозначения роли СМИ может быть спорным и служить поводом для обширной дискуссии.

Таким образом, модель распределения властных полномочий в политической системе общества представляется, как открытая экосистема, в которой присутствуют относительная автономия исполнительной, законотворческой и правоприменительной практики и, вместе с тем, адекватное сопряжение каждой из ветвей государственной власти друг с другом; в данной модели средства массовой информации оказывают коммуникационную поддержку и информационное обеспечение деятельности органов государственной власти, способствуя достижению диалога с определенными группами населения; возможно, проводить водораздел между традиционными и новыми медиа нецелесообразно, поскольку в условиях открытой экосистемы и те, и другие работают в связке, обеспечивая качественное функционирование политической системы общества. Будучи интегрированными в политическую систему, средства массовой информации обеспечивают легализацию распространяемой в новых медиа информации в общественном поле, поскольку традиционные медиа все же имеют более высокий социальный статус по сравнению с новыми.

Проблема профессионализма СМИ выходит на новый уровень: в условиях жестких законодательных ограничений уровень политико-правовой культуры и социальной ответственности средств массовой информации повышается, что благоприятно сказывается на общем информационном фоне. При этом средства массовой информации перестали являться специфическим источником информации, делается акцент на поиске общественно значимой информации и ее широком тиражировании.

Ответственность за противодействие фейковой информации возлагается на органы государственной власти, а не средства массовой информации. Несмотря на проблему некомпетентности отдельных журналистов, в целом, средства массовой информации в Ленинградской области и Санкт-Петербурге достаточно добропорядочны и профессиональны. Санирование информационного пространства представляется затруднительным, причиной чего является стихийное распространение новых медиа, которые сложнее поддаются законодательному регулированию.

В заключение стоит отметить, что роль средств массовой информации в политической системе общества не может быть недооценена. СМИ предоставляют гражданам информацию о политических событиях, действиях правительства, партий и политических лидеров. Это позволяет гражданам быть в курсе происходящего и принимать осознанные решения. Медиа способны контролировать действия правительства, партий и политических лидеров, выявлять коррупцию и нарушения закона, что помогает обществу сохранять демократические принципы и защищать свои права, могут влиять на общественное мнение и формировать политические предпочтения, имеют возможность поддерживать определенных политических лидеров или партии, а также выражать свою позицию по важным политическим вопросам. Однако, в современном мире СМИ сталкиваются с различными вызовами, такими как фейковые новости, манипуляции и цензура. По этой причине необходимо сохранять свободу слова и независимость средств массовой информации, чтобы была обеспечена возможность выполнять необходимые и важные социальные функции в политической системе современного общества.

**Список литературы**

Акимова В. В. Некоторые аспекты проявления политической активности молодежи / В. В. Акимова, А. В. Рачина // Известия ТРТУ: специальный выпуск. – 2001. – №1(19). – С. 223-224.

Алейников А. В. Феномен «фейк-ньюс» и трансформация информационных стратегий в цифровом обществе / А. В. Алейников, В. П. Милецкий, Н. П. Пименов, А. И. Стребков // Научно-техническая информация. – 2019. – Сер. 1. – №6. – С. 1-7.

Алипулатов И. С. Совершенствование политической системы / И. С. Алипулатов // Евразийский научный журнал. – 2016. – №1. – С. 29-33.

Артемов В. М. Социально-культурная ориентация правоохранительных органов / В. М. Артемов // СОЦИС. – 2000. – №1. – С. 51-55.

Балаян А. А. Контроль государства за СМИ в современной России: причины, механизм и последствия распространения «Постправды» / А. А. Балаян, Б. Л. Вишневский // Политическая экспертиза. – 2017. – Т. 13. – №4. – С. 100-109.

Безотосная О. С. Место прокуратуры Российской Федерации в системе государственных органов / О. С. Безотосная // Проблемы науки. – 2017. – №1 (14). – С. 80-83.

Берендеев М. В. Медиадискурсы и образы стран в условиях политики постправды / М. В. Берендеев // Политическая экспертиза. – 2017. – Т. 13. – №4. – С. 64-76.

Беспалов Ю. В. Модернизация политической системы и массовое политическое сознание / Ю. В. Беспалов // Вестник Воронежского государственного технического ун-та. – 2012. – Т. 8. – №12(1). – С. 1-4.

Бразевич Д. С. Социология: учеб. пособ. – Университет ГА: СПб: «КультИнформПресс», 2021. – 294 с.

Василькова В. В. Фейки о коронавирусе: коммуникативные технологии конструирования ложных сообщений / В. В. Василькова, П. А. Трекин // Дискурс. – 2021. – Т. 7. – №4. – С. 79-91.

Волков В. В. Эмпирическая социология права в условиях междисциплинарного синтеза / В. В. Волков // Социологические исследования. – 2017. – №4. – С. 34-42.

Гавриленко А. А. Понятие и система правоохранительных органов / А. А. Гавриленко // Сибирский юридический вестник. – 2009. – №1(44). – С. 94-100.

Гайдай М. К. Особенности пенитенциарной девиантности в условиях трансформации российского общества (на материалах иркутской области): автореф. дис. … канд. социол. н.: 22.00.04 / Гайдай Мария Константиновна. – Улан-Удэ, 2004. – 24 с.

Головин Н. А. Политическая социология: учеб. для студентов магистратуры / под ред. Н. А. Головина. – 2-е изд., перераб. СПб: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2021. – 412 с.

Губайдуллин А. Р. Понятие и особенности взаимодействия политической и правовой систем / А. Р. Губайдуллин // Вектор юридической науки. – 2019. – №4. – С. 91-100.

Гилинский Я. И. Социология девиантного поведения и социального контроля / ред. В. А. Ядов // Социология в России. – 2-е изд. – М: Изд-во Института социологии РАН, 1998. – 696 с.

Гришай В. Н. СМИ как общественный институт и органы власти государства: вопросы взаимоотношений / В. Н. Гришай, Е. А. Шепелин, К. А. Зенин [и др.] // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2021. – №3. – С. 43-45.

Денисов Э. И. Информационная гигиена и регулирование информации для уязвимых групп населения / Э. И. Денисов, А. Л. Еремин, О. В. Сивочалова, Н. Н. Курьеров // Гигиена и санитария. – 2014. – Т. 93. – №5. – С. 43-49.

Джавадова О. А. Медиафрейминг, как инструмент влияния на общественное мнение / О. А. Джавадова // E-SCIO. – 2020. – №5(44). – С. 85-93.

1. Дзялошинский И. М. Вызовы медиаглобализации / И. М. Дзялошинский // Вопросы теории и практики журналистики. – 2013. – №2. – С. 32-40.
2. Дзялошинский И. М. Дзялошинская М. И. Российские СМИ: как создается образ врага. Статьи разных лет: монография. – Чебоксары: ИД «Среда», 2019. – 316 с.

Дугин Е. Я. Власть доверия и доверие власти / Е. Я. Дугин // Власть. – 2018. – Т. 26. – №8. – С. 60-66.

Дьякова Е. Г. Социокультурные механизмы установления повестки дня / Е. Г. Дьякова, А. Д. Трахтенберг // Научный ежегодник института философии и права уральского отделения Российской Академии Наук. – 2001. – №2. – С. 166-191.

Ерзилина И. Г. К вопросу о содержании понятия «Избирательная комиссия» / И. Г. Верзилина // Актуальные проблемы конституционного права России и зарубежных стран. – 2014. – №9(46). – С. 1856-1859.

Ершов Ю. М. Феномен фейка в контексте коммуникационных практик / Ю. М. Ершов // Вестник Томского государственного университета. Филология. – 2018. – №52. – С. 245-256.

Ефанов А. А. Медиа-репрезентация протестных настроений в зеркале социологии // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. – 2017. – №2. – С. 63–67.

Жаде З. А. Доверие к власти как предмет исследования в российской социогуманитарной науке / З. А. Жаде, И. Н. Гайдарева // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2021. – №7. – С. 19-24.

1. Звада О. В. Манипулятивные особенности политического дискурса в англоязычных СМИ / О. В. Звада // Вестник Волжского университета имени В. Н. Татищева. – 2018. – Т. 1. – №1. – С. 23-30.
2. Зимин В. А. Политические партии – важнейший элемент политической системы / В. А. Зимин // Теория и практика общественного развития. – 2012. – №12. – С. 408-410.
3. Зуева О. Н. Влияние СМИ на оценку эффективности деятельности полиции (по результатам социологических исследований) / О. Н. Зуева, Н. Н. Демидов // Вестник Волгоградского государственного университета. – 2016. – №3(33). – С. 79-84.
4. Иванищева О. Н. Фейковые новости как новая форма пропаганды / О. Н. Иванищева // Человек. Культура. Образование. – 2018. – №4(30). – С. 104-110.
5. Ивлиев П. В. Средства массовой информации как четвертая ветвь власти / П. В. Ивлиев, Е. О. Ананьева // Закон и право. – 2021. – №1. – С. 50-52.
6. Ильченко В. А. Административно-правовое исследование вопросов обеспечения общественного доверия и поддержки гражданами полиции: автореф. дис. … канд. юрид. н.: 12.00.14 / Ильченко Валентина Александровна. – Н. Новгород, 2018. – С. 117.
7. Ильченко С. Н. Фейк как политический формат в современной медиасреде / С. Н. Ильченко // Гуманитарный вектор. – 2015. – №3(43). – С. 98-101.

Кобылинский Б. В. К вопросу о философском значении термина «Конфликтный паттерн» / Б. В. Кобылинский // Дискурс. – 2020. – Т. 6. – №4. – С. 39-45.

Кожина А. М. Исполнительная власть: понятие, признаки, место в современном государстве / А. М. Кожина // Научные записки молодых исследователей. – 2014. – №3. – С. 70-73.

Колянов А. Ю. Искусственный интеллект в медиадискурсе 2010-х гг. / А. Ю. Колянов // Дискурс. – 2021. – Т. 7. – №4. – С. 58-67.

Колянов А. Ю. Профессиональная идентичность журналиста в условиях гибридной медиасистемы / А. Ю. Колянов // Дискурс. – 2020. – Т. 6. – №4. – С. 62-72.

Кошевой О. С. Организация экспертного опроса с привлечением специалистов органов государственного и муниципального управления / О. С. Кошевой, Е. С. Голосова, Ш. Г. Сеидов // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2012. – №1(21). – С. 98-107.

Кузьмина С. В. Роль СМИ в формировании имиджа политического деятеля / С. В. Кузьмина // Известия Саратовского университета. – 2012. – Т. 12. – №2. – С. 69-72.

1. Куконков П. И. Социологическая модель социального напряжения: проблема адекватности / отв. ред. Ю. В. Асочаков // Солидарность и конфликты в современном обществе: Материалы научной конференции XII Ковалевские чтения 15-17 ноября 2018 года. – СПб: Скифия-принт, 2018. – 600 с.
2. Лебедева Д. С. Методические рекомендации по взаимодействию судов и СМИ. – СПб: Астерион, 2021. – 72 с.
3. Магдилов М. М. Законодательная власть в системе разделения властей в России / М. М. Магдилов // Вестник Дагестанского государственного университета. – 2011. – №2. – С. 89-92.
4. Майданская И. А. Отношения симметрии в политических системах / И. А. Майданская // Известия ТРТУ: специальный выпуск. – 2001. – №1(19). – С. 222-223.
5. Максимова Е. Н. Дисфункции политической системы как факторы политической нестабильности / Е. Н. Максимова, Л. Н. Гарас // Каспийский регион: политика, экономика, культура. – 2022. – №1(70). – С. 76-83.
6. Максимова Е. Н. Политические элиты как фактор нестабильности политической системы / Е. Н. Максимова // Вопросы этиологии. – 2021. – №4. – С. 36-49.
7. Малюкова О. В. Современная аргументация: в плену у фейков / О. В. Малюкова // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Философия. Политология. Культурология. – 2018. – Т. 4(70). – № 4. – С. 52–59.
8. Масловский М. В. Легитимность плебисцитарной демократии как теоретическая проблема социологии политики / М. В. Масловский // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. – 2009. – №4. – С. 13-19.
9. Мерсье А. Война и средства массовой информации: постоянные и переменные величины / А. Мерсье // Международный журнал Красного Креста. – 2005. – Т. 87. – №860. – С. 61.-75.
10. Милецкий В. П. Современный инструментарий системного анализа политических реформ в России / В. П. Милецкий, К. Б. Дорогой // Дискурс. – 2017. – №5. – С. 47-53.
11. Милецкий В. П. Эволюция политических симулякров в цифровом обществе (на примере «фейк-ньюс» и «постправды») / В. П. Милецкий, О. А. Никифорова // Дискурс. – 2020. – Т. 6. – №3. – С. 64-77.
12. Милецкий В. П., Казаринова Н. В. Системное содержание современной социальной политики. – СПб: Изд-во СПбГЭТУ «ЛЭТИ», 2010. – 120 с.
13. Милецкий В. П., Черезов Д. Н. Институты конфликторазрешения и поддержания мира: учеб. пособ. – СПб: Фонд развития конфликтологии, 2018. – 198 с.
14. Милецкий В. П. и др. Политическая социология. Изд-во СПбГУ, 2021; Милецкий В. П. Социология права. Изд-во СПбГУ, 2018; Милецкий В.П., Рябев В.В. Современная социология политики и права. Изд-во МГТУ, 2018 и др.
15. Миронов А. Л. Понятие государственного органа и его место в государственном регулировании / А. Л. Миронов // Вестник Московского университета МВД России. – 2022. – №4. – С. 40-43.
16. Могильчак Е. Л. Выборочный метод в эмпирическом социологическом исследовании: учеб. пособ. / Е. Л. Могильчак. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2015. – 120 с.
17. Мрочко Л. В. Критерии оценки эффективности деятельности средств массовой информации и коммуникации как социального института / Л. В. Мрочко, А. А. Жук, Е. С. Шимолюк // Экономические и социально-гуманитарные исследования. – 2019. – №2 (22). – С. 141-146.
18. Намруева Э. В., Ильянова О. И. Технологии взаимодействия органов внутренних дел со средствами массовой информации: учеб. пособ. – М.: Академия управления МВД России, 2021. – 100 с.
19. Никитенко А. И. Место современных политических партий в политической системе общества / А. И. Никитенко // Управленческое консультирование. – 2015. – №10. – С. 40-47.
20. Новак А. А. Особенности формирования повестки дня / А. А. Новак // Вопросы теории и практики журналистики. – 2018. – T. 7. – №1. – С. 129–144.
21. Онипко А. А. Проблемы получения экспертной информации в социологических исследованиях / А. А. Онипко // Дискуссия. – 2014. – №6 (47). – С. 70-74.
22. Орехов И. В. Понятие и признаки субинститута права: настоящее и будущее / И. В. Орехов // Вестник Омского университета. Серия «Право». – 2016. – №3 (48). – С. 51–55.
23. Осипов Г. В. Социология. Основы общей теории: учеб. для вузов. – М: Норма, 2003. – 912 с.
24. Пономарев Н. Ф. Фейк-ньюс и «приостановка веры» / Н. Ф. Пономарев // E-SCIO. – 2019. – №7(34). – С. 174-183.
25. Попов Д. Г. О коммуникативном пространстве смыслов и фейков / Д. Г. Попов, В. В. Фокина // Общество. Коммуникация. Образование. – 2021. – Т. 12. – №2. – С. 137–146.
26. Пую А. С. Между стандартами и необходимостью выжить: журналист как краеугольный камень общественной дискуссии в поляризованной стране рецензия на книгу Б. Добек-Островской «Польская медиасистема в сравнительной перспективе: медиа в политике, политика в медиа». Питэр Лэнг, 2019. 288 с. / А. С. Пую // Вестник Московского университета. Серия 10: журналистика. – 2019. – №6. – С. 195-207.
27. Пую Ю. В. Манипулятивная роль «четвертой власти» / Ю. В. Пую // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Гуманитарные и общественные науки. – 2010. – №1(105). – С. 31-34.
28. Пырьев Е. А. Критика когнитивных теорий происхождения эмоций / Е. А. Пырьев // Психология человека в образовании. – 2019. – Т. 1. – №3. – С. 258-265.
29. Пядышева Т. Г. Методы влияния на общественное мнение / Т. Г. Пядышева // Вестник Тамбовского университета. Серия: общественные науки. – 2017. – Т. 3. – №4(12). – С. 77-85.
30. Редченко Е. Г. Содержание и признаки судебной власти / Е. Г. Редченко // Ленинградский юридический журнал. Научно-теоретический и информационно-практический межрегиональный журнал. – 2008. – №4 (14). – С. 187-190.
31. Рыжов В. Б. Участие Интерпола в борьбе с терроризмом / В. Б. Рыжов // Международное право. – 2020. – № 2. – С. 56-69.
32. Савин В. Н. Правовая культура студентов в современных условиях: социологический анализ / В. Н. Савин // Социум и власть. – 2011. – №2(30). – С. 88-92.
33. Салаева Т. В. Роль современных СМИ в формировании массового сознания / ред. Б. Н. Герасимов // Теоретические и прикладные вопросы экономики, управления и образования: сборник статей Международной научно-практической конференции. – Пенза: Изд-во Пензенский государственный аграрный университет, 2020. – С. 182-186.
34. Сапина И. А. Юридическое толкование термина «Элита» / под общ. ред. О. В. Барабаш // сб. ст. V Междунар. науч.-практ. конф. – Пенза: изд-во ПГУ, 2018. – 484 с.
35. Сайтбеков А. М. Понятие политической системы общества / А. М. Сайтбеков // Международный научный журнал «Символ науки». – 2016. – №3. – С. 205-208.
36. Севастьянова И. Е. Органы государственного управления: судебная власть / И. Е. Севастьянова // Вестн. Мос. Ун-та. – Сер. 21. – 2013. – №3. – С. 22-34.
37. Сорокина Е. В. Роль СМИ в формировании положительного имиджа государственного служащего / Е. В. Сорокина, Д. О. Селентьева, В. А. Сурина, Е. А. Черкасова // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2019. – №4(1). – С. 142-145.
38. Телятников В. И. Проблемы формирования внутреннего убеждения судьи в уголовном процессе: автореф. дис. … канд. юрид. н.: 12.00.09 / Телятников Владимир Иванович. – СПб, 2003. – 25 с.
39. Тонконогов А. В. Кибердемократия, или гражданское общество как четвертая власть / А. В. Тонконогов // Закон и право. – 2020. – №4. – С. 19-27.
40. Тульчинский Г. Л. Фейки: коммуникация, смыслы, ответственность. Коллективная монография / С. Т. Золян, Н. А. Пробст, Ж. Р. Сладкевич, Г. Л. Тульчинский; под ред. Г. Л. Тульчинского. – СПб: Алетейя, 2021. – 288 с.
41. Устинова О. В. Средства массовой информации как «четвертая власть» / О. В. Устинова // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. – 2014. – № 4. – С. 62-64.
42. Чепкасов А. В. Формирование имиджа региона: ролевой набор имиджевой политики / А. В. Чепкасов // Вестник ВГУ. Серия: филология. журналистика. – 2018. – №2. – С. 147-150.
43. Черненькая С. В. «Свобода» как концепт и правовое понятие / под общ. ред. О. В. Барабаш // Сборник статей V Международной научно-практической конференции «Язык. Право. Общество». – Пенза: Изд-во «Пензенский гос. ун-т», 2018. – 484 с.
44. Чернышов В. А. Мягкая сила информационного общества: место и роль СМИ / В. А. Чернышов // Вестник ДонНУ. Сер. Б: Гуманитарные науки. – 2019. – №1. – С. 120-124.
45. Чеховский И. В. Интервью как способ получения информации в качественной стратегии исследовательского поиска / И. В. Чеховский // Вестник РУДН. – 2009. – №4. – С. 20-25.
46. Шагдарова Б. Б. Профессионально-этические ориентиры в современной журналистике / Б. Б. Шагдарова // Вестник Бурятского государственного университета. – 2014. – №10(1). – С. 249-252.

Шарыпова Т. Н Роль СМИ в становлении и функционировании информационного общества / Т. Н. Шарыпова, М. В. Боженко // Аллея науки. – 2019. – Т. 5. – №1 (28). – С. 896-898.

Шмыгин Д. Парадоксы «четвертой власти» / Д. Шмыгин // Медиасреда. – 2006. – №1. – С. 98-101.

Шугалей М. А., Бурикова И. С., Суханов О. В., Юрьев А. И. Триполи как социальный лифт для ИГИЛ (террористическая организация) / Коллективная монография по результатам исследований Максима Шугалея / под науч. ред. проф. А. И. Юрьева. – СПб, 2020. – 115 с.

1. Якимова О. А. Массовая коммуникация: теория и практика: учеб. пособ. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2020. – 112 с.
2. Владимир Путин: Пресловутая «культура отмены» превратилась в «отмену культуры» // официальный сайт «Российской газеты». URL: https://rg.ru/2022/03/28/vladimir-putin-preslovutaia-kultura-otmeny-prevratilas-v-otmenu-kultury.html (дата обращения: 01.04.2023).
3. Доверие СМИ в России: аналитический обзор // официальный сайт ВЦИОМ. URL: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/doverie-smi-v-rossii (дата обращения: 15.04.2023).
4. Народный рейтинг губернатора Ленинградской области А. Ю. Дрозденко // официальный сайт «Народный рейтинг глав регионов РФ». URL: https://governors.ru/glava-regiona/Leningradskaya-oblast/Drozdenko-Aleksandr-Yurevich (дата обращения: 27.04.2023).
5. Негласный Код – Команда 47. Ленобласть меняет новое движение губернатора // официальный сайт газеты «Аргументы и Факты». URL: https://spb.aif.ru/society/neglasnyy\_kod\_komanda\_47\_lenoblast\_menyaet\_

novoe\_dvizhenie\_gubernatora (дата обращения: 09.02.2023).

1. Рейтинг активности глав регионов в социальных сетях за 1–7 мая 2023 года Агентства политических и экономических коммуникаций (АПЭК) // официальный сайт портала «Региональные комментарии». URL: https://regcomment.ru/regions/rossiya/rejting-aktivnosti-glav-regionov-v-sotsialnyh-setyah-za-1-7-maya-2023-goda/ (дата обращения: 08.05.2023).
2. Рейтинги доверия политикам, оценки работы президента и правительства, поддержка политических партий: аналитический обзор // официальный сайт ВЦИОМ. URL: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/reitingi-doverija-politikam-ocenki-raboty-prezidenta-i-pravitelstva-podderzhka-politicheskikh-partii-20230414 (дата обращения: 14.04.2023).
3. СМИ больше не четвертая власть: интервью начальника ЦОС ФСБ России А. Г. Михайлова // официальный сайт ГИПП. URL: https://gipp.ru/overview/mneniya-ekspertov/smi-bolshe-ne-chetvertaya-vlast/ (дата обращения: 25.03.2023).
4. Федеральный закон от 02.05.2006 N 59-ФЗ (последняя редакция) «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации» // СПС КонсультантПлюс.

*Приложение 1*

**Путеводитель экспертного интервью**

**(гайд экспертного интервью)**

Расскажите об опыте взаимодействия органов государственной власти/правоохранительных органов со средствами массовой информации (на примере специфики Вашей деятельности).

Согласны ли Вы, что средства массовой информации выполняют функцию четвертой ветви государственной власти? Актуален ли этот тезис сегодня, в современном российском обществе?

Можно ли сегодня считать средства массовой информации независимыми?

Способны ли сегодняшние средства массовой информации влиять на общественное мнение, формировать общественный запрос, добиваться обратной связи от органов государственной власти/правоохранительных органов?

Насколько профессиональны журналисты сегодня?

Как Вы считаете, выполняют ли современные средства массовой информации социальную функцию?

Успешно ли российские средства массовой информации справляются с информационным вакуумом, нейтрализуют так называемые фейки?

Какие медиа, по Вашему мнению, обладают большим весом: традиционные или новые?

Проблема доверия: каким средствам массовой информации, по Вашему мнению, люди доверяют больше, и доверяют ли вообще?

*Приложение 2*

**Путеводитель интернет-опроса**

**сотрудников телеканала ЛенТВ24**

Согласны ли Вы, что средства массовой информации выполняют функцию четвертой ветви государственной власти?

Можно ли сегодня считать средства массовой информации независимыми?

Способны ли средства массовой информации влиять на общественное мнение, формировать общественный запрос, добиваться обратной связи от органов государственной власти/правоохранительных органов?

Оцените уровень профессионализма в журналистском сообществе?

Согласны ли Вы, что средства массовой информации выполняют больше социальную функцию, чем коммерческую?

Считаете ли Вы монетизацию контента приоритетной задачей в работе средств массовой информации?

Успешно ли российские средства массовой информации справляются с информационным вакуумом, нейтрализуют так называемые фейки?

Какие медиа, по Вашему мнению, обладают большим весом: традиционные или новые?

Доверяет ли современный медиапотребитель, по Вашему мнению, средствам массовой информации?

Есть ли будущее, по Вашему мнению, у современного телевидения?

*Приложение 3*

*Табл. 2.*

|  |
| --- |
| **Рейтинг общественного доверия к СМИ.** **Социологическое исследование ВЦИОМ 13.02.2023** |
|  | Опреде-ленно да | Скорее да | Скорее нет | Опреде-ленно нет | Не пользуюсь | Затруд-няюсь ответить | Индекс доверия к СМИ |
| Центральному телевидению | 18 | 35 | 14 | 15 | 13 | 5 | 24 |
| Региональному, местному телевидению | 15 | 32 | 11 | 12 | 26 | 4 | 24 |
| Региональной, местной прессе | 9 | 24 | 14 | 10 | 38 | 5 | 9 |
| Новостным, аналитическим, официальным сайтам в интернете | 7 | 28 | 16 | 11 | 30 | 8 | 8 |
| Центральной прессе | 9 | 24 | 13 | 12 | 37 | 5 | 8 |
| Telegram-каналам | 7 | 24 | 14 | 9 | 39 | 7 | 8 |
| Региональному, местному радио | 8 | 17 | 10 | 8 | 53 | 4 | 7 |
| Центральному радио | 8 | 16 | 8 | 11 | 52 | 5 | 5 |
| Месcенджерам | 7 | 20 | 22 | 13 | 28 | 10 | -8 |
| Социальным сетям и блогам в интернете | 5 | 18 | 29 | 14 | 28 | 6 | -20 |

*График 6.*

*Приложение 4*

*Табл. 3.*

|  |
| --- |
| **Рейтинг общественного одобрения деятельности политической элиты в России, %.****Социологическое исследование ВЦИОМ 31.03.2023** |
|  | Президент РФ | Председательправительства РФ | Правительство РФ |
| 16.01-22.01.2023 | 75,5 | 53,3 | 51,3 |
| 23.01-29.01.2023 | 75,7 | 53,5 | 50,8 |
| 30.01-05.02.2023 | 75 | 53 | 49,9 |
| 6.02-12.02.2023 | 76 | 52,8 | 50,5 |
| 13.02-19.02.2023 | 76,6 | 52,3 | 50,9 |
| 20.02-26.02.2023 | 76,9 | 54,6 | 52,9 |
| 27.02-5.03.2023 | 76,7 | 53,3 | 52,1 |
| 06.03-12.03.2023 | 76 | 54 | 51,7 |
| 13.03-19.03.2023 | 77 | 53,5 | 52,3 |
| 20.03-26.03.2023 | 77,9 | 54,5 | 52,8 |

*Табл. 4.*

|  |
| --- |
| **Рейтинг общественного доверия к политической элите в России, %.****Социологическое исследование ВЦИОМ 31.03.2023** |
|  | В. В. Путин | М. В. Мишустин | Г. А. Зюганов | С. М. Миронов | Л. Э. Слуцкий | А. Г. Нечаев |
| 16.01-22.01.2023 | 78,5 | 62,4 | 32,2 | 31,4 | 16,5 | 9,0 |
| 23.01-29.01.2023 | 79,2 | 62,5 | 31,1 | 32,0 | 17,2 | 7,8 |
| 30.01-05.02.2023 | 78,0 | 61,5 | 33,1 | 29,3 | 15,2 | 7,2 |
| 6.02-12.02.2023 | 79,1 | 61,7 | 32,3 | 30,7 | 15,8 | 8,1 |
| 13.02-19.02.2023 | 19,9 | 61,8 | 36,2 | 34,2 | 17,5 | 7,3 |
| 20.02-26.02.2023 | 80,0 | 63,3 | 36,0 | 34,0 | 17,1 | 8,8 |
| 27.02-5.03.2023 | 80,0 | 61,8 | 34,2 | 33,7 | 16,9 | 6,3 |
| 06.03-12.03.2023 | 79,7 | 62,4 | 34,6 | 31,2 | 15,4 | 8,0 |
| 13.03-19.03.2023 | 79,3 | 63,1 | 33,2 | 31,4 | 17,5 | 7,7 |
| 20.03-26.03.2023 | 80,5 | 63,4 | 32,5 | 31,9 | 16,7 | 7,6 |

*Приложение 5*

*Табл. 5.*

|  |
| --- |
| **Электоральные предпочтения россиян, %.****Социологическое исследование ВЦИОМ 31.03.2023** |
|  | **16.01-22.01.2023** | **23.01-29.01.2023** | **30.01-05.02.2023** | **6.02-12.02.2023** | **13.02-19.02.2023** | **20.02-26.02.2023** | **27.02-5.03.2023** | **06.03-12.03.2023** | **13.03-19.03.2023** | **20.03-26.03.2023** |
| **«Единая Россия»** | **38,7** | **38,4** | **37,7** | **38,6** | **39,1** | **39,2** | **38,8** | **39,5** | **39,3** | **38,8** |
| **КПРФ** | **11,0** | **10,2** | **10,9** | **10,5** | **10,8** | **10,5** | **10,3** | **10,6** | **10,7** | **10,5** |
| **ЛДПР** | **9,1** | **8,0** | **8,9** | **8,5** | **8,8** | **8,2** | **8,7** | **8,4** | **9,0** | **8,8** |
| **«Справедливая Россия – Патриоты – За правду»** | **5,2** | **6,0** | **5,2** | **5,3** | **5,7** | **5,6** | **5,3** | **5,6** | **5,5** | **5,6** |
| **«Новые люди»** | **4,6** | **4,4** | **4,5** | **4,6** | **4,7** | **4,9** | **4,4** | **4,8** | **4,4** | **4,4** |
| **Непарламентские партии** | **9,6** | **10,6** | **10,4** | **9,7** | **9,6** | **9,1** | **9,7** | **9,2** | **9,2** | **9,5** |
| **Приду и испорчу бюллетень** | **1,5** | **1,7** | **1,6** | **1,5** | **1,6** | **1,6** | **1,7** | **1,9** | **1,5** | **1,5** |
| **Затрудняюсь ответить** | **9,5** | **10,1** | **9,9** | **10,5** | **9,3** | **10,6** | **10,0** | **10,0** | **10,1** | **10,3** |
| **Не стал бы участвовать в выборах** | **10,8** | **10,6** | **10,9** | **10,8** | **10,4** | **10,3** | **11,1** | **10,0** | **10,3** | **10,6** |

*Приложение 6*

*График 7.*

*График 8.*

*Приложение 7*

*График 9.*

*Приложение 8*

***Д. С. Четырбок,***

***депутат Законодательного собрания Санкт-Петербурга VII созыва***

**– Расскажите об опыте взаимодействия органов государственной власти/правоохранительных органов со средствами массовой информации (на примере специфики Вашей деятельности).**

*– В Законодательном собрании Санкт-Петербурга, будем рассматривать на примере этого института, как и во всех органах государственной власти, имеются специальные подразделения, которые отвечают за взаимодействие со средствами массовой информации. Пресс-служба называется. Помимо того, что в структуре Законодательного собрания есть пресс-служба, в большинстве случаев, у большинства депутатов имеются собственные пресс-секретари. Почему? Потому что надо понимать, в первую очередь, что депутат – это представительная должность, избираемая должность. У депутата начальник только один – это избиратель, жители конкретной территории. Поэтому это не секрет и нормально, что депутат в своей деятельности ориентируется, в первую очередь, именно на мнение жителей. Как формируется мнение жителей, грубо говоря, от которого потом и формируется оценка депутата и его переизбрание дальше, либо продвижение по карьерной лестнице, в зависимости от того, какие цели перед собой ставит конкретный человек? Приведу пример конкретный, была проблема у нас раньше, была проблема с «наливайками». В Петербурге в одном из первых регионов России был принят так называемый закон о «наливайках», который вызвал массу негодования в обществе. И средства массовой информации раздули огромную волну на этот счет. Но фишка в том, что конкретно после этого закона, популярность автора проекта закона, который его вносил, среди избирателей возросла в разы. Почему? Потому что депутат отстаивал их точку зрения, СМИ подавали эту информацию под другим углом, потому что не секрет, что у нас, к сожалению, большинство именно большинство СМИ привирает, очень сильно искажает информацию, она не соответствует действительности, пытаясь заварить какую-то заварушку, так скажем. Это тот случай, когда СМИ хотели значительно сбавить рейтинг депутата, в связи с тем, что был принят такой закон, но по факту обратная схема. Поэтому, говоря по поводу взаимодействия, надо понимать, что в настоящее время у нас не только традиционные СМИ в виде газет и того же телевизора, а у нас, в первую очередь, это уже интернет-ресурсы. Это социальные сети, телеграмм-каналы. Новые медиа, которые уже не секрет, что превосходят , заполонили все традиционное, что было до этого. Поэтому у большинства не только депутатов, но и представителей органов госвласти, почти у всех губернаторов, на секундочку, имеются свои социальные сети. Более того, в прошлом году был принят федеральный закон, который обязывает всех представителей органов госвласти, все органы госвласти, вести социальные сети. Каждый орган госвласти выбирает для себя приемлемую сеть, ну как бы, если не ошибаюсь, в законе прямо прописано, что это «Одноклассники» или «ВКонтакте». У меня сразу несколько площадок есть. И «ВКонтакте», и Telegram. Телеграмм-канал сам по себе – это очень удобная штука, которая позволяет очень оперативно донести информацию о деятельности представителей власти, именно в СМИ. То есть телеграмм-каналы, будем говорить именно про наш телеграмм-канал, он сосредоточен не на жителей, не на обычных рядовых петербуржцев, а именно на представителей СМИ. Потому что формат работы такой: выпускается определенный релиз, СМИ его видят, подхватывают и начинают уже у себя сообщать о той или иной новости. Таким образом, как раз и налажена работа. Поэтому сейчас внимание уделяется больше новым медиа, новым ресурсам, но в то же время, нам как бы нельзя забывать, и мы не забываем то, о чем я говорил, о традиционных – это газеты, это интервью, потому что старшее поколение все-таки ориентировано именно на них, старшее поколение телеграмм-каналы читает, но не так массово, как молодежь. Для них в приоритете остаются все же печатные издания, телевидение. И здесь, конечно, особая роль у нашего любимого телеканала ЛенТВ24, хотя предпочтения мы не отдаем никому.*

**– Согласны ли Вы, что средства массовой информации выполняют функцию четвертой ветви государственной власти? Актуален ли этот тезис сегодня, в современном российском обществе?**

*– Согласен абсолютно. Я приведу пример, в прошлом году закон о комплексном развитии территорий. Так называемый закон о КРТ. Этот закон, именно благодаря СМИ, вызвал широкий общественный резонанс, взбудоражил больше миллиона жителей, собирались петиции, собирались митинги, устраивались пикеты. Такого резонанса не было даже после закона о «наливайках». Хотя тогда было проплачено бизнесом все. Вот есть старые хрущевки, людей из них переселяют в новые многоквартирные дома, старые хрущевки сносят, на их месте строят что-то новое. Во-первых, люди боятся, что будет уплотнительная застройка, потому что будут новые высокоэтажки, эти стеклянные монстры, которые мы видим в Мурино, Кудрово и других районах. Во-вторых, самый ключевой, принципиальный момент, что человек, который условно раньше жил в Калининском районе, ну как раньше, сейчас живет, есть огромная, чуть-ли не стопроцентная вероятность, что он в рамках этой программы будет переселен в Шушары. Это реально так. Конечно, средства массовой информации внесли свой вклад именно в то, чтобы развить эту тему. Эту тему намуссировали именно по разным источникам. Порой проплаченных, я этого скрывать не буду. И общество было буквально готово и депутатов, и чиновников, которые у нас в правительстве города, поднять на вилы, я так скажу, прямо. Поэтому после того, как СМИ внесли свой вклад в это дело, по инициативе председателя Законодательного собрания был создан специальный общественный штаб, который работает до сих пор на секундочку, и который призван как-то разрулить эту ситуацию. Благодаря общественному резонансу, который был создан, в том числе, благодаря участию СМИ, губернатор города, подписав этот закон, позже его приостановил, поэтому закон сейчас не действует. И исходя даже из этого примера, с уверенностью говорю, что да, СМИ – это четвертая ветвь власти. Это действительно так. Более того, у нас как считается, что каждая ветвь власти, она независима, автономна, но они взаимодействуют. Но СМИ они не в конце, она не четвертая по счету, они сейчас выходят в лидеры, не будем говорить, первая или вторая, но одна из, и у них очень и очень большая сила, так скажу. Поэтому с этим тезисом я согласен*

**– Способны ли сегодняшние средства массовой информации влиять на общественное мнение, формировать общественный запрос, добиваться обратной связи от органов государственной власти/правоохранительных органов?**

*– С негативной точки зрения, я скажу, это как раз тот закон о «наливайках». Проблема злободневная. Можно по-разному к этому «добру» относиться, проблема злободневная. Единственный вариант решить этот вопрос, чтобы люди не страдали от соседства с такими маленькими пивнушками, нужно вообще запрещать продажу алкоголя в жилых домах. Тотально. Конечно, привязка к метражу, она очень субъективная. Отталкиваться от площади, с одной стороны да, это единственное, что нам дает федеральный законодатель, потому что Законодательное собрание Санкт-Петербурга работает в строго ограниченных пределах, которые закреплены в Москве. И поэтому единственный критерий, параметр, по которому мы можем бороться с этой проблемой, это метры. То есть ребята, смотрите, с помощью метров вы можете решить, какие заведения вам закрывать, а какие нет. Я подчеркну, в то время под ограничение попадали те торговые залы обслуживания, где площадь меньше 50 кв. м. То есть если больше 50 – торговая точка остается, если меньше* ***–****она продавать алкоголь не может. Чем вообще аргументировалась эта ситуация с метрами? Когда заведение большое, там можно, как минимум, поставить два столика, стулья, и сделать тот же самый санузел, потому что площадь позволяет. Когда маленькое, ты физически этого не сделаешь. Но мы как субъект стали заложниками этой ситуации, которую по сути сотворили искусственно федеральные органы госвласти. В Госдуме, прямо говорю. По инициативе, даже требованию жителей мы приняли соответствующий закон, который предполагал то именно, о чем я говорил выше. Потом эта информация в СМИ разными путями проверялась, я так скажу. Они писали проплаченные статьи, заказные. Тем самым отрицательно настраивая общество к этой теме, необоснованно не представляя позицию авторов этого законопроекта. Брав у них интервью, журналисты преподносили очень и очень одностороннюю информацию. Следовательно, какой у людей вообще сложился образ о Законодательном собрании? Мы понимаем, ответ очевиден, не самый приятный, мягко говоря. Поэтому, я считаю, это тот случай, когда СМИ влияют отрицательно. Большая проблема ключевая – это некомпетентность. Давайте прямо, чтобы сейчас стать журналистом – это не тяжело. Сейчас ты завел свой телеграмм-канал, пишешь туда все, что хочешь, информация не проверяется. И дело не в блогерстве: ты создаешь канал, начинаешь привлекать публику, в том числе, и представителей средств массовой информации, потом уже по твоим рассказам пишутся статьи в СМИ конкретных. У нас есть такие примеры, когда в качестве источника ссылаются на какого-то блогера, блогером сейчас может каждый стать. В СМИ порой идут очень некомпетентные люди. У нас сейчас даже в главных городских изданиях… Даже возьмем официальную газету правительства Петербурга «Петербургский дневник», что порой там пишут: абсолютный бред, который никак не соответствует действительности, написали статью, потом благо оперативно подключается пресс-служба именно Законодательного собрания, говорит, мол, ребята, вы там написали полную ересь, либо удаляйте, либо исправляйте. И поскольку это официальный ресурс, конечно, не удаляют, уж как потребуют. Но есть такие, что, мол, это наше авторское видение.*

**– Насколько профессиональны журналисты сегодня?**

***–****Безусловно, есть очень профессиональные журналисты, которые статьи не штампуют, а именно пишут, сотворяют. Здесь очень многое зависит от настроя автора самого. Если журналист приходит и преподносит информацию о деятельности органов госвласти не думая, а дублируя, закрепляя какие-то основные тезисы, выставляет на сайт либо еще куда-то, считаю, что ничего хорошего в этом нет. Есть у нас прекрасные примеры, та же парламентская газета, где журналисты все же собирают дополнительные материалы, не боятся и не стесняются показаться какими-то глупыми, они звонят, интересуются, перепроверяют, запрашивают какую-то информацию, то есть для того, чтобы информацию преподнести максимально достоверную и полезную, чтобы был не просто набор каких-то сухих слов, чтобы это было что-то такое стоящее и значимое.*

**– Можно ли сегодня считать средства массовой информации независимыми?**

***–****Да, я считаю, что сейчас как раз тот момент, когда СМИ у нас, что бы не говорили, они очень и очень независимые. Тем более, в той обстановке, которая сложилась, такой свободы, как сейчас, я до этого, наверное, никогда не встречал. Да, случается, что закрывают СМИ. Те СМИ, которые нарушают законодательство, но аргументированно, их же не сразу закрывают: сначала предупреждение, потом штрафные санкции… Опять же, опираясь на опыт Законодательного собрания, что пишут и о Законодательном собрании, и о правительстве города, сказать, что кто-то в чем-то ограничен? Я не могу. Потому что, извините, зайдите на ту же «Фонтанку», так сказать тоже «главный» наш ресурс, вы узнаете там много «хорошего» как о депутатах, так и о губернаторе, это хорошее в кавычках.*

**– Как Вы считаете, выполняют ли современные средства массовой информации социальную функцию?**

***–****Однозначно. Как бы это не звучало, СМИ, они держат в тонусе представителей органов госвласти, потому что органы госвласти, их представители понимают, что они постоянно под прицелом, так скажу, за их деятельностью следят, это заставляет и побуждает быть более ответственными. Могу вас заверить, если вы проведете опрос среди депутатов, грубо говоря, боятся ли они что-то совершить, потому что об этом узнают СМИ, уверяю, что процентов 98 вам скажут однозначно «да». Это показатель того, что все-таки в тонусе СМИ нас держат. Другая социальная функция состоит в том, что они оперативно передают информацию. Они посредники между органами госвласти, официальными лицами и народом. Это ключевая социальная функция, то есть они должны передать информацию. В обе стороны. Есть на многих даже телеканалах телевизионные программы, когда обрисовывают проблемы конкретной территории, проблемы населения именно, и потом уже органы госвласти реагируют. Здесь опять же ключевая функция, ключевая роль именно у СМИ. Потому что их задача – свести стороны, разные бывают обстоятельства, по которым они могут обойтись без СМИ, но порой приходится прибегать к таким мерам. Поэтому я считаю, социальную функцию они однозначно выполняют, не все, конечно, но у нас много добропорядочных, добросовестных средств массовой информации, которые все же работают во благо города.*

**– Успешно ли российские средства массовой информации справляются с информационным вакуумом, нейтрализуют так называемые фейки?**

***–****Проблема в том, что с этим должны справляться не СМИ, а органы госвласти. То есть это наша проблема, а не ваша. У нас порой бывают случаи, когда то или иное издание, пытаясь урвать какую-то частичку хайпа, употреблю это современное слово, пишут абсолютную ересь, другие источники не перепроверяют, просто копируют, утверждая, что их источники сообщили какую-то информацию, потом эта информация не подтверждается, она опровергается. Конечно, есть определенная опасность и для добропорядочных, добросовестно работающих СМИ. У нас сейчас принят федеральный закон о борьбе с фейками. У нас уже есть прецеденты, когда издания и отдельных товарищей привлекают к ответственности за то, что они пишут всякие небылицы, и, я считаю, что этот закон нужен, как бы его там не критиковали, по-разному можно относиться… Безусловно, бывают какие-то перегибы на местах, потому что здесь, как и в любой другой сфере, есть человеческий фактор. Но судить по человеческому фактору, что вся система сама по себе недееспособна, ну так нельзя. Это федеральное регулирование, поправки были внесены в уголовный кодекс. В административном кодексе тоже предусмотрена ответственность за это, но именно фейки даже о дискредитации ВС РФ сейчас, потому что когда началась СВО, проявилась та самая независимость СМИ, о которой мы говорили до этого, писали все, что абсолютно не попадя, и реагировать на это надо было. И с этим я полностью согласен, потому что наше государство пытаются выставить ключевыми врагами всех и вся, причем не в пользу нас, так скажем.*

**– Какие медиа, по Вашему мнению, обладают большим весом: традиционные или новые?**

***–****Конечно, старшее поколение, оно абсолютно доверяет традиционным медиа, а новым вообще нисколько не доверяет, относится очень скептически. Молодое поколение и поколение среднего возраста, оно уже больше доверяют новым медиа. Дело в том, что у нас, к сожалению, традиционный формат того же телевидения из-за некомпетентности отдельных управленцев, себя изжил. Ключевая проблема в некомпетентности отдельных управленцев редакций. У нас, к сожалению, сейчас сделать хорошую, достойную программу, сетку вещания, заинтересовать людей становится очень и очень сложно. И информация очень часто преподносится однобоко, то есть нет альтернативной точки зрения, и в этом ключевая беда. В новых медиа, том же Telegram, о котором мы говорим, так скажем, это средства массовой информации, потому что они дублируются в Telegram, в том числе, интернет-ресурсов. Они собирают мнения разных людей, и ты изначально в такой позиции, что можешь найти себе на свой вкус и цвет, что тебе нравится, то ты и будешь читать. Поэтому, я считаю, что более популярные, однозначно, это новые медиа. Доверие к тем или иным медиа зависит именно от возрастной группы: если мы говорим о взрослой, это традиционные, если о молодежи, то однозначно, новые медиа.*

**– Проблема доверия: каким средствам массовой информации, по Вашему мнению, люди доверяют больше, и доверяют ли вообще?**

***–****СМИ, которые до этого, как бы это ни звучало, не были заподозрены в каких-то, так скажем, серых мутных схемах. Когда у СМИ есть авторитет, ему доверяют. Авторитет – это не штучка, которая создается искусственно, авторитет – это та черта, характеристика, которая накапливается годами, а порой десятками лет. Поэтому, наверное, время, авторитет, опыт… И когда ты понимаешь, что этому источнику можно доверять, он преподносит тебе достоверную информацию, то ты ему доверяешь соответственно больше. СМИ целиком и полностью интегрированы в политическую систему, они по факту являются проводником между политической составляющей и народом. В то же время они такой определенный мостик часто между разными ветвями власти – между законодательной и исполнительной. СМИ играют очень важную роль в политической повестке, однако в последнее время очень много недобропорядочных СМИ. Потому что основная цель – это донесение информации о власти до народа. Возможно, это звучит несколько высокопарно и примитивно, но в последнее время все больше провокационных штук: готовят всякие заказные материалы и все прочее, хорошего в этом нет. Доверяют ли таким СМИ – определенная категория населения да. Но опять же, доверяют, потому что хотят доверять. Я читаю определенного человека и мне все равно, что о нем говорят.*

***А. В. Лаков,***

***председатель Санкт-Петербургского городского суда***

**– Расскажите об опыте взаимодействия органов государственной власти/правоохранительных органов со средствами массовой информации (на примере специфики Вашей деятельности).**

*– До появления объединенной пресс-службы очень много выходило некачественных материалов. Возможность контакта журналистов с людьми непосредственно из структуры имеет большое значение, в том числе, и в борьбе с какой-то совсем нехорошей, неправильной информацией. До реформы у нас в каждом суде был человек, который сверх его обязанностей должен был отвечать за взаимодействие со средствами массовой информации. В районных судах отдельных ставок для пресс-секретарей нет. Эта функция возлагалась на какого-то сотрудника дополнительно. Как правило, это помощник председателя или секретарь председателя, консультант, то есть люди, у которых своих дел хватает. А пресс-служба для них – еще одна история. Объединенная пресс-служба так и появилась, чтобы журналисты всегда имели доступ к информации, а судебная система Санкт-Петербурга эффективнее выполняла свои задачи. Мы могли не отвечать представителям СМИ не потому, что не хотим. Мы находимся в процессе, ведем протокол. Стало понятно, что нужна такая структура, которая всегда сможет отвечать на звонки. Поскольку не всегда была возможность адекватно ответить на вопрос журналиста. А иногда такие вопросы бывают, что вообще непонятно, о каком деле идет речь. Необходимо во всем разобраться, уточнить. Кстати, наш опыт поддержали в Верховном Суде РФ и предложили его распространить по всей стране.*

**– Согласны ли Вы, что средства массовой информации выполняют функцию четвертой ветви государственной власти? Актуален ли этот тезис сегодня, в современном российском обществе?**

***–*** *СМИ не должны влиять на суд. Если мы говорим про судебную систему. Они должны доносить до граждан то, что суд по Конституции независим. Он должен выносить решения по объективным обстоятельствам дела. Задача суда заключается в том, чтобы осуществлять правосудие, в соответствии с внутренним убеждением, по совести. Задача суда сделать так, чтобы у журналистов была возможность получить объяснение, почему суд вынес то или иное решение, проанализировать, согласиться с ним или не согласиться. Вот на это журналист имеет право. Может не согласиться, но тогда ты четко пиши, с чем ты не согласен. С тем, что дали мало? Посмотри санкцию. Как у нас было по Олегу Соколову. Приговор был строгий – 12,5 лет. Как определяется наказание? Берется верхняя планка, дальше начинают смягчающие убирать. И наказание смягчается, это нормально. Потому что в приговоре суд пишет, учитывая смягчающие обстоятельства… Суд обязан их учесть по закону. И там какой-то депутат одному из изданий комментирует, якобы, мало дали, надо было больше – 25 лет. А люди же потом читают. Депутат же сказал, они же выбирали этого депутата. И начинается, мол, мало дали, суду заплатили… А ничего, что там санкция до 15? На будущее, выбирайте себе спикеров более солидных. Или сами посмотрите и скажите ему, суд при всем желании не мог дать 25, расстрелять его не мог, потому что там санкция до 15. Да, возможно, мало, но это ваше мнение, и вы на него имеете право. Но тогда пишите – закон таков. Это не суд виноват, что закон такой. К сожалению, мы не принимаем законы. Мы правоприменители, мы отвечаем за применение закона. Чтобы он был применен. Закон несовершенен, но совершенно его применение – судьями Санкт-Петербурга. Мы не можем дать больше. Журналист имеет право на то, чтобы судебное решение ему было разъяснено. И после этого, он высказывается, согласен или не согласен. Тогда это будет независимая объективная журналистика. Журналисты при написании новостей часто руководствовались позицией либо стороны обвинения, либо стороны защиты. Кто быстрее. Естественно, такой информационный фон и получался. Но это не воздействие на суд. Когда мы, например, знаем, что у нас слушается какое-то громкое дело, мы уже подходим к приговору, в средствах массовой информации публикуется статья, которая предоставляет только одну точку зрения. Нам сразу становится понятно, откуда это взялось. Потому что мы во всей этой истории уже как бы разбираемся. Я часто говорю: журналист пишет, что человек не виноват, не важно, что здесь доказательства, здесь экспертиза, здесь свидетельские показания? У нас в Петербурге судьи отбираются очень четко. И более того, я открою вам секрет, они не читают СМИ, они читают ровно то, что им предоставляет пресс-служба. Они не читают, поэтому говорить о воздействии на суд неуместно. Это, скорее, идет давление на пресс-службу, которая понимает, например, что процесс будет резонансным. Соответственно, мы выдвигаемся и организовываем процесс так, чтобы всем было комфортно. Но говорить о том, что СМИ сейчас, в Санкт-Петербурге, в состоянии повлиять на какое-то решение суда, однозначно нет. У нас нет комплексов, почему судебная власть именно третья? Потому что она так или иначе судит первые две. Потому что они для нас участники процесса. Во всех сферах они для нас участники процесса. У всех в процессе равные права. Практически. В том плане, что журналисты в большинстве случаев бывают слушателями, а у слушателей иногда даже больше прав, чем у сторон в процессе на получение информации. Исполнительная, законодательная, СМИ и над ними судебная. Просто это правильно, так должно быть. У нас есть основная задача выносить законные, обоснованные, мотивированные решения. Мы слушаем иски граждан, правительства, иногда оспариваем какие-то акты. Мы удовлетворяем эти иски, мы отказываем в их удовлетворении. Так или иначе все представители власти для нас – участники процесса. И средства массовой информации для нас или слушатели, с которыми мы работаем, или такие же участники процесса, над которыми суд тоже выше. Потому что так должно быть. Мы не придерживаемся ни чьей позиции, ни чьей стороны. На СМИ не обижаемся, журналисты заставляют нас совершенствоваться в той или иной области. Я думаю, что СМИ могут влиять на органы законодательной, исполнительной власти. Очень часто я читаю в телеграмм-каналах коллег своих из прокуратуры, следствия, что после сообщений СМИ проводится проверка. Это же важно, это здорово, но это не про суд. В силу того, что у нас просто свои особенности.*

**– Можно ли сегодня считать средства массовой информации независимыми?**

***–*** *Сейчас считать СМИ независимыми… Очень сложный вопрос. Сейчас объясню. Что мы понимаем под независимостью? Мы что хотим, то и пишем? Или мы отстаиваем чью-то точку зрения? Мы придерживаемся какой-то политики правительства и партии? В общем, мне кажется, что да. Существуют еще СМИ, которые способны балансировать. Я просто прекрасно понимаю, что у журналистов сейчас очень жесткое законодательство, очень жесткое, и работать достаточно тяжело. Если говорить в рамках складывающейся политической ситуации, то, наверное, я считаю, надо все-таки поддержать свою страну. Если говорить о независимости, если писать про деятельность органов власти, в том числе, и суда, то это можно. Да, то есть можно писать, что мы пришли в суд, а суд в нарушение закона нас не пустил. Если эти факты подтвердятся, журналист сможет сказать, что суд допустил ошибку. Мы всегда признаем свою вину. Если случилась такая ситуация, мы ее проработали, больше такого не повторится. В этом плане независимость существует. Кто-то считает, что суд не прав, кто-то считает, что органы исполнительной власти не правы, об этом пишут. Но в общих масштабах, думается, сейчас не совсем правильно говорить про независимость при наличии тех достаточно жестких законодательных ограничений, которые касаются СМИ. Они действительно жесткие. Независимость СМИ касается той информации, с которой работают журналисты. Если имеются факты, точно подтверждающие, что вас не пустили в суд незаконно, сотрудники СМИ вправе об этом написать. Это должно быть, потому что это дает возможность совершенствоваться и развиваться. То есть указание на какой-то недостаток, который имеет место, и который был выявлен средствами массовой информации, при условии, что журналисты тоже все делали правильно. Мы сейчас не рассматриваем тот случай, когда человек изначально приходит в суд, чтобы получить конфликт. Мы таких людей не берем. Если действительно все требования соблюдены, человек пришел, у него есть документы, паспорт, а от журналистов больше ничего не требуется, начинаются проблемы – вот это вопрос, о котором нужно написать, можно написать, нужно разбираться. То же самое касается и других органов власти. Если мы подразумеваем такую адекватную независимость.*

**– Способны ли сегодняшние средства массовой информации влиять на общественное мнение, формировать общественный запрос, добиваться обратной связи от органов государственной власти/правоохранительных органов?**

***–****Мы не берем народ обычный, народ, у которого нет высшего юридического образования, которые никогда не сталкивались с судебной системой, они могут писать все, что хотят. В комментариях, высказывать свое мнение. Для нас главное, чтобы совесть была спокойна. Соответственно, если ты журналисту все разъяснил, если ты дал, когда дело поступило в суд, все громкие дела мы отслеживаем, в какой части прекращают, как уменьшают недоказанный ущерб, полиция нам ратует, мы задержали «обнальщиков», они миллиард обналичили, а в суд потом поступает дело, где 100 миллионов. Мы об этом напишем, чтобы потом не было проблем, и адекватный человек, который умеет читать, который обладает какими-то познаниями в области юриспруденции, тот поймет, в чем суть. Но в остальных случаях переделать, посадить за парту и учить кодексам тоже невозможно. Поэтому мы, собственно, для этого и работаем, чтобы не было не грамотного формирования общественного мнения.*

**– Насколько профессиональны журналисты сегодня?**

***–*** *Вообще ниже плинтуса. Ну очень плохо все. Ну вообще очень плохо. То есть остались какие-то, конечно, звездочки, да, которые понимают разницу между подозреваемым и обвиняемым, между мерой пресечения и приговором, но их можно пересчитать по пальцам одной руки. А остальное все – это очень плохо. Они не понимают, куда они едут, как они едут, на что они едут. Они умудряются даже как бы полностью брать наши тексты… Я сначала бы посмеялся на тему того, что там ничего не переделали, а сейчас я думаю, да и хорошо, что ничего не переделали. Вот взяли, абзацы местами поменяли и все. Какой-то там «бэк» вставили, пусть оно будет. По крайней мере, это можно читать, и ты понимаешь, что к чему. Потому что есть такие творческие, которые как переделают, еще и на тебя сошлются. И ты сидишь и думаешь, вот тебе позвонить сказать, что ты глубоко не прав, поэтому я вот уже даже не знаю, как-то сейчас думал, что-то вот только что прочитал очередной откровенный бред, с нас списанный неправильно, и подумал, надо, наверное, какое-то занятие провести, то есть элементарно на сайте журналисты не могут найти номер зала, председателя суда. Чуть что сразу звонят в пресс-службу: «А кто председатель, а в каком зале»? Чтобы вы понимали, например, в Приморском районном суде Санкт-Петербурга 33 судьи. На официальном сайте есть вся исчерпывающая информация. В крайнем случае, всегда можно обратиться к судебным приставам, потому что они обладают актуальной информацией. Могут ли средства массовой информации на что-либо влиять? Ни на что они сейчас уже повлиять не могут. Безусловно, я всегда судьям объясняю, говорю, не читайте вы комментарии. Потому что решение суда может быть законно и обоснованно, даже журналист хорошо напишет, но общий уровень правовой грамотности у населения очень низок, и поэтому там такого можно начитаться, что как бы мама не горюй. То есть они не читают, они не видят в совокупности всего текста. Да, они какой-то кусок увидели, и давай по этому куску, а что там выше… Поэтому честно скажу, мы не смотрим. Мы не читаем не смотрим комментарии. Считаю, что наша заслуга в создании объединенной пресс-службы: мы построили работу таким образом, что журналист пишет про какое-то дело, которое находится в суде, у него, первое, должно возникать желание позвонить в пресс-службу. И это сейчас происходит. Мы этого добились. Правда, иногда такие вопросы задают… Спрашивают, допустим, а есть какие-то подвижки в деле? Что вы подразумеваете, какая стадия процесса? Сторона обвинения предоставляет доказательства. Или наши коллеги не знают, оглашался ли уже приговор. Разумеется, резонансные дела освещаются. Мы не стали бы утаивать от сотрудников СМИ, например, оглашение приговора по делу о пожаре на Невской Мануфактуре. И мы всегда можем объяснить, почему решение то или иное. То есть, когда у журналиста приходит понимание, он уже непонятно чего не напишет. И по крайней мере, он должен быть готов, что, если он подготовит некачественный материал, у нас состоится разговор. Случается, что, если коллеги не идут на контакт, мы вынуждены готовить бумагу на имя главного редактора. У нас так в полиции любят жаловаться. Суд, например, откажет в какой-то мере, а они парируют тем, что мы его 300 лет ловили, поймали, в суд привезли. Однако, кроме одного ходатайства без материалов, ничего нет. Мы действуем по закону. Вынужден отказать. Давайте так: полиция – это полиция, а суд – это про закон. Они приходят да на какой-то резонансный процесс, сидят, слушают, ничего не понимают. В зале присутствуют журналисты, оглашается приговор и начинается. Там недослышали, там не дошло, колония общего режима стала строгой, штраф превратился в возмещение ущерба и наоборот, то есть они дали какую-то молнию, потом они сравнивают свою молнию с нашим постом, и начинается – изменено, изменено, изменено… Тех, кто может понять, что происходит в зале суда, можно пересчитать по пальцам одной руки. Когда у тебя есть юридическое образование, ты понимаешь, что у тебя один человек, один эпизод, и судья скажет: наказание 16 лет лишения свободы, это все освоят. А когда несколько составов? И пошли «молнии»: суд назначил наказание… Там еще пять составов, и еще и по совокупности… Сложно работать, душевно сложно работать. То есть, с одной стороны, хорошо, ты понимаешь, что все спишут, все будет четко, грамотно. С другой, попадаются отдельные личности, которые сначала напишут, а потом начинают уточнять. Вот сидишь и думаешь, как хорошо, что вас никто не читает.*

**– Как Вы считаете, современные средства массовой информации выполняют социальную функцию?**

***–*** *Конечно, да, выполняют социальную функцию, то есть люди читают, смотрят, верят. До людей доносится определенная информация. У нас же есть мировые судьи, которые совсем близко к гражданам, и вот там прям видно, что граждане приходят, рассказывают, что-то пересказывают, люди пытаются в этом разобраться. Даже элементарно извещения о том, где и что будет проходить, это хорошо, конечно же. СМИ должны информировать. Если мы говорим о судебной системе, то, я думаю, что да. Рассказывать о практике, рассказывать о том, что происходит, чтобы граждане понимали, в какой мере они могут отстоять свои права. Мы очень благодарны журналистам, когда даем гражданские дела, где, например, взыскивают по закону о защите прав потребителей с авиакомпаний. Люди понимают, что они могут в суде отстоять свои права. Что ты не должен, если заплатил за билеты 63 тысячи, а там потом оператор что-то напутал, ни билеты тебе не вернули, не в тот самолет тебя посадили. Я хочу, чтобы люди понимали, что суд – это действительно про защиту прав. Если права человека реально были нарушены, суд их восстановит. И когда берут и про это рассказывают – это хорошо, грамотно, в том числе, это и правовое просвещение. Это тоже важно, социальная составляющая.*

**– Успешно ли российские средства массовой информации справляются с информационным вакуумом, нейтрализуют так называемые фейки?**

***–*** *По поводу фейков, именно на каких-то официальных сайтах я давно не встречал. Другое дело, социальные сети. Там, конечно, можно чего-угодно начитаться. Вот можно ли назвать фейком, когда журналисты в своем телеграмм-канале, СМИ написали, что суд избрал меру пресечения, а суд ее еще не избрал? Скорее, это фактическая ошибка. Последнее, что у нас было, это избирали меру пресечения Марине Кохал. Один популярный канал опубликовал, что Кохал признала вину. И начинается поток звонков. Если бы никто не знал, что есть пресс-служба, сотрудники пресс-службы, которым можно позвонить и узнать здесь и сейчас, в независимости от времени, от дня недели. Все знают, что нам можно звонить в любое время, даже ночью. Мы это подтверждаем или не подтверждаем. Поэтому мы не сталкиваемся, скорее, потому что мы работу таким образом выстроили.*

**– Проблема доверия: каким средствам массовой информации, по Вашему мнению, люди доверяют больше, и доверяют ли вообще? Какие медиа, по Вашему мнению, обладают большим весом: традиционные или новые?**

***–****Люди старшего поколения за 50 уже доверяют, они доверяют всему… А молодые не верят. Молодое поколение, я имею в виду 30-40, не очень. Молодежь не смотрит телевизор, они читают все новости в социальных сетях, а там же вообще ничего отследить невозможно. Необходимо всегда искать первоисточник. Возможно, в силу юношеского максимализма они любят читать то, что яркое, что все блестит и переливается, еще и написано достаточно «сленгово». Я это поддерживаю, наша пресс-служба тоже старается нескучно писать. Но никто не отменял ответственности, особенно, когда даешь социально значимую информацию. Ситуация в Ростове. Там же вообще никакой официальной информации нет. Но мы понимаем, если информация просочилась, значит она «сливается». Имейте смелость, проявите уважение к коллегам, к тем же журналистам. Да, такое случилось, будем разбираться, делаем все возможное, чтобы этого больше не было. Дайте людям какую-то информацию, иначе эти 200 миллионов превратятся в 2 миллиарда. Одни часы «Картье» – в 20. Я судьям всегда объясняю, если мы ничего не скажем, потом будем читать об этом. Журналисты напридумывают, а виноваты мы будем. Ну хорошо, они уберут с сайта. А из социальных сетей ты как уберешь? Да никак! Пошли эти репосты, ищи их потом! К сожалению да, такое есть, но, мне кажется, с этим ничего не сделаешь, с этим бороться бесполезно, это нужно принять. Важно понимать, что при какой-то острой необходимости ты должен быть первым, кто даст информацию, и тогда какие-то углы можно сгладить.*

***М. С. Швецова,***

***старший помощник прокурора Ленинградской области***

***по взаимодействию со СМИ и правовому обеспечению***

**– Расскажите об опыте взаимодействия органов государственной власти/правоохранительных органов со средствами массовой информации (на примере специфики Вашей деятельности).**

*‒ Сейчас все это в большей степени в рамках мониторинга. Потому к журналистам приходят люди, рассказывают о чем-то, они поднимают проблемы, соответственно, эти проблемы становятся основанием для проведения прокурорской проверки. И очень часто бывает такое, когда именно из СМИ мы выявляем важные социальные нарушения. Например, из последнего: полигон твердых бытовых отходов, где уже не первый месяц тлеет мусор. Его эксплуатирует на правах аренды ООО «Монита». Да, свалка горела, но это все не выходило за рамки района. Вот когда это уже пошло на уровень региона… А не выходило, потому что жители писали, в основном, в районных группах в социальных сетях. Мониторинг осуществляется у нас по подразделениям, по крайней мере, у нас. То есть, районные группы обычно мониторит районный прокурор, на уровне района они принимают меры. Иногда этих мер недостаточно в силу того, что нужно выходить на более высокий уровень. Мы это выявляем на том уровне, когда уже в СМИ подхватывают эту информацию из социальных сетей, когда информация выходит в СМИ региональные. Мы это выявляем, это ставится на контроль прокурора области, и уже на уровне управления эта проблема начинает решаться интенсивнее при содействии правительства субъекта. Иногда проблема решается полностью, иногда начинают уже какие-то процессы запускаться, улучшается жизнь людей. На мой взгляд, СМИ сейчас, в большей степени, влияют именно в связи с тем, что они могут поднять вопросы и получить связь с населением быстрее. Люди разные. В прокуратуру Ленинградской области, например, на днях звонила женщина, прокурорские работники с ней разговаривали, она никогда не обращалась в прокуратуру. Ее прям трясло. Мы полчаса разбирались, как ей подать обращение, все это рассказывали, потому что она никогда не общалась с госорганами, она просто боится. Но есть же категория людей, которым проще позвонить на телевидение. Например, сколько у нас было историй с телепередачей «Телекурьер» на телеканале 78. Когда люди звонят в «Телекурьер» и жалуются, что у них проблемы, журналисты спрашивают: «А вы когда-нибудь обращались в прокуратуру?». Ответ отрицательный. То есть, здесь именно то, что многим людям проще, увидев телефон, позвонить или написать в какую-нибудь газету. Мы еще идем от разных СМИ. Кто-то просто готовит материал, кто-то звонит, и мы уже проверку под материал организовываем. Определенная категория людей не готова обратиться в органы, в том числе, правоохранительные, но они готовы пообщаться с журналистами. Это индивидуальные особенности людей. Кому-то страшно. Например, вот эта женщина. Она никогда не думала, что может просто позвонить в прокуратуру, и с ней просто поговорят, выслушают. В принципе, есть категория людей, с точки зрения психологии, которые боятся. Возможно, у нее был негативный опыт. Форменное обмундирование, это же тоже влияет. Кто-то совершенно не смущается, а кто-то, просто полицейский на улице подойдет документы проверить, а человек боится. Хотя, казалось бы, какие основания? Мы же, кстати, над этим тоже работаем, в том числе, посредством СМИ. Все вот эти передачи, которые мы делаем – это то же самое разъяснение законодательства, которое мы делали на ЛенТВ24, теперь на 78. Мы стараемся не использовать какие-то термины, даже если правонарушение предполагает уголовную ответственность, мы не говорим «Срок». То есть, мы стараемся сделать такие разъяснения, чтобы сформировался позитивный образ прокуратуры. Все эти передачи, где мы такие позитивные, готовые помочь, объясняющие, что уважаемые граждане, мы работаем для того, чтобы вам было хорошо, мы принимаем ваше обращение. Наша задача – вам помочь. Вот в этом тоже важная работа СМИ, в том числе, с точки зрения популяризации государственных органов. И объяснение, что государство, уважаемые люди, работает для вас. Сказать, что сейчас какие-то глобальные материалы готовят какие-то представители СМИ… Сейчас все ушло в телеграмм-каналы. Какие-то громкие, проблемные. И, в большинстве случаев, это притянутые за уши факты, которые начинаешь разбирать, а они в 80 процентах случаев не соответствуют действительности. Еще лет шесть еще назад было все по-другому, был другой масштаб пользования социальными сетями. Люди тоже изменились. Раньше для того, чтобы сделать материал, надо было обзвонить огромное количество людей. Сейчас тебе достаточно взять публикацию во «ВКонтакте», написать человеку, и он сам тебе все расскажет. Вот тебе герой. То есть изменился механизм взаимодействия, изменилась скорость, и наша скорость реагирования тоже. Если раньше, например, прокурорские работники открывали 47news по утрам и брали информацию оттуда, то сейчас журналисты сами звонят в наше ведомство. И сейчас это по-другому работает все. Кто-то пользуется мессенджером Telegram, но в нашем регионе очень низкий процент пользования. Поэтому мы открываем «ВКонтакте», там все ищем. Хочу сказать, что СМИ в последнее время стали гораздо более ответственными.*

**– Согласны ли Вы, что средства массовой информации выполняют функцию четвертой ветви государственной власти? Актуален ли этот тезис сегодня, в современном российском обществе?**

*– В какой-то степени они оказывают влияние. Должны или нет… Наверное, здесь сложная формулировка. Журналисты же так или иначе определенное влияние, в зависимости от материала, оказывают. Потому что мы живем не в замкнутой экосистеме. У нас ни прокуратура, ни следствие, ни власть не существуют отдельно. Поэтому, да. Просто каждый занимается своим делом, и если каждый будет заниматься своим делом профессионально… Не зря же у нас в правительстве такое количество комитетов, которые занимаются информационной политикой. Конечно, влияют. Поэтому они и нормально функционируют. Любое влияние… Баба Нюра из Подпорожского района может опубликовать такой пост, от которого половина Ленинградской области… Да, в конце концов, она может пройти мимо и увидеть, что у нас в какую-то важную речку течет нефть. Она это опубликует, станет первоисточником, мы это видим – эконадзор (комитет государственного экологического надзора Ленинградской области), прокуроры. Все едут на место, организовывается проверка, и целые сутки медиапространство обсуждает условный разлив нефтепродуктов в условном Подпорожском районе. Да, все влияет. Замкнутой экосистемы не существует.*

**– Можно ли сегодня считать средства массовой информации независимыми?**

*– Да, я считаю, что в нашей стране, средства информации независимые, насколько это в принципе возможно. Все существует каким-то образом. Но я считаю, у нас как раз свобода прессы на очень высоком уровне. Вот звонит журналист. Прокуратура, может быть, и не очень бы хотела, чтобы СМИ разрабатывали эту новость. Но прокурорские работники дают исчерпывающую информацию о надзорной проверке. Есть у нас законодательно закрепленные ограничения на распространение информации. Это нормально, так должно быть. Мы функционируем как правовое государство, это нормально. Нельзя размещать в интернете персональные данные несовершеннолетних. Есть ограничения, они обусловлены необходимость, и они есть везде. А вот такой беспредел, как творился в девяностых, когда все, что угодно могли написать, и ничего за это не было, это же сколько людских судеб может порушить! Я больше перехожу на людей, потому что мы больше ориентированы на защиту прав человека. И мне, например, кажется, что это страшно. Когда могли написать ФИО, чуть ли не где живет эта несчастная изнасилованная девочка. Зачем? Это же человеку жизнь сломает. Зачем вы это делаете? Это рамки уголовного дела. Это всегда закрытые процессы, мы всегда стараемся оберегать человека, который пережил страшное. Поэтому, я считаю, что наши СМИ достаточно, насколько это возможно, являются независимыми, поскольку они у нас разные. Ну разные же есть: ЛенТВ24, 78, 47news, «Фонтанка» и др. Огромное количество СМИ, с разными источниками финансирования, поэтому я проблемы не вижу. Мы же видим эти новости, поэтому все нормально. И по-разному делают, и много, кому не нравится… В нашу пресс-службу часто пишут руководители коммерческих или еще каких-то организаций, с кем мы тоже работаем. Пишут, мол, вы видели, что они написали? Видели, так это их право! Это их право, написали, провели анализ и написали правду. Единственное, нужно соблюдать закон. Нужно соблюдать закон и оставаться человеком, в первую очередь. Очень меня радуют наши журналисты, что в 90 процентов случаев… Даже Mash исправился! Даже Mash! Который раньше меня пугал и всегда расстраивал, даже Mash исправился, не могу не отметить. Наши журналисты очень человечны, они стараются, в большинстве случаев, думать о том, что они написали, возможно, это влияние интернета. Раньше что-то в газете опубликовалось, да и Бог с ним. Сейчас это никуда не денется, стараются соблюдать.*

**– Способны ли сегодняшние средства массовой информации влиять на общественное мнение, формировать общественный запрос, добиваться обратной связи от органов государственной власти/правоохранительных органов?**

*– Наверное не влиять, а взаимодействовать. Влиять – это уже несколько устаревшее понятие… Взаимодействовать. Журналист напишет материал, к нему обратится условная бабушка, которая никогда никуда не обращалась, о ней никто не знал, она живет в маленькой деревне в Подпорожье возле леса, и мы не знаем, что ей тяжело, потому что она просто никогда никуда не обращалась, а местные власти, возможно, упустили это из виду. Вот если будет такой материал, конечно, это активизирует. Не зря же существует мониторинг СМИ и социальных сетей. Если у журналистов получилось раздобыть какую-то информацию… Глобальных расследований, чего-то такого, что не знает даже районный прокурор, я на своей памяти не припомню. Какие-то личностные истории – да. Чаще всего, это бывает так, что у какой-нибудь журналистки бабушка какой-нибудь подружки, вот договорились. Личностная история – личных проблем, когда люди никуда не обращались, мы, конечно, узнаем из СМИ, это да. Если даже что-то пишется, то это уже пишется по материалам, которые есть в следственных органах, по возбужденному уголовному делу, то есть, это мы источники. Мы информацию даем, или что следственный комитет возбудился, или что они задержали кого-то. Какие-то глобальные расследования, с точки зрения нашего ведомства… Нет такого, чтобы накопали журналисты, а мы об этом не знаем. Работа ведомства построена так, что мы и так уже обо всем знаем. То, что мы это не публикуем, это не значит, что мы об этом не знаем. Допустим, та же самая история с детьми, суицидница-девочка. Мы же не публикуем, не потому что этого не знаем, или, не потому что районный прокурор не провел проверку. В семь утра уже была информация, что случилось, как случилось, почему случилось, но лишний раз от ведомства распространять информацию о такой трагедии. Мы стараемся подходить к этому очень дифференцированно. Буквально недавно был в Кингисеппе случай, когда мама оставила малолетнего ребенка в ванной, пошла пить чай, и ребеночек утонул. Вот начали звонить журналисты, они по сводке это увидели, хотели писать, наша пресс-служба лично обзванивала всех журналистов, просила этого не делать. Потому что маме и так тяжело. Она и так в шоке, потому что это нормальная семья, не подумала она, что так может быть. Понятно, будет проверка. Все будет. Но женщине и так тяжело. Не надо. Поэтому каких-то таких моментов вот, в том числе, мы не пишем, иногда просим даже не писать. Если действительно что-то случилось, не надо усугублять горе людей. Все очень просто. Или мы видим материал сами, или мы не видим материал, нам его присылают сами же журналисты опять-таки в мессенджер. Чаще всего, еще на этапе подготовки материала задаются вопросы. Но смотря какие журналисты. Есть такие, которые не задают. В большинстве случаев получается такой однобокий материал. Мы тогда делаем просто: если это какой-то однобокий негативный материал, неверно совершенно изложенный… У нас есть пул журналистов, с которыми мы работаем, мы это все обсуждаем. И если неверно, недостоверно изложена информация, мы просто готовим большой релиз о том, что сделано нами, что сделано правительством, и собственно говоря, это показываем, и это формирует позитивную повестку. Наши журналисты могут сформировать негативное, это бывают непроверенные факты, когда кто-то опубликовал в социальных сетях… Журналист какого-нибудь СМИ, не будем называть, сделал материал, но выяснилось, что это не соответствует действительности. Но выяснилось когда? Когда уже по социальным сетям это все уже расползлось, и в группах это активно все уже обсуждается. Тогда да, мы готовим материал, если нас касается. Мы готовим большой материал о том, что это такое, каким образом это все делать… Могут влиять, могут. Могут, в большинстве случаев, к сожалению, негативно. Негативно влияет именно непроверенная информация. Да сколько этих случаев было, когда фотографии коровника с трупами публикуют, начинает это расползаться по всем сообществам. Начинаем искать – это фотография пятилетней давности с другого конца России.*

**– Насколько профессиональны журналисты сегодня?**

*– Думаю, дело не в журналистах, дело в юридических отделах. СМИ озаботились оплатой услуг юристов. И теперь очень многие согласовывают статьи с юристами. И это слава Богу. Потому что перестали публиковать персональные данные. Но это люди – тоже молодцы. Люди стали обращаться с исками. Раньше было как? У нас был пример такой, женщина даже не была подозреваемой по уголовному делу. Она была свидетелем. Один большой канал сделал серию материалов, но он назвал ее обвиняемой. Указал ФИО, где она проживает, чем занимается. Мы не берем составляющую уголовную, смогли доказать не смогли. Другое дело, человек был свидетелем по делу. Его статус не поменялся, но множество материалов повествовали о том, что эта женщина идет как обвиняемая. И сейчас это распространенная практика. Заявления о клевете люди подают, иски о моральном ущербе. То есть, это такая, нормальная правовая позиция свободного взаимодействия, верная, на мой взгляд, которая просто приводит к тому, что журналисты, даже не журналисты, а руководители изданий озаботились тем, что нужно завести правовой отдел. Или хотя бы одного-двух юристов, которые будут вычитывать тексты. Это очень важно, потому что можно написать один материал, а в интернете ничего не пропадает. Вы напишете, что человек обвиняемый, и он всю жизнь, когда мы будем делать поисковый запрос «Марья Ивановна», она будет проходить как обвиняемая по уголовному делу, а человек был свидетелем. Это еще зависит от контактности журналистов. Допустим, есть крайне контактные ребята, с которыми мы нормально взаимодействуем, они перезванивают, что-то переспрашивают. Все-таки специфика у нас определенная существует, и существует специфика формулировок. Одно дело, есть журналисты, которые много лет занимаются криминальной хроникой, они напишут, как надо. Они понимают, надо написать просто: «Прокуратура области контролирует, прокуратура области поставила на контроль, организовала проверку». Они не напишут материал, не буду говорить, где, якобы, «Прокуратура одного из субъектов организовала проверку, следователи установят все обстоятельства произошедшего и проводят обыски». У нас это было в чате представителей СМИ. И когда начинают, мол, прокуратура возбудила уголовное дело, прокуратура там еще что-то… Ладно, когда по инициативе прокурора возбудили уголовное дело, но когда прокуратура возбудила уголовное дело, конечно хватаешься за сердце. Благо, существуют контактные руководители. Ну нет у нас сейчас на территории Северо-Запада ни одного главного редактора, которому нельзя отправить СМС-сообщение, и не сказать: «Что вы там написали?». Но это работает и в обратную сторону. У нас поменялись пресс-службы ведомств. Если взять пресс-службы, которые были раньше, то это были взрослые женщины, «30-летних» пресс-служб раньше не было, никогда, это все же руководящая должность. И это, конечно, взаимодействие в мессенджерах: быстро написали, быстро позвонили, без какого-то крупного негатива. Вы ошибаетесь, мы ошибаемся – все ошибаются. И мы можем друг с другом взаимодействовать, можно просто попросить поправить, без каких-то репрессивных санкций. Сейчас пресс-службы и СМИ все же работают в режиме того, что мы должны поддерживать общее медийное пространство, не увеличивать тревожность населения, а тем более, не создавать какие-то фейковые новости и не писать глупых статей. И это в первую очередь. Сейчас все журналисты, даже те, кто всегда грешил, так сказать, «жареными фактами», звонят. Сначала мы выясняем, правда это или нет, еще здесь оборотная сторона социальных сетей – фейки. В огромных количествах просто, в огромных группах, где насчитывается порядка 15-20 тысяч подписчиков, для Ленобласти это много. Когда в подобных сообществах опубликовали что-то, и мы все в панике, включая журналистов, журналисты стали звонить. Это, опять же, правовое регулирование. За последние годы работа перевернулась полностью. Если раньше официальным представительством любого ведомства был веб-сайт и рассылка, вы, конечно, можете подписаться, но это такая длительная процедура, можно просто подписаться на телеграмм-канал. И сейчас в приоритетном порядке все публикуется именно там, где журналисты все разбирают, а мы работаем. Сайт обновляется, добавляются видео, фото, понятно, что разница в 2-3 минуты, потому что у нас нет целого штата, который может все это опубликовать, но сейчас лучше всего расход все же из телеграмм-канала. Ну и телеграмм-канал у нас большой: для Ленинградской области 1200 реальных подписчиков, мы же не занимаемся раздуванием, это много.*

**– Как Вы считаете, выполняют ли современные средства массовой информации социальную функцию?**

*– Разумеется. Скорее, посредническую, я думаю, посредническую, в большей степени. Распространение информации из социальных сетей уже в поле более обширное. Наверное, все. Если СМИ раньше были источником информации, то сейчас они источником не являются, а являются легализацией… способом легализации информации. Потому что, вот что-то опубликовали в социальной сети, народ прочитает и подумает, наверное, какая-то глупость. Если условный ЛенТВ24 дал это, журналисты занимаются этим, Online47, уже позвонили нам, позвонили в правительство, позвонили в полицию, позвонили еще куда-то, собрали это все… То есть? взяли за источник мнение, отработали его, взяли комментарии, посмотрели с точки зрения законодательства и опубликовали. Легализация в общественном поле информации, которая была распространена в социальной сети.*

**– Успешно ли российские средства массовой информации справляются с информационным вакуумом, нейтрализуют так называемые фейки?**

*– Я не знаю у нас на территории региона людей, которые целенаправленно все это делают. Именно СМИ зарегистрированных. Понятно, что у всех разные интересы. И иногда бывают такие материалы с перекосом в одну или другую сторону. Но целенаправленно расшатывать какие-то моменты, СМИ, мне кажется, так не делают. Соцсети – да. А если кто-то хочет накалить обстановку, расшатать, разогнать какую-то историю, то это делается не журналистами. Ответственность другая. Правовая ответственность другая. Если какой-то человек написал какую-то информацию, мол, я узнал вот это и вот это, если это не подпадает под ограничения определенные, то, по большому счету, ему-то за это ничего не будет. А если СМИ напишут непроверенную информацию, то последствия будут другими. Поэтому СМИ не делают так. У нас культура СМИ очень выросла, очень выросла. То, что было даже 5-7 лет назад, сейчас нельзя соотнести. Очень сильно выросла культура СМИ, очень сильно выросла ответственность. Почему? Законодательное закрепление. Журналистов не загнали в рамки, просто они поняли, что, как и все остальные, они отвечают перед законом. Мне еще кажется, что ушли на пенсию или, возможно, просто переквалифицировались как-то те люди, которые работали в то время, когда было совсем по-другому. Совсем по-другому работала журналистика. Эти люди сейчас уже практически не работают. Сейчас работают люди, которые родились в нулевые. Это люди, которые, в принципе, привыкли жить в спокойной стране. Это люди, которые привыкли жить в спокойной благополучной стране, где народ соблюдает закон. Где законы соблюдают журналисты, и, естественно, по-другому работают. Меняется поколение. У нас очень хорошее законодательство. Оно работает. Люди в целом чувствуют себя более защищенными и, главное, социальная ответственность повысилась. В том числе, у журналистов. У всех, у всех повысилась, даже если посмотреть самые мелкие истории. Раньше люди переходили дорогу там, где им заблагорассудится. Сейчас, понятно, что есть такие случаи, но сколько людей стоят на пешеходном переходе? Сейчас люди стоят на пешеходном переходе, а тот, кто ходит посередине дороги, уже вызывает осуждение у всех: и у пешеходов, и у водителей. Сейчас останавливаются и ждут. Так положено. Это не другие страны, когда ты приезжаешь куда-то, вот просто, «пешеходник», не «пешеходник». Вот ты бежишь по этому «пешеходнику» и крестишься. Дорогу надо переходить в положенном месте, стройки должны быть огорожены… Сейчас другое поколение, более интеллигентное, более благополучное, они родились в более богатой стране и в комфортное время, поэтому все по-другому.*

**– Какие медиа, по Вашему мнению, обладают большим весом: традиционные или новые?**

*– Да новые… Сейчас все Telegram, все смотрят Telegram. Да и телевидение перестраивается: все становится более коротким, более быстрым. Я не смотрю телевизор. У меня есть компьютер, планшет, телефон. Я смотрю только конкретный сюжет, который меня интересует. Возможно, это вопросы занятости. Но, современные медиа, однозначно. Хотя бабушкам нравится телевизор. Опять же, структура разная. Хочешь написать большое интервью – газета. Это для более старшего поколения. СМИ же определяют контент, в зависимости от возраста: в Telegram мы публикуем быстрые новости. У всех пресс-служб есть ограничения, мы не можем писать так, как журналисты. Мы стараемся адаптировать, но получается не всегда. Мы перестроили работу. Раньше релизы были большие, сейчас стараемся в полстраницы уложить, если это возможно. Понятно, если это большая аналитическая работа, мы выявили 200 нарушений, принесли 500 протестов… Невозможно это уложить в полстраницы. Но и это материал не столько для людей, сколько для журналистов, которые в дальнейшем «растащат» это на кусочки и будут делать большое количество статей. Если это большое интервью с прокурором субъекта, то мы отвечаем на много вопросов. Мы берем социальную повестку, мошенничество, что-то такое, отдаем в газету. Получит человек из Приозерска свою газету, в частности, в возрасте от 50 и выше, откроет ее, вот у него газета, он ее вдумчиво прочитает. Ну не может шестнадцатилетний парень, двадцатилетний, взять четыре листа и прочитать. Единицы, конечно, есть, люди разные, но в большинстве случаев, им это не нужно. Поэтому да, современные медиа, современная краткая подача, и мы на это переходим, какие-то ситуационные новости, проверки по авариям, проверки по еще чему-то, стараемся уложить в два абзаца коротких. Достаточно. Журналист уже видит, что ты уже организовал проверку, уже об этом упомянули. Сейчас очень важный момент: для спокойствия населения, чтобы они понимали, что все находится под контролем, в частности, мы стараемся показывать, если что-то случилось – не переживайте. Прокуроры выезжают на места. У нас же раньше была такая обязанность, прокуроры всегда выезжали на места на происшествия. Сейчас законом не предусмотрена такая обязанность, но при этом прокуроры выезжают, они координируют деятельность, они всячески помогают. То есть, вот это присутствие мы освещаем, это же важно. Но новое поколение – новые медиа. И фейков больше, но госорганы активно присутствуют в социальных сетях. Сейчас телеграмм-каналов бездонное, просто бездонное количество, но мы же подписываемся на тех, у кого понимаем, что они пишут, не подписываемся на какой-нибудь канал «Кошкин Дом 000», который пишет, я не знаю, скандалы, интриги, расследования. Какой смысл? Там сидит какой-то человек, который что-то там анализирует в своей голове, где-то что-то берет, выдает и после этого утверждает, что это новостной продукт. Нет, это не то.*

**– Проблема доверия: каким средствам массовой информации, по Вашему мнению, люди доверяют больше, и доверяют ли вообще?**

*– Средствам массовой информации с именем. СМИ с именем определенным. Если человек читал «КоммерсантЪ» всю свою жизнь, так он и подпишется на телеграмм-канал главреда «Ъ», и несмотря на то, что, может быть, у него нет времени сесть и прочитать большую статью, по крайней мере, анонс этой статьи он прочитает в Telegram и найдет время потом прочитать статью. Так что от имени СМИ, от персоналий СМИ зависит многое, поэтому, конечно, сохранение имиджа СМИ, оно принципиально. Потому что, если интернет-издание было изначально «желтым», очень сложно в дальнейшем перестроиться в серьезное издание, которому люди доверяют. Таких СМИ не так много, достаточное количество, но не так много, но все равно, это какие-то знаковые СМИ, где ты понимаешь, что и главный редактор, и все проверяют материал. Например, тот же ТАСС. Я четко понимаю, если ТАСС написал, значит, они позвонили. Если ТАСС написал, что прокуратура организовала проверку, значит, они позвонили в прокуратуру, и хотя бы по телефону им об этом сказали. Если это написал какой-то непонятный телеграмм-канал, то неизвестно, звонили они или нет.*

***О. В. Черных,***

***главный редактор телеканала ЛенТВ24***

 ***– Расскажите об опыте взаимодействия органов государственной власти/правоохранительных органов со средствами массовой информации (на примере специфики Вашей деятельности).***

***–****Я всегда говорил, что я не журналист, а медиаменеджер. Мне главное собрать коллектив, поставить перед ними задачи, найти, где взять деньги, чтобы им заплатить за их работу. И я никогда не лезу в работу своих ребят: они профессионалы с большой буквы, и знают свое дело. Других не держим. Мы телеканал Ленинградской области, и не буду скрывать, что мы дружим с правительством региона. Тематика нашего контента самая разнообразная. И нас реально читают и смотрят. Если не верите, посмотрите на статистику: цифры никогда не врут. Губернатор Александр Юрьевич Дрозденко – настоящий человек, большой профессионал, который искренне радеет за вверенный ему регион. Люди его реально любят, готовы голосовать, не боятся обращаться лично, а губернатор никогда не отказывает. Ленинградская область процветает благодаря ему: строится жилье, школы, детские сады, поликлиники, больницы, дороги: здесь всегда чисто и уютно. Чувствуется рука хозяйственника. Мы освещаем правительственные мероприятия, рассказываем нашим читателям и зрителям, что администрация Ленинградской области действительно работает, поэтому взаимодействуем с Суворовским по всем направлениям. Скажу больше: наш регион помогает восстанавливать поврежденный из-за украинской агрессии город Енакиево в Донецкой Народной Республике. Только в этом году планируется потратить около двух миллиардов рублей: больше половины из федерального бюджета и около 700 миллионов из резервного фонда Ленинградской области. Подчеркну, это резервные деньги. Поэтому это не в ущерб ленинградцам. Я сам несколько раз сопровождал Александра Юрьевича, когда он ездил в Донбасс. И вы знаете, я так скажу, люди его ждут! А он никогда не отказывает в помощи.*

***– Согласны ли Вы, что средства массовой информации выполняют функцию четвертой ветви государственной власти? Актуален ли этот тезис сегодня, в современном российском обществе?***

***–****Безусловно, средства массовой информации – это четвертая власть. Вот простой пример. Губернатор регулярно проводит прямую линию и личные встречи с жителями. Любой ленинградец может позвонить или напрямую обратиться к Александру Юрьевичу со своей проблемой. Он всегда вникает во все. Другое дело, что в Ленинградской области 18 районов и городской округ, но это муниципальная власть, и какие-то вещи должны решаться на местах. И если муниципалы будут халатны, им позвонят с Суворовского и быстро объяснят, что о людях нужно заботиться. Вот не знает бабушка из условного Тихвина, как ей встать в программу догазификации, если у нее там трубу прорвет или недобросовестные коммунальщики придомовую территорию закидают мусором… Знаете, у нас много ресурсов, аудитория большая. Мы тоже подхватим это и растиражируем. А люди потом звонят со словами благодарности, мол, спасибо ЛенТВ24, вот вы написали, показали, все – дело сдвинулось с мертвой точки. Никто ведь не любит, когда про него плохо пишут. А мы сразу в эфир, на сайты, в социальные сети закидываем. Всегда считал, что кроссплатформенное размещение – это очень и очень круто! Поэтому да, безусловно, мы и есть четвертая власть. Ну может, не четвертая, а одна из… Возможно, официально нет, мы не можем прямым текстом сказать: «Слушайте чиновники, депутаты или судьи, давайте-ка вы вот тут сделаете так». Ну не работает так. Но мы можем разогнать какую-то злободневную тему, поднять шум, и к нам прислушаются. Тем более ЛенТВ24 знают, сами поспрашивайте людей, если мне не верите.*

***– Можно ли сегодня считать средства массовой информации независимыми?***

***–****А что такое независимость? Говорить все, что хочется? Или быть свободными в соблюдении принципов, морали, нравственности? Или самим выбирать объем и тип повестки, которую мы берем в работу? Еще вот эти якобы стандарты, что верстка должна быть такая, а не другая. А разница какая? Главное, чтобы ты был интересным, быстрым, профессиональным. Ну не скажу я редакторам своим, а они очень классные ребята, хоть и разные все. Вот почему Катя верстает так, Настя так, Саша еще как-то, а Ярослав по-другому… В приоритете Ленинградская область, потом федералка, мировые новости, бантики всегда хорошо заходят. А потом смотришь в сетках, во «ВКонтакте», например, а там у тебя сюжет под 70 тысяч просмотров за пару часов набирает. Я звоню и говорю, что ребята, вы крутые. Тем более, в разное время суток разные зрители: домохозяйкам про машинки неинтересно, а мужчинам – про косметику. Исходить из этого надо.*

***– Насколько профессиональны журналисты сегодня?***

***–****Ну это вопрос такой, хороший. Есть и профессионалы, есть и непрофессионалы. Просто знаете, чем просто хороший сотрудник отличается от очень хорошего? Первый даже не плохо сделает свою работу, получит денюжку и домой убежит. А второй подойдет к шефу и поинтересуется, а чем еще помочь, а что еще сделать, нужен ли я еще? Я никогда кого-попало не беру на работу, я людей очень люблю, даже депремирую редко, да, поругаться могу, но это чисто рабочие моменты, не переходя на личности. Ладно, если что-то в эфире вылезет, никто не увидит это. Но когда что-то попадает в интернет, сколько угодно исправляйте, редактируйте, сносите… Оно уже там. Просто краснеть потом не хочется, мол, звонят, Олег Викторович, а вот ваши там так и так сделали, а можете поменять. Мои работают очень четко всегда. Да, есть человеческий фактор, все мы люди. Не ошибается только тот, кто не делает ничего.*

***– Способны ли сегодняшние средства массовой информации влиять на общественное мнение, формировать общественный запрос, добиваться обратной связи от органов государственной власти/правоохранительных органов?***

***–****Помню громкую историю, когда, не помню уже, в каком районе, по людям катком просто прошли. А потом повторили. Местные чиновники руками разводили, бизнес только о деньгах думает… Это какая-то коммунальная история была… Мы, значит, начинаем разбираться, изучать, копать. Потом приезжаем, снимаем, показываем. А через какое-то время читаю, вот прокуратура инициировала проверку после выхода материала на ЛенТВ24. И люди к тебе уже совсем по-другому относятся, уважают. Тем более, что публикация в СМИ приравнивается автоматически к запросу в органы власти. Закон такой. Но мы с ними дружим, помогаем друг друга. Считаю, именно так и надо работать.*

***– Как Вы считаете, выполняют ли современные средства массовой информации социальную функцию?***

***–****Мне кажется, на мой взгляд, самая главная социальная функция в нашем деле, у журналистов, это когда мы реально помогаем кому-то, той же тихвинской бабуле. Ну сами посудите, что пожилой человек там может? Пришло время, когда мы о них должны заботиться, потому что тогда они нас вскармливали и взращивали. Вот столкнулась она с проблемой, кто ей поможет? А нам и контент интересный, или помощь реальная, адресная, точечная. А если еще и каких-то там муринских депутатов закошмарить, так тысячам легче дышать будет. Потому что отдельные товарищи вообще краев не видят. Нет, не подумайте. В проблеме нет виноватого кого-то одного, есть закон к тому же… Поэтому мы всегда глубоко копаем, спрашиваем экспертов, приводим разные стороны, позиции, точки зрения. Вот это журналистика, а не так, когда однобокую историю покажут, а человек вообще не при делах. Репутация для журналиста – это база и основа. Хочешь потерять аудиторию – начинай сходить с ума. Хочешь, чтобы тебя уважали, будь добр, придерживаться принципов, быть профессиональным, ответственным, честным. Только так, не иначе*

***– Успешно ли российские средства массовой информации справляются с информационным вакуумом, нейтрализуют так называемые фейки?***

***–****Про них даже слышать не хочу. Как началась специальная военная операция, из каждого утюга лезет вся эта чушь: что наши где-то сдюжили, или эти персонажи правы, оказывается. В чем правы? Людей убивать? Ну-ну. Я был там, своими глазами все видел. Нет. Я свое мнение не изменю: если на Западе не понимают по-хорошему, поймут по-другому. Нужно проверять факты, всегда об этом говорил. Журналист всегда должен во всем сомневаться, проверять. Лучше проверь и убедись, что ты прав, а не верь всему на слово, голосовный какой!*

***– Какие медиа, по Вашему мнению, обладают большим весом: традиционные или новые?***

***–****Телевидение в том виде, в каком оно есть сейчас, может, писать завещание. Ну не работает это сейчас. Сейчас все в интернете. Человек должен получать информацию где-угодно, когда-угодно и так, чтобы ему это удобно было. С компьютера, телефона, планшета, смарт-часов, из подкастов. Я телевизор вообще не смотрю, у меня нет времени на это: совещания, ВКС, в общем, работы достаточно. Почему я должен быть прикован ко времени, к эфиру, сидеть и ждать, что вот мне сейчас мальчик или девочка красивые что-то расскажут. Я лучше ленту пролисаю и узнаю то, что мне нужно и интересно. А знаете, как приятно, когда твои каналы, порталы, сайты в ТОП того же «Яндекса» попадают? Понимаешь, что не зря работаешь: тебя знают, тебя цитируют.*

***– Проблема доверия: каким средствам массовой информации, по Вашему мнению, люди доверяют больше, и доверяют ли вообще?***

***–****Думаю, что да. У нас СМИ доверяют. Хотя и блогеры сейчас довольно сильные ребята. Это еще зависит от самого человека, что тебе интересно: аналитика, обзоры, проверенная информация или фейковая чепуха? Возраст тоже: молодежь – это только соцсети, старшее поколение – даже телевидение, отчасти. Все индивидуально. Главное, работать на совесть, и тогда ты точно найдешь своего читателя, зрителя, слушателя.*

1. Осипов Г. В. Социология. Основы общей теории: учеб. для вузов / отв. ред. Г. В. Осипов, Л. Н. Москвичев. — М.: Норма, 2003. – С. 373. [↑](#footnote-ref-1)
2. Там же. С. 100. [↑](#footnote-ref-2)
3. Там же. С. 375. [↑](#footnote-ref-3)
4. Там же. С. 409. [↑](#footnote-ref-4)
5. Головин Н. А. Политическая социология: учеб. для студентов магистратуры / под ред. Н. А. Головина. – 2-е изд., перераб. СПб: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2021. – С. 23. [↑](#footnote-ref-5)
6. Там же. С. 20. [↑](#footnote-ref-6)
7. Губайдуллин А. Р. Понятие и особенности взаимодействия политической и правовой систем / А. Р. Губайдуллин // Вектор юридической науки. – 2019. – №4. – С. 91-100. [↑](#footnote-ref-7)
8. Милецкий В. П., Казаринова Н. В. Системное содержание современной социальной политики / В. П. Милецкий, Н. В. Казаринова. СПб: Изд-во СПбГЭТУ «ЛЭТИ», 2010. – С. 9. [↑](#footnote-ref-8)
9. Там же. [↑](#footnote-ref-9)
10. Головин Н. А. Указ. соч. – С. 30. [↑](#footnote-ref-10)
11. Милецкий В. П., Казаринова Н. В. Указ. соч. – С. 12. [↑](#footnote-ref-11)
12. Головин Н. А. Указ. соч. – С. 47. [↑](#footnote-ref-12)
13. Милецкий В. П. Современный инструментарий системного анализа политических реформ в России / В. П, Милецкий, К. Б. Дорогой // Дискурс. – 2017. – №5. С. 47-53. [↑](#footnote-ref-13)
14. Зимин В. А. Политические партии – важнейший элемент политической системы / В. А. Зимин // Теория и практика общественного развития. – 2012. – №12. – С. 408-410. [↑](#footnote-ref-14)
15. Никитенко А. И. Место современных политических партий в политической системе общества / А. И. Никитенко // Управленческое консультирование. – 2015. – №10. – С. 40-47. [↑](#footnote-ref-15)
16. Там же. [↑](#footnote-ref-16)
17. Максимова Е. Н. Дисфункции политической системы как факторы политической нестабильности / Е. Н. Максимова, Л. Н. Гарас // Каспийский регион: политика, экономика, культура. – 2022. – №1(70). – С. 76-83. [↑](#footnote-ref-17)
18. Акимова В. В. Некоторые аспекты проявления политической активности молодежи / В. В. Акимова, А. В. Рачина // Известия ТРТУ: специальный выпуск. – 2001. – №1(19). – С. 223-224. [↑](#footnote-ref-18)
19. Савин В. Н. Правовая культура студентов в современных условиях: социологический анализ / В. Н. Савин // Социум и власть. – 2011. – № 2(30). – С. 88-92. [↑](#footnote-ref-19)
20. Сайтбеков А. М. Понятие политической системы общества / А. М. Сайтбеков // Международный научный журнал «Символ науки». – 2016. – №3. – С. 205-208. [↑](#footnote-ref-20)
21. Головин Н. А. Указ. соч. – С. 248. [↑](#footnote-ref-21)
22. Там же. С. 250-251. [↑](#footnote-ref-22)
23. Тонконогов А. В. Кибердемократия, или гражданское общество как четвертая власть / А. В. Тонконогов // Закон и право. – 2020. – №4. – С. 19-27. [↑](#footnote-ref-23)
24. Майданская И. А. Отношения симметрии в политических системах / И. А. Майданская // Известия ТРТУ: специальный выпуск. – 2001. – №1(19). – С. 222-223. [↑](#footnote-ref-24)
25. Устинова О. В. Средства массовой информации как «четвертая власть» / О. В. Устинова // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. – 2014. – №4. – С. 62-64. [↑](#footnote-ref-25)
26. Севастьянова И. Е. Органы государственного управления: судебная власть / И. Е. Севастьянова // Вестн. Мос. Ун-та. – Сер. 21. – 2013. – №3. – С. 22-34. [↑](#footnote-ref-26)
27. Лебедева Д. С. Методические рекомендации по взаимодействию судов и СМИ / Д. С. Лебедева. – СПб: Астерион, 2021. – С. 61. [↑](#footnote-ref-27)
28. Телятников В. И. Проблемы формирования внутреннего убеждения судьи в уголовном процессе: автореф. дис. … канд. юрид. н.: 12.00.09 / Телятников Владимир Иванович. – СПб, 2003. – С. 3. [↑](#footnote-ref-28)
29. Устинова О. В. Средства массовой информации как «четвертая власть» / О. В. Устинова // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. – 2014. – №4. – С. 62-64. [↑](#footnote-ref-29)
30. Шульц Э. Э. Социальный протест как фактор дестабилизации политической системы современной России / Э. Э. Шульц // Политэкс. – 2017. – Т. 13. – №4. – С. 110-117. [↑](#footnote-ref-30)
31. Нурышев Г. Н. Социология: учеб. пособ. / Г. Н. Нурышев, Д. С. Бразевич. − СПб: СПбГУНиПТ, 2010. − С. 157. [↑](#footnote-ref-31)
32. Милецкий В. П. Институты конфликторазрешения и поддержания мира: учеб. пособ. / В. П. Милецкий, Д. Н. Черезов. – СПб: Фонд развития конфликтологии, 2018. – С. 157. [↑](#footnote-ref-32)
33. Осипов Г. В., Москвичев Л. Н. Указ. соч. – С. 373. [↑](#footnote-ref-33)
34. Милецкий В. П. Черезов Д. Н. Указ. соч. – С. 95. [↑](#footnote-ref-34)
35. Нурышев Г. Н., Бразевич Д. С. Указ. соч. – С. 137. [↑](#footnote-ref-35)
36. Куконков П. И. Социологическая модель социального напряжения: проблема адекватности / отв. ред. Ю. В. Асочаков // Солидарность и конфликты в современном обществе: Материалы научной конференции XII Ковалевские чтения 15-17 ноября 2018 года. – СПб: Скифия-принт, 2018. – С. 107. [↑](#footnote-ref-36)
37. Максимова Е. Н. Гарас Л. Н. Указ. соч. [↑](#footnote-ref-37)
38. Алипулатов И. С. Совершенствование политической системы / И. С. Алипулатов // Евразийский научный журнал. – 2016. – №1. – С. 29-33. [↑](#footnote-ref-38)
39. Там же. [↑](#footnote-ref-39)
40. Беспалов Ю. В. Модернизация политической системы и массовое политическое сознание / Ю. В. Беспалов // Вестник Воронежского государственного технического университета. – 2012. – Т. 8. – №12(1). – С. 1-4. [↑](#footnote-ref-40)
41. Максимова Е. Н, Гарас Л. Н. Указ. соч. – С. 80. [↑](#footnote-ref-41)
42. Максимова Е. Н. Политические элиты как фактор нестабильности политической системы / Е. Н. Максимова // Вопросы этиологии. – 2021. – №4. – С. 36-49. [↑](#footnote-ref-42)
43. Масловский М. В. Легитимность плебисцитарной демократии как теоретическая проблема социологии политики / М. В. Масловский // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. – 2009. – №4. – С. 13-19. [↑](#footnote-ref-43)
44. Там же. [↑](#footnote-ref-44)
45. Головин Н. А. Указ соч. – С. 206-208. [↑](#footnote-ref-45)
46. Негласный Код – Команда 47. Ленобласть меняет новое движение губернатора // официальный сайт газеты «Аргументы и Факты». URL: https://spb.aif.ru/society/neglasnyy\_ kod\_komanda\_47\_lenoblast\_menyaet\_novoe\_dvizhenie\_gubernatora (дата обращения: 09.02.2023). [↑](#footnote-ref-46)
47. Там же. [↑](#footnote-ref-47)
48. Милецкий В. П. Институты конфликторазрешения и поддержания мира: учеб. пособ. / В. П.  Милецкий, Д. Н. Черезов. – СПб: Фонд развития конфликтологии, 2018. – С. 103. [↑](#footnote-ref-48)
49. Гилинский Я. И. Социология девиантного поведения и социального контроля / ред. В. А. Ядов // Социология в России. – 2-е изд. – М: Изд-во Института социологии РАН, 1998. – С. 12. [↑](#footnote-ref-49)
50. Гайдай М. К. Особенности пенитенциарной девиантности в условиях трансформации российского общества (на материалах иркутской области): автореф. дис. … канд. социол. н.: 22.00.04 / Гайдай Мария Константиновна. – Улан-Удэ, 2004. – С. 12. [↑](#footnote-ref-50)
51. Осипов Г. В., Москвичев Л. Н. Указ. соч. – С. 401. [↑](#footnote-ref-51)
52. Осипов Г. В., Москвичев Л. Н. Указ. соч. – С. 404. [↑](#footnote-ref-52)
53. Бразевич Д. С. Социология: учеб. пособ. / Д. С. Бразевич. – СПб: «КультИнформПресс», 2021. – С. 126-127. [↑](#footnote-ref-53)
54. Волков В. В. Эмпирическая социология права в условиях междисциплинарного синтеза / В. В. Волков // Социологические исследования. – 2017. – №4. – С. 34-42. [↑](#footnote-ref-54)
55. Там же. С. 105. [↑](#footnote-ref-55)
56. Милецкий В. П. Черезов Д. Н. Указ. соч. – С. 105. [↑](#footnote-ref-56)
57. Черненькая С. В. «Свобода» как концепт и правовое понятие / под общ. ред. О. В. Барабаш // Сборник статей V Международной научно-практической конференции «Язык. Право. Общество». – Пенза: Изд-во «Пензенский гос. ун-т», 2018. – С. 242. [↑](#footnote-ref-57)
58. Там же. [↑](#footnote-ref-58)
59. Нурышев Г. Н., Бразевич Д. С. Указ. соч. – С. 202. [↑](#footnote-ref-59)
60. Там же. С. 168. [↑](#footnote-ref-60)
61. Дзялошинский И. М Российские СМИ: как создается образ врага. Статьи разных лет: монография / И. М. Дзялошинский, М. И. Дзялошинская. – Чебоксары: ИД «Среда», 2019. – С. 158. [↑](#footnote-ref-61)
62. Ивлиев П. В. Средства массовой информации как четвертая ветвь власти / П. В. Ивлиев, Е. О. Ананьева // Закон и право. – 2021. – №1. – С. 50-52. [↑](#footnote-ref-62)
63. Короткевич Р. В. Средства массовой информации – элемент политической системы общества / Р. В. Короткевич // Лесной вестник. – 2002. – №3. – С. 191-196. [↑](#footnote-ref-63)
64. Шмыгин Д. Парадоксы «четвертой власти» / Д. Шмыгин // Медиасреда. – 2006. – №1. – С. 98-101. [↑](#footnote-ref-64)
65. Намруева Э. В., Ильянова О. И. Технологии взаимодействия органов внутренних дел со средствами массовой информации: учеб. пособ. – М.: Академия управления МВД России, 2021. – С. 16 [↑](#footnote-ref-65)
66. СМИ больше не четвертая власть: интервью начальника ЦОС ФСБ России А. Г. Михайлова // официальный сайт ГИПП. URL: https://gipp.ru/overview/mneniya-ekspertov/smi-bolshe-ne-chetvertaya-vlast/ (дата обращения: 25.03.2023). [↑](#footnote-ref-66)
67. Намруева Э. В., Ильянова О. И. Указ. соч. – С. 50. [↑](#footnote-ref-67)
68. Там же. С. 51 [↑](#footnote-ref-68)
69. Ильченко В. А. Административно-правовое исследование вопросов обеспечения общественного доверия и поддержки гражданами полиции: автореф. дис. … канд. юрид. н.: 12.00.14 / Ильченко Валентина Александровна. – Н. Новгород, 2018. – С. 117. [↑](#footnote-ref-69)
70. Там же. С. 103. [↑](#footnote-ref-70)
71. Артемов В. М. Социально-культурная ориентация правоохранительных органов / В. М. Артемов // СОЦИС. – 2000. – №1. – С. 51-55. [↑](#footnote-ref-71)
72. Зуева О. Н. Влияние СМИ на оценку эффективности деятельности полиции (по результатам социологических исследований) / О. В. Зуева, Н. Н. Демидов // Вестник Волгоградского государственного университета. – 2016. – №3 (33). – С. 79-84. [↑](#footnote-ref-72)
73. Сорокина Е. В. Роль СМИ в формировании положительного имиджа государственного служащего / Е. В. Сорокина, Д. О. Селентьева, В. А. Сурина, Е. А. Черкасова // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2019. – №4 (1). – С. 142-145. [↑](#footnote-ref-73)
74. Кузьмина С. В. Роль СМИ в формировании имиджа политического деятеля / С. В. Кузьмина // Известия Саратовского университета. – 2012. – Т. 12. – №2. – С. 69-72. [↑](#footnote-ref-74)
75. Новак А. А. Особенности формирования повестки дня / А. А. Новак // Вопросы теории и практики журналистики. – 2018. – T. 7. – №1. – С. 129–144. [↑](#footnote-ref-75)
76. Пую А. С. Между стандартами и необходимостью выжить: журналист как краеугольный камень общественной дискуссии в поляризованной стране рецензия на книгу Б. Добек-Островской «Польская медиасистема в сравнительной перспективе: медиа в политике, политика в медиа». Питэр Лэнг, 2019. 288 с. / А. С. Пую // Вестник Московского университета. Серия 10: журналистика. – 2019. – №6. – С. 195-207. [↑](#footnote-ref-76)
77. Там же. – С. 198. [↑](#footnote-ref-77)
78. Там же. – С. 201. [↑](#footnote-ref-78)
79. Пядышева Т. Г. Методы влияния на общественное мнение / Т. Г. Пядышева // Вестник Тамбовского университета. Серия: общественные науки. – 2017. – Т. 3. – №4 (12). – С. 77-85. [↑](#footnote-ref-79)
80. Джавадова О. А. Медиафрейминг, как инструмент влияния на общественное мнение / О. А. Джавадова // E-SCIO. – 2020. – №5 (44). – С. 85-93. [↑](#footnote-ref-80)
81. Ефанов А. А. Медиа-репрезентация протестных настроений в зеркале социологии // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. – 2017. – №2. – С. 63–67. [↑](#footnote-ref-81)
82. Мрочко Л. В. Критерии оценки эффективности деятельности средств массовой информации и коммуникации как социального института / Л. В. Мрочко, А. А. Жук, Е. С. Шимолюк // Экономические и социально-гуманитарные исследования. – 2019. – №2 (22). – С. 141-146. [↑](#footnote-ref-82)
83. Кузьмина С. В. Указ. соч. – С. 69-72. [↑](#footnote-ref-83)
84. Дзялошинский И. М. Вызовы медиаглобализации / И. М. Дзялошинский // Вопросы теории и практики журналистики. – 2013. – №2. – С.32-40. [↑](#footnote-ref-84)
85. Чепкасов А. В. Формирование имиджа региона: ролевой набор имиджевой политики / А. В. Чепкасов // Вестник ВГУ. Серия: филология. журналистика. – 2018. – № 2. – С. 147-150. [↑](#footnote-ref-85)
86. Там же. [↑](#footnote-ref-86)
87. Якимова О. А. Массовая коммуникация: теория и практика: учеб. пособ. / О. А. Якимова. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2020. – С. 26. [↑](#footnote-ref-87)
88. Там же. С. 28. [↑](#footnote-ref-88)
89. Там же. С. 29. [↑](#footnote-ref-89)
90. Там же. С. 30. [↑](#footnote-ref-90)
91. Дьякова Е. Г. Социокультурные механизмы установления повестки дня / Е. Г. Дьякова, А. Д. Трахтенберг // Научный ежегодник института философии и права уральского отделения Российской Академии Наук. – 2001. – №2. – С. 166-191. [↑](#footnote-ref-91)
92. Там же. [↑](#footnote-ref-92)
93. Салаева Т. В. Роль современных СМИ в формировании массового сознания / ред. Б. Н. Герасимов // Теоретические и прикладные вопросы экономики, управления и образования: сборник статей Международной научно-практической конференции. – Пенза: Изд-во Пензенский государственный аграрный университет, 2020. – С. 182-186. [↑](#footnote-ref-93)
94. Пую Ю. В. Манипулятивная роль «четвертой власти» / Ю. В. Пую // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Гуманитарные и общественные науки. – 2010. – №1 (105). – С. 31-34. [↑](#footnote-ref-94)
95. Чернышов В. А. Мягкая сила информационного общества: место и роль СМИ / В. А. Чернышов // Вестник ДонНУ. Сер. Б: Гуманитарные науки. – 2019. – №1. – С. 120-124. [↑](#footnote-ref-95)
96. Дугин Е. Я. Власть доверия и доверие власти / Е. Я. Дугин // Власть. – 2018. – Т. 26. – №8. – С. 60-66. [↑](#footnote-ref-96)
97. Жаде З. А. Доверие к власти как предмет исследования в российской социогуманитарной науке / З. А. Жаде, И. Н. Гайдарева // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2021. – №7. – С. 19-24. [↑](#footnote-ref-97)
98. Шарыпова Т. Н Роль СМИ в становлении и функционировании информационного общества / Т. Н. Шарыпова, М. В. Боженко // Аллея науки. – 2019. – Т. 5. – №1 (28). – С. 896-898. [↑](#footnote-ref-98)
99. Салаева Т. В. Указ. соч. – С. 185. [↑](#footnote-ref-99)
100. *Цит. по:* Шугалей М. А., Бурикова И. С., Суханов О. В., Юрьев А. И. Триполи как социальный лифт для ИГИЛ (террористическая организация) / Коллективная монография по результатам исследований Максима Шугалея / под науч. ред. проф. А. И. Юрьева. – СПб, 2020. – С. 12. [↑](#footnote-ref-100)
101. Рыжов В. Б. Участие Интерпола в борьбе с терроризмом / В. Б. Рыжов // Международное право. – 2020. – № 2. – С. 56-69. [↑](#footnote-ref-101)
102. Мерсье А. Война и средства массовой информации: постоянные и переменные величины / А. Мерсье // Международный журнал Красного Креста. – 2005. – Т. 87. – №860. – С. 61.-75. [↑](#footnote-ref-102)
103. Милецкий В. П. Эволюция политических симулякров в цифровом обществе (на примере «фейк-ньюс» и «постправды») / В. П. Милецкий, О. А. Никифорова // Дискурс. – 2020. – Т. 6. – №3. – С. 64-77. [↑](#footnote-ref-103)
104. Там же. [↑](#footnote-ref-104)
105. Балаян А. А. Контроль государства за СМИ в современной России: причины, механизм и последствия распространения «Постправды» / А. А. Балаян, Б. Л. Вишневский // Политическая экспертиза. – 2017. – Т. 13. – №4. – С. 100-109. [↑](#footnote-ref-105)
106. Там же. С. 103. [↑](#footnote-ref-106)
107. Берендеев М. В. Медиадискурсы и образы стран в условиях политики постправды / М. В. Берендеев // Политическая экспертиза. – 2017. – Т. 13. – №4. – С. 64-76. [↑](#footnote-ref-107)
108. Намруева Э. В., Ильянова О. И. Указ. соч. – С. 50. [↑](#footnote-ref-108)
109. Владимир Путин: Пресловутая «культура отмены» превратилась в «отмену культуры» // официальный сайт «Российской газеты». URL: https://rg.ru/2022/03/28/vladimir-putin-preslovutaia-kultura-otmeny-prevratilas-v-otmenu-kultury.html (дата обращения: 01.04.2023). [↑](#footnote-ref-109)
110. Василькова В. В. Фейки о коронавирусе: коммуникативные технологии конструирования ложных сообщений / В. В. Василькова, П. А. Трекин // Дискурс. – 2021. – Т. 7. – №4. – С. 79-91. [↑](#footnote-ref-110)
111. Там же. С. 85-86. [↑](#footnote-ref-111)
112. Там же. [↑](#footnote-ref-112)
113. Архангельская А. С. Публичная сфера в аспекте массовых коммуникаций / А. С. Архангельская и И. Б. Архангельская // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2020. – №3(37). – С. 95-104. [↑](#footnote-ref-113)
114. Там же. С. 100. [↑](#footnote-ref-114)
115. Красовская Р. Б. Фейковые новости как феномен современности / Р. Б. Красовская, А. А. Гуляев, Г. Н. Юлина // Власть. – 2019. – Т. 27. – №4. – С. 79-82. [↑](#footnote-ref-115)
116. Алейников А. В. Феномен «фейк-ньюс» и трансформация информационных стратегий в цифровом обществе / А. В. Алейников, В. П. Милецкий, Н. П. Пименов, А. И. Стребков // Научно-техническая информация. – 2019. – Сер. 1. – №6. – С. 1-7. [↑](#footnote-ref-116)
117. Там же. С. 5. [↑](#footnote-ref-117)
118. Денисов Э. И. Информационная гигиена и регулирование информации для уязвимых групп населения / Э. И. Денисов, А. Л. Еремин, О. В. Сивочалова, Н. Н. Курьеров // Гигиена и санитария. – 2014. – Т. 93. – №5. – С. 43-49. [↑](#footnote-ref-118)
119. *Цит. по:* Пырьев Е. А. Критика когнитивных теорий происхождения эмоций / Е. А. Пырьев // Психология человека в образовании. – 2019. – Т. 1. – №3. – С. 258-265. [↑](#footnote-ref-119)
120. Денисов Э. И., Еремин А. Л., Сивочалова О. В. Курьеров Н. Н. Указ. соч. – С. 43-49. [↑](#footnote-ref-120)
121. Пономарев Н. Ф. Фейк-ньюс и «приостановка веры» / Н. Ф. Пономарев // E-SCIO. – 2019. – №7 (34). – С. 174-183. [↑](#footnote-ref-121)
122. Ершов Ю. М. Феномен фейка в контексте коммуникационных практик / Ю. М. Ершов // Вестник Томского государственного университета. Филология. – 2018. – №52. – С. 245-256. [↑](#footnote-ref-122)
123. Тульчинский Г. Л. Фейки: коммуникация, смыслы, ответственность. Коллективная монография / С. Т. Золян, Н. А. Пробст, Ж. Р. Сладкевич, Г. Л. Тульчинский; под ред. Г. Л. Тульчинского. – СПб: Алетейя, 2021. – С. 49. [↑](#footnote-ref-123)
124. Малюкова О. В. Современная аргументация: в плену у фейков / О. В. Малюкова // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Философия. Политология. Культурология. – 2018. – Т. 4 (70). – № 4. – С. 52–59. [↑](#footnote-ref-124)
125. Попов Д. Г. О коммуникативном пространстве смыслов и фейков / Д. Г. Попов, В. В. Фокина // Общество. Коммуникация. Образование. – 2021. – Т. 12. – №2. – С. 137–146. [↑](#footnote-ref-125)
126. Ершов Ю. М. Указ. соч. – С. 248. [↑](#footnote-ref-126)
127. Иванищева О. Н. Фейковые новости как новая форма пропаганды / О. Н. Иванищева // Человек. Культура. Образование. – 2018. – №4 (30). – С. 104-110. [↑](#footnote-ref-127)
128. Там же. [↑](#footnote-ref-128)
129. Попов Д. Г. Указ. соч. – С. 139. [↑](#footnote-ref-129)
130. Ильченко С. Н. Фейк как политический формат в современной медиасреде / С. Н. Ильченко // Гуманитарный вектор. – 2015. – №3 (43). – С. 98-101. [↑](#footnote-ref-130)
131. Звада О. В. Манипулятивные особенности политического дискурса в англоязычных СМИ / О. В. Звада // Вестник Волжского университета имени В. Н. Татищева. – 2018. – Т. 1. – №1. – С. 23-30. [↑](#footnote-ref-131)
132. Шагдарова Б. Б. Профессионально-этические ориентиры в современной журналистике / Б. Б. Шагдарова // Вестник Бурятского государственного университета. – 2014. – №10(1). – С. 249-252. [↑](#footnote-ref-132)
133. Колянов А. Ю. Профессиональная идентичность журналиста в условиях гибридной медиасистемы / А. Ю. Колянов // Дискурс. – 2020. – Т. 6. – №4. – С. 62-72. [↑](#footnote-ref-133)
134. Там же. С. 69. [↑](#footnote-ref-134)
135. Кобылинский Б. В. К вопросу о философском значении термина «Конфликтный паттерн» / Б. В. Кобылинский // Дискурс. – 2020. – Т. 6. – №4. – С. 39-45. [↑](#footnote-ref-135)
136. Колянов А. Ю. Искусственный интеллект в медиадискурсе 2010-х гг. / А. Ю. Колянов // Дискурс. – 2021. – Т. 7. – №4. – С. 58-67. [↑](#footnote-ref-136)
137. Доверие СМИ в России: аналитический обзор // официальный сайт ВЦИОМ. URL: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/doverie-smi-v-rossii (дата обращения: 15.04.2023). [↑](#footnote-ref-137)
138. Рейтинги доверия политикам, оценки работы президента и правительства, поддержка политических партий: аналитический обзор // официальный сайт ВЦИОМ. URL: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/reitingi-doverija-politikam-ocenki-raboty-prezidenta-i-pravitelstva-podderzhka-politicheskikh-partii-20230414 (дата обращения: 14.04.2023). [↑](#footnote-ref-138)
139. Миронов А. Л. Понятие государственного органа и его место в государственном регулировании / А. Л. Миронов // Вестник Московского университета МВД России. – 2022. – №4. – С. 40-43. [↑](#footnote-ref-139)
140. Федеральный закон от 02.05.2006 N 59-ФЗ (последняя редакция) «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации» // СПС КонсультантПлюс. [↑](#footnote-ref-140)
141. Кожина А. М. Исполнительная власть: понятие, признаки, место в современном государстве / А. М. Кожина // Научные записки молодых исследователей. – 2014. – №3. – С. 70-73. [↑](#footnote-ref-141)
142. Магдилов М. М. Законодательная власть в системе разделения властей в России / М. М. Магдилов // Вестник Дагестанского государственного университета. – 2011. – №2. – С. 89-92. [↑](#footnote-ref-142)
143. Редченко Е. Г. Содержание и признаки судебной власти / Е. Г. Редченко // Ленинградский юридический журнал. Научно-теоретический и информационно-практический межрегиональный журнал. – 2008. – №4 (14). – С. 187-190. [↑](#footnote-ref-143)
144. Там же. [↑](#footnote-ref-144)
145. Гавриленко А. А. Понятие и система правоохранительных органов / А. А. Гавриленко // Сибирский юридический вестник. – 2009. - №1 (44). – С. 94-100. [↑](#footnote-ref-145)
146. Безотосная О. С. Место прокуратуры Российской Федерации в системе государственных органов / О. С. Безотосная // Проблемы науки. – 2017. – №1(14). – С. 80-83. [↑](#footnote-ref-146)
147. Верзилина И. Г. К вопросу о содержании понятия «Избирательная комиссия» / И. Г. Верзилина // Актуальные проблемы конституционного права России и зарубежных стран. – 2014. – №9(46). – С. 1856-1859. [↑](#footnote-ref-147)
148. Гришай В. Н. СМИ как общественный институт и органы власти государства: вопросы взаимоотношений / В. Н. Гришай, Е. А. Шепелин, К. А. Зенин [и др.] // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2021. – №3. – С. 43-45. [↑](#footnote-ref-148)
149. Кошевой О. С. Организация экспертного опроса с привлечением специалистов органов государственного и муниципального управления / О. С. Кошевой, Е. С. Голосова, Ш. Г. Сеидов // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2012. – №1 (21). – С. 98-107. [↑](#footnote-ref-149)
150. Чеховский И. В. Интервью как способ получения информации в качественной стратегии исследовательского поиска / И. В. Чеховский // Вестник РУДН. – 2009. – №4. – С. 20-25. [↑](#footnote-ref-150)
151. Могильчак Е. Л. Выборочный метод в эмпирическом социологическом исследовании: учеб. пособ. / Е. Л. Могильчак. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2015. – С. 8. [↑](#footnote-ref-151)
152. Там же. [↑](#footnote-ref-152)
153. Онипко А. А. Проблемы получения экспертной информации в социологических исследованиях / А. А. Онипко // Дискуссия. – 2014. – №6 (47). – С. 70-74. [↑](#footnote-ref-153)
154. Народный рейтинг губернатора Ленинградской области А. Ю. Дрозденко // официальный сайт «Народный рейтинг глав регионов РФ». URL: https://governors.ru/glava-regiona/Leningradskaya-oblast/Drozdenko-Aleksandr-Yurevich (дата обращения: 27.04.2023). [↑](#footnote-ref-154)
155. Рейтинг активности глав регионов в социальных сетях за 1–7 мая 2023 года Агентства политических и экономических коммуникаций (АПЭК) // официальный сайт портала «Региональные комментарии». URL: https://regcomment.ru/regions/rossiya/rejting-aktivnosti-glav-regionov-v-sotsialnyh-setyah-za-1-7-maya-2023-goda/ (дата обращения: 08.05.2023). [↑](#footnote-ref-155)