

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ / ORIGINAL ARTICLE

УДК / UDC 070

<https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-914-930>

Шифр научной специальности 5.9.9

Приёмы манипулирования общественным мнением при освещении политических событий радиостанциями России и Германии

Роман Петрович БАКАНОВ  , Камилла Айдаровна НУРУТДИНОВА 
ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»
420008, Российская Федерация, г. Казань, ул. Кремлёвская, 18
 rbakanov@yandex.ru

Аннотация. Выявлены и изучены приёмы манипулирования общественным мнением при освещении политических событий радиостанциями России и Германии. Получение точной и проверенной информации о событиях действительности – конституционное право каждого человека, а формирование объективной картины мира и объяснение происходящих явлений – важнейшая функция редакции каждого СМИ. Однако в настоящее время у СМИ в приоритете формирование (часто навязывание) определённого общественного мнения, способного исказить реальную обстановку как в локальном, так и международном контексте. Изучено 842 эфира радиостанций разных форм собственности России и Германии (по три от каждой страны) за период с 17 января 2021 по 1 ноября 2022 г. На примере четырёх получивших широкий общественный резонанс российских медиасобытий политического характера, используя методы содержательного, сюжетно-композиционного, лексико-стилистического и сравнительно-сопоставительного анализа радиопередач, было выявлено использование определённых (даже одинаковых) манипулятивных приёмов как на российских, так и на германских радиостанциях. Лидером по регулярности использования манипулятивных приёмов стала государственная радиостанция «Вести FM» (Россия) и «Deutschlandradio» (Германия), тогда как корреспонденты других исследованных нами радиостанций информацию об интересующих нас событиях в эфире представляли, как правило, кратко, сдержанно и только в новостном формате. Практика регулярного применения манипулятивных приёмов не позволяет говорить об объективной подаче выбранных политических медиасобытий корреспондентами некоторых российских и германских радиостанций. Думается, что сложившаяся ситуация могла способствовать созданию недостоверной картины мира у аудитории данных радиостанций. Сделан вывод, что минимизировать такие случаи можно только продолжением деятельности по формированию и развитию критического мышления человека.

Ключевые слова: радио, радиоэфир, повестка дня, политические события, аудитория, манипулирование, общественное мнение, лексика, язык, стиль, Россия, Германия

Для цитирования: Баканов Р.П., Нурутдинова К.А. Приёмы манипулирования общественным мнением при освещении политических событий радиостанциями России и Германии // Неофилология. 2023. Т. 9. № 4. С. 914-930. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-914-930>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная



Methods of manipulating public opinion when covering political events by Russian and German's radio stations

Roman P. BAKANOV  , Kamilla A. NURUTDINOVA 

Kazan (Volga Region) Federal University

18 Kremlevskaya St., Kazan, 420008, Republic of Tatarstan, Russian Federation

 rbakanov@yandex.ru

Abstract. The research is devoted to the identification and study of methods of manipulating public opinion when covering political events by radio stations in Russia and Germany. Obtaining accurate and verified information about the events of reality is the constitutional right of every person, and the formation of an objective picture of the world and the explanation of the phenomena occurring is the most important function of the editorial office of each media. However, at present, the priority of the media is the formation (often imposition) of a certain public opinion that can distort the real situation both in the local and international context. 842 broadcasts of radio stations of different forms of ownership of Russia and Germany (three from each country) for the period from 17.01.2021 to 01.11.2022 were studied. On the example of four widely publicized Russian media events of a political nature, using the methods of content, plot-composition, lexico-stylistic and comparative analysis of radio broadcasts revealed the use of certain (even identical) manipulative techniques on both Russian and German radio stations. The leader in the regularity of the use of manipulative techniques was the state radio station “Vesti FM” (Russia) and “Deutschlandradio” (Germany), while correspondents of other radio stations studied by us presented information about events of interest to us on the air, as a rule, briefly, discreetly and only in a news format. The practice of regular use of manipulative techniques does not allow us to speak about the objective presentation of selected political media events by correspondents of some Russian and German radio stations. It seems that the current situation could contribute to the creation of an incomplete picture of the world among the audience of these radio stations. A conclusion has been reached that it is possible to minimize such cases only by continuing the activity of forming and developing a person's critical thinking.

Keywords: radio, radio broadcast, agenda, political events, audience, manipulation, public opinion, vocabulary, language, style, Russia, Germany

For citation: Bakanov, R.P., & Nurutdinova, K.A. Methods of manipulating public opinion when covering political events by Russian and German's radio stations. *Neofilologiya = Neophilology*, 2023;9(4):914-930. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-914-930>



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



ВВЕДЕНИЕ

Современный человек живёт в условиях постоянного воздействия, оказываемого на него со стороны как других индивидов, так и окружающей среды. Согласно И.М. Дзялошинскому, манипулирование часто осуществляется в трёх сферах (идеологической (пропаганда), экономической (реклама), социаль-

ной (воспитание, образование и т. д.)) в рамках межличностной, групповой и массовой коммуникации [1]. Особую важность в последние десятилетия приобрела манипуляция массовым сознанием и поведением со стороны массмедиа, которые не только оказывают определённое воздействие на аудиторию, но и способны формировать стандарты поведения человека.

Манипулятивным потенциалом обладает повестка дня любого вида СМИ. Но если внимание исследователей и экспертов в области медиа в основном обращено на изучение приёмов манипулирования федеральных и отчасти региональных телеканалов (см., например, И.В. Деева, М.С. Фёдорова [2], В.Ф. Олешко, И.И. Шурко [3], А.Н. Петренко [4] и т. д.), то подобных исследований, объектом изучения которых стали бы эфиры радиостанций, в последние годы было очень мало (эпизодически тема проявлялась в статьях Д.С. Малюковой [5], Е.В. Рубцовой, Н.В. Девдариани [6] и О.Д. Цыбуляк [7]). И пусть радио у российской аудитории значительно уступает по популярности телевидению, с помощью силы «живого слова» радиовещание пока остаётся одним из средств информационного воздействия на индивида или общество. С каждым годом радиовещание трансформируется, стремясь применить для удобства аудитории различные технологические новшества. В эфире разговорных радиостанций все чаще обсуждаются события, о которых по разным причинам не идёт речь или упоминается эпизодически на телевидении.

Цель исследования: выявление и изучение приёмов манипулирования общественным мнением при освещении политических событий радиостанциями России и Германии.

В мировой научной практике концепция политической повестки дня в СМИ начала становление во второй половине 1960-х гг. Тогда авторы совершали попытки выявления механизмов её формирования, а также степени осведомлённости общества о существующих социальных проблемах. Можно предположить, что чем больше реакции СМИ уделяют внимания конкретным темам или проблемам, тем более значимыми они начинают ощущаться потребителями информации. При этом, на наш взгляд, очень важно представить аудитории не только актуальные, но и объективные, точные данные без искажения их смысла. Не последнюю роль играет и то, в какой форме медийный автор преподнесёт информацию реципиенту. Именно её подача может оказать воздействие на то, как распространяемые сведения будут восприняты ау-

диторией. Общеизвестно, что в зависимости от принадлежности к учредителю, а также от взглядов руководства и административного состава редакции на те или иные вопросы, события или явления, в угоду определённым амбициям, там могут быть представлены с использованием манипулятивных приёмов в пользу конкретной позиции или точки зрения. Данная практика может постепенно сформировать у индивида и общества искажённую информационную картину реального мира и привести к смещению акцентов в восприятии репрезентируемых данных, в том числе и идеолого-политической направленности.

Динамика развития политических, экономических, социальных, культурных структур в современном мире постепенно приводят к трансформации медийных структур и медиапространства. Они проявляются в разных аспектах деятельности СМИ, в том числе и в формировании медиасобытий.

Разговорные радиостанции России и Германии не обходятся без политической повестки дня, которая на сегодняшний день является приоритетной в современной журналистике. Политическая повестка дня – совокупность наиболее значимых политических вопросов, выстроенных в порядке приоритетности, требующих вынесения на публичное обсуждение. Если политическое событие попадает в СМИ, то может быть преподнесено аудитории как главное за определённый период времени. Также работают и радиостанции, коллективы редакций которых отбирают для эфира новости и формируют повестку (медиакартину) дня. Оказавшаяся в СМИ информация автоматически становится общественной и может носить достоверный или фейковый характер.

ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ

Повестка дня СМИ формирует медиасобытия. Медиасобытием можно назвать широко освещаемую в СМИ информацию любой направленности. Оно представляет собой вербально отражённые в тексте фрагменты действительности, локализованных во времени и пространстве. Мы считаем, что важными характеристиками медиасобытия яв-

ляются его значимость, актуальность и полезность для аудитории.

В современной научной литературе много внимания уделяется как изучению вопросов, связанных с практикой формирования медийной повестки дня (M.R. Zheltukhina, N.I. Klushina, E.B. Ponomarenko, N.N. Vasilkova, A.I. Dzyubenko [8], A. Kazun, A. Kazun [9], V. Tolz, S. Hutchings, P.N. Chatterje-Doody, R. Crilley [10] и т. д.), так и приёмам манипулирования общественным мнением и человеческим сознанием (A. Levitskaya, A. Fedorov [11], O. Kultysheva [12], A.A. Tymbay [13], O.Yu. Gukosyants [14] и многие другие отечественные и зарубежные исследователи). В частности, российский журналист А. Ковалёв утверждает, что «основной заинтересованной в наличии манипулятивных практик стороной в российских СМИ являются представители власти» (перевод с английского языка наш. – *Авт.*) [15, р. 2909]. По его словам, «жесткие условия современного медиарынка делают практически невозможным для любой редакции не отказаться от каких-либо аспектов качественной журналистики, чтобы увеличить свою аудиторию. <...> Даже владельцы частных СМИ часто глубоко обязаны государству и так же подвержены давлению со стороны государственных агентов и цензуре, как и СМИ, непосредственно принадлежащие правительству» (перевод с английского языка наш. – *Авт.*) [15, р. 2906].

И.М. Дзялошинский делит технологии коммуникации на три вида: белые, серые и чёрные. К белым он относит информирование, диалог и убеждение, к серым – подражание, заражение (провоцирование) и внушение, а к чёрным – психологическое принуждение, информационное насилие и манипулирование. По мнению исследователя, общественный интерес к манипуляционным технологиям и приёмам вызван тем, что она широко используется в современной рекламе, деятельности по связям с общественностью и журналистике [16, с. 3-38]. Под манипулированием И.М. Дзялошинский понимает «систему способов идеологического и социально-психологического воздействия с це-

лью изменения мышления и поведения людей вопреки их интересам» [16, с. 14].

Представитель франкфуртской школы Г. Маркузе в книге «Одномерный человек» писал о внушающей роли «шума». Он задался вопросом: «Можно ли провести черту между СМИ как инструментом информации и развлечения и как агентами манипулирования, воздействия на массовое сознание человека» [17, с. 12]. По мнению исследователя, «СМИ выступают в качестве языка тотального администрирования государства, порождающего «одномерное сознание» и ориентирующего на поддержание существующего порядка в обществе» [17, с. 123].

М.Р. Битянова пишет, что «манипуляция – это распространённая форма межличностного общения, предполагающая воздействие на партнёра по общению, с целью достижения своих скрытых намерений; при манипулятивном общении ставится также цель добиться контроля над поведением и мыслями другого человека; партнёр не информируется об истинных целях общения; они либо просто скрываются от него, либо подменяются другими» [18, с. 187].

Исследователь закономерностей информационного воздействия на социум П.С. Таранов даёт такую трактовку термину «манипуляция»: «исполненная коварства, но всегда внешне пристойная и чистая, изощрённая по способу осуществления, обычно театрализованная, но обставленная акция одного человека или группы лиц в намерении нарушить или разрушить чужие интересы, чтобы привести к торжеству и победе интересы собственные» [19, с. 417]. Однако данное определение вряд ли можно считать научным, скорее образным, тем не менее, оно отражает одно из современных восприятий вышеуказанного термина как некоего вида мошенничества, махинаций, преисполненных определённым умыслом действий. При этом авторы статьи понимают, что использовать практики манипулирования можно и с положительными задачами.

Много внимания изучению стратегий, тактик и приёмов манипулирования общественным мнением и поведением аудитории в СМИ и других видах медиа в своих научных трудах

уделяют С.Г. Кара-Мурза [20; 21], Г.В. Вирен [22], Б.Н. Лозовский [23], Е.В. Горина [24].

Всё чаще в последние годы объектом отечественных и зарубежных исследований становится пропаганда как один из инструментов воздействия на аудиторию. В этой связи, например, вызывает интерес изданная в СПбГУ коллективная монография «Пропагандистский дискурс в условиях цифровизации», в которой «на основе обширной эмпирической базы анализируется как конструктивный, так и деструктивный потенциал пропаганды и контрпропаганды, оцениваются наиболее опасные (латентные) формы современной радикальной идеологии, внедряемой в массы; предлагаются современные способы идентификации пропагандистского контента на базе тематической модели корпуса текстов СМИ, социопсихологические маркеры пропагандистских сетевых текстов экстремистской направленности, даются характеристики онлайн-технологий пропагандистского воздействия» [25, с. 2] и т. д. По мнению В.Ф. Олешко, «именно пропагандистские интенции тех или иных субъектов как бы «помогают» человеку или в целом представителям того или иного социума в условиях все нарастающего развития процессов не только глобализации, но и личностной информационной мобильности не остаться один на один с решением жизненно важных задач» [26, с. 140]. Учёный полагает, что «именно сегодня важно, с одной стороны, рассмотреть историографию работ о пропагандистском воздействии на индивидов в различные периоды развития СМИ и массмедиа, а с другой – нужно искать эффективные теоретико-методологические основания для анализа того, что происходит сегодня, в цифровую эпоху» [26, с. 140].

Анализ научной литературы позволяет нам выделить главные, родовые признаки манипуляции в СМИ. Во-первых, процесс манипуляции асимметричен: есть сторона воздействующая и существует сторона, на которую воздействуют (субъект и объект). Причём те, кто осуществляет воздействие, к людям, сознанием которых манипулируют, могут относиться не как к личностям, а как к объектам, особого рода вещам.

Во-вторых, это вид духовного, психологического воздействия, а не физическое насилие или его угроза. Мишенью действий манипулятора являются психические структуры человеческой личности.

В-третьих, манипуляция – скрытое воздействие, факт которого не должен быть замечен её объектом.

В-четвёртых, это воздействие, требующее определённых навыков, умений и знаний. Если речь идёт об общественном сознании, о политике хотя бы местного масштаба, то, как правило, к разработке стратегии привлекаются специалисты или хотя бы теоретические знания литературы или инструкций. Поскольку манипулирование общественным сознанием стало технологией, появились люди, владеющие этой технологией (или её частями), готовые за вознаграждение оказать данного рода услуги. Возникла даже система подготовки кадров, написана научная и научно-популярная литература, технологии манипулирования изучают в вузах.

В-пятых, любая манипуляция сознанием – продукт информационного взаимодействия. Манипулятор, посылая аудитории сообщения в виде текстов, определённых знаков или поступков, даёт ей такие установки, чтобы она, встроив их в определённый контекст, изменила своё представление о нём в нужную манипулятору сторону.

Для выявления манипулятивных приёмов мы обратились к классификации С.А. Зелинского [27, с. 105-111]. Он выявил, что через СМИ можно манипулировать аудиторией с помощью принципа первоочерёдности, ложных свидетельств, «надуманного» образа врага, смещения акцентов, переориентации внимания, показной проблематики, вброса информации, эффекта правдоподобия и эмоциональной заряженности журналистских публикаций и других приёмов.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

Нами были выбраны четыре получивших широкий общественный резонанс российских политических медиасобытия, произошедших в 2021–2022 гг. (ниже они будут представлены в хронологической последова-

тельности). Приёмы манипулирования общественным мнением выявлены на примерах освещения данных медиасобытий в эфире популярных радиостанций России и Германии. Радиосообщения на немецком языке были изучены в оригинале, так как один из авторов статьи в совершенстве владеет немецким языком.

Медиасобытие № 1: возвращение в страну, задержание и суд над, пожалуй, самым известным российским оппозиционером. Вечером 17 января 2021 г. он был задержан при прохождении паспортного контроля после выхода из самолёта в аэропорту «Шереметьево». Основанием стали неоднократные нарушения испытательного срока по уголовному делу о мошенничестве в отношении компании «Ив Роше». 2021 г. был отмечен серией протестных акций, связанных с арестом оппозиционера и политика. 22 марта 2022 г. Лефортовский районный суд Москвы приговорил его к девяти годам лишения свободы в колонии строгого режима по части 4 статьи 159 УК РФ («Мошенничество в особо крупном размере»), а также по пунктам 1 и 2 статьи 297 УК РФ («Неуважение к суду»).

Медиасобытие № 2: выборы депутатов Государственной Думы РФ VIII созыва 17–19 сентября 2021 г. и прошедшие сразу после оглашения их результатов из-за предполагаемых широкомасштабных фальсификаций публичные акции протеста. Ситуацию обострило то, что ряд оппозиционных политиков не был допущен до голосования, поэтому выборы получили ограниченное международное признание. Вскоре после проведения митингов десятки протестующих были привлечены к административной ответственности или подверглись аресту.

Медиасобытие № 3: обострение отношений с Украиной в 2021 г. и начало специальной военной операции (СВО) 24 февраля 2022 г.

Медиасобытие № 4: объявление Президентом РФ В.В. Путиным 21 сентября 2022 г. частичной мобилизации в России. В СМИ сообщалось, что на военную службу планировалось призвать триста тысяч резервистов.

Источником нашего исследования являются эфиры трёх российских и такого же ко-

личества германских радиостанций разной направленности: государственная общественно-политическая «Вести FM», негосударственные деловые «Коммерсантъ FM» и «Бизнес FM», государственная общественно-политическая «Norddeutscher Rundfunk» (NDR), некоммерческая общественная «Deutschlandradio» и негосударственная деловая «Bayern 2».

Хронологический период исследования ограничен 17 января 2021 г. (день начала осуществления медиасобытия № 1) по 1 ноября 2022 г. (окончание активной деятельности редакций изученных нами СМИ при освещении медиасобытий).

Эмпирическая база исследования поделена на две группы. Первую из них составили эфиры российских радиостанций (всего 436), а вторую – германских (406). За период исследования нами было изучено 842 радиосообщения. Из них: 326 эфиров на «Вести FM», 54 на «Коммерсантъ FM», 56 на «Бизнес FM», 198 на «Deutschlandradio», 112 на «Bayern 2» и 96 на «Norddeutscher Rundfunk (NDR)».

При выполнении исследования мы использовали следующие *методы*:

– *содержательный анализ* радиосообщений и радиопередач, который позволил выявить подачу информационных материалов политической направленности на радиостанциях России и Германии;

– *сюжетно-композиционный анализ* исследуемых материалов помог понять их структуру, что позволило глубже изучить исследуемую тему;

– *лексико-стилистический анализ* медийных текстов для выявления в материалах возможных приёмов манипулирования общественным мнением со стороны редакции СМИ;

– *сравнительно-сопоставительный анализ* сообщений выбранных СМИ. Данный метод позволил авторам установить сходства и различия политической повестки дня России и Германии.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Творческие коллективы как российских, так и германских радиостанций уделили су-

щественное внимание освещению медиасобытий № 3 и № 4: о начале СВО рассказали и попытались осмыслить произошедшее в 177 эфирах в РФ и 174 радиовыпусках в Германии, объявлению частичной мобилизации в РФ было посвящено 159 сообщений и передач в нашей стране и 169 радиовыпусках в Германии. Это 80,2 % всего количества изученных нами радиоэфиров. Столь высокая регулярность подачи информации об этих событиях объяснима: они связаны с жизнями, судьбами и нарушением социальных связей многих людей, могут привести к серьёзным последствиям. На данном информационном фоне два других (мирных) повода (медиасобытия № 1 и № 2) напрямую и оперативно затронуть такое значительное количество человек вряд ли были способны, поэтому получили 19,8 % эфирного времени.

В эфир радиостанции «Вести FM» передачи, посвящённые началу и проведению СВО, выходили несколько раз в день. Их количество заметно увеличилось после объявления спецоперации. Авторами передач приёмы манипулирования применялись, на наш взгляд, для того, чтобы создать нужный власти информационный фон в обществе и успокоить его. К примеру, 1 ноября 2022 г. в эфире прозвучал доклад командующего армией генерала С. Суровикина министру обороны РФ С. Шойгу о ситуации на фронтах СВО, во время которого говорилось и о том, что предпринимается всё возможное для сохранения жизни мирного населения и личного состава войск. Также он ответил на вопросы министра о том, есть ли проблемы со снабжением войск. Каждый рабочий день в сентябре и октябре 2022 г. в эфир данной радиостанции выходила передача «Соловьёв LIVE», в каждой из которых нами также выявлены приёмы манипулирования аудитории. В частности, в одной из передач автор заявил о том, что война ведётся *«по христианским принципам»* (Соловьёв LIVE. Армагеддонч. Эфир 03.10.2022, <https://rutube.ru/video/fc75d1d71cf3594e49f03f68ab0bbafc/>). Мы полагаем, что данная фраза была произнесена для усиления чувства доверия слушателей к деятельности российской власти.

В эфире радиостанций «Коммерсантъ FM» и «Бизнес FM» приёмов манипулирования общественным мнением в рамках данного медиасобытия нами не выявлено – сотрудники редакций, видимо, чтобы не рисковать и не попасть под законодательные ограничения делали лишь ежедневные краткие новостные сообщения нейтрального характера без приглашения экспертов.

На «Deutschlandradio» сообщения на данную тему в эфире были, как правило, не менее шести раз в неделю. Манипулирование осуществлялось с помощью приглашения в студию гостей, придерживающихся антироссийских взглядов. За анализируемый период в эфире не было ни одного комментария эксперта в поддержку действий российской власти. Также в эфирах использовалось большое количество оценочных суждений, вот некоторые из них: *«Путин страдает от потери реальности»*, *«Это приведёт к экономической катастрофе в России, а также, что военная победа будет невозможна. На самом деле это правда, военной победы не было, и в России произошла экономическая катастрофа»*, *«Теперь он видит, что не может выиграть эту войну»* и т. д. (Архив «Deutschlandradio». Эфиры 25.09.2022, 12.10.2022, 24.10.2022, <https://www.deutschlandfunk.de/wolkow-russischer-oppositioneller-100.html>). Таким образом, мы полагаем, что корреспонденты и обозреватели данной радиостанции настраивали аудиторию на определённое восприятие данного события: она должна была отрицательно оценивать деятельность российской власти.

В эфире радиостанций «Bayern 2» и «Norddeutscher Rundfunk (NDR)» за анализируемый период приёмов манипулирования общественным мнением в рамках данного медиасобытия не выявлено. Здесь ограничились эпизодическими краткими информационными сообщениями без обсуждений и оценок.

С началом объявленной Президентом РФ частичной мобилизации, в первый её день, в эфире радиостанции «Вести FM» оперативно появилась новая передача «Человек Z». Она выходила еженедельно по средам с 15 до 16 часов. Суть её заключается в том, чтобы приглашать к разговору активно поддерживаю-

ших специальную военную операцию и её участников (так называемых героев нашего времени) и с их помощью положительно оценивать действия власти любого уровня. Оппозиционных взглядов в эфире не было. *«Гости занимают активную гражданскую позицию и подают пример многим другим, не имеющим твёрдой позиции. Эти люди вытаскивают значительную часть информационной повестки дня и поддержки наших военнослужащих»*, – сказал ведущий передачи С. Михеев в начале первого выпуска (Человек Z. «Наше общество нуждается в новых героях». Эфир 21.09.2022, <https://smotrim.ru/audio/2654793>). Преамбулы радиосообщений также были лексически схожи. Сравним: *«Украина намеренно терроризирует мирных жителей»*, *«Я прочитала, что в Первомайске голод, и не смогла пройти мимо»*, *«Идёт борьба на уничтожение православия и христианства, и Россия – последний оплот»* (Там же). Можно предположить, что руководством радиостанции (возможно, даже медиахолдинга ВГТРК, куда входят «Вести FM») было принято решение таким образом, объясняя действия власти, успокоить население страны и переключить внимание слушателей на положительные стороны от объявления в стране частичной мобилизации.

Помимо этого, тема частичной мобилизации активно обсуждалась в эфирах передач «Соловьёв LIVE», «Полный контакт», «Железная логика», «Формула смысла» и «Авторские материалы» этой же радиостанции. Как выяснилось, не во всех из них сохранялись патриотический тон и соответствующие настроения. К примеру, в одном из выпусков передачи «Полный контакт» темой были заявлены «права и фейки», связанные с началом частичной мобилизации. Здесь также действия власти подавались как единственно верные. Иные точки зрения ведущим передачи В. Соловьёвым не рассматривались. В случаях отсутствия позиции Кремля по определённым вопросам он уходил от предположений и ответа, быстро переходя к другим темам. Каждый из его собеседников придерживался исключительно одной, провластной, позиции, о том, что *«уход на фронт является священным долгом мужчины»* (Полный кон-

такт. Мобилизация: правда и фейки. Референдумы: возвращение на родину. Эфир 22.09.2022, <https://smotrim.ru/video/2482368>).

В выпуске передачи «Железная логика» от 22 сентября 2022 г. ведущими также сразу было обозначено, что *«частичная мобилизация – это вынужденная мера»* (Железная логика. Частичная мобилизация – мера вынужденная. Эфир 22.09.2022, <https://smotrim.ru/audio/2654935>).

Помимо этого, в эфире были и так называемые нейтральные (то есть без ярко выраженной официальной позиции) выпуски, авторы которых старались подробно и просто объяснить слушателям спорные моменты, связанные с проведением частичной мобилизации, осветить некоторые социальные стороны. Так, в день её объявления (21 сентября 2022 г.) в эфир вышла передача «Авторские материалы», комментатор которой, С. Гололобов, опираясь на соответствующий Указ Президента РФ, разъяснял аудитории, кто подлежит призыву, а кого это не коснётся и почему (Авторские материалы. Эфир 21.09.2022, https://vk.com/pls_vestifm/pls02062021). Мы считаем, что через детальное объяснение ситуации и внедрение в сознание слушателей мысли о том, что «так и надо», С. Гололобов содействовал усилению позиции государства как единственно правильной в данной ситуации и формированию соответствующего информационного настроения среди целевой аудитории радиостанции.

В эфире радиостанций «Коммерсантъ FM» и «Бизнес FM» тема частичной мобилизации также была в центре внимания (особенно в её первые дни), но исключительно в кратком новостном формате без оценок и комментариев, поэтому использований манипулятивных приёмов нами выявлено не было.

На «Deutschlandradio» объявлению частичной мобилизации в РФ уделили много внимания: сообщения и обсуждения в эфир выходили в первые её дни ежедневно, в октябре 2022 г. – 4–5 раз в неделю. Лексика и интонация журналистов и приглашённых экспертов были сдержанными без преобладания какой-либо оценки с попыткой объективно посмотреть на ситуацию. Приёмов ма-

нипулирования общественным мнением нами также не выявлено.

На радиостанции «Bayern 2» сообщения о частичной мобилизации в первые дни после её начала были в эфире ежедневно по два или более, с 30 сентября 2022 г. не чаще 3–4 раз в неделю. Преамбулы к ним содержали оценочную лексику, способную вызвать интригу в сознании слушателей, и носили ярко выраженный антироссийский характер. Вот некоторые примеры: *«Проблемы с частичной мобилизацией: Кремль признаёт «ошибки», «Предупреждающие кадры на демонстрациях против мобилизации в России», «Путин боится своего конца»: будет ли это опасно для Кремля?», «За что они умирают?»: вот насколько противоречива мобилизация Путина»* (Архив «Bayern 2». Эфиры с 21.09.2022 по 01.11.2022, <https://www.br.de/nachrichten/deutschland-welt/kreml-kritiker-nawalny-tritt-in-hungerstreik,STFWgJs>). Манипулирование сознанием аудитории заключалось в том, чтобы с помощью оценочной лексики и нагнетания интриги оперативно добиться антироссийских настроений в обществе, в дальнейшем, возможно, регулярно поддерживая и усиливая их.

Использование манипулятивных приёмов при освещении медиасобытия № 1 выявлено нами в многочисленных радиовыпусках «Вестей FM». В пример можно привести цитату ведущего передачи «Полный контакт» В. Соловьёва: *«Я считаю, что “Amnesty International” должно тут же признать этого оппозиционера «узником курицы». «Таких страшных пыток человечество не видело». Вы специально это делаете? Над ним смеяться начинают. Когда вы на полном серьёзе говорите, что страшная болезнь, а оказывается фарингит, а не туберкулёз, всё отнимается, а он ходит. «Он голодает, его мучает запах жареной курицы». Вы вообще понимаете – в колонии запах жареной курицы. Вы понимаете, что арестанты, сидельцы рядом с ним, будут его ненавидеть. Если они ели жареную курицу, а их теперь этого лишают, да вы о них подумайте, они хотя бы поесть могли бы человечески. Давайте вместо шоу Трумена сделаем шоу этого оппозиционера. То он*

включал дурака: «Не смейте передавать мои материалы российским следователям». А теперь кричит: «Срочно заберите у меня всё для российского следствия». Хватит над пацаном издеваться, его команда. Или вы это специально превращаете всё в какую-то дешёвую драму. «Узник жареной курицы» и «три волшебные конфеты». Чего вы творите? Дайте пацану хоть три секунды себя мужиком почувствовать, а не разнеженной блохой... Нельзя так, смените пиарщика, возьмите других, вам пришлют из вашингтонского обкома» (Полный контакт. Вся истерика вокруг оппозиционера – дешёвая драма. Эфир 08.04.2021, <https://smotrim.ru/audio/2557122>). Обратим внимание на разговорный стиль и оценочную лексику цитаты. Они, на наш взгляд, используются для того, чтобы говорить, так сказать, на одном языке с целевой аудиторией данной радиостанции. Не забудем и об интонации (она тоже может оказать определённое воздействие на аудиторию), при помощи которой информация преподносилась в эфире.

Второй пример: гость одного из выпусков вышеуказанной передачи, заместитель директора Центра исторической экспертизы и государственного прогнозирования при РУДН Б.Г. Якеменко, сказал, что *«оппозиция в России исчезнет в тот момент, когда будет отключён Интернет и исчезнут СМИ. Да перестаньте вы их замечать, они аннулируются сами по себе. Их нет. Существует этот Голем, созданный в СМИ. Кто помнит сейчас этого человека на букву Н? Чуть-чуть поддержать их без Интернета и без СМИ – и от них ничего не останется, потому что их нет, есть пузырь информационный»* (Полный контакт. Оппозиции как таковой нет, есть информационный пузырь. Эфир 02.06.2021, <https://smotrim.ru/video/2304603>). Высказывание нашло поддержку у других участников дискуссии, при этом авторы передачи не предоставили слушателям возможность выслушать противоположную точку зрения, которую мог дать любой представитель оппозиции.

В эфирах радиостанции «Коммерсантъ FM» освещение всего того, что происходило вокруг задержания и последующего ареста

российского оппозиционера, осуществлялось только в новостной форме (всего было 12 сообщений), поэтому манипулятивных приёмов нами не выявлено. Аудитория получала чёткие ответы на вопросы «Что? Где? Когда?» без оценочных суждений.

В эфир «Deutschlandradio» за период исследования вышло 36 сообщений и передач, связанных с вышеуказанной персоной. Авторы передач почти всегда поддерживали его, смещая акцент в политическую плоскость, жёстко критикуя действия российской власти. Нельзя сказать, что данная тема подавалась односторонне, аудитория могла услышать точку зрения представителей российской власти, но выделяемое на это эфирное время было кратким: не более 35–40 секунд в пятиминутном обсуждении или не более 30 секунд при подаче новости на 2–3 минуты. Мы считаем, что можно говорить лишь о формальной объективности корреспондентов радиостанции при освещении темы, которую они в 34 эфирах из 36 представляли аудитории как актуальную проблему нарушения прав человека в России. Под это находились комментаторы, эксперты, с негативных позиций оценивающие действия российской власти, «забывая» своими оценочными суждениями эфир. Таким образом, аудитория, как правило, получала не в чистом виде информацию о произошедшем, а её, отрицательную для российской власти, интерпретацию, при помощи которой корреспонденты и гости студии как бы подсказывали аудитории, каким образом ей следует об этом думать.

Радиостанцией «Bayern 2» история вокруг данного медиасобытия освещалась эпизодически и только в жанре заметки. При этом журналисты ссылались не на официальные СМИ и рассказывали не последние новости об оппозиционере, а цитировали написанные им в соцсетях посты. За анализируемый период нами выявлено 14 таких эфиров. Несмотря на то, что информация преподносилась слушателям в виде новостей, корреспонденты пытались манипулировать сознанием аудитории при помощи интригующих преамбул к сообщениям. Среди них: «Оппозиционному политику нужна медицинская помощь», «Известный российский оппозиционер: «Они будили меня восемь раз за ночь», «Путин думал, что убивает оппозицию», «Члены Бундестага требуют освобождения оппозиционного российского политика», «Оппозиция обвиняет Путина в отравлении своего лидера» (Архив «Bayern 2». Эфиры с 01.01.2021 по 01.11.2022, <https://www.br.de/nachrichten/deutschland-welt/kreml-kritiker-nawalny-tritt-in-hungerstreik,STFWgJs>). Мы считаем, что с их помощью редакция стремилась настроить аудиторию, чтобы она понимала, какую позицию (отрицательную по отношению к российской власти) занять. В отличие от «Deutschlandradio», слушателям не предлагалось альтернативного взгляда на ситуацию.

На радиостанции «Norddeutscher Rundfunk (NDR)» освещали происходящее только нейтрально, эпизодически и в жанре заметки. Всего в эфир вышло 27 новостных сообщений о задержании в России оппозиционного политика.

Коллектив разговорной радиостанции «Вести FM» при освещении медиасобытия № 2 старался акцентировать внимание аудитории не только на пересказе многочисленных текущих событий, но и на их сопоставлении и анализе происходящего. Приёмы манипулирования общественным мнением, на наш взгляд, проявлялись здесь несколькими способами. Во-первых, используемая журналистами «острая» оценочная лексика. Во-вторых, выбор приглашённых гостей. Интервью журналисты предпочитали брать только у официальных лиц и у людей, чьи взгляды соответствуют взглядам представителей власти. Таким образом, аудитория могла не всегда понять полную картину происходящего, ведь задача журналистики состоит в том, чтобы представить аудитории ситуацию со всех сторон и дать ей оценку. К примеру, в одном из выпусков передачи «Полный контакт» собеседницей ведущего В. Соловьёва стала официальный представитель МИД РФ М.В. Захарова, которая отвечала на вопросы более сорока минут. В ходе разговора автор и гость подвергли сомнению и жёсткой критике оценку выборов в России международными наблюдателями. Часто для этого использовались ирония, сарказм и риториче-

ские вопросы, например, «что ещё нужно сделать для того, чтобы они признали электоральный процесс?» (Полный контакт. Итоги «умного голосования» и трагедия в Перми. Эфир 21.09.2021, <https://smotrim.ru/video/2339650>). Если ещё учесть выразительную интонацию и речевые паузы, с помощью которых В. Соловьёв озвучивал все свои тезисы, то можно считать, что им регулярно использовались такие приёмы манипулирования, как выгодный для себя выбор темы разговора, «навешивание ярлыков», «подмена понятий», «пугающие обобщения», с той целью, чтобы сформировать лояльное к деятельности российской власти общественное мнение.

В эфире радиостанции «Коммерсантъ FM» (к теме обращались 26 раз) журналистами использовались различные оценочные суждения и резкие высказывания в адрес оппозиционных российской власти политиков стран Европы и США. К примеру, обозреватель «Коммерсантъ FM» М. Гуревич в программе «Точка зрения» сказал следующее: «Пентагон, западные спецслужбы, украинские хакеры и внутренние экстремисты пытались всеми возможными способами помешать нашему волеизъявлению» (Точка зрения. Михаил Гуревич: «От отношений власти и Интернета зависит очень многое». Эфир 20.09.2021, <https://www.kommersant.ru/doc/4995887>).

В эфире радиостанции «Бизнес FM» тема выборов освещалась 27 раз. Однако здесь мы не выявили манипулятивных приёмов, так как медиасобытие было представлено только в новостном формате без комментариев проистекающего.

Зато о нём говорили на «Deutschlandradio». Всего за время выборов вышло 24 эфира, в восьми радиосообщениях были выявлены такие приёмы манипулирования, как: оценочная лексика, утверждения без их доказательств, комментарии в поддержку оппозиции без обращения внимания на позицию представителей российской власти. Часто предлагаемая информация носила оппозиционный российской власти характер. К примеру, журналист Р. Удо в разговоре с Т. Грисс утверждал, что «в выборах отмечались

многочисленные нарушения права голоса: нарушение принципа свободного выбора, стопки избирательных бюллетеней находятся в урнах для голосования, люди появлялись на нескольких избирательных участках, а также голосовали несколько раз» (Архив «Deutschlandradio». Эфир 20.09.2021, <https://www.deutschlandfunk.de/verhaeltnis-zu-russland-nicht-die-sanktionsschraube-weiter-100.html>). Остальные 16 кратких аудиосообщений содержали информацию по существу без её интерпретации.

От обозревателей и приглашённых экспертов в эфире часто звучали предположения и тезисы без их прямых доказательств. Данный приём манипулирования применил, например, обозреватель К. Флориан, который сообщил, что «никаких сюрпризов от результатов выборов в России ожидать не следует» (Архив «Deutschlandradio». Эфир 20.09.2021, <https://www.deutschlandfunk.de/verhaeltnis-zu-russland-nicht-die-sanktionsschraube-weiter-100.html>). Тем самым, на наш взгляд, он поставил под сомнение честность выборов, намекая на их ангажированность. Ещё один ведущий вечернего эфира, Ф. Роттер, сказал, что «умное голосование является тактикой властей страны для подтасовки результатов» (Архив «Deutschlandradio». Эфир 17.09.2021, <https://www.deutschlandfunk.de/verhaeltnis-zu-russland-nicht-die-sanktionsschraube-weiter-100.html>).

За всё время проведения выборов в Госдуму РФ журналисты радиостанции «Bayern 2» посвятили этой теме всего два эфира. В обоих нами выявлен манипулятивный приём «предположение в качестве факта», с помощью которого в сознание аудитории внедрялась установка: российская власть сделает всё, чтобы привести к победе и максимальному представительству в парламенте нужных ей кандидатов. Так, корреспонденты в дневном студийном разговоре оставили без доказательств сказанные ими слова о том, что «итоги выборов заранее известны. Через неделю Россия изберёт новый парламент. Результат должен принести мало сюрпризов. Многообещающие члены оппозиции были исключены, а за избирателями ухаживали подарками и обещаниями». (Архив радио-

станции «Bayern 2». Эфир 10.09.2021, <https://www.br.de/nachrichten/deutschland-welt/kreml-kritiker-nawalny-tritt-in-hungerstreik,STFWgJs>).

На радиостанции «Norddeutscher Rundfunk (NDR)» тема выборов в России освещалась эпизодически (одиннадцать сообщений), не каждый день и исключительно в краткой новостной форме. За анализируемый период манипулятивных приёмов на эту тему в эфире выявлено не было.

Обобщая вышесказанное, количественное соотношение выявленных манипулятивных приёмов в эфире российских и герман-

ских радиостанций представим в табл. 1–2 (в одном эфире могло быть несколько приёмов).

Исследование показало, что в эфире каждой изученной радиостанции при освещении интересовавших нас событий не обходились без приёмов манипулирования общественным мнением. Их схожесть и бедность творческого «арсенала» позволяет сделать вывод о том, что усилия авторов были направлены главным образом на формирование выгодного для учредителей их СМИ информационного фона и «встроить» в него сознание целевой аудитории. Почти двукратное

Таблица 1

Количество использований манипулятивных приёмов в эфире российских радиостанций при освещении медиасобытий № 1–4

Table 1

Number of uses of manipulative techniques on air on Russian radio stations when covering media events No. 1–4

Радиостанция / Приём манипулирования	«Вести FM»	«Бизнес FM»	«Коммерсантъ FM»	Всего
Оценочная лексика	382	19	58	457
Отсутствие противоположной точки зрения	207	0	19	226
Переориентация внимания аудитории (смещение акцентов) с одной темы на другую	144	16	52	212
Пугающее обобщение	127	11	31	269
Всего на радиостанции	860	46	160	1164

Таблица 2

Количество использований манипулятивных приёмов в эфире германских радиостанций при освещении медиасобытий № 1–4

Table 2

Number of uses of manipulative techniques on air on German radio stations when covering media events No. 1–4

Радиостанция / Приём манипулирования	«Deutschlandradio»	«Bayern 2»	«Norddeutscher Rundfunk (NDR)»	Всего
Оценочная лексика	162	48	39	249
Отсутствие противоположной точки зрения	156	61	18	235
Предположения вместо фактов и доказательств	142	16	22	180
Всего на радиостанции	460	125	79	664

численное преимущество в применении приёмов манипуляции российских радиостанций не может гарантировать достижения поставленных перед медийными авторами задач. Возможно, поэтому в эфире государственной радиостанции «Вести FM» и общественной «Deutschlandradio» акцент был сделан на регулярность и отсутствие разнообразия, то есть использование уже проверенных, оказывающих воздействие на аудиторию приёмов.

Чем противоречивее воспринималось определённое медиасобытие обществом, тем регулярнее в эфире изученных СМИ применялись приёмы манипуляции. Проведённый нами содержательный анализ позволил выявить неравномерное освещение интересующих нас медиасобытий. Так, наибольшее количество манипулятивных приёмов на радиостанциях России и Германии отмечено по поводу медиасобытия № 3 (624 и 366 случаев применения соответственно), наименьшее – по поводу медиасобытия № 1 (148 и 84 случая соответственно). Самыми активными в освещении и объяснении сути каждого медиасобытия оказались корреспонденты российской радиостанции «Вести FM», в Германии – авторы «Deutschlandradio». Только задачи у них были разными. Если в эфире «Вестей FM» даже в информационных выпусках стремились формировать положительное общественное мнение о деятельности первых лиц государства в частности и представителей власти в целом и отрицательно представить работу лидеров государств – идеологических противников РФ, то на «Бизнес FM» и «Коммерсантъ FM» материалов с оценкой деятельности органов российской власти и других государств было значительно меньше – преобладали краткие сообщения нейтрального (то есть без преобладания определённой оценки) характера. В эфире радиостанций Германии также было много медиатекстов без оценки, но преобладающими оказались аудиосообщения, направленные на формирование отрицательной оценки действиям российской власти. Самое большое количество материалов без преобладания какой-либо оценки зафиксировано нами в эфире деловой радиостанции «Bayern 2».

Выявлено также, что значительная часть манипулятивных практик в эфире всех изученных нами радиостанций осуществлялась с помощью интонации – важнейшего слагаемого профессионального мастерства радиоведущего. Ради соответствия ожиданиям целевой аудитории и установления с ней постоянной коммуникации корреспонденты и гости студии вместо публицистического регулярно использовали разговорный стиль речи с такими его характеристиками, как упрощённость, эмоциональность, лёгкость, непринуждённость, мнимая неподготовленность, спонтанность повествования. Каждая из них должна была способствовать формированию и дальнейшему укреплению чувства доверия радиийным авторам со стороны слушателей.

ВЫВОДЫ

Во-первых, наличие манипулятивных приёмов говорит о нарушении со стороны сотрудников редакций каждой изученной радиостанции конституционного права каждого человека на получение точной и объективной социально значимой информации. На примере освещения вышеуказанных четырёх медиасобытий мы выяснили, что вслед за популярными у аудитории телеканалами ведущие информационные радиостанции России и Германии стали выполнять функцию субъекта осуществления большой политики: являться в большей степени средством идеологического информирования аудитории и формирования выгодного учредителю каждой радиостанции общественного мнения. В РФ слушателям постоянно давалась информационная установка, во-первых, о правильности действий органов федеральной власти, о том, что первые лица государства круглосуточно на рабочих местах и с каждым днём стремятся сделать жизнь россиян лучше. Во-вторых, формировалось резко отрицательное (вплоть до возбуждения чувства ненависти) общественное мнение к любым действиям оппозиции, корреспонденты и ведущие передач государственной радиостанции «Вести FM» стремились представить её в качестве всеобщего врага.

В эфире изученных нами радиостанций Германии формировалось противоположное общественное мнение, но с использованием меньшего, чем в российском радиоэфире, манипулятивного «арсенала».

Представление аудитории искажённых сведений о чем-либо постепенно приведёт к формированию у каждого человека далёкой от точности и объективности картины мира, неверному пониманию происходящих в нем процессов, эмоциональному, а не рациональному восприятию действительности, недостаточно развитому и ограниченному мировоззрению, что может не лучшим образом сказаться на

процессе дальнейшей социализации индивида как разносторонней и гармонично развитой личности.

Во-вторых, исходя из изложенного выше, мы считаем, что каждому человеку, начиная с раннего школьного возраста, необходимо развитие и дальнейшее совершенствование собственного критического мышления. Оно нужно для того, чтобы как минимум знать и уметь распознавать в медиатекстах и не только приёмы манипуляции, понимая, с какой целью, с помощью каких ресурсов и средств это делается, а также кому и почему может быть выгодна данная ситуация.

Список литературы

1. Дзялошинский И.М. Манипулятивные технологии в СМИ. М.: Гуманитарный институт, 2006. 44 с.
2. Деева И.В., Федорова М.С. Приёмы манипуляции в телепрограммах на примере федеральных каналов // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2022. № 1-1 (64). С. 37-39. <https://doi.org/10.24412/2500-1000-2022-1-1-37-39>, <https://elibrary.ru/ycqxr>
3. Олешко В.Ф., Шурко И.И. Пропагандистский дискурс современного телевидения // Известия Уральского федерального университета. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры. 2022. Т. 28. № 1. С. 5-15. <https://doi.org/10.15826/izv1.2022.28.1.00>, <https://elibrary.ru/vlyggr>
4. Петренко А.Н. Использование манипуляторной невербальной коммуникации на телевидении // Endless Light in Science. 2023. № 6. С. 1328-1331.
5. Малюкова Д.С. О примерах использования тактик манипулирования в современном медийном дискурсе // Вестник Томского государственного университета. 2011. № 347. С. 24-27. <https://elibrary.ru/nuxlar>
6. Рубцова Е.В., Девдариани Н.В. Формирование стереотипного образа России в британских СМИ XXI века // Балтийский гуманитарный журнал. 2019. Т. 8. № 3 (28). С. 349-352. <https://doi.org/10.26140/bgj3-2019-0803-0087>, <https://elibrary.ru/jaoiyn>
7. Цыбуляк О.Д. Эвфемизмы как манипулятивный инструмент СМИ в политическом дискурсе // Вестник Челябинского государственного университета. 2013. № 22 (313). С. 239-243. <https://elibrary.ru/rfknjz>
8. Zheltukhina M.R., Klushina N.I., Ponomarenko E.B., Vasilkova N.N., Dzyubenko A.I. Modern media influence: mass culture – mass consciousness – mass communication // XLinguae. 2017. Vol. 10. № 4. P. 96-105. <https://doi.org/10.18355/XL.2017.10.04.09>, <https://elibrary.ru/zpzjev>
9. Kazun A., Kazun A. How state-controlled media can set the agenda on the internet: coverage of three tragedies on different types of Russian media // Demokratizatsiya: The Journal of Post-Soviet Democratization. 2019. № 3. P. 371-398.
10. Tolz V., Hutchings S., Chatterje-Doody P.N., Crilley R. Mediatization and journalistic agency: Russian television coverage of the Skripal poisonings // Journalism. 2021. Vol. 22. Issue 12. P. 2971-2990. <https://doi.org/10.1177/1464884920941967>
11. Levitskaya A., Fedorov A. Typology and mechanisms of media manipulation // International Journal of Media and Information Literacy. 2020. № 5 (1). P. 69-78. <https://doi.org/10.13187/ijmil.2020.1.69>, <https://elibrary.ru/lvbkzb>
12. Kultysheva O. Ways of Manipulating Public Consciousness with Modern Media: an Analysis of the Russian Regional Publications // Media Education. 2019. Vol. 59. № 4. P. 518-537. <https://doi.org/10.13187/me.2019.4.518>, <https://elibrary.ru/cxsfo>
13. Tymbay A.A. Manipulative use of political headlines in western and Russian online sources // Discourse & Communication. 2022. Vol. 16. Issue 3. P. 346-363. <https://doi.org/10.1177/17504813221101824>

14. Gukosyants O.Yu. Means of speech manipulation in Russian Internet-Mediated Communication // Complex Social Systems in Dynamic Environments. 2023. Vol. 365. P. 165-173.
15. Kovalev A. The political economics of news making in Russian media: Ownership, clickbait and censorship // Journalism. 2021. Vol. 22. № 12. P. 2906-2918. <https://doi.org/10.1177/1464884920941964>
16. Дзялошинский И.М. Современное медиапространство России. М.: Аспект Пресс, 2015. 312 с.
17. Маркузе Г. Одномерный человек / пер. с англ. А.А. Юдина. М.: АСТ: Ермак, 2003. 331 с.
18. Битянова М.Р. Социальная психология: наука, практика и образ мыслей. М.: Эксмо-пресс, 2001. 576 с.
19. Таранов П.С. Приёмы влияния на людей. М.: Гранд-Фаир, 2010. 608 с.
20. Кара-Муза С.Г. Манипуляция сознанием. М.: Родина, 2022. 490 с.
21. Кара-Муза С.Г. Власть манипуляции. М.: Издательская группа URSS, 2023. 356 с.
22. Вирен Г.В. Современные медиа: приёмы информационных войн. М.: Аспект Пресс, 2017. 128 с.
23. Лозовский Б.Н. Манипулятивные технологии управления средствами массовой информации. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2008. 212 с.
24. Горина Е.В. Коммуникативные технологии манипуляции в СМИ и вопросы информационной безопасности. М.: Изд-во Флинта, 2020. 66 с.
25. Пропагандистский дискурс в условиях цифровизации / под ред. В.А. Ачкасовой, Г.С. Мельник. СПб.: Изд-во С.-Петербур. гос. ун-та, 2023. 424 с.
26. Олешко В.Ф. Пропагандистский дискурс цифровой эпохи в перспективе теории и социальных практик // Вопросы теории и практики журналистики. 2023. Т. 12. № 1. С. 138-147. <https://doi.org/10.17150/2308-6203.2023>, <https://elibrary.ru/azwxus>
27. Зелинский С.А. Манипуляции массами и психоанализ. М.: Скифия, 2018. 240 с.

References

1. Dzyaloshinskii I.M. *Manipulyativnye tekhnologii v SMI* [Manipulative Technologies in the Mass Media]. Moscow, Gumanitarnyi institute Publ., 2006, 44 p. (In Russ.)
2. Deeva I.V., Fedorova M.S. Manipulation techniques in TV programs on the example of federal channels. *Mezhdunarodnyi zhurnal gumanitarnykh i estestvennykh nauk = International Journal of Humanities and Natural Sciences*, 2022, no. 1-1 (64), pp. 37-39. (In Russ.) <https://doi.org/10.24412/2500-1000-2022-1-1-37-39>, <https://elibrary.ru/ycqxxra>
3. Oleshko V.F., Shurko I.I. Propaganda discourse of modern television. *Izvestiya Ural'skogo federal'nogo universiteta. Seriya 1. Problemy obrazovaniya, nauki i kul'tury = Izvestia Ural Federal University Journal. Series 1: Issues in Education, Science and Culture*, 2022, vol. 28, no. 1, pp. 5-15. (In Russ.) <https://doi.org/10.15826/izv1.2022.28.1.00>, <https://elibrary.ru/vlyggr>
4. Petrenko A.N. Ispol'zovanie manipulyatornoi neverbal'noi kommunikatsii na televidenii [The use of manipulative nonverbal communication on television]. *Endless Light in Science*, 2023, no. 6, pp. 1328-1331. (In Russ.)
5. Malyukova D.S. Examples of manipulation tactics usage in modern media discourse. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta = Tomsk State University Journal*, 2011, no. 347, pp. 24-27. (In Russ.) <https://elibrary.ru/nuxlar>
6. Rubtsova E.V., Devdariani N.V. Formation of the stereotypic image of Russia in the British media of the 21st century. *Baltiiskii gumanitarnyi zhurnal = Baltic Humanitarian Journal*, 2019, vol. 8, no. 3 (28), pp. 349-352. (In Russ.) <https://doi.org/10.26140/bg23-2019-0803-0087>, <https://elibrary.ru/jaoiyn>
7. Tsybulyak O.D. Euphemisms as a manipulative means of mass media in the political discourse. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta = Bulletin of Chelyabinsk State University*, 2013, no. 22 (313), pp. 239-243. (In Russ.) <https://elibrary.ru/rfknjz>
8. Zheltukhina M.R., Klushina N.I., Ponomarenko E.B., Vasilkova N.N., Dzyubenko A.I. Modern media influence: mass culture – mass consciousness – mass communication. *XLinguae*, 2017, vol. 10, no. 4, pp. 96-105. <https://doi.org/10.18355/XL.2017.10.04.09>, <https://elibrary.ru/zpzjev>
9. Kazun A., Kazun A. How state-controlled media can set the agenda on the internet: coverage of three tragedies on different types of Russian media. *Demokratizatsiya: The Journal of Post-Soviet Democratization*, 2019, no. 3, pp. 371-398.

10. Tolz V., Hutchings S., Chatterje-Doody P.N., Crilley R. *Mediatization and journalistic agency: Russian television coverage of the Skripal poisonings*. *Journalism*, 2021, vol. 22, issue 12, pp. 2971-2990. <https://doi.org/10.1177/1464884920941967>
11. Levitskaya A., Fedorov A. Typology and mechanisms of media manipulation. *International Journal of Media and Information Literacy*, 2020, no. 5 (1), pp. 69-78. <https://doi.org/10.13187/ijmil.2020.1.69>, <https://elibrary.ru/lvbkzb>
12. Kultysheva O. Ways of manipulating public consciousness with modern media: an analysis of the Russian regional publications. *Media Education*, 2019, vol. 59, no. 4, pp. 518-537. <https://doi.org/10.13187/me.2019.4.518>, <https://elibrary.ru/cxsfof>
13. Tymbay A.A. Manipulative use of political headlines in western and Russian online sources. *Discourse & Communication*, 2022, vol. 16, issue 3, pp. 346-363. <https://doi.org/10.1177/17504813221101824>
14. Gukosyants O.Yu. Means of speech manipulation in Russian Internet-Mediated Communication. *Complex Social Systems in Dynamic Environments*, 2023, vol. 365, pp. 165-173.
15. Kovalev A. The political economics of news making in Russian media: Ownership, clickbait and censorship. *Journalism*, 2021, vol. 22, no. 12, pp. 2906-2918. <https://doi.org/10.1177/1464884920941964>
16. Dzyaloshinskii I.M. *Sovremennoe mediaprostranstvo Rossii* [Modern Media Space in Russia]. Moscow, Aspekt Press, 2015, 312 p. (In Russ.)
17. Markuze G. *Odnomernyi chelovek* [One Dimensional Man]. Moscow, AST: Ermak Publ., 2003, 331 p. (In Russ.)
18. Bityanova M.R. *Sotsial'naya psikhologiya: nauka, praktika i obraz myslei* [Social Psychology: Science, Practice and Way of Thinking]. Moscow, EKSMO-press, 2001, 576 p. (In Russ.)
19. Taranov P.S. *Priemy vliyaniya na lyudei* [Techniques for Influencing People]. Moscow, Grand-Fair Publ., 2010, 608 p. (In Russ.)
20. Kara-Muza S.G. *Manipulyatsiya soznaniem* [Mind Manipulation]. Moscow, Rodina Publ., 2022, 490 p. (In Russ.)
21. Kara-Muza S.G. *Vlast' manipulyatsii* [The Power of Manipulation]. Moscow, URSS Publishing Group, 2023, 356 p. (In Russ.)
22. Viren G.V. *Sovremennye media: priemy informatsionnykh voyn* [Modern Media: Techniques of Information Wars]. Moscow, Aspekt Press, 2017, 128 p. (In Russ.)
23. Lozovskii B.N. *Manipulyativnye tekhnologii upravleniya sredstvami massovoi informatsii* [Manipulative Technologies of Mass Media Management]. Ekaterinburg, Ural Federal University Publ., 2008, 212 p. (In Russ.)
24. Gorina E.V. *Kommunikativnye tekhnologii manipulyatsii v SMI i voprosy informatsionnoi bezopasnosti* [Communication Technologies of Manipulation in the Mass Media and Information Security Issues]. Moscow, Flinta Publ., 2020, 66 p. (In Russ.)
25. Achkasova V.A., Mel'nik G.S. (eds.). *Propagandistskii diskurs v usloviyakh tsifrovizatsii* [Propaganda Discourse in the Context of Digitalization]. St. Petersburg, Saint Petersburg State University Publ., 2023, 424 p. (In Russ.)
26. Oleshko V.F. Propaganda discourse of the digital age in the perspective of theory and social practices. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2023, vol. 12, no. 1, pp. 138-147. (In Russ.) <https://doi.org/10.17150/2308-6203.2023>, <https://elibrary.ru/azwxus>
27. Zelinskii S.A. *Manipulyatsii massami i psikhoanaliz* [Mass Manipulation and Psychoanalysis]. Moscow, Skifiya Publ., 2018, 240 p. (In Russ.)

Информация об авторах

Баканов Роман Петрович, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры национальных и глобальных медиа Высшей школы журналистики и медиакommunikаций, Казанский (Приволжский) федеральный университет, г. Казань, Республика Татарстан, Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0002-1097-8390>, rbakanov@yandex.ru

Вклад в статью: идея статьи, анализ литературы, написание части текста статьи, редактирование.

Information about the authors

Roman P. Bakanov, PhD (Philology), Associate Professor, Associate Professor of National and Global Media Department of the Higher School of Journalism and Media Communications, Kazan (Volga Region) Federal University, Kazan, Republic of Tatarstan, Russian Federation, <https://orcid.org/0000-0002-1097-8390>, rbakanov@yandex.ru

Contribution: study idea, literature analysis, manuscript text drafting, editing.

Нурутдинова Камилла Айдаровна, выпускница кафедры национальных и глобальных медиа Высшей школы журналистики и медиакоммуникаций, Казанский (Приволжский) федеральный университет; корреспондент, «РБК-Татарстан», г. Казань, Республика Татарстан, Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0002-3837-2649>, nurutdinovakamilla@yandex.ru

Вклад в статью: анализ литературы, сбор и обработка данных, написание части текста статьи.

Конфликт интересов отсутствует.

Поступила в редакцию 14.07.2023

Поступила после рецензирования 29.09.2023

Принята к публикации 12.10.2023

Kamilla A. Nurutdinova, Graduate of National and Global Media Department of the Higher School of Journalism and Media Communications, Kazan (Volga Region) Federal University; Correspondent, “RBC-Tatarstan”, Kazan, Republic of Tatarstan, Russian Federation, <https://orcid.org/0000-0002-3837-2649>, nurutdinovakamilla@yandex.ru

Contribution: literature analysis, data acquisition and processing, manuscript text drafting.

There is no conflict of interests.

Received July 14, 2023

Revised September 29, 2023

Accepted October 12, 2023