

UOT 32:93/94

ЗЕМФИРА АХМЕДОВА

доцент, Бакинский Государственный Университет
zemfiraa@bk.ru

ЛЕЙЛА ДЖАВАДОВА

магистрант, Бакинский Государственный Университет
lailacavadova@gmail.com

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ МЕДИА И ПРОБЛЕМЫ ИНФОРМАЦИОННОЙ ДОСТОВЕРНОСТИ

DOI: <https://doi.org/10.36719/2708-065X/114/214-218>

В статье исследуется роль СМИ как ключевого института политической системы. Рассматриваются ключевые функции СМИ, их влияние на формирование общественного мнения, а также психологические механизмы воздействия. Анализируются риски, связанные с распространением фейковой информации и их воздействие на политическое и общественное сознание. Также в статье отражены элементы медиасистемы Азербайджана и её правовое обеспечение. Показано, что благодаря цифровому развитию, чёткому правовому регулированию и последовательной политике государства формируется надёжное и открытое информационное поле.

Ключевые слова: Средства массовой информации, информационное пространство, общественное мнение, медиаграмотность, манипуляция и фейковые новости.

Введение. Медиаиндустрия играет значительную роль в политической системе и в реализации политического процесса. Она представляет собой совокупность каналов и организаций, регулярно передающих сведения широкой аудитории. Через освещение актуальных событий осуществляется информирование общества, что является ключевым ресурсом формирования общественного сознания. В данном контексте именно информация является центральным элементом воздействия на общественное сознание и политические процессы, а также способствует формированию политических взглядов граждан. С момента своего зарождения данный медиаэлемент системы эволюционировал в мощный глобальный механизм, воздействующий на повседневное коммуникационное пространство. Сегодня медийный институт играет роль не только источника новостей, но и является активным создателем культурных символов и смыслов, используя социальные сети, современные технологии и нередко прибегая к методам психологического воздействия на общественное мнение.

Основная часть. При рассмотрении роли средств массовой информации стоит выделить их ключевые функции: информационная, идеологическая, когнитивная, образовательная и функция воздействия [3, с.2-4]. В зависимости от уровня развития общества и от условий цифровизации они расширяются и приобретают новые формы. Через них осуществляется деятельность СМИ, в результате которой они становятся самостоятельным политическим актором. Необходимо отметить, что именно через СМИ и онлайн платформы современный человек осмысливает политическую реальность, формирует собственные взгляды и модели поведения на основе полученной информации. Благодаря современным цифровым платформам их воздействие заметно возросло, и сегодня, являясь мощным инструментом политики, они не только отражают, но и формируют политическую реальность, взгляды, настроение и поведение людей. Однако, по мнению американского социолога Пола Лазарсфельда данный процесс имеет двухступенчатый характер. Совместно с американским социологом Э.Кацем в работе «Личное влияние» было выделено, что информация распространяется через посредников - лидеров мнений [11]. СМИ воздействуют прежде всего на этих авторитетных в своей группе лиц, которые передают полученные данные своей микрогруппе, при этом добавляя

собственные оценки и интерпретации. Соответственно, согласно данной модели, формирование общественного мнения происходит поэтапно: в первую очередь от источника информации - к лидеру мнения, а затем - к массовой аудитории [11]. Леон Фестингер, в отличие от взглядов Пола Лазарсфельда подчёркивает, что информация, которая противоречит идеалам и жизненным установкам человека может привести к эффекту возникновения психологического дискомфорта [12, с.79-96]. Такое состояние, называемое когнитивным диссонансом, возникает, когда внешняя информация вступает в конфликт с личностными ценностями. Из этого следует, что в процессе формирования и развития общественного мнения важную роль играют не только политические, информационно-технологические, коммуникативные механизмы, но и психологические инструменты воздействия СМИ и деятельность лидеров мнений. Однако, важно отметить, что сегодня социальные сети используют теневые практики для воздействия на аудиторию. К примеру, в социальных сетях часто наблюдается создание фейковых профилей, которые распространяют нужную им информацию с целью создания иллюзии массовой поддержки. А когда обычный пользователь сталкивается с таким контентом, то под влияние попадает не только его мнение, но и поведение в обществе.

Феномен «фейковых новостей» и их влияние на общественное мнение. В условиях цифровой среды это влияние информации приобретает новые формы, которые способны искажать общественное мнение. Одной из таких форм является распространение фейковых новостей, которые являются одним из наиболее распространённых инструментов манипулирования общественным сознанием. Наиболее общее определение даёт Дональд Барклай. Он отмечает, что фейковые новости — это «любая неверная информация, намеренно созданная под видом факта [2, с.3]. Особенностью фейковых новостей является то, что они внешне похожи на достоверные, но содержат ложную или искажённую информацию. Такие новости обычно подаются в сенсационной форме и в первую очередь направлены на чувства и подсознание людей. Они находят отклик у широкой публики, при этом, в ряде случаев, привлекают больше внимания, чем настоящие. По степени неправдивости выделяют три типа фейковых новостей [7, с.2-3]: полностью ложные новости, контент с частичной ложной информацией, а также новости, которые искажают суть действительности. Распознать фейковую информацию особенно трудно, поэтому важно оценивать информацию целиком, а не по отдельным фразам [7, с.2-3].

Однако существует два подхода к противодействию фейковым новостям. Их делят на прямые и косвенные [9, с.6-7]. Первые борются непосредственно с ложными материалами путём их опровержения или общего ограничения информационной среды. Действие вторых направлено на работу с гражданами посредством повышения медиаграмотности.

Информационное зеркало современного общества: границы объективности и этики. В современных условиях, когда аудитория сама выбирает данные в информационном потоке, возникает вопрос о границах объективности, этики и личной ответственности. Современные средства массовой информации всё больше стали зависеть от рыночных законов и всё меньше думают о социальной ответственности [6, с.2]. Сегодня люди сами стали выбирать, что читать, смотреть или слушать, а социальные сети только облегчают самостоятельный отбор. Но не все люди оказались готовы к тому, что теперь сами отвечают за выбор информации. Когда вокруг слишком много новостей и мнений, а общих ориентиров нет, многим кажется, что виноваты только СМИ. Их обвиняют в разрушении культурных ценностей. Но на самом деле доля ответственности возлагается на самих зрителей и читателей. Как пишет Никлас Луман в своей теории массмедиа: «Что представляет собой общество, которое именно так описывает себя и свой мир?» [8, с.27-39]. Стоит подчеркнуть, что медиасреда любого общества — это зеркало, которое отражает не только работу СМИ, но и степень информационной грамотности аудитории, которая должна быть готова к независимому отбору информации и должна уметь отличать истинные данные от информационного шума. Лишь тогда средства массовой информации смогут стать инструментом, формирующим пространство истины и взаимного доверия [6, с.7].

Информационное пространство Азербайджана. В контексте выделенных принципов медиапространство Азербайджана является многоуровневой системой, которая функционирует и развивается в соответствии с международными стандартами. По числу зарегистрированных средств массовой информации республика входит в число лидеров среди стран СНГ и Восточной Европы: их число превышает 5000 [10]. Государственная политика способствует укреплению так называемой «четвёртой ветви власти», роль которой выполняют именно СМИ. Журналистам предоставлены широкие возможности для проведения исследований, анализа общественно значимых тем и свободной публикации материалов при условии соблюдения правовых и этических требований. Свобода слова и печати гарантируется Конституцией, а также законами «О свободе информации» (1998), закон «О СМИ» (1999, дополненный позднее) и закон «О получении информации» (2005), что в совокупности обеспечивает прозрачность и независимость медиа [10].

6 ноября 2020 года Президент Азербайджана Ильхам Алиев дал интервью каналу BBC в Баку, которое стало одним из наиболее обсуждаемых медийных событий. Отвечая на вопрос журналиста канала BBC Орлы Гуерин о ситуации со СМИ, Президент Алиев подчеркнул высокий уровень цифровизации общества, отсутствие цензуры, а также широкое распространение интернет-доступа (свыше 80% населения), что, по его словам, исключает системные препятствия для функционирования свободных медиа [1].

Заключение. Обобщая, приходим к выводу, что наблюдаемые преобразования в информационной сфере подтверждают, что развитие медиа в Азербайджане проходит в русле общих мировых тенденций, что делает критику, основанную исключительно на внешних оценках, неполной и нуждающейся в более комплексном подходе. Эффективность медиа формируется на пересечении технологического развития, грамотного регулирования, профессионального мастерства журналистов и ответственности самих граждан. Лишь их синтез позволяет создать устойчивое информационное пространство, где преобладают достоверность, доверие и ценностные ориентиры.

В контексте Азербайджана медиасистема развивается в направлении цифровизации, расширения доступа к информации и укрепления институциональных основ свободы слова. Нормативно-правовая база и государственная политика способствуют формированию устойчивой медийной среды, соответствующей международным стандартам. Интервью Президента Ильхама Алиева каналу BBC лишь подтвердило стремление страны подчеркнуть открытость информационного пространства и поставить под сомнение односторонние оценки, основанные на внешних стереотипах. Таким образом, можно заключить, что средства массовой информации — это не просто технологический инструмент передачи данных, а сложный социально-политический институт, формирующий общественные представления и влияющий на развитие политической жизни. А развитие интернета существенно усилило роль социальных сетей в данной деятельности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алиев И.Г. Интервью Президенту Азербайджана. Официальный сайт Президента Азербайджана. Баку, 2020. - <https://president.az/ru/articles/view/45845> [17.06.2026].
2. Богословская В.Р., Шарков Ф.И. Феномен фейковых новостей: обзор исследований последних лет // Коммуникология: электронный научный журнал. Москва, Т.6, №3, 2021, с.111-118.
3. Васильева Л.В. Роль и функции СМИ в современном обществе // Вестник Амурского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. Благовещенск, 2010, №50, с.109-112.
4. Виноградова К.Е. Роль масс-медиа в политической системе общества // Журналистский ежегодник. Москва, № 2-1, 2013, с.64-67.

5. Иоселиани А.Д., Соколов А.В. Причины и последствия распространения «фейковых новостей» в глобальном техногенном мире: социально-философский анализ // Социально-гуманитарные знания, 2023, № 11, с.130-133.
6. Клушина Н.И. Этические аспекты массовой коммуникации // Вестник РУДН. Серия: Лингвистика, Москва, 2014. № 1, с.59-66.
7. Красовская Н.Р., Гуляев А.А., Юлина Г.Н. Фейковые новости как феномен современности // Власть. Москва, 2019. № 4, с.79-82.
8. Луман Н. Реальность массмедиа / Пер. с нем. А. Ю. Антоновского — Москва: Канон+, Реабилитация. 2012, 239 с.
9. Поздняков Е.И. Актуальные методы противодействия фейковым новостям // «Гражданин. Выборы. Власть», Москва, 2023, №3, с.173-181.
10. Средства массовой информации в Азербайджане. Официальный портал Azerbaijan.az. - <https://azerbaijan.az/ru/information/604> [17.06.2026].
11. Федорченко С. Н. Двухступенчатая модель коммуникации Лазарсфельда / Портал «Большая российская энциклопедия», 2022. - <https://istina.msu.ru/publications/article/586457594/> [17.06.2026].
12. Фестингер Л. Теория когнитивного диссонанса. Стэнфорд (Калифорния): Stanford University Press, 1957, 140 с.

ZEMFİRA ƏHMƏDOVA

Bakı Dövlət Universitetinin dosenti

LEYLA CAVADOVA

Bakı Dövlət Universitetinin magistrantı

MEDİANIN RƏQƏMSAL TRANSFORMASIYASI VƏ İNFÖRMASİYANIN ETİBARLILIĞI MƏSƏLƏLƏRİ

Məqalədə medianın siyasi sistemin əsas institutu kimi rolu araşdırılır. Medianın əsas funksiyaları, ictimai rəyin formalaşmasına təsiri, həmçinin idrak dissonansı, fikir liderliyi və məlumat effektivləri anlayışları da daxil olmaqla psixoloji təsir mexanizmləri nəzərdən keçirilir. Saxta məlumatların yayılması ilə əlaqəli risklər və onların siyasi və ictimai şüura təsiri təhlil edilir. Məqalədə Azərbaycanın media sisteminin elementləri və onun hüquqi təminatı əks olunub. Göstərilir ki, rəqəmsal inkişaf, aydın hüquqi tənzimləmə və dövlətin ardıcıl siyasəti sayəsində etibarlı və açıq informasiya sahəsi formalaşır.

Açar sözlər: Media, informasiya məkanı, ictimai rəy, media savadlılığı, manipulyasiya və saxta xəbərlər.

ZEMFİRA AHMADOVA

assistant professor of Baku State University

LEYLA JAVADOVA

Master student of Baku State University State University

DIGITAL TRANSFORMATION OF MEDIA AND PROBLEMS OF INFORMATIONAL AUTHENTICITY

The article explores the role of the media as a key institution in the political system. It examines the key functions of the media, their impact on shaping public opinion, and the psychological mechanisms of influence, including the concepts of cognitive dissonance, opinion leadership, and information effects. The article also analyzes the risks associated with the spread of fake information and its impact on political and public consciousness. The article reflects on the elements of

Azerbaijan's media system and its legal framework. It is shown that a reliable and open information field is formed due to digital development, clear legal regulation and consistent state policy.

Keywords: Mass media, information space, public opinion, media literacy, manipulation and fake news.

Məqalənin redaksiyaya daxil olduğu tarix: 17 iyun 2026-cı il.

Məqalənin çapa qəbul olunma tarixi: 02 oktyabr 2026-cı il.

Rəyçilər: s.e.d. Sabir Məmmədli, t.ü.f.d. Məmmədağa Baxışov.
