

Взаимодействие СМИ с публично-правовыми образованиями и частными лицами

Возик Никита Романович

Старший преподаватель,
кафедра конституционного права
им. профессора И.Е. Фарбера и профессора В.Т. Кабышева,
Саратовская государственная юридическая академия,
410056, Российская Федерация, Саратов, ул. Вольская, 1;
e-mail: n.vozik@mail.ru

Аннотация

В статье анализируется сложный процесс взаимодействия между государством, обществом и СМИ в условиях глобальных политических вызовов. Подробно исследуются правовые и социальные аспекты, а также факторы, влияющие на восприятие информации обществом и эффективность ее трансляции. Основное внимание уделено необходимости разработки эффективной информационной политики, которая бы обеспечивала баланс интересов всех участников информационного процесса. Освещаются проблемы дезинформации, самоцензуры, а также влияние СМИ на общественное сознание в условиях политической нестабильности и кризисов. Акцентируется внимание на важности повышения информационной грамотности населения для формирования активной гражданской позиции и улучшения коммуникации между государством, СМИ и обществом, что, в свою очередь, будет способствовать улучшению демократических процессов и общественного контроля.

Для цитирования в научных исследованиях

Возик Н.Р. Взаимодействие СМИ с публично-правовыми образованиями и частными лицами // Вопросы российского и международного права. 2025. Том 15. № 4А. С. 99-108.

Ключевые слова

Государство, общество, средства массовой информации, правовое регулирование.

Введение

Процесс принятия многих политических решений зависит от состояния информационной среды в определенный период времени. Именно посредством средств массовой информации (далее – СМИ) формируется канал взаимодействия между государством и обществом: государство воспринимает мнение общества через СМИ и, напротив, общество узнает о значимых политических, экономических, социальных и иных событиях также через СМИ. По этой причине неразрешенные проблемы взаимодействия государственных структур, общества и СМИ могут привести к разного рода неблагоприятным последствиям.

Основная часть

В настоящее время в мире происходит множество сложных политических процессов, поэтому можно говорить о том, что проблемы взаимодействия СМИ, государства и общества заслуживают повышенного внимания. Очевидной проблемой является распространение в новостях заведомо провокационных сведений, направленных против Российской Федерации, например, новости о запланированном вторжении Российской Федерации на территорию Украины 15 февраля 2022 года [Британская газета назначила точное время вторжения России на Украину, [www](#)].

Ситуация усугубилась ввиду проведения специальной военной операции – было введено множество составов как административных правонарушений, так и уголовных преступлений (например, ст. ст. 280.3 и 280.4 УК РФ). В наиболее распространенных СМИ России был опубликован ряд выступлений представителей власти с призывом ужесточить меры борьбы с распространением недостоверных сведений, в том числе с призывами к противоправным действиям [Медведев призвал усилить борьбу против фейков о российских войсках, [www](#)].

Воздействие государственных органов на СМИ, в первую очередь, наблюдается в нормативном регулировании. Государство вправе принимать акты, которые устанавливают статус субъектов, чья деятельность связана с распространением массовой информации, а также определяют положение СМИ в национальной правовой системе. Помимо этого, государственные органы в различных формах осуществляют контроль (надзор) за функционированием СМИ (регистрация, лицензирование, аккредитация журналистов). С одной стороны, такая деятельность ограничивает независимость СМИ, но с другой – упорядочивает и организует их.

Следующим аспектом взаимодействия выступает финансирование и право собственности на СМИ. В соответствии со ст. 7 Закона РФ «О средствах массовой информации» учредителем СМИ вправе выступать государственные органы, а также, в рамках установленных ограничений, органы местного самоуправления (вправе учреждать только сетевые и печатные издания) [Закон РФ О средствах массовой информации, [www](#)]. Из этого следует, что публичные структуры могут владеть СМИ и финансировать их деятельность.

Таким образом, область влияния государства на СМИ можно разделить на три основные сферы: правовая (правовое регулирование), административная (механизм контроля) и экономическая (возможность финансирования). Многие авторы отмечают, что столь широкое влияние государства (государственных органов) на СМИ позволяет говорить о том, что основная функция СМИ, посредническая, отходит на второй план, в связи с чем их можно считать агентом государства [Громкие случаи отставок сотрудников органов внутренних дел

России, www, с. 99-106].

Воздействие СМИ на государство осуществляется через обязанности последнего отчитываться перед населением; через обеспечение гарантированной Конституцией РФ свободы мысли и слова. Демократическое государство не должно допускать давления на СМИ, не должно вмешиваться в их производственный процесс, а, напротив, должно обеспечивать журналистам доступ к информации.

СМИ могут или способствовать, или препятствовать успешной деятельности государственного аппарата, содействовать их преобразованиям, перестановке кадров и снятию с должностей [Кобелянов, 2016]. Выражая мнение населения, а также освещая случаи совершения правонарушений представителями власти, СМИ способствуют реализации контроля со стороны общества. По этой причине, при проведении значительных реформ государство стремится заручиться поддержкой СМИ [Эбзеев, Прудников, Чертова и др., 2012, с. 155].

Воздействие СМИ на общество (граждан и их объединения) выражено в формировании общественного мнения, смещении внимания общества. Вместе с тем, именно общество определяет СМИ, которое будет оказывать на него воздействие: каждый сам вправе выбирать, чему верить.

Общество может воздействовать на СМИ различными способами. Во-первых, граждане и их объединения, в том числе организации, могут учреждать СМИ и быть их собственниками, и соответственно, посредством договоров оказывать влияние на распространение информации. Во-вторых, нередко СМИ находятся на самоокупаемости и получают денежные средства за счет платных подписок, продаж и т.п. По этой причине СМИ ориентированы на потребителя информации, что также можно считать элементом влияния. В-третьих, контроль со стороны общества может выражаться в форме обращения в государственные органы с целью пресечения деятельности по распространению незаконной информации.

В научной литературе встречаются несколько классификаций проблем взаимодействия государства и СМИ.

В рамках первой классификации рассмотрим их разделение по сферам формирования:

1. Правовые проблемы. К ним относится существенное отставание правового регулирования от стремительно развивающихся общественных отношений, что, например, выражается в сравнительно небольшом количестве нормативных предписаний, регламентирующих функционирование СМИ в сети Интернет. Не менее значимы проблемы, связанные с наличием в праве пробелов и правовых коллизий. Так, в настоящее время не урегулирован вопрос обеспечения права граждан на доступ к информации о государственных органах и органах местного самоуправления (за пределами правового регулирования остаются вопросы реализации конкретного права граждан).

2. Социальные проблемы. Они выражаются в неактивном участии общественных групп в обмене информацией и недостаточности общественного контроля – большая часть населения не следит за политическими процессами, что связано, в первую очередь, с пассивной гражданской позицией. Фрагментарность наблюдается и в сфере общественного контроля за добросовестностью СМИ: с одной стороны, за эффективностью власти, и с другой – за добросовестностью СМИ. Причиной низкой социальной активности может служить также отсутствие возможности для получения обратной связи, характерной для ряда государственных информационных ресурсов.

3. Информационные проблемы. В частности, это: недостаточно полное информационное

освещение государственной политики; нерегулярное обновление информации на официальных сайтах органов власти; асимметрию информации при освещении деятельности органов в различных изданиях; неравные условия освещения предвыборных кампаний; сужение информационного поля; снижение процентного соотношения достоверной информации к недостоверной (объясняется отсутствием стремления потребителя удостовериться в достоверности получаемой информации на фоне общей незаинтересованности в такой оценке и низким уровнем информационной грамотности).

4. Экономические проблемы. К этой группе относятся: монополизация рынка федеральных СМИ, которая приводит к дезинформированию населения (в условиях, когда большая часть СМИ находится под контролем той или иной социальной группы, у нее возникает заинтересованность в необъективном информировании аудитории); зависимость большей части региональных СМИ от финансовой поддержки государственных органов; прямая заинтересованность распорядителя финансовой поддержки в распространении только выгодной ему информации; конкуренция на медиарынке, приводящая к тому, что СМИ, распространяющие действительно важную, актуальную и достоверную информацию, становятся нежизнеспособными, а это влияет на общее качество информационного продукта (остаются лишь те СМИ, которые финансируются за счет бюджетных средств, и те, которые размещают информацию, максимально простую для восприятия).

5. Организационные проблемы. Необходимо сразу отметить, что это проблемы, возникающие не внутри СМИ, а при непосредственном взаимодействии СМИ и публичных органов власти. К таким проблемам относятся: стремление властных структур повлиять на функционирование СМИ; недостаточная квалификация участников процесса коммуникации; низкий уровень активности со стороны органов власти (они не стремятся пойти на контакт и скрываются от журналистов); малое количество прямых данных в процессе коммуникации (властные структуры предоставляют СМИ минимум информации, что воспринимается как пассивная ложь) [Барщевский, 2017, с. 121].

В рамках второй классификации рассмотрим вопросы взаимодействия государства, общества и СМИ в контексте соблюдения (несоблюдения) свободы слова, в связи с чем выделим две группы проблем.

Первая группа проблем связана со злоупотреблением свободой СМИ.

По мнению Д.Г. Камнева, в настоящее время «первостепенное значение имеет проблема организации эффективной государственной системы социализации молодежи, которая обостряется тем, что поток неограниченной информации в сети Интернет оказывает существенное воздействие на несформированную неокрепшую психику молодежи. Перспективным решением может стать проведение государственной информационной политики, так как существующие меры, выраженные в цензуре иностранных информационных потоков, организация системы карательных мер, материалов местных оппозиционных СМИ недостаточно эффективны и ресурсозатратны» [Камнев, 2013, с. 61-74].

Поддерживаем позицию автора в части необходимости построения четкой системы информирования населения, так как грамотно отрегулированная и выверенная информатизация населения может способствовать формированию и передаче политических ценностей, существующих в обществе и поддерживаемых в государстве. Однако проблема нам видится не только в информационном перенасыщении и сложности поиска необходимой и достоверной информации, но и в нежелании ее воспринимать.

Иными словами, важен не только процесс распространения информации, но и процесс ее

восприятия. Насколько бы ни был доступен для понимания контент, всегда существует риск, что часть населения его не поймет. Данное явление можно объяснить рядом причин: недостатками образования, большим объемом информации, ее динамичностью и т.п. Обращать внимание нужно именно на эти проблемы, так как борьба с ними имеет превентивное значение.

По мнению А.А. Васецкого и А.А. Малькевича, в информационной среде выделяются следующие тенденции:

1. Фрагментация общей политической культуры, обусловленной плюрализмом мнений и выраженной в дифференциации населения по различным параметрам.

2. Медиатизация повседневной жизни (данное явление особенно прослеживается в социальных сетях, таких как Instagram (американская компания Meta, которой принадлежат социальные сети Facebook и Instagram, признана экстремистской на территории Российской Федерации (решение Тверского суда Москвы от 21 марта 2022 г.) и TikTok, где каждый посредством видео делится тем, как прошел его день, что лучше готовить, куда лучше поехать и сходить, что посмотреть и послушать). Повышенное внимание к повседневной жизни (нехарактерное для предыдущего исторического периода) приводит к тому, что СМИ начинают подменять классические институты и агентов социализации.

3. Усиление консьюмеризма – идей потребления. Исходя из этого, все сферы жизни переориентируются на законы потребления, человек рассматривается исключительно как потребитель, а его гражданская позиция лишается традиционных связей и установок.

4. Рост индивидуализма и повышенное внимание личности в ущерб общественным интересам, что может поставить под сомнение эффективность демократических институтов, так как социальные горизонты начинают носить личностный характер, а в центр внимания переносится непосредственная среда общения [Васецкий, Малькевич, 2011, с. 43-48].

Смягчение представленных тенденций и разрешение существующих в связи с этим проблем видится в разработке продуманной информационной политики.

Основным документом в рассматриваемой области можно считать Стратегию развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы [Указ Президента РФ «О Стратегии развития информационного общества», www], которая уделяет основное внимание проблемам технологической безопасности, экономического развития и модернизации социальной сферы, а также предлагает продуманную модель информационного общества, что является значимым достижением на пути конкретизации его легального понятия.

Целью Стратегии выступает создание условий для формирования в Российской Федерации общества знаний, при этом повышение уровня этих знаний будет достигаться за счет увеличения количества предлагаемой информации, обеспечения свободного и беспрепятственного доступа к ней, внедрения технологий для простоты ее получения (п. 22). То есть основной упор делается не на повышение уровня восприятия информации, а на упрощение доступа к ней. Однако без должного уровня понимания информации доступ к ней окажется бесполезным и знания останутся невостребованными.

Вторая группа проблем вызвана чрезмерным ограничением свободы массовой информации, когда СМИ целиком и полностью зависимы от государственных структур.

По мнению Г.Г. Щепиловой и М.В. Бурьяновой, в рассматриваемой сфере общественных отношений необходимо заострить внимание на таких аспектах, как: а) стремление властей упрочить легитимность за счет контроля редакционной политики СМИ, цензуры контента; б) «закостенелость» СМИ, нежелание развиваться, находить новые пути заработка и новую аудиторию; в) дефицит кадров, в том числе отсутствие у претендентов на звание журналиста

профильного образования; г) увеличение стоимости подписки по причине удорожания доставки «Почтой России»; д) мертвый рекламный рынок в регионах.

Сформулированные проблемы в совокупности позволили авторам классифицировать СМИ в зависимости от «договоров» с властными структурами одновременно с учетом преимущественного источника финансирования их функционирования, в связи с чем Г.Г. Щепилова и М.В. Бурьянова подразделили все СМИ на четыре блока:

1. Первый блок – это СМИ, которые преимущественно функционируют за счет договоров с государственными органами, органами местного самоуправления. Информация, распространяемая такими СМИ, отвечает запросам и требованиям властных структур. К таким СМИ принято относить СМИ, входящие в правительственные холдинги; областные, районные газеты и газеты конкретных населенных пунктов; интернет-СМИ.

2. Второй блок – это СМИ, которые в перспективе планируют договориться с властными структурами и заручиться их поддержкой.

3. Третий блок – это СМИ, которые находятся на самоокупаемости, в связи с чем их политика является полностью независимой. Как правило, к таким СМИ относятся СМИ, входящие в независимые от правительства издательские дома или холдинги, а также интернет-СМИ. Как уже отмечалось нами ранее, нередко полностью окупает себя «желтая пресса».

4. Четвертый блок – это СМИ, которые балансируют между независимой редакционной политикой и договорным взаимодействием с властью. Как правило, это интернет-СМИ, газеты, деловые журналы [Щепилова, Бурьянова, 2014].

Независимость также может зависеть и от цензуры. Отдельные авторы указывают на существование цензуры в современных условиях [Шульга, 2017, с. 105-111]. Однако ее элементы, присущие правовой действительности нашего государства, отличаются от общепринятого понимания цензуры. В качестве признаков цензуры в общепринятом понимании следует считать ее предварительный и внешний характер, по причине чего авторы указывают на то, что Конституция РФ устанавливает запрет именно на предварительную цензуру [Эктумаев, 2020, с. 75-79]. Напрямую из ч. 5 ст. 29 Конституции РФ следует запрет на установление цензуры, наличие которого на уровне Основного закона свидетельствует о повышенной степени защиты данного института.

Что касается последующего контроля, то он преследует цель защиты общества, а не ущемления его прав. Последующий контроль ограничивает те сферы, где свобода слова способна существенным образом навредить общественным отношениям (к примеру, частная жизнь).

Третью классификацию проблем взаимодействия государства, общества и СМИ предлагаем провести по критерию гармонизация интересов в информационном пространстве, который направлен на поиск баланса интересов участников информационных процессов, и она может выглядеть следующим образом:

1. Проблемы дезинформации и роста государственной и частной пропаганды, которая влияет на политические и социальные процессы в обществе.

2. Проблемы информационного неравенства. Здесь идет речь об отсутствии полного доступа к информационным ресурсам в отдаленных регионах Российской Федерации.

3. Проблемы самоцензуры и ограничения свободы слова. Проблемы реализации на практике административного ресурса в лице учредителей СМИ и главных редакторов для подавления нежелательных информационных сообщений.

4. Проблемы ответственности журналистского сообщества. Отсутствие законодательного

регулирования фактчекинга и верификации информации перед публикацией.

5. Проблемы защиты частной жизни, чести, достоинства и деловой репутации. Отсутствие идентификации участников информационного процесса в социальных сетях и мессенджерах.

6. Проблемы медиаграмотности. Отсутствие достаточной компетентности в оценке достоверности информации среди разных слоев населения. Недостаток образовательных программ по медиаграмотности среди различных возрастных групп, в связи с этим – отсутствие критического мышления и восприятия на контент.

Не менее значимые проблемы возникают при функционировании СМИ в период предвыборной агитации, поэтому внимания заслуживает термин «политическая реклама». Данное понятие не раскрывается действующим законодательством, в то же время используется при формулировке ряда норм. Так, ст. 2 Федерального закона «О рекламе» устанавливает, что положения данного акта не применяются к правоотношениям, связанным с политической рекламой; при этом Закон определяет предвыборную агитацию как разновидность такой рекламы [Федеральный закон «О рекламе», [www](http://www.rosstat.gov.ru)].

Избирательные кампании представляют собой крайне важное правовое и политическое явление, так как в эти моменты происходит качественное изменение публичной власти. По этой причине вопросу уделяется повышенное внимание, в связи с чем недопустимо противоправное использование свободы массовой информации, в том числе посредством СМИ, во время проведения избирательной кампании. Нарушение такого запрета выступает основанием привлечения лиц к конституционно-правовой ответственности [Магданов, 2012, с. 1-37].

Специфические конфликты наблюдаются в рамках взаимодействия СМИ и правоохранительных органов, которые неохотно распространяют информацию о своей деятельности, что приводит к формированию у населения мнения об отсутствии прозрачности реализации их полномочий.

Указанное явление вызвано, в первую очередь, таким обстоятельством, как отсутствие нормативных положений, предусматривающих обязательность взаимодействия СМИ и государственных структур, а также его пределы. В настоящее время в соответствии с Законом РФ «О средствах массовой информации» органы публичной власти самостоятельно определяют, каким путем информация будет предоставлена СМИ (как правило, это формальный ответ на запрос).

Вместе с тем, отдельными государственными органами были приняты специальные акты, но, как и Закон РФ «О средствах массовой информации», они не характеризуются проработанностью специфических конструкций взаимодействия, а содержат лишь общие положения [Приказ Генпрокуратуры России, [www](http://www.rosstat.gov.ru)].

Несмотря на то, что законодательство не конкретизирует многие аспекты взаимодействия СМИ, государственных органов и органов местного самоуправления, оно и не запрещает осуществлять взаимодействие, что подчеркивается многими авторами [Киселев, 2012, с. 52-54]. Однако установление четкого механизма, по нашему мнению, более перспективно.

Заключение

Посредством СМИ осуществляется воздействие на общественное сознание, вследствие чего будут реализованы определенные действия. Особо ярко данная способность СМИ прослеживается в момент обострения политической ситуации, когда необходимо быстро и эффективно повлиять на политический выбор, корректировку нравственной позиции, согласие

или отказ совершить значимые действия.

Еще один путь разрешения проблем взаимодействия государства и СМИ видится в развитии идей частного принуждения посредством предоставления журналистам и редакциям СМИ права на обжалование незаконных действий, решений, актов государственных органов и органов местного самоуправления.

Не менее значимым фактором, влияющим на эффективность диалога между государством и обществом посредством СМИ, служит низкая гражданская активность – население просто не желает понимать информацию. Люди скорее готовы судить о ситуации в стране и за рубежом по броским заголовкам «желтой прессы», чем глубоко вникать в информацию, публикуемую в официальных источниках. Для этого необходимо поднять уровень информационной грамотности населения, в доступной форме объясняя причины принятия мер, а не только их сущность и направленность.

Считаем важным продолжить укрепление института частного принуждения посредством выстраивания на различных площадках равного диалога между государством, обществом и журналистским сообществом.

Библиография

1. Британская газета назначила точное время «вторжения» России на Украину // LENTA.RU. URL: https://lenta.ru/news/2022/02/15/invasion_again/ (дата обращения: 15.02.2025).
2. Медведев призвал усилить борьбу против фейков о российских войсках // РИА Новости. URL: <https://ria.ru/20220322/feyki-1779460789.html?ysclid=lmprxkqio884155960> (дата обращения: 15.02.2025).
3. Закон РФ от 27 декабря 1991 г. № 2124-1 «О средствах массовой информации» (в ред. от 23 ноября 2024 г.) // Ведомости СНД и ВС РФ. 1992. № 7, ст. 300; СЗ РФ. 2024. № 48, ст. 7218.
4. Громкие случаи отставок сотрудников органов внутренних дел России // РИА Новости. URL: <https://ria.ru/20190613/1555545193.html> (дата обращения: 15.02.2025).
5. Кобелянов А.С. Особенности взаимодействия государства и СМИ в современной России // Регионология. 2016. № 2. С. 99–106.
6. Конституционное право России: учебник для студентов вузов / [Б.С. Эбзеев, А.С. Прудников, Н.А. Чертова и др.]; под ред. Б.С. Эбзеева, А.С. Прудникова. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. С. 155.
7. Барщевский Г.А. Связи с общественностью в органах власти: учебник и практикум для магистратуры и бакалавриата. – М.: Юрайт, 2017. С. 121.
8. Камнев Д.Г. СМИ в процессе политической социализации молодежи в России: фокус на сравнительный анализ роли Интернета // PolitBook. 2013. № 4. С. 61–74.
9. Васецкий А.А., Малькевич А.А. «Новые СМИ» в процессе политической социализации молодежи // Управленческое консультирование. 2011. № 3. С. 43–48.
10. Указ Президента РФ от 9 мая 2017 г. № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы» // СЗ РФ. 2017. № 20, ст. 2901.
11. Щепилова Г.Г., Бурьянова М.В. Взаимодействие СМИ и властных структур в российских регионах // Электронный научный журнал «Медиаскоп». 2014. № 4. URL: <http://www.mediascope.ru/1663> (дата обращения: 15.02.2022).
12. Шульга Р.Ю. Российская цензура в новой путинской России: исторические корни и современность // Гуманитарные науки и модернизация правовой системы государства: российский и зарубежный опыт. Новосибирск: Омега Принт, 2017. С. 105–111.
13. Эктумаев А.Б. Конституционно-правовое развитие цензуры: история и современность // Евразийский Союз Ученых. 2020. № 4(73). С. 75–79.
14. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (в ред. от 8 августа 2024 г.) // СЗ РФ. 2006. № 12, ст. 1232; 2024. № 33, ч. 1, ст. 4917.
15. Магданов А.Л. Злоупотребление свободой массовой информации при проведении избирательной кампании // Публично-правовые исследования. 2012. № 2. С. 1–37.
16. Приказ Генпрокуратуры России от 31 мая 2011 г. № 153 «Об организации работы по обеспечению доступа к информации о деятельности органов и организаций прокуратуры Российской Федерации» (вместе с Инструкцией о порядке обеспечения доступа к информации о деятельности органов и организаций прокуратуры Российской Федерации) (в ред. от 22 апреля 2022 г.) // Законность. 2011. № 10; 2022. № 6; Приказ Следственного

комитета РФ от 11 августа 2011 г. № 127 «Об организации взаимодействия Следственного комитета Российской Федерации со средствами массовой информации и общественностью» // СПС «КонсультантПлюс» (дата обращения: 15.06.2025).

17. Киселев А.К. О полицейском влиянии на общественное сознание в странах Европейского сообщества // Административное право и процесс. 2012. № 6. С. 52–54.

Interaction Between Mass Media and Public Legal Entities with Private Individuals

Nikita R. Vozik

Senior Lecturer,
Department of Constitutional Law
named after Professor I.E. Farber and Professor V.T. Kabyshev,
Saratov State Law Academy,
410056, 1 Volskaya str., Saratov, Russian Federation;
e-mail: n.vozik@mail.ru

Abstract

This article examines the complex interaction between the state, society and mass media in the context of global political challenges. The study provides a detailed analysis of legal and social aspects, as well as factors influencing society's perception of information and the effectiveness of its transmission. Special attention is paid to the need for developing an effective information policy that would balance the interests of all participants in the information process. The article highlights problems of disinformation, self-censorship, and the impact of media on public consciousness during periods of political instability and crises. It emphasizes the importance of enhancing public media literacy to foster active civic engagement and improve communication between the state, media and society, which in turn would contribute to strengthening democratic processes and public oversight.

For citation

Vozik N.R. (2025) Vzaimodeystvie SMI s publichno-pravovymi obrazovaniyami i chastnymi litsami [Interaction Between Mass Media and Public Legal Entities with Private Individuals]. *Voprosy rossiiskogo i mezhdunarodnogo prava* [Matters of Russian and International Law], 15 (4A), pp. 99-108.

Keywords

State, society, mass media, legal regulation.

References

1. British newspaper sets exact time for Russia's "invasion" of Ukraine // LENTA.RU. URL: https://lenta.ru/news/2022/02/15/invasion_again/ (accessed on 15.02.2025).
2. Medvedev calls for stepping up fight against fakes about Russian troops // RIA Novosti. URL: <https://ria.ru/20220322/feyki-1779460789.html?ysclid=lmplxqiio884155960> (accessed on 15.02.2025).
3. Law of the Russian Federation of December 27, 1991 №. 2124-1 "On Mass Media" (as amended on November 23, 2024) // Vedomosti SND and the Supreme Court of the Russian Federation. 1992. No. 7, Art. 300; Collected Legislation of the Russian Federation. 2024. №. 48, Art. 7218.

4. High-profile cases of resignations of employees of the internal affairs bodies of Russia // RIA Novosti. URL: <https://ria.ru/20190613/1555545193.html> (date of access: 15.02.2025).
5. Kobelyanov A.S. Features of interaction between the state and the media in modern Russia // *Regionology*. 2016. №. 2. Pp. 99–106.
6. Constitutional law of Russia: a textbook for university students / [B.S. Ebzeev, A.S. Prudnikov, N.A. Chertova et al.]; edited by B.S. Ebzeev, A.S. Prudnikov. M.: UNITY-DANA, 2012. P. 155.
7. Barshchevsky G.A. Public Relations in Government Bodies: Textbook and Workshop for Master's and Bachelor's Degrees. - M.: Yurait, 2017. P. 121.
8. Kamnev D.G. Mass Media in the Process of Political Socialization of Young People in Russia: Focus on a Comparative Analysis of the Role of the Internet // *PolitBook*. 2013. №. 4. P. 61-74.
9. Vasetsky A.A., Malkevich A.A. "New Mass Media" in the Process of Political Socialization of Young People // *Management Consulting*. 2011. No. 3. P. 43-48.
10. Decree of the President of the Russian Federation of May 9, 2017 No. 203 "On the Strategy for the Development of the Information Society in the Russian Federation for 2017-2030" // *SZ RF*. 2017. №. 20, art. 2901.
11. Shchepilova G.G., Bur'yanova M.V. Interaction of the media and government structures in the Russian regions // *Electronic scientific journal "Mediascope"*. 2014. №. 4. URL: <http://www.mediascope.ru/1663> (date of access: 15.02.2022).
12. Shulga R.Yu. Russian censorship in Putin's new Russia: historical roots and modernity // *Humanities and modernization of the legal system of the state: Russian and foreign experience*. Novosibirsk: Omega Print, 2017. Pp. 105–111.
13. Ektumaev A.B. Constitutional and legal development of censorship: history and modernity // *Eurasian Union of Scientists*. 2020. №. 4(73). Pp. 75–79.
14. Federal Law of March 13, 2006 №. 38-FZ "On Advertising" (as amended on August 8, 2024) // *Collected Legislation of the Russian Federation*. 2006. №. 12, Art. 1232; 2024. №. 33, Part 1, Art. 4917.
15. Magdanov A.L. Abuse of freedom of mass media during an election campaign // *Public Law Studies*. 2012. №. 2. P. 1–37.
16. Order of the Prosecutor General's Office of Russia dated May 31, 2011 №. 153 "On the Organization of Work to Ensure Access to Information on the Activities of the Bodies and Organizations of the Prosecutor's Office of the Russian Federation" (together with the Instructions on the Procedure for Ensuring Access to Information on the Activities of the Bodies and Organizations of the Prosecutor's Office of the Russian Federation) (as amended on April 22, 2022) // *Legality*. 2011. №. 10; 2022. №. 6; Order of the Investigative Committee of the Russian Federation dated August 11, 2011 №. 127 "On the Organization of Interaction of the Investigative Committee of the Russian Federation with the Mass Media and the Public" // *SPS "ConsultantPlus"* (date of access: 15.06.2025).
17. Kiselev A.K. On the police influence on public consciousness in the countries of the European Community // *Administrative law and process*. 2012. №. 6. P. 52–54.