

МОНОПОЛИЗАЦИЯ ГЛОБАЛЬНЫХ МЕДИА И РАСТУЩАЯ НЕОБЪЕКТИВНОСТЬ В ЭПОХУ ПОЛИТИЧЕСКОЙ АНГАЖИРОВАННОСТИ

А. А. Любимов

Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва

Поступила в редакцию 11 июля 2025 г.

Аннотация: в статье рассматривается проблема политической ангажированности глобальных медиа и ее влияние на одностороннее освещение крупных мировых событий. Анализируется, как принадлежность крупнейших СМИ медиамагнатам влияет на формирование информационной повестки. На основе методов контент-анализа и сравнительного анализа выявляется, что в современном мире понятие так называемой независимой журналистики практически утратило свою актуальность, поскольку глобальные медиа, контролируемые ограниченным числом частных владельцев, неизбежно отражают их экономические и политические интересы. В заключение делается вывод о необходимости для всех потребителей контента критического восприятия информации, а также развития альтернативных медиаисточников в связи с невозможностью увидеть объективную картину мира в современном медианпространстве.

Ключевые слова: глобальные медиа, медиамагнат, политическая ангажированность, СМИ, освещение событий, независимая журналистика.

Abstract: the article examines the problem of political bias in global media and its impact on the one-sided coverage of major global events. It analyzes how the ownership of major media outlets by media moguls affects the formation of the information agenda. Based on content analysis and comparative analysis, the article reveals that in today's world, the concept of independent journalism has largely lost its significance, as global media, controlled by a limited number of private owners, inevitably reflect their economic and political interests. In conclusion, it is concluded that all consumers of content need to critically perceive information, as well as develop alternative media sources, due to the inability to see an objective picture of the world in the modern media space.

Keywords: global media, media mogul, political bias, media coverage, independent journalism.

Введение. Глобальные медиа сегодня играют ключевую роль в формировании общественного мнения и политической повестки на международном уровне. Однако в условиях концентрации медиасобственности в руках частных лиц возникает вопрос о степени независимости журналистики и объективности освещения событий. Несмотря на декларации о свободе слова и плюрализме мнений, современные глобальные медиа часто демонстрируют выраженную политическую ангажированность, что приводит к одностороннему освещению важных мировых процессов. В результате усиливается общественная поляризация и снижается доверие к СМИ.

Методология и методы. При подготовке статьи для выявления и анализа предвзятости в подаче информации были использованы методы контент-анализа и сравнительного анализа, что позволило фиксировать не только явные, но и скрытые механизмы отбора информации, а также оценивать степень умолчания альтернативных точек зрения. Было проанализировано 30 текстовых и видеопубликаций в 7 изданиях, входящих в холдинги глобальных ме-

диа, а также 10 текстовых и видеопубликаций официальных российских СМИ. Изучаемый временной отрезок: с января 2020 г. по июнь 2025 г. Публикации отбирались по принципу освещения изданиями определенной темы: «Новости и события в африканских странах», Brexit, «Боевые действия в Иране, Палестине, Сирии», «Конфликт на Украине».

Структура собственности и влияние на редакционную политику в глобальных медиа. Крупнейшие мировые СМИ принадлежат не государственным структурам, а частным лицам и корпорациям, среди которых Руперт Мердок (News Corporation), Майкл Блумберг (информационное агентство Bloomberg), Джеф Безос (издательский дом The Washington Post), представители семьи Херст (Hearst Corporation) и другие [1]. Данные холдинги являются транснациональными компаниями, поскольку имеют представительства в разных странах мира. В России частные медиахолдинги начали появляться в 1990-е гг., когда контроль над основными СМИ перешел к финансово-промышленным группам и олигархам [2]. Наиболее крупными частными российскими медиахолдингами сегодня являются «Национальная Медиа Группа», ProfMediaBusinessSolutions, «Коммерсант», РБК,

«СТС Медиа». Однако они не входят в число глобальных медиа.

Транснациональные медиахолдинги принадлежат частным предпринимателям с ярко выраженными политическими и экономическими интересами. В результате редакционная политика глобальных медиа определяется не только профессиональными стандартами, но и интересами собственников, что приводит к формированию политической и корпоративной ангажированности. Вследствие этого СМИ склонны к выборочному освещению событий, акцентируя внимание на тех фактах, которые выгодны их собственникам или их политическим партнерам и замалчиванию альтернативных точек зрения [3].

Политическая ангажированность глобальных медиа проявляется в нескольких формах: от выбора тем и событий до использования определенной лексики и тональности в материалах. Сравнительный анализ позволяет выявить, как одни и те же события преподносятся по-разному в зависимости от политической позиции издания [4]. Например, события, связанные с территориальными конфликтами, экономическими кризисами или социальными протестами, часто освещаются с явным идеологическим уклоном, что формирует у выбранной аудитории, на которую транслируется информация, ограниченное и искаженное восприятие действительности.

Ни о какой объективности при этом говорить не приходится, т.к., поддерживая определенные политические силы или идеологии, редакции СМИ вынуждены выбирать определенных спикеров и интерпретировать мировые события в угоду навязанной извне редакционной политике [5]. Внимание читателя или зрителя акцентируется на исключительных или резонансных событиях, при этом игнорируются рутинные, но значимые проблемы, а журналисты теряют контроль над содержанием, если их позиция расходится с политикой медиахолдинга.

Примеры освещения мировых событий. Одним из ярких примеров является освещение событий на африканском континенте в глобальных СМИ, где Африка обычно представлена как зона кризисов и конфликтов, что не соответствует ее реальному потенциалу и многообразию. Это свидетельствует о том, что медийный дискурс строится с учетом определенных политических и экономических интересов, а не объективного анализа [6].

Если говорить о конфликте на Украине, то начиная с 2014 г. российские и западные СМИ демонстрируют противоположные трактовки событий, что обусловлено не только национальными интересами, но и определенным корпоративным сговором. В публикациях западных медиа (BBC, CNN, The New York Times) акцент делается на нарушении прав человека со стороны России, в то время как российские СМИ («Россия 24», RT) подчеркивают роль прямого участия Запада в эскалации конфликта.

При освещении выхода Великобритании из Европейского союза (Brexit), газета The Sun, принадлежащая News Corporation Руперта Мердока, открыто поддерживала выход из ЕС, что определенно повлияло на общественное мнение и исход референдума. В то же время другие британские издания, контролируемые иными медиаструктурами, занимали противоположную позицию, что наглядно иллюстрирует зависимость редакционной политики от интересов владельцев.

И безусловно, двойные стандарты активно применяются и применяются при освещении военных конфликтов, таких как боевые действия в Иране, Палестине и Сирии. Западные СМИ подробно освещают нарушения прав человека в «чужих» странах, но минимизируют или не освещают негативные сведения о действиях своих военных или союзников. Еще при освещении войны во Вьетнаме американские СМИ избегали обсуждения вопроса законности военных действий США, в то время как аналогичные действия СССР в Афганистане всегда подавались как акт агрессии. Абсолютно то же самое сейчас можно сказать и об освещении глобальными медиа событий на Украине.

Заключение. В условиях глобализации и монополизации медиарынка понятие так называемой независимой журналистики утрачивает свою актуальность. Поэтому можно сделать следующие выводы.

1. Крупнейшие мировые СМИ, которые принадлежат не государственным структурам, а медиамагнатам и транснациональным корпорациям, определяют четкий характер освещения мировых событий. Это приводит к неизбежной политической и корпоративной ангажированности, проявляющейся в тематической предвзятости, умолчании альтернативных точек зрения и манипуляции общественным мнением.

2. Примеры освещения резонансных мировых событий наглядно демонстрируют невозможность существования объективной картины мира в медиапространстве, поскольку зачастую разные издания освещают диаметрально противоположные точки зрения на одни и те же события, что лишь усиливает недоверие цивилизованного общества к институту СМИ.

3. В современном медиапространстве большую популярность приобрели «условно независимые» блогеры-репортеры, которые зачастую транслируют информацию прямо с мест событий. Нередко они освещают отличную от пропагандируемой глобальными медиа точку зрения и перетягивают на себя внимание серьезного количества потребителей контента. Данный процесс в быстро меняющемся мире лишь набирает обороты, хотя рядовому потребителю информации не всегда представляется возможным быстро узнать, насколько блогер объективен и чьи интересы в медиапространстве он представляет.

Перспективой представленного исследования может стать расширение количества тем, изучаемых примеров необъективности и политической ангажированности. Кроме того, в ретроспективе изучения какой-то выбранной темы в определенных медиа возможно проследить перспективу и вектор развития внешней политики того государства, интересы которого представляет выбранное для анализа СМИ.

ЛИТЕРАТУРА

1. Скоробогатых Н. С. Медиумагнат Р. Мердок: штрихи к портрету. Часть 1. Строительство империи / Н. С. Скоробогатых // Юго-Восточная Азия: актуальные проблемы развития. — 2018. — Т. 1. — № 1 (38). — С. 189—205.
2. Вартанова Е. Л. СМИ в меняющейся России /

Е. Л. Вартанова. — М., 2010.

3. Маркина Ю. В. Мировые транснациональные медиакорпорации как сегмент глобализации информационной деятельности / Ю. В. Маркина // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. — 2018. — Т. 37. — № 3. — С. 480—488.
4. Корконосенко С. Г. Теория журналистики: моделирование и применение / С. Г. Корконосенко. — М., 2020.
5. Поклонская А. В. Роль автора-эксперта в освещении искусства в СМИ / А. В. Полонская // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. — 2024. — Т. 49. — № 4. — С. 24—48.
6. Маркина Ю. В. Зарубежные СМИ сегодня: крупнейшие корпорации и монополистические объединения / Ю. В. Маркина, В. В. Хорольский. — М., 2024.

Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва

Любимов А. А., заместитель директора Координационного центра по противодействию идеологии терроризма и профилактике экстремизма

E-mail: axe-l@list.ru

Ogarev Mordovia State University

Lyubimov A. A., Deputy Director of the Coordination Center for Countering the Ideology of Terrorism and Preventing Extremism
E-mail: axe-l@list.ru