

УДК 316.653

**ВЛИЯНИЕ ГАЗЕТ И ЖУРНАЛОВ НА ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ:  
СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ**

Шилина С.А., Лапоникина Е.А., Мажаева М.О., Шилин А.М.

Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского, г. Брянск

В статье рассматриваются актуальные вопросы влияния средств массовой информации на формирование общественного мнения. Авторы обратились к такому источнику информации, как газеты и журналы, что предполагало преодоление трудностей, связанных с уменьшением обращения людей к печатным средствам освещения новостей из-за стремительного распространения сети Интернет и цифровизации практически всех сфер общественной жизни, в том числе и в области периодической печати. Авторы провели в Брянском регионе социологическое исследование, результаты которого представлены в данной статье. Было важно выявить мнение респондентов о том, актуальны ли до сих пор печатные издания, или Интернет как источник новостных материалов вытеснил все прежние средства массовой информации, мнение о том, влияют ли газеты и журналы на формирование общественного мнения, значима ли информация, получаемая из печатных медиаресурсов, для читателей – как подписчиков, так и покупателей газет и журналов. При проведении социологического исследования авторы смогли уточнить многие важные для медиасреды моменты. Были сделаны выводы о том, что, несмотря на утрату периодикой ведущих позиций в передаче новостной информации, газеты и журналы оказывают влияние на формирование общественного мнения, так как существует часть населения, которая по-прежнему доверяет именно печатной продукции как надежному источнику новостей.

*Ключевые слова:* печать, информация, газеты, журналы, социологическое исследование, Брянский регион

DOI 10.22281/2542-1697-2025-04-01-84-93

Актуально рассмотрение вопросов формирования общественного мнения под воздействием тех или иных источников информации в современную эпоху, чреватую трансформациями в различных сферах жизнедеятельности социума [1]. Важно проанализировать, остаются ли востребованными населением Российской Федерации газеты и журналы, или данные виды средств массовой информации окончательно вытеснены сетью Интернет из современной повестки. Обращение к социологическому аспекту данного вопроса (в том числе взгляд на цензуру [5]) позволяет более глубоко изучить проблему, увидеть тенденции развития данного явления. Важно также рассмотреть и исторические предпосылки того или иного социального явления [2; 3; 4], что помогает осознать его значимость, в том числе зарождение и развитие печатных информационных изданий. Известно, что первая газета на Руси появилась в эпоху Петра I при непосредственном участии самодержца и с тех пор стала важным источником информации для многих поколений людей. Существует феномен: вера в печатное слово. Именно газета стала тем источником информации, которому доверяло множество людей.

В эпоху цифровых технологий [18; 21] и информационной перегрузки традиционные средства массовой информации, такие как газеты и журналы, оказались в центре трансформационных процессов. Их роль в формировании общественного мнения постепенно изменяется под давлением новых источников информации: социальных сетей, новостных порталов и других цифровых платформ [10]. Тем не менее, газеты и журналы продолжают быть важным звеном медиапотребления для многих людей [15; 16], предлагая глубину анализа, профессиональную журналистику [9; 17; 19] и уникальную тематику [22; 23], а также особое текстовое оформление [8; 11].

Современные читатели больше предпочитают электронный формат газет и журналов, который предоставляет возможность быстрого доступа к материалам. Однако при этом стоит отметить, что зачастую редакции газет и журналов выкладывают на сайты сокращенные материалы, как представляется, с целью того, чтобы читатели всё же обращались к бумажным версиям номеров журналов и газет, где то или иное событие освещено более подробно. Печатные издания сохраняют популярность среди тех, кто ценит глубину и

осмысленность традиционной журналистики. Региональные газеты продолжают освещать местные проблемы и остаются востребованными среди аудитории, которая интересуется событиями в своем городе или области.

Авторами данной статьи, а именно Е.А. Лапониковой и М.О. Мажаевой, было проведено социологическое исследование на базе научно-исследовательской лаборатории «Социологии и социальных технологий» Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского в ноябре 2024 года (научный руководитель – профессор С.А. Шилина). Данное исследование направлено на изучение влияния газет и журналов на общественное мнение жителей Брянской области. Мы рассмотрим, как аудитория взаимодействует с традиционными СМИ, уровень доверия к публикуемым материалам, а также их роль в формировании личных и общественных взглядов. Анализируя результаты анкетирования, мы постараемся выявить ключевые тенденции и ответить на вопрос, остаются ли газеты и журналы значимым элементом информационного пространства в современном обществе и влияют ли они на общественное мнение.

Актуальность исследования связана с тем, что век цифровых технологий и широкого распространения социальных сетей ставит под вопрос роль традиционных СМИ, таких как газеты и журналы, в формировании общественного мнения. Исследование данной темы важно для понимания степени влияния этих изданий на формирование взглядов и убеждений в современном мире. В условиях информационной перегрузки и роста альтернативных источников информации особенно интересно понять, как воспринимаются газеты и журналы сегодня, и какое место они занимают среди других медиа.

Целью исследования послужило изучение степени и характера влияния газет и журналов на общественное мнение жителей Брянской области.

Были поставлены следующие задачи исследования:

- определить частоту чтения газет/журналов и предпочтения в их типах и форматах;
- определить основные темы, освещаемые печатными изданиями, которые оказывают наибольшее влияние на общественное мнение;
- выявить уровень доверия и восприятия достоверности информации, публикуемой в газетах/журналах;
- проанализировать, как информация из газет/журналов влияет на личное мнение респондентов.

Нами был определен объект исследования – газеты и журналы как инструмент формирования общественного мнения жителей Брянской области и предмет – влияние информации из газет и журналов на личное и общественное мнение жителей Брянской области.

Нами были выдвинуты следующие гипотезы исследования: 1) газеты и журналы остаются значимым источником информации для жителей Брянской области; 2) уровень доверия к печатным изданиям у респондентов выше, чем к другим источникам; 3) газеты и журналы чаще меняют личное мнение респондентов по какому-либо вопросу, нежели другие источники; 4) печатные издания оказывают положительное влияние на общественное мнение.

Метод исследования: опрос в форме анкетирования.

Выборочная совокупность: 100 жителей Брянской области.

Генеральная совокупность: население Брянской области.

Женщины составили 59% (59 респондентов), а мужчины 41% (41 респондент).

Исследование показывает преобладание молодежной аудитории среди респондентов, поскольку наибольшую долю составляют люди в возрасте 18-25 лет (39%). Это может свидетельствовать о доминировании этой возрастной группы среди пользователей газет и журналов в вашем регионе. Далее, в возрастных группах 26-35 лет (20%) и 36-45 лет (18%) наблюдается также значительное присутствие, что подтверждает интерес старших возрастных категорий к традиционным СМИ. Возрастные группы 46-60 лет (15%) и 61-75 лет (6%) составляют меньшую часть, а группа старше 75 лет (1%) практически не

представлена, что может отражать снижение интереса к печатным изданиям среди старшего поколения или их предпочтение других источников информации, таких как телевидение или Интернет.

Большинство опрошенных имеют либо высшее (32%) либо среднее профессиональное (35%) образование. Высшее (не оконченное) имеют 27 % респондентов, среднее профессиональное (не оконченное) у 2 %, среднее общее – 3 % и основное общее – 1%.

Наибольшую долю респондентов составляют студенты (27%) и работники государственного сектора (35%). Работники частного сектора составили 18 %, самозанятые/предприниматели – 6 %, пенсионеры – 9%, временно не работающие – 3 %.

Основная масса респондентов читает печатные издания редко (69%). Это отражает общую тенденцию уменьшения популярности традиционных СМИ, что подтверждается также развитием цифровых форматов и альтернативных источников информации. В то время как 8% респондентов читают газеты и журналы ежедневно, что свидетельствует о постоянном интересе у небольшой, но значимой группы. Несколько раз в неделю читают 12 %, один раз в неделю читают 11 % респондентов. Это подтверждает, что регулярность обращения к печатным изданиям в целом невысока.

Анализ предпочтений респондентов по типам газет и журналов показывает, что наиболее популярными являются развлекательные издания (51%), что указывает на высокую потребность в легком и доступном контенте среди аудитории. Значительную часть составляют также региональные/местные издания (38%), что подчеркивает важность локальной информации для жителей. Политические и общественные издания привлекают 28% респондентов, что говорит о заинтересованности в актуальных социальных и политических вопросах. Научно-популярные издания предпочитают 27% опрошенных, что указывает на умеренный интерес к образовательному контенту, в то время как экономические и деловые журналы пользуются наименьшим спросом – 17% (рис. 1).

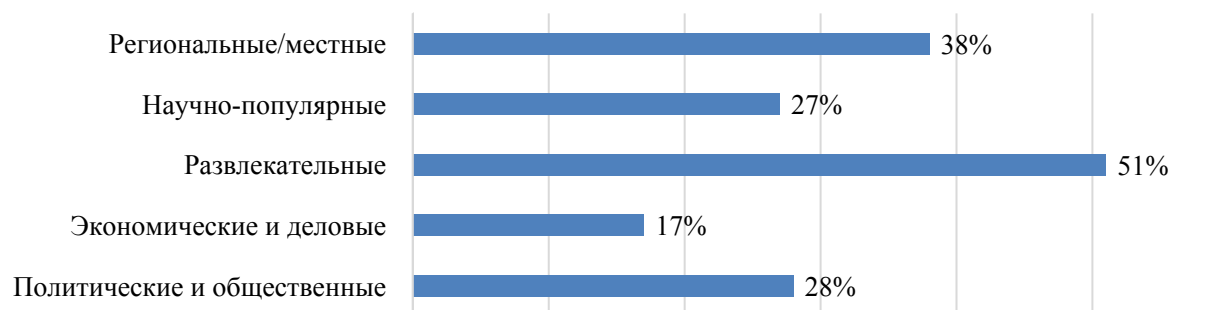


Рисунок 1 – Распределение ответов респондентов на вопрос о предпочтении обращения к типам газет и журналов

Анализ предпочтений респондентов по формату газет и журналов показывает явную доминацию электронных изданий (49%), что указывает на рост популярности цифровых форматов, удобных для использования на различных устройствах. Также 33% респондентов предпочитают оба формата, что может свидетельствовать о стремлении использовать печатные издания в сочетании с цифровыми для более широкого доступа к информации. Только 18% выбирают исключительно печатные издания, что подтверждает тенденцию к снижению интереса к традиционным форматам и росту интереса к более удобным и доступным цифровым версиям СМИ.

Анализ вопроса анкеты о доверии к информации в газетах и журналах показывает, что 54% респондентов доверяют публикуемой информации (12% полностью доверяют, 42% скорее доверяют). Однако 22% респондентов выражают сомнения (14% скорее не доверяют, 8% полностью не доверяют), что свидетельствует о наличии критического отношения к достоверности печатных изданий. Также 20% затруднились с ответом, что может указывать

на неопределенность или неуверенность в оценке надежности информации из газет и журналов (рис. 2).

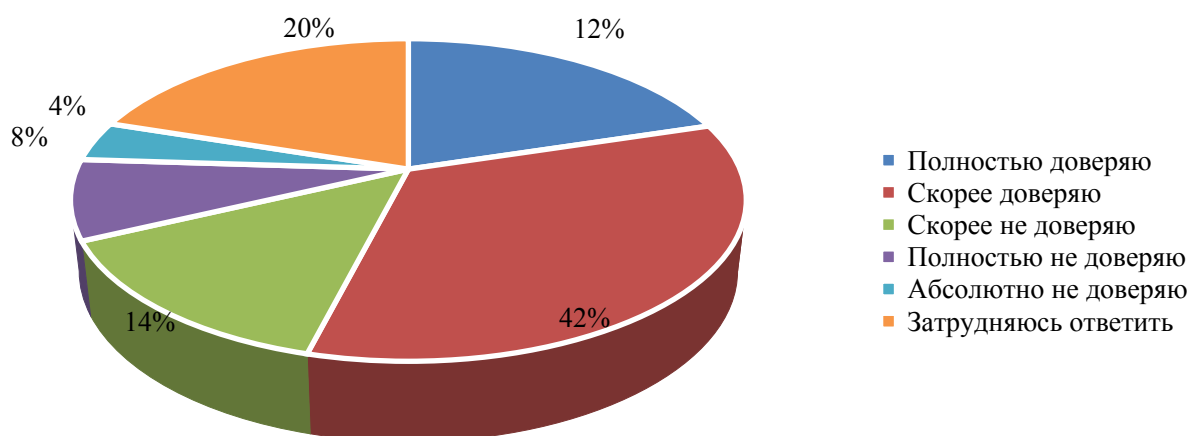


Рисунок 2 – Распределение ответов респондентов на вопрос о доверии к газетам и журналам

Анализ вопроса анкеты о достоверности информации в газетах и журналах по сравнению с другими источниками показывает, что большинство респондентов (66%) оценивают достоверность информации в печатных изданиях на том же уровне, что и в других источниках. Лишь 6% считают, что информация в газетах и журналах гораздо более достоверна, а 10% — немного более достоверной. Это указывает на то, что печатные СМИ воспринимаются как источники информации, схожие по достоверности с другими каналами. Минимальное количество респондентов (менее 3%) выбрало варианты, что информация в газетах и журналах менее достоверна, что свидетельствует о высокой степени доверия к традиционным СМИ по сравнению с альтернативными источниками. 11% затруднились ответить, что может указывать на неопределенность или неполное знание о сравнительной достоверности источников. В целом, респонденты склонны рассматривать традиционные СМИ как равные по достоверности с другими каналами, но не выделяют их как особенно надежные (рис. 3).

Достоверность информации в газетах/журналах по сравнению с другими источниками



Рисунок 3 – Распределение ответов респондентов на вопрос о достоверности информации газет и журналов

Анализ вопроса анкеты о влиянии газет и журналов на мнение респондентов показывает, что большинство опрошенных (66%) считают, что печатные издания либо не влияют на их мнение (33%), либо влияют лишь немного (33% — «скорее нет, чем да»). Лишь

12% респондентов уверены, что газеты и журналы влияют на их мнение, и 22% считают, что они влияют, но в меньшей степени («скорее да, чем нет») (рисунок 4).

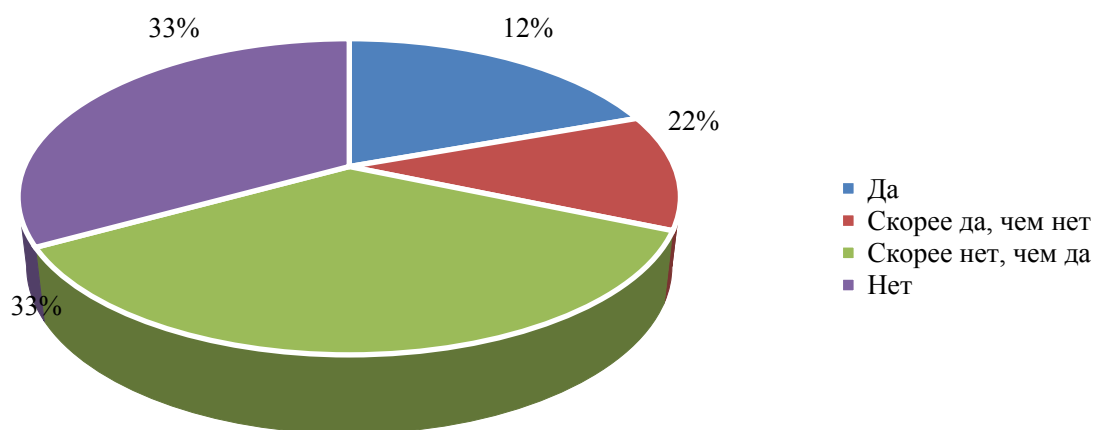


Рисунок 4 – Распределение ответов респондентов на вопрос о влиянии газет и журналов

Анализ вопроса анкеты о том, сталкивались ли респонденты с информацией в газетах и журналах, которая изменила их мнение, показывает, что 36% участников заявили, что это не происходило. Еще 29% респондентов ответили, что скорее не сталкивались с такой информацией. Лишь 13% утверждают, что информация в газетах и журналах изменила их мнение, и 22% опрошенных выбрали вариант «скорее да, чем нет» (рис. 5).

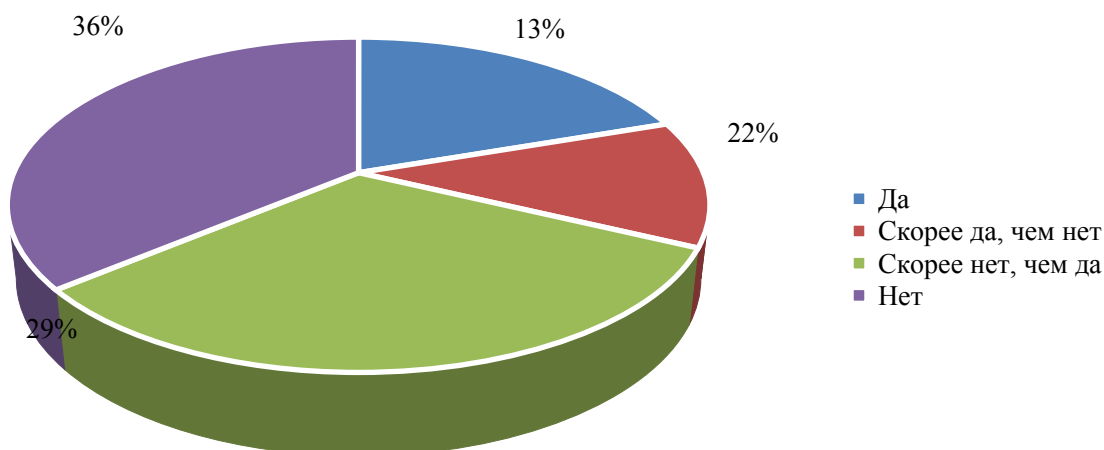


Рисунок 5 – Распределение ответов респондентов на вопрос об информации из газет и журналов, повлиявшей на респондентов

Что касается влияния газет и журналов на общественное мнение, 38% респондентов считают, что газеты и журналы оказывают позитивное влияние, 7% — негативное, 19% уверены, что влияние отсутствует, а 36% опрошенных затруднились ответить.

Результаты исследования показали, что газеты и журналы остаются значимым, но не доминирующим источником информации для жителей Брянской области. Респонденты в основном предпочитают электронные версии изданий, что подчеркивает влияние цифровизации. Наибольшей популярностью пользуются развлекательные и региональные / местные издания. Уровень доверия к газетам и журналам остается умеренным, при этом респонденты оценивают их достоверность как аналогичную другим источникам информации. Влияние на общественное мнение респонденты склонны считать позитивным, однако значительного изменения личного мнения в результате прочтения информации большинство не отмечает.

Наша гипотеза № 1 «газеты и журналы остаются значимым источником информации



для жителей Брянской области» частично подтвердилась. Несмотря на то, что большинство респондентов читает газеты и журналы редко (69%), региональные и местные издания остаются значимым источником информации для определенной части населения. Это подтверждается тем, что 38% респондентов предпочитают читать именно местные или региональные издания. Тем не менее, влияние газет и журналов несколько уменьшилось на фоне роста цифровых медиа.

Наша гипотеза № 2 «уровень доверия к печатным изданиям у респондентов выше, чем к другим источникам» не подтвердилась. Уровень доверия к газетам и журналам среди респондентов не оказался выше, чем к другим источникам информации. 66% респондентов оценили достоверность информации в газетах и журналах на том же уровне, что и в других источниках, а 14% вообще скорее не доверяют или не доверяют этим изданиям. Это свидетельствует о равенстве восприятия традиционных СМИ и других источников.

Наша гипотеза № 3 «газеты и журналы чаще меняют личное мнение респондентов по какому-либо вопросу, нежели другие источники» не подтвердилась. Большинство респондентов (66%) не сталкивались с информацией в газетах и журналах, которая изменила бы их мнение. Лишь 35% заявили, что газеты и журналы способны повлиять на их мнение, что указывает на ограниченное влияние этих изданий на личные убеждения по сравнению с другими источниками информации.

Наша гипотеза № 4 «печатные издания оказывают положительное влияние на общественное мнение» частично подтвердилась. 38% респондентов считают, что газеты и журналы оказывают позитивное влияние на общественное мнение, однако 19% считают, что они не оказывают никакого влияния, а 7% считают их влияние негативным. Это свидетельствует о том, что влияние печатных изданий на общественное мнение положительно воспринимается большинством, но далеко не всеми респондентами.

На основании результатов проведенного исследования можно предложить следующие рекомендации:

-для издателей и редакторов: усилить акцент на электронные форматы изданий и адаптировать их под интересы молодежной аудитории; повысить уровень достоверности и аналитичности материалов, чтобы укрепить доверие читателей;

-для образовательных учреждений [6] и библиотек: организовать мероприятия, направленные на популяризацию печатных и электронных СМИ среди молодежи; внедрять в образовательные программы уроки медиаграмотности, чтобы учить аудиторию различать качественную информацию и оценивать достоверность источников, включая газеты и журналы [12; 13];

-для государственных структур [7]: оказывать поддержку местным и региональным изданиям, так как они являются важным источником информации для аудитории и способствуют освещению актуальных вопросов на локальном уровне; разрабатывать программы по продвижению качественной журналистики, чтобы повысить доверие населения к СМИ.

Не вызывает сомнения тот факт, что СМИ являются средством отражения культуры определенной эпохи [14; 20; 24] и в то же время сами формируют те или иные аспекты культурной составляющей социума, являются продуктом эпохи и в то же время влияют на те или иные социальные процессы, освещая болевые точки общества и тем самым помогая разрешать проблемы. Печать доныне является средством обратной связи, выполняет функцию взаимодействия власти и общества, производя значимую для социума информацию и в то же время отражая общественное мнение, которое предназначено для влияния на принятие управленческих решений по реперным точкам жизнедеятельности людей. К тому же, как выяснилось из нашего социологического исследования, многие считают, что газеты и журналы способны влиять на формирование общественного мнения, и это воздействие помогает властным структурам создавать лояльность по отношению к принимаемым ими решениям.

Таким образом, результаты социологического исследования продемонстрировали

влияние средств массовой информации, таких как газеты и журналы, на формирование общественного мнения, показывая тем самым, что печатные средства массовой информации играют немаловажную роль в социуме, стремятся снизить уровень напряженности между социальными группами, наладить конструктивный диалог по реперным точкам общественных проблем.

#### Список использованных источников

1. Анисимова, С. Г. Введение в теорию аномии: категориально-позитивный анализ : монография / С. Г. Анисимова, А. К. Мамедов ; С. Г. Анисимова, А. К. Мамедов ; Евразийский фонд социальных исслед.. – Москва : АТИСО, 2010. – 226 с. – ISBN 978-5-93441-244-0.
2. Бабосов, Е. М. Теоретическое наследие классиков социальной мысли: Карл Густав Юнг / Е. М. Бабосов, А. К. Мамедов. – Москва : ООО «МАКС Пресс», 2019. – 160 с. – ISBN 978-5-317-06034-3.
3. Бабосова, Е. С. Развитие неопарсонсианства на рубеже XX-XXI в / Е. С. Бабосова, А. К. Мамедов, Н. А. Панич // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. – 2015. – № 3. – С. 5-23.
4. Волнистая, М. Г. Научные коммуникации в системе воспроизводства знаний / М. Г. Волнистая, А. К. Мамедов // Вышэйшая школа: навукова-метадычны і публіцыстычны часопіс. – 2018. – № 3(125). – С. 43-48.
5. Воронов, К. А. Взгляд социолога на цензуру средств массовой информации: за и против / К. А. Воронов, Е. В. Рожкова, С. А. Шилина // Научный журнал Дискурс. – 2017. – № 12(14). – С. 158-165.
6. Гезалов, А. А. Статус и миссия университета в постмодерне / А. А. Гезалов, Э. Д. Коркия, А. К. Мамедов // Век глобализации. – 2018. – № 4(28). – С. 152-159.
7. Гостенина, В. И. Коммуникативные основания управления мегаполисом (на материале управленческого дискурса) / В. И. Гостенина, А. К. Мамедов, С. А. Шилина. – Москва : ООО «МАКС Пресс», 2016. – 192 с. – ISBN 978-5-317-05326-0.
8. Епремян, Т. В. Дискурсивные управленческие технологии текстовой деятельности / Т. В. Епремян, Е. Н. Якубенко, С. А. Шилина // Russian Economic Bulletin. – 2023. – Т. 6, № 2. – С. 52-57.
9. Киричек, П. Н. Дискурс масс-медиа в периметре социального управления / П. Н. Киричек // Современный дискурс-анализ. – 2018. – № 3-2(20). – С. 218-225.
10. Киричек, П. Н. Дуальность массмедийной коммуникации / П. Н. Киричек // Научный вестник Кубанского государственного университета. Медиакоммуникация. – 2015. – № 1(1). – С. 5-11.
11. Киричек, П. Н. Лексические аномалии публичной сферы / П. Н. Киричек // Поливановские чтения. – 2016. – № 11. – С. 93-97.
12. Мамедов, А. К. Конвергенция науки в образовательный процесс: решение и технологические линии / А. К. Мамедов // Труд и социальные отношения. – 2009. – Т. 20, № 3. – С. 4-12.
13. Мамедов, А. К. Реальность будущего или кризис социальных теорий? / А. К. Мамедов // Социология образования. – 2011. – № 2. – С. 17-25.
14. Социология культуры : сборник рабочих программ дисциплин по направлению подготовки 39.06.01 Социологические науки: направленность (профиль) - Социология культуры (уровень аспирантуры) / А. К. Мамедов, И. Н. Чудновская, Э. Д. Коркия [и др.] ; под общ. ред. А. К. Мамедова, О. А. Обрываиной. – Москва : ООО «МАКС Пресс», 2018. – 146 с. – ISBN 978-5-317-05808-1.
15. Шилин, А. М. Дискурс телевизионного текста: основные категории / А. М. Шилин, С. А. Шилина // Коммуникация в современном мире. – Воронеж: Воронежский государственный университет, 2022. – С. 34-36.
16. Шилин, А. М. Отражение социальных процессов в дискурсе СМИ / А. М. Шилин, С. А. Шилина // Дискурсология и медиакритика средств массовой информации. –

Белгород: Общество с ограниченной ответственностью Издательско-полиграфический центр «ПОЛИТЕРРА», 2021. – С. 471-478.

17. Шилин, А. М. Языковая личность журналиста как социально ориентированного индивида / А. М. Шилин, С. А. Шилина // Моисеевские чтения. Климатические и иные резкие изменения в современной окружающей среде как реальная угроза развитию общества. – Москва: Московский гуманитарный университет, 2024. – С. 475-481.

18. Шилина, С. А. Коммуникативная личность в эпоху цифровизации / С. А. Шилина // Искусственный интеллект и общественное развитие: новые возможности и преграды : Сборник материалов, Москва, 21 февраля 2022 года. – Москва: ООО «МАКС Пресс», 2022. – С. 338-341.

19. Шилина, С. А. Стилистические особенности публицистического текста как отражение социокультурных процессов в дискурсе СМИ / С. А. Шилина // Журналистика-2017: стан, проблемы і перспективы : матеріялы 19-й Міжнародной наукова-практичної конференції, Мінск, 16–17 ноября 2017 года. Том Выпуск 19. – Мінск, 2017. – С. 299-302.

20. Conspicuous consumption as an attribute of socio-cultural decadence in Russia / A. V. Vasilyev, V. K. Kovalchuk, E. D. Korkiya, A. K. Mamedov // Man in India. – 2017. – Vol. 97, No. 10. – P. 399-414.

21. Korkiya, E. D. Features of self-design in the virtual world / E. D. Korkiya, A. K. Mamedov // Социодинамика. – 2022. – No. 3. – P. 1-21. – DOI 10.25136/2409-7144.2022.3.37580.

22. The burnout among emergency physicians: Evidence from Russia (sociological study) / A. V. Liadova, E. D. Korkiya, A. K. Mamedov, N. A. Panich // Man in India. – 2017. – Vol. 97, No. 15. – P. 495-507.

23. The Identity of Migrants in a Modern Megacity: Applied Aspects / I. Vershinina, E. Korkiya, A. Mamedov, N. Panich // Research Journal of Applied Sciences, Engineering and Technology. – 2015. – Vol. 11, No. 9. – P. 1036-1040. – DOI 10.19026/rjaset.11.2146.

24. Volnistaya, M. G. Truth as a sociocultural phenomenon: modern interpretation / M. G. Volnistaya, E. D. Korkiya, A. K. Mamedov // Журнал Белорусского государственного университета. Социология. – 2020. – No. 4. – P. 14-22. – DOI 10.33581/2521-6821-2020-4-14-22.

### Сведения об авторах

Шилина Светлана Александровна – доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры социологии и социальной работы Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского. Адрес: 241036, Брянск, ул. Бежицкая, д. 14. E-mail: [supershili2012@yandex.ru](mailto:supershili2012@yandex.ru). Рабочий телефон: +74832 580520 (1231)

Лапоникова Елизавета Алексеевна – студент направления подготовки «Социология» факультета педагогики и психологии Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского. Адрес: 241036, Брянск, ул. Бежицкая, д. 14. E-mail: [laponikovaliza956@gmail.com](mailto:laponikovaliza956@gmail.com).

Мажаева Мария Олеговна – студент направления подготовки «Социология» факультета педагогики и психологии Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского. Адрес: 241036, Брянск, ул. Бежицкая, д. 14. E-mail: [mazhaeva2004@gmail.com](mailto:mazhaeva2004@gmail.com).

Шилин Андрей Михайлович - магистрант направления подготовки «Менеджмент в образовании» факультета педагогики и психологии Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского. Адрес: 241036, Брянск, ул. Бежицкая, д. 14. E-mail: [supershilin2012@yandex.ru](mailto:supershilin2012@yandex.ru).

UDC 316.653

## THE INFLUENCE OF NEWSPAPERS AND MAGAZINES ON PUBLIC OPINION: A SOCIOLOGICAL STUDY





Shilina S. A., Laponikova E.A., Mazhaeva M.O., Shilin A.M.

Bryansk State Academician I.G. Petrovski University, Bryansk

The article discusses current issues of the influence of mass media on the formation of public opinion. The authors turned to such a source of information as newspapers and magazines, which suggested overcoming the difficulties associated with a decrease in people's access to printed news media due to the rapid spread of the Internet and the digitalization of almost all spheres of public life, including in the field of periodicals. The authors conducted a sociological study in the Bryansk region, the results of which are presented in this article. It was important to identify the respondents' opinion on whether print publications are still relevant, or whether the Internet as a source of news materials has replaced all previous mass media, the opinion on whether newspapers and magazines influence the formation of public opinion, and whether information obtained from print media resources is significant for readers, both subscribers and non-subscribers. buyers of newspapers and magazines. During the sociological research, the authors were able to clarify many important points for the media environment. It was concluded that, despite the loss of leading positions in the transmission of news information by periodicals, newspapers and magazines have an impact on the formation of public opinion, since there is a part of the population that still trusts printed products as a reliable source of news.

*Keywords: print, information, newspapers, magazines, sociological research, Bryansk region.*

### References

1. Anisimova, S. G. Introduction to the theory of anomie: a categorical-positive analysis : a monograph / S. G. Anisimova, A. K. Mammadov ; S. G. Anisimova, A. K. Mamedov ; Eurasian Foundation for Social Research.. Moscow : ATISO, 2010. 226 p. ISBN 978-5-93441-244-0.
2. Babosov, E. M. The theoretical legacy of the classics of social thought: Carl Gustav Jung / E. M. Babosov, A. K. Mamedov. Moscow : MAKS Press LLC, 2019. 160 p. ISBN 978-5-317-06034-3.
3. Babosova, E. S. The development of neo-Parsonianism at the turn of the XX-XXI century / E. S. Babosova, A. K. Mamedov, N. A. Panich // Bulletin of the Moscow University. Series 18. Sociology and Political Science. - 2015. – No. 3. – pp. 5-23.
4. Volnistaya, M. G. Scientific communications in the system of knowledge reproduction / M. G. Volnistaya, A. K. Mamedov // Higher school: navukova-metadychny i publitsystychny chasopis. – 2018. – № 3(125). – Pp. 43-48.
5. Voronov, K. A. A sociologist's view on media censorship: pros and cons / K. A. Voronov, E. V. Rozhkova, S. A. Shilina // Scientific journal Discourse. – 2017. – № 12(14). – Pp. 158-165.
6. Gezalov, A. A. O. Status and mission of the university in postmodernity / A. A. O. Gezalov, E. D. Korkia, A. K. Mamedov // The Century of Globalization. – 2018. – № 4(28). – Pp. 152-159.
7. Gostenina, V. I. Communicative foundations of megalopolis management (based on the material of managerial discourse) / V. I. Gostenina, A. K. Mamedov, S. A. Shilina. Moscow : MAX Press LLC, 2016. 192 p. ISBN 978-5-317-05326-0.
8. Yepremyan, T. V. Discursive management technologies of textual activity / T. V. Yepremyan, E. N. Yakubenko, S. A. Shilina // Russian Economic Bulletin. – 2023. – Vol. 6, No. 2. – pp. 52-57.
9. Kirichek, P. N. The discourse of mass media in the perimeter of social management / P. N. Kirichek // Modern discourse analysis. – 2018. – № 3-2(20). – Pp. 218-225.
10. Kirichek, P. N. The duality of mass media communication / P. N. Kirichek // Scientific Bulletin of Kuban State University. Media communication. – 2015. – № 1(1). – Pp. 5-11.
11. Kirichek, P. N. Lexical anomalies of the public sphere / P. N. Kirichek // Polivanov readings. - 2016. – No. 11. – pp. 93-97.
12. Mamedov, A. K. Convergence of science in the educational process: solutions and technological lines / A. K. Mamedov // Labor and social relations. - 2009. – Vol. 20, No. 3. – pp. 4-12.
13. Mammadov, A. K. The reality of the future or the crisis of social theories? / A. K. Mammadov // Sociology of education. – 2011. – No. 2. – pp. 17-25.
14. Sociology of culture: collection of work programs of disciplines in the field of training 06/39.01 Sociological sciences: orientation (profile) - Sociology of culture (postgraduate level) / A.

- K. Mamedov, I. N. Chudnovskaya, E. D. Korkia [et al.] ; under the general editorship of A. K. Mamedov, O. A. Obryvalina. Moscow : MAKS Press LLC, 2018. 146 p. ISBN 978-5-317-05808-1.
15. Shilin, A.M. The discourse of the television text: the main categories / A.M. Shilin, S. A. Shilina // Communication in the modern world. Voronezh: Voronezh State University, 2022. pp. 34-36.
  16. Shilin, A.M. Reflection of social processes in media discourse / A.M. Shilin, S. A. Shilina // Discursology and media criticism of mass media. Belgorod: Limited Liability Company Publishing and Printing Center «POLYTERRA», 2021. pp. 471-478.
  17. Shilin, A.M. Linguistic personality of a journalist as a socially oriented individual / A.M. Shilin, S. A. Shilina // Moiseevskie readings. Climatic and other drastic changes in the modern environment as a real threat to the development of society. Moscow: Moscow University for the Humanities, 2024. pp. 475-481.
  18. Shilina, S. A. Communicative personality in the age of digitalization / S. A. Shilina // Artificial intelligence and social development: new opportunities and barriers : Collection of Materials, Moscow, February 21, 2022. – Moscow: MAX Press LLC, 2022, pp. 338-341.
  19. Shilina, S. A. Stylistic features of journalistic text as a reflection of socio-cultural processes in media discourse / S. A. Shilina // Journalism-2017: Status, problems and prospects : proceedings of the 19th International Scientific and Practical Conference, Minsk, November 16-17, 2017. Volume Issue 19. Minsk, 2017. pp. 299-302.
  20. Conspicuous consumption as an attribute of socio-cultural decadence in Russia / A. V. Vasilyev, V. K. Kovalchuk, E. D. Korkiya, A. K. Mamedov // Man in India. – 2017. – Vol. 97, No. 10. – P. 399-414.
  21. Korkiya, E. D. Features of self-design in the virtual world / E. D. Korkiya, A. K. Mamedov // Социодинамика. – 2022. – No. 3. – P. 1-21. – DOI 10.25136/2409-7144.2022.3.37580.
  22. The burnout among emergency physicians: Evidence from Russia (sociological study) / A. V. Liadova, E. D. Korkiya, A. K. Mamedov, N. A. Panich // Man in India. – 2017. – Vol. 97, No. 15. – P. 495-507.
  23. The Identity of Migrants in a Modern Megacity: Applied Aspects / I. Vershinina, E. Korkiya, A. Mamedov, N. Panich // Research Journal of Applied Sciences, Engineering and Technology. – 2015. – Vol. 11, No. 9. – P. 1036-1040. – DOI 10.19026/rjaset.11.2146.
  24. Volnistaya, M. G. Truth as a sociocultural phenomenon: modern interpretation / M. G. Volnistaya, E. D. Korkiya, A. K. Mamedov // Journal of the Belarusian State University. Sociology. – 2020. – No. 4. – P. 14-22. – DOI 10.33581/2521-6821-2020-4-14-22.

#### **Author`s information**

Shilina Svetlana Alexandrovna – Doctor of Sociology, Associate Professor, Professor of the Department of Sociology and Social Work of the Bryansk State University named after Academician I.G. Petrovsky. Address: 241036, Russia, Bryansk, Bezhitskaya str., 14. E-mail: supershili2012@yandex.ru. Work phone: + 84832 580520 (1231)

Laponikova Elizaveta Alekseevna - student of the Sociology department of the Faculty of Pedagogy and Psychology of the Bryansk State University named after Academician I.G. Petrovsky. Address: 241036, Russia, Bryansk, Bezhitskaya str., 14. E-mail: laponikovaliza956@gmail.com.

Mazhaeva Maria Olegovna - student of the Sociology department of the Faculty of Pedagogy and Psychology of the Bryansk State University named after Academician I.G. Petrovsky. Address: 241036, Russia, Bryansk, Bezhitskaya str., 14. E-mail: mazhaeva2004@gmail.com.

Shilin Andrey Mikhailovich - Master's student in the field of Management in Education, Faculty of Pedagogy and Psychology, Bryansk State University named after Academician I.G. Petrovsky. Address: 241036, Russia, Bryansk, Bezhitskaya str., 14. E-mail: supershilin2012@yandex.ru.