

## Особенности реализации социальных функций СМИ на примере интернет-издания Znak.com

Научный руководитель – Сивякова Екатерина Викторовна

*Габдрахманова Екатерина Раушановна*

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия  
*E-mail: madam.katrik@yandex.ru*

Выполнение комплекса социальных функций позволяет современным медиа в полной мере реализовывать запросы аудитории и артикулировать интересы своих читателей в публичном пространстве. Преимущество интернет-изданий состоит в том, что они способны более оперативно, чем традиционные медиа, реагировать на события, распространять сведения для широкой аудитории, а также поддерживать с ней непрерывную связь.

Во-первых, интернет-СМИ выполняют коммуникативную функцию, являются средством связи для массового субъекта. И если по этой схеме работают и традиционные медиа, то для интернет-СМИ также характерна трансграничная коммуникация [1].

Во-вторых, интернет-медиа реализовывают информационную функцию. Им свойственна оперативность, универсальность (разносторонность), жанрово-видовое разнообразие материалов, а также способность освещать жизнь социума.

В-третьих, онлайн-СМИ осуществляют ценностно-регулирующую функцию, то есть выработывают и поддерживают «общую ценностно-нормативную платформу» [1].

Принципиально значима и социально-организационная функция, которая возникает в процессе участия СМИ в функционировании реальных общностей и институтов.

Кроме того, интернет-медиа выполняют социально-креативную функцию («создание среды для формирования социальных общностей, существующих только благодаря коммуникациям» [1]), а также функцию форума и канала социального участия, поскольку предоставляют аудитории площадку для обсуждений и дискуссий.

Наконец, они реализовывают развлекательную функцию.

Для того, чтобы проанализировать, в какой степени интернет-СМИ выполняют вышеперечисленные функции, мы обратились к portalу авторитетного уральского медиа «Znak.com». Этот медиаресурс базируется в Екатеринбурге и освещает региональные и федеральные события. Корреспонденты СМИ работают в разных регионах России, включая Москву, поэтому можно говорить о том, что издание претендует на федеральный масштаб. В основном сайт посещают граждане РФ, проживающие в Москве (947 тыс.), Санкт-Петербурге (353 тыс.), Екатеринбурге (456 тыс.) и Челябинске (336 тыс.). Большинство из них - люди возрастом 55-64 года (22%). Каждый месяц на интернет-портал попадает 5,2 млн уникальных пользователей [4]. В топе-30 самых цитируемых Интернет-ресурсов за 2019 год Znak.com находится на 11 месте (3060,64 ИЦ) [3].

Интерес к «Znak.com» возник по нескольким причинам. Во-первых, это региональное медиа, призванное освещать повестку дня в конкретных областях страны. Так, оно находится ближе к своей аудитории, быстрее реагирует на местные инфоповоды. Во-вторых,

это медиа с широкой жанровой палитрой, что свидетельствует о выполнении ряда социальных функций. Какие из социальных функций реализует издание? В этом заключался основной исследовательский вопрос проведенного исследования, а его цель – в их выявлении и описании.

Для анализа была выбрана рубрика «Жить с умом». По словам авторов, задача этого раздела - помочь читателям разобраться в окружающей действительности и «получать от неё максимум возможного» [2]. В рубрике выходят материалы, посвященные разным насущным проблемам, например, какие налоги за квартиру нужно заплатить («Успеть за оставшиеся дни» от 26.11.19), или где выгоднее совершить покупки в интернете («AliExpress, одежда, техника, книги» от 25.11.19). Методом качественного контент-анализа были проанализированы 10 заметок за период с 20.11.19 по 24.02.20.

- *информационная*: материалы, выходящие в рубрике «Жить с умом», актуальны по своему содержанию, соотносятся с повесткой дня. Они освещают жизнь социума, то, с какими проблемами сталкиваются граждане России. Например, в статье «Спецрежим для фрилансера» идет речь о том, что в 2020 году жители еще 19 регионов смогут оформить ИП («Оформить самозанятость сможет только тот, кто продает исключительно свои товары или услуги» от 20.11.19).

- *ценностно-регулирующая*: ценностно-нормативная платформа сохраняется потому, что в рубрике много материалов, связанных с пониманием законов, их применением на практике. Например, какие имущественные налоги должны заплатить собственники за 2019 год - «Налог начисляется за имущество, которым собственник владел в 2018 году» («Успеть за оставшиеся дни» от 26.11.19).

- *социально-организационная*: поскольку рубрика «Жить с умом» освещает в том числе социально-экономические темы, то она участвует в функционировании института права, института здоровья, образования, семьи и т.д. (например, материал «Дорого и бесполезно» от 20.11.19 о неэффективных методах домашней физиотерапии, которыми пытаются лечить россиян - «... недостаточно доказательств, что чрескожная электростимуляция помогает при болях в пояснице, шее и при остеоартрите...»).

В то же время проведенное исследование показало, интернет-издание Znak.com недостаточно эффективно реализует задачи, связанные с организацией диалогового общения с аудиторией. Это коммуникативная функция: технологические решения сайта издания не приспособлены к двустороннему общению: после прочтения статьи нет возможности обсудить её с другими пользователями, высказать своё мнение. А также функция форума: эту задачу рубрика не выполняет.

Кроме того, *развлекательную функцию* рубрика «Жить с умом» выполняет частично. С одной стороны, она даёт читателю пищу для размышлений в простой, незамысловатой форме, объясняет явления жизни понятным языком. Но в то же время создатели рубрики практически не используют интерактивные элементы, дополняют материалы исключительно изображениями.

Таким образом, материалы рубрики «Жить с умом» реализуют большинство социальных функций, выделенных Д.И. Фомичевой. Среди них - информационная, ценностно-регулирующая, социально-организационная. В то же время полностью или частично не выполняются такие функции, как функция форума, коммуникативная и развлекательная. Во многом связано с тем, что создатели сайта используют его возможности не в полной мере.

### Источники и литература

- 1) 1. Фомичева И.Д. Социология Интернет-СМИ. М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2005.

- 2) 2. <https://www.znak.com/> (интернет-газета).
- 3) 3. <https://www.mlg.ru/ratings/media/federal/7130/#internet> (медиалогия. Раздел «Федеральные СМИ: 2019 год»).
- 4) 4. <https://www.znak.com/Media-Kit-2020.pdf> (Медиа-кит 2020 «Znak.com»).