

## Социальные функции СМИ и их реализация в условиях пандемии

Научный руководитель – Шиняева Ольга Викторовна

*Каманина Валентина Евгеньевна*

*Аспирант*

Ульяновский государственный технический университет, Гуманитарный факультет,  
Кафедра политология, социология и связи с общественностью, Ульяновск, Россия  
*E-mail: kamanina\_valentina@mail.ru*

Сверхзадача и миссия СМИ в трансформирующемся обществе - формирование эффективной системы обратной связи. В этом плане показательна реализация социальной функции СМИ в условиях нестабильности, когда потребность в качественной и достоверной информации у населения растет.

Немецкий социолог Ю. Хабермас рассматривает массмедиа как регулятор общественной жизни и онтологический институт всеобщей интеграции, выделяя основную институциональную функцию СМИ. Журналисты отслеживают события общественной жизни и в идеале должны служить площадкой для диалога власти с обществом [3].

В современных реалиях в качестве ведущей функции деятельности современных СМИ социолог Е.Я. Дугин выделяет стимулирование у аудитории спроса на смысл. В цифровом мире с огромным потоком информации, обменом знаниями, фрагментированными медиа основную деятельность составляет поиск некоторого фильтра. Общество нуждается в точной и достоверной информации, нужны вехи и ориентиры [1]. Именно журналисты, как социально-профессиональная группа со своими обязательными правилами, законами и эстетикой, должны взять на себя важную задачу не просто в борьбе с фейками, но и в обеспечении информационной защиты общества, формировании информационной экологии.

В обществе переходного типа СМИ и в целом СКМ выполняют исключительно важную роль по социальной стабилизации, интегрированию социальных групп и индивидов в достижении консенсусов по основным жизненным вопросам. Индивид получает возможность самоидентификации себя в обществе, а также получает возможность для взаимодействия с другими [2].

Социальная функция института СМИ в период пандемии приобрела новые проявления. В непрерывном потоке разнообразной информации о коронавирусной инфекции стала очевидной потребность в борьбе с так называемой инфодемией — дезинформацией. Распространение по всему миру COVID-19 стало поводом для появления бесчисленного количества фейков, которые не только пагубно влияют на психическое состояние и здоровье человека, но могут препятствовать борьбе с самой пандемией.

В условиях пандемии основным вектором деятельности института СМИ становится обеспечение социальной солидарности и общественного согласия. Журналисты, осознавая значимость функции социального управления института СМИ, стали активными участниками процесса.

Для выявления основных тенденций в изменении характера трудовой занятости и профессионального поведения журналистов в период пандемии было проведено авторское социологическое исследование «Профессиональные качества и социальная ответственность журналистов: мнения специалистов масс-медиа» (анкетный опрос представителей традиционных и новых масс-медиа; выборка репрезентативна по возрасту, полу, образованию, стажу и месту работы, n=414). Респонденты отмечали, что в период пандемии журналистам очень важно: разоблачать фейки, привлекать экспертные мнения (63%); визуальный

контент не должен способствовать панике (62%); сверять информацию с официальными источниками (57%).

Анализ данных, полученных в ходе глубинного интервью «Профессия журналиста: взгляд изнутри» (респондентами выступили 30 специалистов, работающих в печатных СМИ, новых медиа, пресс-службах, на телевидении и радио), подтверждает усиление социальной роли СМИ в кризисных ситуациях. «Неважно, на каком носителе доходит текст до читателя, важно, чтобы журналист смог объяснить и проанализировать быстротекущую и постоянно меняющуюся информацию. В кризисной ситуации журналисты должны быть заточены на «серьезный жанр», а не на фэнтези, транслировать только достоверные, проверенные новости». (Женщина, 30 лет, руководитель пресс-службы).

Социально-ориентированные практики журналистов в период пандемии отличаются широким разнообразием. С одной стороны, мы можем отметить появление различных социально-ориентированных форматов работы журналистов, с другой - инициативы СМИ в освещении волонтерской деятельности, помощи медицинским работникам, благотворительности и поддержки незащищенных категорий граждан, людей с инвалидностью, старшего поколения.

Таким образом, социально-ориентированные практики журналистов в условиях пандемии будут востребованы все больше и больше. В ситуации мирового кризиса социальную функцию и функцию стимулирования у аудитории спроса на смысл берет на себя институт СМИ. В задачи журналистов, выступающих посредниками в общественном диалоге, входит обеспечение достоверности и повышения качества информации и формирование здоровой информационной среды.

### Источники и литература

- 1) Дугин Е.Я. Методологический поворот исследований информационно-коммуникативных систем и журналистика // Журналист. Социальные коммуникации. 2015. No. 3-4 (19-20). С. 81-102.
- 2) Железнякова С.И. Противоречия процессов массовой коммуникации в современном обществе // Теории и проблемы политических исследований. 2017. Т. 6. No. 1А. С. 232-240.
- 3) Хабермас Ю. Структурное изменение публичной сферы: исследования относительно категории буржуазного общества. М., 2016.