

Litera

Правильная ссылка на статью:

Мельник Г.С., Тянь Ц., Гурушкин П.Ю., Дегтярева О.В. Функции СМИ: эволюция и интерпретация понятий // Litera. 2024. № 12. DOI: 10.25136/2409-8698.2024.12.72544 EDN: TCSCZI URL: [https://nbpublish.com/library\\_read\\_article.php?id=72544](https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=72544)

## ФУНКЦИИ СМИ: ЭВОЛЮЦИЯ И ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ПОНЯТИЙ

Мельник Галина Сергеевна

ORCID: 0000-0002-1712-6836

доктор политических наук

профессор; Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций; Санкт-Петербургский государственный университет

199034, Россия, г. Санкт-Петербург, Университетская наб., 7-9

 melnik.gs@gmail.com

Тянь Цзяхуан

магистр; Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций; Санкт-Петербургский государственный университет

199034, Россия, г. Санкт-Петербург, Университетская наб., 7-9

 st075572@student.spbu.ru

Гурушкин Павел Юрьевич

ORCID: 0000-0001-6980-0573

кандидат политических наук

доцент; Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций; Санкт-Петербургский государственный университет

199034, Россия, г. Санкт-Петербург, Университетская наб., 7-9

 gurupavel@ya.ru

Дегтярева Ольга Викторовна

кандидат политических наук

доцент; кафедра журналистики и медиакоммуникаций; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ

199178, Россия, г. Санкт-Петербург, Средний пр-т, 57/43

 melnik.gs@gmail.com

[Статья из рубрики "Журналистика"](#)

**DOI:**

10.25136/2409-8698.2024.12.72544

**EDN:**

TCSCZI

**Дата направления статьи в редакцию:**

29-11-2024

**Дата публикации:**

06-12-2024

**Аннотация:** Статья посвящена сравнительному анализу подходов различных гуманитарных и обществоведческих наук к определению и интерпретации понятий «функции журналистики», «функции СМИ», «функции медиадискурса», а также рассмотрению факторов их трансформации в разные исторические периоды. Применяется деятельностный подход, позволяющий соотнести понятия род деятельности, вид творчества, назначение, миссия, функции современных средств массовой информации. В данной работе мы предлагаем выделять подходы (философский, культурологический, политический, психологический, социологический и филологический), позволяющие многогранные подойти к характеристике медиа как целостному объекту, сложному по своей структуре и функционалу, расширить понимание ролевого назначения СМИ в условиях многополярного мира и ценностного раскола. Цель исследования заключается в изучении и систематизации различных подходов к функциональной роли СМИ, а также в выявлении изменений в их функциях под воздействием социальных, политических и технологических факторов, с целью более глубокого понимания их воздействия на общественные процессы и коммуникационные практики. Объектом исследования в данном случае являются средства массовой информации (СМИ) как социальный институт и феномен массовой коммуникации. Предметом исследования выступают функции СМИ, их эволюция, интерпретация и роль в общественной жизни, а также влияние на аудиторию в контексте трансформации медиаиндустрии и информационного пространства. В данном исследовании, помимо метода сравнения, использованы структурно-функциональный, социологический, культурологический и филологический подходы. Научная новизна статьи заключается в выявлении расширенных функций СМИ в современном обществе, где традиционные роли дополняются когнитивными, адаптационными и семантическими аспектами. Исследование акцентирует внимание на изменении значимости СМИ в условиях цифровой трансформации, глобализации и информационных войн, подчеркивая их роль в формировании смыслов, общественных ценностей и управлении социальными процессами. СМИ, в свою очередь, выполняют множество функций, включая информационную, идеологическую, культуроформирующую, коммуникативную и когнитивную. Их роль варьируется в зависимости от социально-исторических условий, оказывая как положительное, так и отрицательное воздействие на общество. В условиях современных вызовов особое значение приобретает не только борьба с "фейками" и дезинформацией, но и формирование новых общественных ценностей.

**Ключевые слова:**

функции журналистики, функции СМИ, медиакоммуникации, функции медиатекста, миссия СМИ, научный подход, теория журналистики, ценностный подход, текст, СМИ

Определение понятий.

Современная журналистика рассматривается в научном дискурсе как вид духовного производства, который определяет различные разновидности творческо-преобразовательной деятельности [5, 12, 27]. В теории и практике журналистики устоялось понятие о деятельности в профессиональной среде. Деятельность накладывает отпечаток на стратегии жизни и профессионального поведения, стиль и жизненные планы, способы взаимодействия с миром. Журналистика по-прежнему выступает в роли актора, выполняющего функции как социального института, так и инструмента со стороны других субъектов, использующих ее коммуникативные возможности [15, 28]. Журналистика рассматривается как сложное явление с определенными нормами функционирования, структурой, взаимосвязями [1, 3, 6]. Иными словами, для журналистики как творческой деятельности характерна определенная упорядоченность, иерархичность строения элементов и связей между ними.

В рамках репрезентации российской и, в частности, петербургской школы журналистики, коллективом авторов под руководством профессора СПбГУ С.Г. Корконосенко концептуализировали многие понятия, характеризующие цепочку объектов («журналистика» – «СМИ» – «средства массовой информации» – «массмедиа» – «медиакоммуникации»), а также уточнены их функции [24]. Ученые описывают журналистику как целостный и устойчивый феномен, а подходы в рамках ролевого анализа профессиональной идентичности позволяют увидеть его функционально-социологические, коммуникативно-психологические и культурно-антропологические стороны [3].

Актуальность переосмыслиния ключевых понятий теории и практики журналистики и медиакоммуникации объясняется беспрецедентной трансформацией медиаиндустрии, медиапроизводства и медиапотребления под воздействием глобальных политических и технологических факторов; появлением новых медийных практик, новых стандартов, новых форм и форматов предъявления информации на новых сетевых площадках; использованием нейросетевых технологий в создании и продвижении медийного контента. В научных работах медиаэкспертов петербургской школы подчеркивается, что институт журналистики реализует себя через организации, базовым типом которых является форма средства массовой информации. Данный подход обусловил развитие функционального или деятельностного направления в исследованиях журналистики [24].

В современном научном дискурсе СМИ рассматривают как социальный институт для обмена информацией и посредника, не только снабжающего индивидов сведениями о текущих событиях, но и подсказывающего или ориентирующего, помогающего взаимодействию людей в обществе. В новых условиях значительно расширяются институциональные функции Массмедиа, утверждает профессор МГУ Е.Л. Вартанова, – «это гораздо более сложная, объемная, многокомпонентная и разновекторная функциональная среда, чем просто система производства и распространения информационного содержания, которое рассматривалось как главный продукт медиаиндустрии» [7].

Структурно-функциональный подход выявляет взаимосвязь институтов (структур) и их вклад (в данном случае «журналистики») в более крупные и целостные социальные комплексы, особенно в общество. Институты способствуют координации и

сотрудничеству, воспринимаются обществом как существующие коллективно или являются содержанием коллективного отношения, например, мы-намерения [28]. В этом контексте журналистика понимается какобъективно существующая и протекающая в режиме реального времени массово-коммуникативная деятельность как подсистема общества, выступающего как целостная система.

Сущность журналистики как формы общественного познания заключается в единстве рационального и образного постижения действительности. Отличие познавательно-творческой деятельности журналиста состоит не только в познании объекта, но и создании нового информационного продукта [17].

Понятия «журналистика» и «СМИ» – не являются взаимозаменяемыми. У этих понятий разное содержательное наполнение. Журналистика как деятельность хотя и реализуется средствами массовой информации, не исчерпывает весь объем деятельности СМИ. Эти понятия соотносятся как виды род, то есть второе из названных понятий является более широким. На это обстоятельство указывают ряд авторов [20]. Журналистика одновременно является профессионально-предметной творческой деятельностью и социальной активностью.

Средства массовой информации рассматриваются как многоаспектный феномен включает социальные, культурные, когнитивные, идеологические, экономические, технические, технологические и другие параметры.

#### Эволюция функций СМИ.

Концептуально понятие «средства массовой информации» сформировалось к 1920-м и 1930-м гг. на фоне подъема радио как нового средства массовой информации. Термин «средства массовой информации» впервые появился в русском языке в 1970-х гг., происходит от омонима «moyens d'information de masse», сокращенно «СМИ», и широко используется в различных текстах [22]. Согласно популярной трактовке, «Средства массовой информации» относятся ко всем формам коммуникации, способным охватить большую аудиторию, таким как пресса, радио, телевидение, Интернет и многое другое. Средства массовой информации являются посредником между профессиональными коммуникаторами и общественностью в процессе распространения информации.

Словарные статьи дают разные определения понятию «функция», однако в общем значении определяется как «работа, производимая органом, организмом», роль, обязанность, круг деятельности, значение, «назначение» какого-либо элемента (подсистемы) в некоторой системе.

Функционирование означает способ жизнедеятельности, способ деятельности, способ бытия какого-либо объекта.

В конце XIX в. – начале XX в., в связи с популяризацией массовой прессы и появлением кино и радио, человечество вступило в эпоху массовой коммуникации. Появление телевидения, а позднее спутниковой связи, мультимедиа и Интернет способствовало развитию коммуникационных технологий в цифровой среде и потребовало ревизии функций.

Рассматривая СМИ как социальный институт, как правило, выделяют такие функции как пропагандистская, агитационная и организаторская функции. Их трактовка восходит к деятельности В.И. Ленина и периоду, когда происходило становление системы печати, которая сформировалась в России уже к 1924 г.

Плодотворным можно считать подход, предполагающий разведение функций по критериям функционирования СМИ и их сущности.

Социологический подход обращен к идейной и ментальной ориентации на общественное благо, основан на генетическом свойстве журналистики – обращенности ко всему обществу. Функция формирования общественного мнения и образовательная функция выражается в донесении знаний, расширении познавательных способностей человека.

Управленческая функция может проявляться в мобилизации масс для решения конкретных социальных, экономических, политических задач [\[14\]](#). Идеологическую функцию СМИ подробно рассмотрел профессор Байкальского государственного университета А.П. Суходолов. По его мнению, идеологическая функция относится к числу важнейших, поскольку «остро встает проблема формирования в сфере публичной политики разнообразных ценностей, идеологий, доктрин, символов, чувств, оппозиционных мнений и выступлений». Рассуждая о важности идеологии СМИ в условиях информационных войн, убедительно показал ее связь с мобилизационной функцией СМИ [\[23\]](#). Идеологическая функция направлена на освещение событий в контексте системы политических идей и политических отношений [\[25\]](#) на мобилизацию для сохранения и развития этих отношений.

Функции СМИ (массмедиа) включают распространение информации, продвижение ценностей, формирование общественного мнения и влияния на социальное поведение. Различные ученые придерживаются разных взглядов на функции средств массовой информации. Одни считают, что функции медиа в основном сосредоточены на распространении развлечений, передаче культуры и поддержании определенного эмоциональном состоянии, другие – на передаче информации и формировании общественной идеологии в СМИ. Важно своевременно анализировать и синтезировать взгляды ученых в соответствии с конкретными обстоятельствами общества.

СМИ как социальный институт выполняет функции, близкие к философии, можно сказать, что массмедиа выполняют онтологическую функцию, то есть репрезентируют основы бытия человека, аксиологическую [\[4\]](#) – придают передаваемой информации особую ценность, семантическую – наполняют смыслами и значениями события.

Онтологическая функция философии – это формирование целостного представления о мире, мироздании. Функция восходит к экзистенциальным истокам категории «бытие» и реализуется через интерактивный текст, имеющий форму гипертекста, который, в свою очередь, выступает в роли онтологической модели мира [\[26\]](#).

Семантическая функция соотносится с понятием «смысл». Поиск смысла жизни (ее предназначение и конечная цель) – главнейшая проблема философского и духовного характера для человека и общества. Здесь онтологическая функция смыкается с семантической. Смысл достигается с помощью логических операций, обобщений, сравнений, включения фактов в определенный контекст.

## Заключение.

Таким образом, философский подход затрагивает основы нашего бытия. Согласно этому подходу, СМИ порождают новые смыслы. Закономерно, что представителями медиафилософии описывается семантическая функция. СМИ первыми осваивают мир, дают номинации новым явлениям, событиям, наполняют их особым значением и даже придают словам коннотации (положительные, нейтральные и отрицательные).

Разделение функций в анализе жизнедеятельности СМИ необходимо и для понимания конкретного содержания информационных продуктов и прогноза их воздействия на аудиторию. Рассуждая о ключевых (альтруитивных) характеристиках инфотеймента (развлекая информируй, информируя развлекай) исследователь Е. М. Драгун выделяет информационную, развлекательную, коммуникативную, эскапистскую, суггестивную, аттрактивную, фасцинативную, образовательную, адаптивную, редакционистскую, эвристическую, компенсаторную функции [9]. Как видим, создатели медиатекстов не ограничиваются распространением информации, а ставят цели внушения определенных идей (суггестия), внедрения знаний (образование, эвристика), изменения взглядов (редукция), пробуждения лояльности к определенным объектам (аттракция), управления некоторыми процессами (фасцинация). Ставятся и сугубо психологические задачи – увести от реальности и проблем (эскапизм), предоставить возможность снять напряжение (компенсация), приспособиться к обстоятельствам (адаптация) т.д. [21].

Психологический подход позволяет рассматривать деятельность СМИ с позиции помощи в сохранении психического здоровья и психосоциальной поддержки. Релаксационная функция удовлетворяет потребности человека и общества в отдыхе, разрядке, расслаблении. Эта функция в исследованиях нередко выступает синонимом развлекательной функции, несущей положительный эмоциональный заряд благодаря зрелищности или наличию игровых элементов контента.

Адаптационная нацелена на способность применять психологические знания в различных ситуациях; развивающая – на развитие мотивационных свойств (компенсаторных, терапевтических, рекреативных и т.д.), волевых и других качеств личности, опыта творческого контакта с медиа.

Ряд исследователей выделяет культурологические функции СМИ, которые воспроизводят культурно-нравственные ценности общества и демонстрируют свою нацеленность на духовное развитие человека и общества [8, 16, 17, 26].

Исследователь В.Б. Высоцкий отмечает важную черту современного этапа развития общества – культуроцентричность и полагает, что она «должна иметь адекватного транслятора», имея в виду средства массовой информации [8]. Реализуя эти функции, массмедиа направляют свою деятельность на просвещение (научно-просветительские и культурно-просветительские функции) и формирование потребительской культуры [16]. Основными культуроформирующими функциями называется: воспитательная, образовательно-просветительская, гедонистическая, эстетическая.

Филологический подход к определению и пониманию функций обозначен в трудах профессора кафедры лингвистики, перевода и межкультурной коммуникации МГУ имени М.В. Ломоносов Т.Г. Добросклонской [10]. Рассуждая о развитии медиапространства и стирании границ на пути движения информационных потоков, автор заостряет внимание на таких концептах в изучении медиасферы, как медиадискурс, обладающий также определенными функциями, и выделяет среди них психологические функции, ссылаясь на разработки С. Сигеле (Италия) и Г. Тарда (Франция). Филологический подход сосредоточен в основном на изучении медиатекстов и медиадискурса.

По мнению сторонников филологического подхода, к журналистскому тексту применимы такие функции, как эвристическая, познавательная, аксиологическая, онтологическая, коммуникативная, семантическая, развлекательная. В нем выражено отношение к миру,

к другому, к самому себе. Текст выполняет онтологическую функцию, поскольку затрагивает наше бытие. В журналистском тексте отражено самодвижение мира и различные социальные сдвиги.

В последнее время в связи со второй волной интереса к когнитивным исследованиям в области массовой коммуникации ряд ученых настойчиво предлагают в реестр функций включить когнитивную функцию СМИ, т.е. воздействие на ментальные структуры [19]. Эта функция связывается с компенсаторной.

Интерес к изучению этих функций лингвистов объясняется тем, что она отражает связь языка СМИ и картины мира. Целью когнитивной функции СМИ, является «обеспечение получения аудиторией полезной, интеллектуальной информации и ее понимание, анализ и использование в практике», а также развитии познавательных способностей у населения [19]. По мнению лингвистов, СМИ выполняют передачу когнитивного воздействия с помощью своеобразного расставления смысловых акцентов» [2].

Представляя СМИ как сложную самоорганизующуюся систему, медиаэксперты указывают на множественность функций, различное их понимание отечественной и англоязычной наукой, а также детерминированностью жанров спецификой функций. Угадывая тенденции в представлении материалов в СМИ, уделяют особое внимание инфотейменту, сосредотачивая внимание на специализированных функциях – идеологической, коммуникативно-когнитивной, а также функциях критики и контроля [11].

Анализ медийной практики за различные исторические периоды показал, что СМИ не ограничиваются двумя функциями – информирование и влияние. К традиционным функциям (коммуникативным, идеологическим, социально-ориентирующими, культуроформирующими) примыкают инструментальные, – непосредственно-организаторские и вторичные (подчиненные) рекреативная и рекламно-справочная функции.

В последние годы в контексте информационных войн, ценностного раскола значительно вырос объем выполняемых СМИ функций, прежде всего защитных (защитительных). Функцию информационной защиты общества практически означает борьбу с дезинформацией [13]. В условиях гибридных войн внимание ученых перемещается в сторону изучения дисфункций, возникающих под деструктивными воздействиями внешних факторов и внутренних (коммерциализация, монетизация, идеологическое давление, изменение антропологических составляющих восприятия информации).

В условиях глобализации общество сталкивается с большим количеством дезинформации в СМИ, функции которой заключаются в изменении мнения общественности, создании негативного образа реальных событий или людей, подрыве авторитета и доверия к различным институтам и организациям.

Завершая критический обзор научной литературы, отметим: трудно обвинить авторов текстов, специалистов в области медиакоммуникации и журналистики в неточности формулировок, однако во всем видна эклектика, проявляющаяся в том, что объединяются подходы разных гуманитарных и обществоведческих наук, и эксперты выбирают предложенные представителями разных сфер удобные для объяснения контекстов функции. Мы видим целесообразность в том, чтобы в описании функций медиаэксперты опирались на разные подходы и четко понимали задачи, которые ставятся представителями этих сфер. Таким образом, в научном дискурсе существуют различные подходы к определению функций СМИ, в зависимости от того, какой смысл

вкладывается в это понятие. Массмедиа могут рассматриваться как социальный институт, как род творческой деятельности и как производство информационного продукта [\[20\]](#). Объемы функций в каждом случае будут разные.

В современных условиях ученые показывают противоречивую роль медиа. С одной стороны, положительную роль в жизни человека – информационную, развлекательную, коммуникативную, мобилизационную, поддерживающую. С другой стороны, негативную – дезинформации, усугубления негативных эмоциональных состояний, возникновения панических настроений в обществе. Дезинформация в научных работах рассматривается как элемент технологии управления смыслами [\[18\]](#).

Разным оказывается объем той или иной функции в зависимости от конкретно-исторической ситуации. Так, в переломные моменты истории на первый план выдвигаются функции агитации, в период реформ – пропаганды, а в благополучно-стабильные времена – функции развлечения.

СМИ (медиа) с позиции философии выполняют функции: аксиологическую, онтологическую, коммуникационную и семантическую. В современной ситуации роль медиаинститутов как социально-культурных структур состоит в производстве, воспроизведении и распределении не только знаний, но и культурного опыта, традиций, ценностей.

## **Библиография**

1. Алхазова М. К., Эздекова Л. Б. Роль и функции СМИ в современном обществе // Современная наука и инновации. 2020. Вып. 2 (38). С. 251–257.
2. Бармак Байан, Павловская Н. В. К вопросу о трансформации функций электронных СМИ в современном обществе // Филологические науки. Вопросы теории и практики (Тамбов). 2014. Ч. 1. С. 29–31.
3. Блохин И. Н. Параметры идентификации и оценки профессиональной идеологии журналистики // Вопросы теории и практики журналистики. 2023. Т. 12. № 2. С. 183–198.
4. Блохин И. Н., Сидоров В. А., Курушкин С. Axiology of Political Journalism: Developing an Algorithm for the Study of Mass Communication // Lex Humana. 2022. Т. 4. № 2. С. 451–465.
5. Блохин И. Н. Сохранение культурно-исторической памяти в системе журналистских функций // Медиалингвистика. 2023. Вып. 10. Язык в координатах массмедиа: материалы VII Междунар. научн. конференции (Санкт-Петербург, 28 июня – 1 июля 2023 г.). СПб.: Медиапапир. С. 494–498.
6. Вартанова Е. Л. Медиасистема в контексте общественных процессов: переосмысление теоретической конструкции // Меди@льманах. 2023. № 2 (115). С. 8–19. DOI: 10.30547/mediaalmanah.2.2023.819
7. Вартанова Е. Л. О развитии терминологии актуальных исследовательских полей цифровых медиа // Меди@льманах. 2024. № 4 (123). С. 8–19.
8. Высоцкий В. Б. Формирование культурологических компетенций журналиста / В. Б. Высоцкий // Перспективы исторической и региональной культурологии в современной России: сборник научных статей. СПб., 2019. С. 231–237.
9. Драгун Е. М. Влияние массовой культуры и формирование современного инфотейнмента и его социокультурные функции // Вопросы культурологии. 2014. № 9 (сентябрь). С. 34–38.
10. Добросклонская Т. Г. Моделирование информационных процессов в современном медиапространстве // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2015. № 44. С. 3–15.
11. Зорков Н. Н. Инфотейнмент: возникновение, функции, способы воздействия // Relga.

2005. № 19. 01.12.2005. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tguwww.woa/wa/Main;textid=735&level1=main&level2=articles> (дата обращения: 11.11.2024).
12. Ким М. Н. Молодежные издания: функции и назначение // Науч. труды Сев.-Зап. ин-та управления. 2022. Т. 11. № 3 (45). С. 45–48.
13. Ильченко С. Н. Фейк-контроль, или Новости, которым не надо верить. – М.: Изд-во Феникс, 2021. 188 с.
14. Информационная аналитика и информационно-аналитические технологии в контексте социального управления / С. П. Белоконь, В. Н. Ремарчук, С. В. Смульский [и др.]. М.: Экон-Информ, 2023. 226 с.
15. Корконосенко С. Г. Социальность журналистики медиа: методологические подходы // *Theoretical and Practical Issues of Journalism*. 2020. Т. 9. № 3. С. 417–430.
16. Латышева Ж. В. Формирование культуры человека и общества как миссия журналистики // Международный научно-исследовательский журнал. 2023. № 8 (3). URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?edn=pjnoyk> (дата обращения: 11.11.2024).
17. Литвякова Л. А. Журналистика как форма социогуманитарного познания в современное время // Современные научные исследования и инновации. 2017. № 2. [Электронный ресурс]. URL: <https://web.snauka.ru/issues/2017/02/78713> (дата обращения: 22.11.2024).
18. Макашова В. В. Дезинформация как элемент технологий управления смыслами // МедиаВектор. 2023. Вып. 9. С. 84–89, 153–162.
19. Олейник О. В. Когнитивное рассмотрение текстов СМИ // Universum: Филология и искусствоведение: электрон. научн. журн. 2018. № 7 (53). URL: <http://7universum.com/ru/philology/archive/item/6179> (дата обращения: 11.11.2024).
20. От теории журналистики к теории медиа. Динамика медиаисследований в современной России: колл. моногр. / под ред. Е. Л. Вартановой. М.: Изд-во Моск. ун-та; Фак. журн. МГУ, 2019.
21. Поварницына М. В. Манипуляция, суггестия, аттракция и фасцинация в креализованном тексте // Сер. Филологические науки. 2016. С. 117–124.
22. Супрун В. И. Эволюция терминов русской журналистики: от ведомостей до медиан // Медиалингвистика. 2021. 8 (4). С. 391–405. URL: <https://medialing.ru/ehvolyuciya-terminov-russkoj-zhurnalistiki-ot-vedomostej-do-media/> (дата обращения: 12.11.2024).
23. Суходолов А. П. Идеологическая функция средств массовой информации в условиях информационных войн // Вопросы теории и практики журналистики. 2015. № 2. С. 117–126.
24. Теория журналистики в России / под ред. С. Г. Корконосенко. СПб.: Алетейя, 2018. 254 с. (Петербургская школа журналистики и МК).
25. Федотова Н. А. Рекреативные функции СМИ: идеологический и политический контекст // Вестник Челяб. гос. ун-та. 2015. № 5. С. 414–420.
26. Чельшева И. В. Социокультурное поле медиа: реальность, коммуникация, человек [монография]. М.: МОО «Информация для всех», 2016. 178 с.
27. Шиняева О. В., Каманина В. Е. Реализация функций средств массовой информации в условиях глобальных и национальных вызовов // Известия вузов. Поволжский регион. Общественные науки. 2021. № 1 (57). С. 70–85.
28. Guala, Francesco. *Understanding Institutions: The Science and Philosophy of Living Together*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 2016
29. Lahti, Henri, et al. «What counteracts problematic social media use in adolescence? A cross-national observational study». *Journal of Adolescent Health* 74.1 (2024): 98–112.
30. Neupane M., Bhoortel U. Impact of Mass Media for Shaping Opinions to have effective Communication. – 2024.

31. Hongcharu B. The changing roles of mass media amidst the growth of the digital media //Cogent Social Sciences. – 2024. – Т. 10. – №. 1. – С. 229

## **Результаты процедуры рецензирования статьи**

*В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.*

*Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).*

На рецензирование представлена статья «Функции СМИ: эволюция и интерпретация понятий».

Предмет исследования – изменение роли и трансформация системы функций средств массовой информации в контексте глобальных изменений.

Методологическая основа исследования определяется его целью, которая предполагает рассмотрение актуальных теоретических и практических аспектов и проблем в истории журналистики, в типологии и функциях средств массовой информации, таким образом методология исследования основана на анализе научных работ, систематизации и обобщении.

Актуальность исследования обусловлена важностью переосмыслиния ключевых понятий теории и практики журналистики и медиакоммуникации в условиях трансформации медиаиндустрии, медиапроизводства и медиапотребления под воздействием глобальных изменений.

Интенсивная трансформация средств массовой информации, увеличение их роли в жизни современного общества и эволюция их функций обуславливают научную новизну работы, которая является попыткой комплексного анализа места, роли и функций средств массовой информации в обществе. Рассмотрение эволюции функций СМИ на различных этапах демократизации общества и в условиях развития новых информационных технологий позволяет продемонстрировать трансформацию взаимоотношении средств массовой информации с институтами государственной власти, бизнесом и структурами гражданского общества.

Стиль изложения научный, структура, содержание. Статья написана русским литературным языком. Структура рукописи включает следующие разделы (в виде отдельных пунктов не выделены, не озаглавлены): введение (содержит постановку проблемы, автор аргументирует актуальность выбранной темы); основная часть (автором рассматривает развитие средств массовой информации и эволюцию их роли и функций в обществе, дана характеристика различным подходам к определению и пониманию функций средств массовой информации: структурно-функциональный, социологический, философский, психологический и филологический подходы; автор отмечает, что СМИ представляют собой сложную самоорганизующуюся систему со множеством функций, который варьируются в различные исторические периоды развития общества); заключение (автор делает общие выводы; отмечено, что в научном дискурсе существуют различные подходы к определению функций средств массовой информации, в зависимости от того, какой смысл вкладывается в это понятие, объемы функций СМИ как социального института, как рода творческой деятельности и как производства информационного продукта отличаются); библиография (включает 28 отечественных и зарубежных источников).

Выводы, интерес читательской аудитории.

Работа будет интересна тем, что занимается изучением роли и функций СМИ в обществе: на различных этапах развития общества средства массовой информации выполняют четко определенные функции, содержание которых определяется спецификой тех процессов, которые развертываются в политической, экономической и социальной

сферах общественной жизни.

Рекомендации автору:

1. В статье нужно сформулировать цель, объект, предмет и научную новизну исследования.
  2. В список литературы было бы уместно ввести больше работ зарубежных авторов. Стоит увеличить долю работ за последние 3 года.
  3. Было бы уместно ввести подзаголовки или предусмотреть выделение в тексте различных подходов к определению функций средств массовой информации, это облегчит восприятие текста.
  4. В тексте указано, что СМИ происходит от омонима французского «moyens d'information de masse» – это перевод с французского языка.
  5. Необходимо унифицировать упоминания имен собственных в тексте статьи (Е.Л. Вартанова, Ленина).
  6. Нужно перепроверить текст статьи на предмет описок и пропусков символов (коллективом авторов под руководством профессора СПбГУ С.Г. Корконосенко концептуализировали многие понятия; функцию Массмедиа; понимается какобъективно существующая; как види род; позднее спутниковой связи, мультимедиа и Интернет; исследователь Е. М. Драгун выделяет информационную; рассматриваются как многоаспектный феномен включает социальные; политических отношений [25] на мобилизацию и т.д.)
- В целом рукопись соответствует основным требованиям, предъявляемым к научным статьям. Материал представляет интерес для читательской аудитории и после доработки может быть опубликован в журнале «Litera».

## **Результаты процедуры повторного рецензирования статьи**

*В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.*

*Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).*

В рецензируемой статье предметом исследования выступают функции СМИ, актуальность изучения которых обусловлена процессами глобализации информационного пространства, активизировавшимися в мировом сообществе за последнее десятилетие. Как указывают автор(ы), «актуальность переосмыслиния ключевых понятий теории и практики журналистики и медиакоммуникации объясняется беспрецедентной трансформацией медиаиндустрии, медиапроизводства и медиапотребления под воздействием глобальных политических и технологических факторов; появлением новых медийных практик, новых стандартов, новых форм и форматов предъявления информации на новых сетевых площадках; использованием нейросетевых технологий в создании и продвижении медийного контента».

Теоретической базой научной работы послужили труды российских и зарубежных ученых, таких как С. Г. Корконосенко, Е. Л. Вартанова, И. Н. Блохин, А. П. Суходолов, Е. М. Драгун, В. Б. Высоцкий, Т. Г. Добросклонская, Байан Бармак, Н. В. Павловская, В. И Супрун, Henri Lahti, M. Neupane, U. Bhoortel, B. Hongcharu и др., посвященные различным аспектам изучения медиакоммуникации и функций массмедиа. Библиография соответствует специфике изучаемого предмета, содержательным требованиям и находит отражение на страницах статьи. Библиография насчитывает 31 источник, что представляется достаточным для обобщения и анализа теоретического аспекта изучаемой проблематики. Следует отметить, что автор(ы) обращаются к актуальным научным трудам (изданным в последние 3 года), это еще раз подтверждает важность и перспективность представленной темы.

Методология проведенного исследования в статье не раскрывается, но очевиден ее комплексный характер. Методы используются с учётом специфики предмета, объекта, цели и задач работы: описательный и историко-культурологический методы, метод системного анализа, критический обзор научной литературы. Средства массовой информации рассматриваются как многоаспектный феномен, который включает социальные, культурные, когнитивные, идеологические, экономические, технические, технологические и другие параметры. Анализ теоретического материала и полученные результаты исследования позволили автору(ам) сделать вывод о том, что «в научном дискурсе существуют различные подходы к определению функций СМИ, в зависимости от того, какой смысл вкладывается в это понятие. Массмедиа могут рассматриваться как социальный институт, как род творческой деятельности и как производство информационного продукта. Объемы функций в каждом случае будут разные». Подчеркивается противоречивая роль современных средств массовой информации: «С одной стороны, положительную роль в жизни человека – информационную, развлекательную, коммуникативную, мобилизационную, поддерживающую. С другой стороны, негативную – дезинформации, усугубления негативных эмоциональных состояний, возникновения панических настроений в обществе». Сегодня роль медиаинститутов как социально-культурных структур состоит в производстве, воспроизводстве и распределении не только знаний, но и культурного опыта, традиций, ценностей.

Теоретическая значимость и практическая ценность исследования обусловлены ее вкладом в изучение функций СМИ с точки зрения структурно-функционального, философского, психологического, филологического и др. подходов. Результаты, полученные в ходе работы, могут применяться в последующих научных изысканиях по заявленной проблематике и в вузовских курсах по журналистике, социологии и политологии, социальной психологии, по информационным технологиям в журналистике и др.

Представленный в работе материал имеет четкую, логически выстроенную структуру. Стиль изложения отвечает требованиям научного описания, содержание рукописи соответствует названию. Статья имеет завершенный вид; она вполне самостоятельна, оригинальна, будет полезна широкому кругу лиц и может быть рекомендована к публикации в научном журнале «Litera».