

М. В. Симкачева

Казанский (Приволжский) федеральный университет. Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций

## СОЦИАЛЬНЫЙ КОНТЕНТ РЕГИОНАЛЬНЫХ СЕТЕВЫХ СМИ

Информационная политика современных медиа формируется и реализуется в условиях неустойчивой социально-экономической ситуации и геополитических событий, происходящих в мире. На этом фоне возрастает роль журналистики, гуманистическое предназначение которой заключается в формировании социально-гуманитарных ценностей, способствовании стабилизации, а не нагнетанию негатива, напряжения в обществе. Особая роль отводится региональным СМИ, которые формируют информационную среду своего региона. Политико-экономические преобразования и события, освещаемые современными медиа, так или иначе, касаются сферы «Социум» и отражаются, в том числе, в общественной, социальной тематике СМИ. Основные тенденции состояния социальной темы на региональном уровне выявлены на примере материалов популярных интернет-СМИ региона: «Реальное время», «Бизнес Online», ИА «Татар-Информ», медиаканал Эфир-24».

Социальный медиа-контент составляют информационные сообщения о событиях общественного, социального характера, специальные социальные проекты, благотворительные акции, коммерческая социальная информация (социальная реклама), кейсы о трудных жизненных ситуациях людей, происшествия.

Общественные вопросы и социальная проблематика отражены в рубрике «Общество», отдельных тематических полосах, программах ТВ и очерчена очень широко, что, зачастую, выводит ее из сферы проблем социума.

Региональные сетевые СМИ уделяют достаточно внимания социальной сфере: освещают актуальные для граждан республики вопросы, которые действительно их волнуют. Социальная тематика региональных сетевых СМИ отличается локальным характером – освещение проблем местного республиканского или городского уровня, в них наблюдается постановка проблемы и комплексное ее рассмотрение.

Сетевые СМИ предлагают больше возможностей вовлечения к рассмотрению социальных проблем самих читателей через средства обратной связи, способствуя формированию социального контента СМИ в перспективе.