**ПЛАН РАБОТЫ**

ВВЕДЕНИЕ……………………………………………………………………..…3

1. Некоторые аспекты развития………………………………………………….5

2. Место и роль СМИ в политике………………………………………………..6

ЗАКЛЮЧЕНИЕ…………………………………………………...………………9

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ………………...(отсутствует)

**ВВЕДЕНИЕ**

Средства массовой информации (СМИ) являются одним из важнейших институтов современного общества. Они выполняют многообразные функции: информируют, просвещают, рекламируют, развлекают. Очевидно, что они играют важную роль в формировании, функционировании и эволюции общественного сознания в целом. Более того, восприятие и интерпретация важнейших явлений и событий, происходящих в стране и в мире в целом, осуществляются через и с помощью СМИ.

Эти обстоятельства приобретают особую актуальность и значение на фоне все более растущего проникновения. СМИ в политическую сферу, их превращения в один из важнейших инструментов реализации политического процесса. Знаменательно, что в современной политологии СМИ характеризуют такими пышными титулами, как «великий арбитр», «четвертая ветвь власти» наряду с законодательной, исполнительной и судебной и т. д. Вера во всемогущество телевидения настолько велика, что иные политические деятели считают: тот, кто контролирует телевидение, контролирует всю страну. И действительно, современную политику невозможно представить без прессы, радио и телевидения. Вне всякого сомнения, в тех грандиозных переменах, которые в настоящее время переживает наша страна, не последнюю роль играют СМИ.

Именно та огромная роль, которую СМИ играют в общественной и политической жизни страны, делает их предметом постоянного обсуждения и исследования ученых, экспертов и самих журналистов. Проблемы СМИ стали постоянной темой на страницах таких известных журналов, как «Журналист», «Эксперт», «Пресса» и др. изданий. Организаторами этого проекта стали Союз журналистов России, Фонд защиты гласности, автономная некоммерческая организация «Интерньюс», центр права и средств массовой информации и Национальный институт социально-психологических исследований. Исследованием влияния СМИ занимался институт географии РАН. Тенденции развития наших СМИ вызывают большой интерес и за рубежом. Издательством Оксфордского университета были изданы несколько книг Эллен Мицкевич, сотрудницы центра изучения общественной политики и директора центра коммуникации и журналистики Университета Дьюка.

Возможности СМИ так велики и многогранны, что они просто не могут не вызывать к себе интереса. Экономические проблемы СМИ делают их лакомой добычей для банкиров и политиков. С помощью экономических рычагов на СМИ можно оказывать давление на ход предвыборных кампаний. Технологии проведения этих кампаний становятся все изощреннее, и СМИ играет здесь, пожалуй, самую ведущую роль.

1. **Некоторые аспекты развития СМИ в XX веке.**

МАССОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ, систематическое распространение информации (через печать, радио, телевидение, кино, звукозапись, видеозапись) с целью утверждения духовных ценностей данного общества и оказания идеологического, политического, экономического или организационного воздействия на оценки, мнения и поведение людей.

В СССР СМИ отводилась роль инструмента национальной политики КПСС. Под этим подразумевалось, что СМИ должны выполнять функцию пропагандиста этой политики. Такой подход диктовал верховенство партий и ее органов в определении конкретного наполнения пропаганды, расстановки акцентов, дозировки в освещении достижений и недостатков, трудностей, непременных вопросов и т.д.

Система СМИ формировалась партийно-государственными структурами и функционировала под их полным контролем. Формы и методы партийного руководства прессой охватывали и держали под постоянной опекой не только партийную печать, но и формально не подчинявшиеся партийным комитетам телевидение и радио, ведомственные органы информации, в том числе журналы, систему книгоиздания. В этих условиях взаимоотношения власти и СМИ камнем преткновения оказывалась способность СМИ быть трибуной народа, инструментом гласности.

Все годы велось строительство «заборов» из различного рода рекомендаций, инструкций, устрашающих постановлений. «Непослушные» редакторы, журналисты освобождались от работы в СМИ. Тем самым в каждом из оставшихся формировался «внутренний цензор», не позволявший журналисту выйти за рамки казенного единомыслия. Так в прессе насаждались пропагандистские стереотипы, в которых не оставалось место миру общественного, а, тем более, личного мнения, свободным дискуссиям по «горячим» проблемам развития.

Годы перестройки и пост перестройки разрушили эту модель существования СМИ. Однако пришедшая ей на смену новая модель стала предметом многочисленных дискуссий и политических схваток по этому вопросу.

**2. Место и роль СМИ в политике.**

Теперь, когда мы рассмотрели основные этапы развития СМИ и проблемы, возникшие в связи с коренной перестройкой СМИ в эпоху становления демократии, остановимся подробнее на той роли, которую СМИ играют в политической жизни страны.

В течение длительного времени в СССР главным источником информации для широкой публики служила пресса—газеты и журналы. Предоставляя информацию о различных сторонах общественной жизни, пресса приучила рядовых граждан рассматривать себя частью более широкого мира и реагировать на происходящие в нем события

С появлением радио радикальным образом изменился механизм освещения информации, сделалось возможным передавать ее через государственные границы неограниченному числу слушателей. К началу второй мировой войны радио стало одним из главных политической мобилизации общества и важнейшим инструментом пропаганды. Еще более возросла его роль в послевоенный период, с созданием сети вещания во всех развитых странах.

Для телевидения период от его возникновения до превращения в важный политический инструмент оказался еще короче, что объясняется главным образом бурными темпами его развития и распространения. В 70 - 80-х годах телевидение стало доминирующим СМИ. В настоящее время оно обладает огромными возможностями для воздействия на общественное мнение

В зависимости от того, в чьих руках оно находится, его можно использовать как для объективного оперативного информирования людей о реальных событиях в мире, их просвещения и воспитания, так и для манипулирования в интересах тех или иных групп людей.

Пресса, радио и телевидение являются своеобразными «глазами и ушами общества». Они предупреждают его, например, о спаде в экономике, росте наркомании и преступности, или коррупции в коридорах власти и т.д. Они могут пролить свет на скрытые пружины политики правящих кругов, обратить внимание общественности на наиболее одиозные стороны их деятельности.

Необходимо отметить, что, апеллируя к таким чувственным компонентам общественного сознания, как чувство любви к родине, националистические и патриотические настроения и т.д., СМИ способны организовать поддержку значительными слоями населения тех или иных акций правящих кругов либо отдельных заинтересованных групп. Эта особенность функционирования СМИ отчетливее всего проявляется в избирательном процессе, во время избирательных кампаний.

Будучи частью современной действительности, со всеми ее противоречиями, конфликтами и неурядицами, СМИ в той или иной форме воспроизводят их. Поэтому потоки информации нередко состоят из множества противоречивых, часто взаимоисключающих друг друга сообщений и материалов.

Телевидение, высоко ценимое влиятельными людьми, инвестиции в которое дают почти что магический результат, превратилось в прямом и переносном смысле этого слова в поле боя для тех, кто хочет удержать или захватить политическую власть.

Основным принципом в производстве политического телевидения является понимание того, что все всегда голосуют за свои собственные интересы и ключ успеха заключается в том, чтобы соединить свою позицию с нуждами электората, который бы смог, таким образом, считать вашу позицию отвечающей его собственным интересам.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Подводя итоги всего вышесказанного, можно твердо заявить, что политическая борьба в России неразрывно связано со СМИ. Становление демократии в стране, обусловило большие перемены и мощный скачок в развитии СМИ.

Другим препятствием является экономическая зависимость СМИ, которая без сомнения, влияет на качество доводимой до народа информации, способствует созданию целых информационных империй, во главе которых стоят крупные политические деятели. Политические лидеры и организации используют зависимые от них СМИ в своих целях. Для этого широко применяются политическая реклама, формирование нужного имиджа, создание негативного отношения к противнику, а также откровенный показ компроматов.

Почему же проблема взаимодействия СМИ и политики так волнует множество ученых, экспертов и самих журналистов? На современном этапе, когда РБ проходит первые этапы на пути демократии, очень важно научить простого обывателя правильно и объективно оценивать ту или иную информацию, которую преподносят нам СМИ. Знание информационных технологий и методов искажения информации, позволит избирателю сделать тот выбор, от которого может зависеть судьба страны