

Вертикаль власти

СМИ

(Средство массовой информации)

**Четвёртая
власть?**

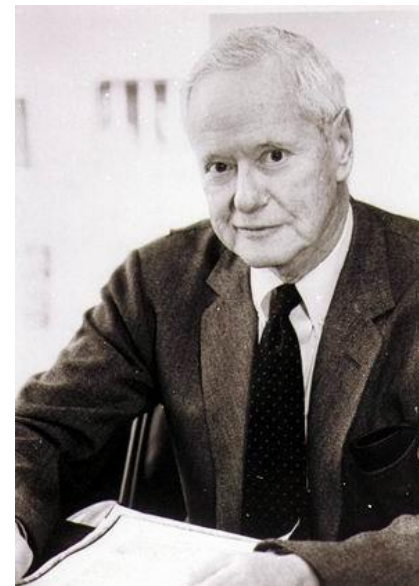


Средство массовой информации (СМИ) — средство донесения информации (словесной, звуковой, визуальной) по принципу широковещательного канала, охватывающее большую аудиторию и действующее на постоянной основе. К СМИ относятся:

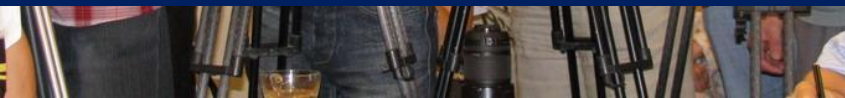
- **Печатные издания** (пресса): газеты, журналы
- **Электронные СМИ**: телевидение, радио, Интернет

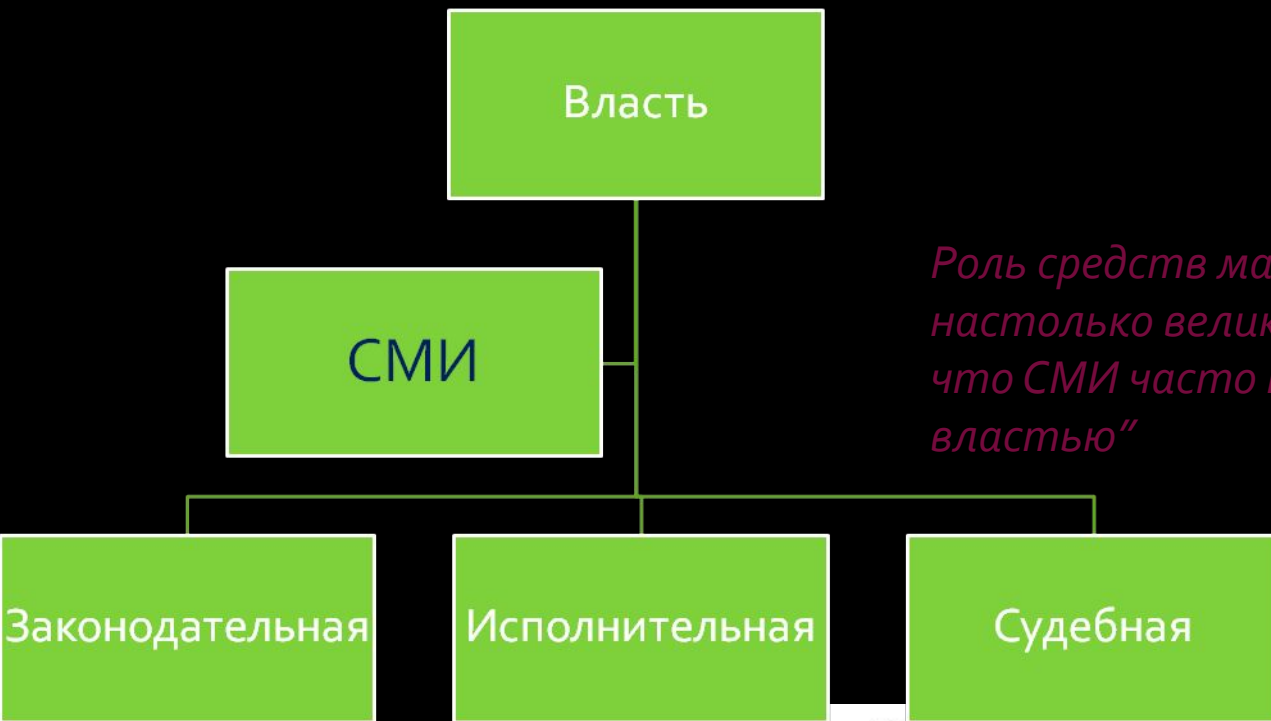
С течением времени рассмотрение СМИ как «информирующих» ушло в прошлое: в зависимости от угла рассмотрения используются эпитеты «развлекающие» и даже «формирующие» (общественное мнение). Развитие механизма обратной связи, то есть наличие формальной возможности влияния или выражения своего мнения со стороны слушателей, зрителей и читателей придаёт СМИ характер не однонаправленной коммуникации. Если рассматривать данное понятие с позиции социологии, то СМИ являются частью более широкой сферы СКК (средств массовой коммуникации)

Первопроходцами изучения СМИ как явления считают социологов **Пола Лазарсфельда** и **Роберта Мертона**.



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.





Роль средств массовой информации настолько велика в современном обществе, что СМИ часто называют "четвертой властью"

Четвертая власть (англ. *Fourth Estate*) — словосочетание, определяющие и саму прессу, и её влияние в социуме. Утверждается, что «журналисты обладают большой властью в обществе»





Согласно ст.2 закона РФ от 27 декабря 1991 года № 2124-1

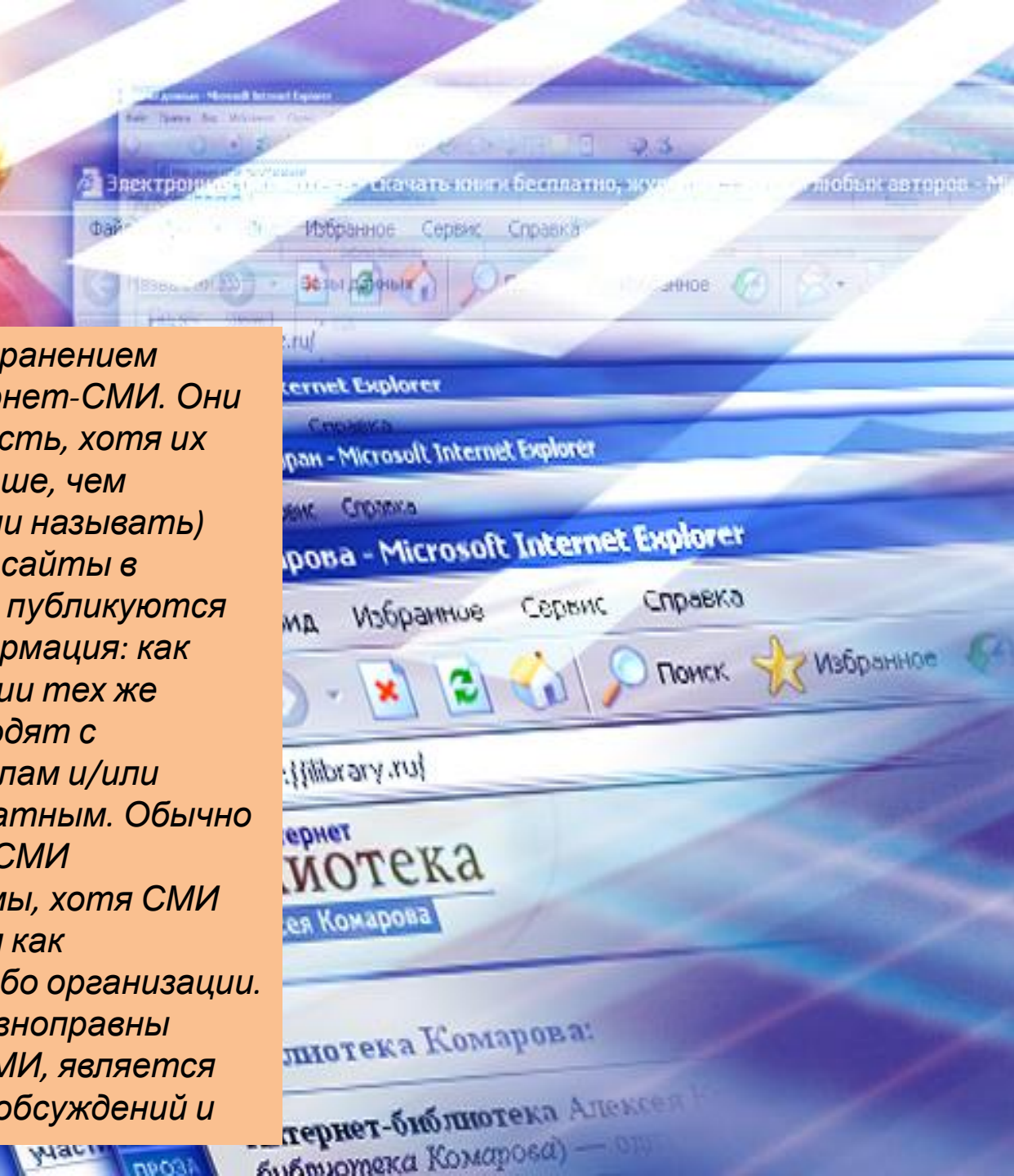
«О средствах массовой информации»
СМИ — это совокупность таких субъектов массовой коммуникации, как:

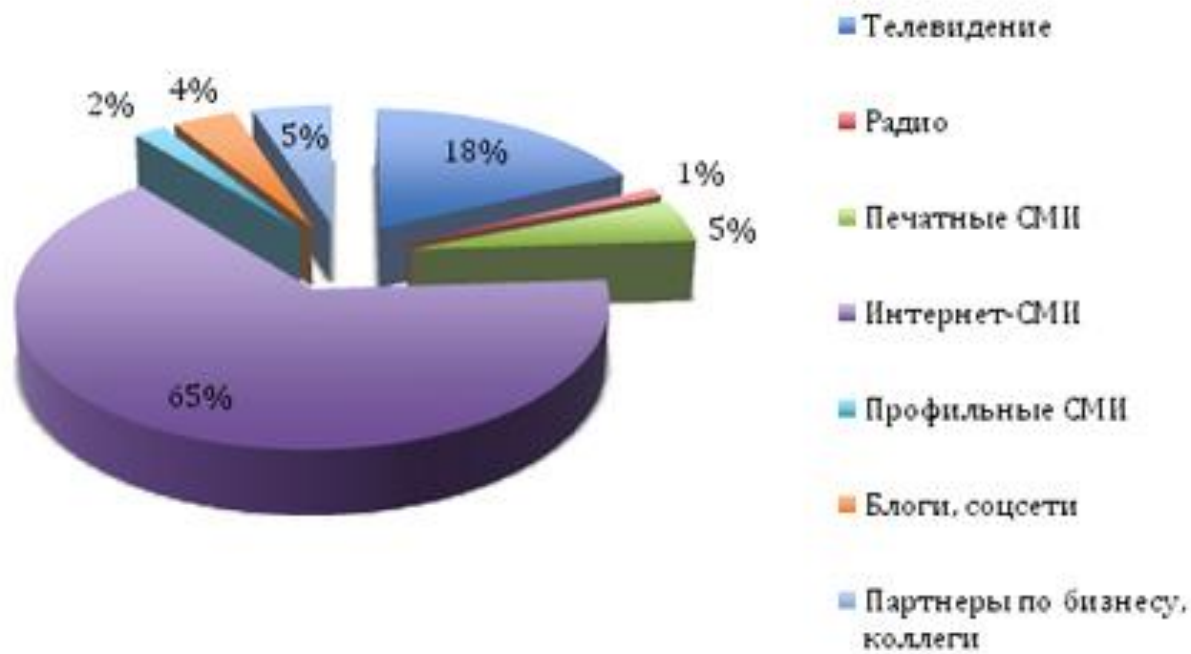
- периодическое печатное издание: газета, журнал, альманах, бюллетень, иное издание, имеющее постоянное название, текущий номер и выходящее в свет не реже одного раза в год,
- радио-,
- теле-,
- видеопрограмма,
- кинохроникальная программа,
- иная форма периодического распространения массовой информации



Интернет-СМИ

С появлением и распространением Интернета появились интернет-СМИ. Они быстро завоевали популярность, хотя их аудитория пока гораздо меньше, чем «традиционных» (как их стали называть) СМИ. Почти все СМИ имеют сайты в Интернете, на многих из них публикуются регулярно обновляемая информация: как правило, это интернет-версии тех же материалов, иногда они выходят с задержкой, иногда к материалам и/или архивам доступ является платным. Обычно основные доходы интернет-СМИ поступают также от рекламы, хотя СМИ может быть и спонсируемым как вещательный орган какой-либо организации. Вопросы о том, насколько равноправны понятия СМИ и интернет-СМИ, является предметом многочисленных обсуждений и судебных исков во всём мире





Следует отметить, что термин «четвёртая власть» является лирическим и отражает лишь огромное влияние СМИ на общество. При этом СМИ не имеют реальной власти, так как не имеют законного права насильно принуждать к совершению какому-либо действию, например, к уплате штрафа.

СМИ формируются определенными организациями, социальными институтами, которые обладают техническими средствами массовой информации.

Систему современных технических средств массовой информации составляют телефоны и видеотелефоны, радиоприемники, кинотехника, телевизоры, магнитофоны и видеоманитоны, факсы и модемы, принтеры и сканеры, компьютеры.



Телевизор, компьютер и другие технические средства массовой информации распространяют информацию на большие расстояния, для рассредоточенной в пространстве огромной аудитории слушателей и зрителей в реальном режиме времени.