**Лекция: Функции СМИ**

СМИ – это средства массовой коммуникации, четвертая власть. СМИ оказывают огромное влияние на формирование духовных ценностей массовой культуры.

СМИ представляют:

А) Совокупность всех каналов передачи информации (ТВ, печать, радио, интернет, реклама, видео, фото);

Б) Совокупность всех жанров (заметка, корреспонденция, очерк, репортаж, интервью, эссе, отчет, комментарий, обозрение, беседа, ток-шоу, анкета, пресс-конференция, интерактивный опрос, памфлет, фельетон).

Функции СМИ:

1. Коммуникативная
2. Непосредственно-организаторская
3. Идеологическая (социально-ориентирующая)
4. Культурно-образовательная
5. Рекламно-справочная
6. Рекреативная

Рассмотрим каждую из них:

*Коммуникативная* функция предполагает собой установление контакта с массовой аудиторией как совокупностью субъектов, имеющих цель получить информацию.

*Непосредственно-организаторская* функция – это отражение роли СМИ как четвертой власти.

*Идеологическая* оказывает влияние на мировоззрение и ценностные ориентации общества, на самосознание людей, их идеалы, их стремления, включая мотивацию поведения.

*Культурно-образовательная* функция – это участие в пропаганде и распространении в жизни общества высоких культурных ценностей, воспитание людей на образцах общемировой литературы.

*Рекламно-справочная* функция представляет собой удовлетворение утилитарных запросов общества в связи с различными увлечениями разных слоев (сад, огород, туризм, шахматы).

*Рекреативная* предстает перед нами как создание условий для развлечения, получения удовольствия.

Журналистская этика и стандарты:

Этичские принципы профессиональной журналистики, известные как отраслевой «кодекс чести», который в разных формах сформулирован в медиа-организациях и профсоюзах.

Профессиональная этика - юридически оформленные, но тем не менее известные и четко прописанные правила, принятые в СМИ и одобренные обществом.