***И. С. Варданян***

*Санкт-Петербургский университет*

**ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ МЕДИА В ПОЛИТИЧЕСКИХ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССАХ**

Политические функции СМИ проявляются в демократическом государстве. Масс-медиа являются неотъемлемой частью механизма функционирования демократии. Без радио, телевидения, газет и журналов даже хорошо образованный человек не сможет правильно ориентироваться в мозаике противоречивых политических процессов, принимать ответственные решения. Деятельность СМИ является реальным проявлением свободы слова, без которой все остальные политические права личности практически не реализуемы.

Эффективному выполнению масс-медиа своих функций в обществе способствует их разнообразие и соревновательность в завоевании внимания и доверия аудитории.

Угрожает ли экономический кризис СМИ, и повлиял ли он на плюрализм медиа? Этот вопрос касается будущего демократии. Экономический кризис ставит прессу в зависимость от государственной помощи, а это не способствует ее независимости. Кризис приводит к сокращению рекламы, а также к снижению покупательной способности населения. Кризис усиливает концентрацию медиа. Но не только экономические проблемы угрожают плюрализму прессы. Отмечается униформизация информации, хотя никогда еще граждане не имели в своем распоряжении такого количества каналов распространения. Но если 10 телеканалов отправляют корреспондента в одно и то же место, чтобы взять интервью у одного и того же человека, какой смысл иметь эти 10 каналов? Количество не гарантирует плюрализм[.](http://www.mediascope.ru/node/856#26)

Кризис приговаривает экономическую модель прессы: преобладание роли рекламодателей над влиянием количества читателей. СМИ же обязаны обращаться в первую очередь не к читателю-потребителю, а к читателю-гражданину. В период кризиса читатель нуждается в информации, чтобы проанализировать ее и понять происходящие процессы.

Финансовый кризис – настораживающий сигнал, который заставляет предприятия пересматривать свои инвестиции, в том числе и бюджеты на рекламу и маркетинг.