

Гражданское общество. СМИ в политической системе.

Гражданское общество

- Это сфера самопроявления свободных граждан и добровольно сформировавшихся ассоциаций, и организаций, ограждённых соответствующими законами от прямого вмешательства и произвольной регламентации со стороны государственной власти;



ФУНКЦИИ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА

- ▶ Обеспечение защищенности личной жизни граждан от необоснованного вмешательства государства.
- ▶ Обеспечение народного суверенитета.
- ▶ Упрочение демократических основ государственной власти.
- ▶ Создание и совершенствование механизмов местного самоуправления.
- ▶ Осуществление социального контроля.
- ▶ Социализация индивидов, политическое и нравственное воспитание граждан.
- ▶ Информирование государства об интересах и потребностях населения.
- ▶ Удовлетворение потребностей граждан в семейно-родственных связях, образовании, творческой самореализации, общении, информации.

Признаки

В экономической сфере

- негосударственные предприятия;
- кооперативы;
- арендные коллективы;
- акционерные общества;
- ассоциации;
- корпорации.

В социальной сфере

- семья;
- общественные организации и движения;
- органы самоуправления по месту жительства и работы;
- негосударственные средства массовой информации;
- цивилизованный механизм выявления, формирования и выражения общественного мнения;
- практика разрешения социальных конфликтов в рамках законов, без насилия.

В духовной сфере

- свобода мысли, совести, слова;
- реальные возможности публично высказать свое мнение;
- самостоятельность и независимость творческих, научных и других объединений.

Институты гражданского общества




3. Структура гражданского общества

- ↓ Семьи
- ↓ Общественно-политические организации и движения
- ↓ Союзы предпринимателей, ассоциации потребителей, благотворительные фонды
- ↓ Научные и культурные организации, спортивные общества
- ↓ Ассоциации избирателей, политические клубы
- ↓ Независимые средства массовой информации
- ↓ Церковь
- ↓ Политические партии



СМИ в политической системе

- Средства массовой информации — совокупность органов публичной передачи информации с помощью технических средств.
- 



Средства массовой информации

СМИ – учреждения, созданные для открытой, публичной передачи различных сведений любым лицам с помощью специальных технических средств

СМИ – это организации, (издательства, теле-, радиокomпании и др.), основными целями деятельности которых являются сбор, обработка и открытая публичная передача различной информации для широких слоев населения с помощью специальных технических средств.

СМИ – формы и средства распространения информации: газета, журнал, телевидение, радио и т.п.



СМИ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ

СМИ – средства создания, тиражирования и распространения информации в массовой аудитории

Пресса
Радио
TV
Интернет

Важный социальный институт, инструмент управления поведением людей

Каналы распространения информации

Функции:

- 1. Информационная; влияние на избирателя*
- 2. Политическая социализация*
- 3. Представление различных общественных интересов*
- 4. Формирование общественного мнения*

Функции СМИ:

а) *информационная* (отбор и комментирование социальной информации);

б) *экспертная* (оценка и анализ политических событий и явлений);

в) *политической социализации* (приобщение людей к политическим ценностям и действиям);


г) *представительство общественных интересов, мнений, позиций*;

д) *мобилизационная* (побуждение и организация определенных политических действий).

Влияние СМИ на позиции избирателя во время предвыборных кампаний.

**БЕЗ СМИ В СОВРЕМЕННОЙ
ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЖИЗНИ
НЕВОЗМОЖНЫ НИ ОДНИ ВЫБОРЫ.**

1. ПРЕДВЫБОРНАЯ АГИТАЦИЯ- ДЕБАТЫ, ВЫСТУПЛЕНИЯ КАНДИДАТОВ, И Т.Д.
- 2. МЕТОДЫ КОММЕРЧЕСКОЙ РЕКЛАМЫ.
- ПОЛИТИКИ- ТОВАР НА ПОЛИТ. РЫНКЕ.
- 3. РЕКЛАМА ИСПОЛЬЗУЕТ МЕТОДЫ ВКУШЕНИЯ, ЭМОЦИОНАЛЬНОСТЬ

- 
- В современном обществе ведётся открытая борьба между различными политическими силами за влияние на отдельные печатные и электронные СМИ, привлечение их на свою сторону и использование в своих интересах, как политических, так и экономических, идейных и других.

- Современную политику невозможно представить без средств массовой информации. Проблема роли российских средств массовой информации в предвыборной агитации в том, что сейчас они активно вовлечены в выборы на всех уровнях (муниципальных, региональных, федеральных).
- Надо отметить, что проблема участия СМИ в предвыборной кампании и избирательном процессе в целом остается актуальной в связи с тем, что политики используют СМИ как в положительном, так и в отрицательном аспектах. На практике в ходе предвыборной агитации нарушаются как морально-нравственные принципы, так и нормы права, широко используется «черный пиар». Все эти явления подрывает как авторитет СМИ, так и репутацию кандидатов в депутаты, а избирательный процесс в целом превращается в шоу.



Спасибо за внимание!!!