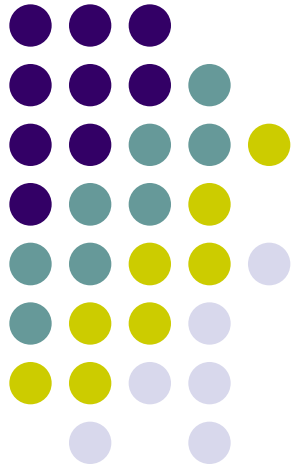
Тема
Понятие политического процесса, его сущность и основные характеристики

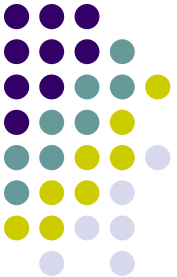
1. Понятие и структура политического процесса.
2. Принятие и реализация политических решений как стадия политического процесса.
3. СМИ в политическом процессе.



Либо вы часть решения,
либо вы часть проблемы.

Элдридж Кливер,
лидер группировки
«Черная пантера» в США

Политический процесс **– (от лат. Processus - продвижение) способ функционирования политически организованного сообщества, связанный с учреждением, осуществлением, эволюцией, изменением природы публичной власти.**



Субъекты

- Неофициальные (группы интересов, партии, граждане)
- Официальные (лица, институты с властными полномочиями)

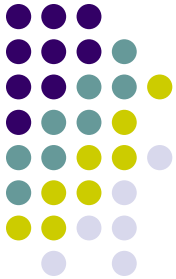
Уровни политического процесса

- Микрополитика (поиск индивидами и группами поддержки)
- Подсистемный (частные виды политики)
- Макрополитика (высшие органы власти)

Типы политического процесса

- **Базовые** – преобразование интересов в решения
- **Периферийные** – связи внутри политической системы
- **Ангажированные**
- **Неангажированные**

Политический процесс – как взаимодействие субъектов политики на центральном и региональном уровнях



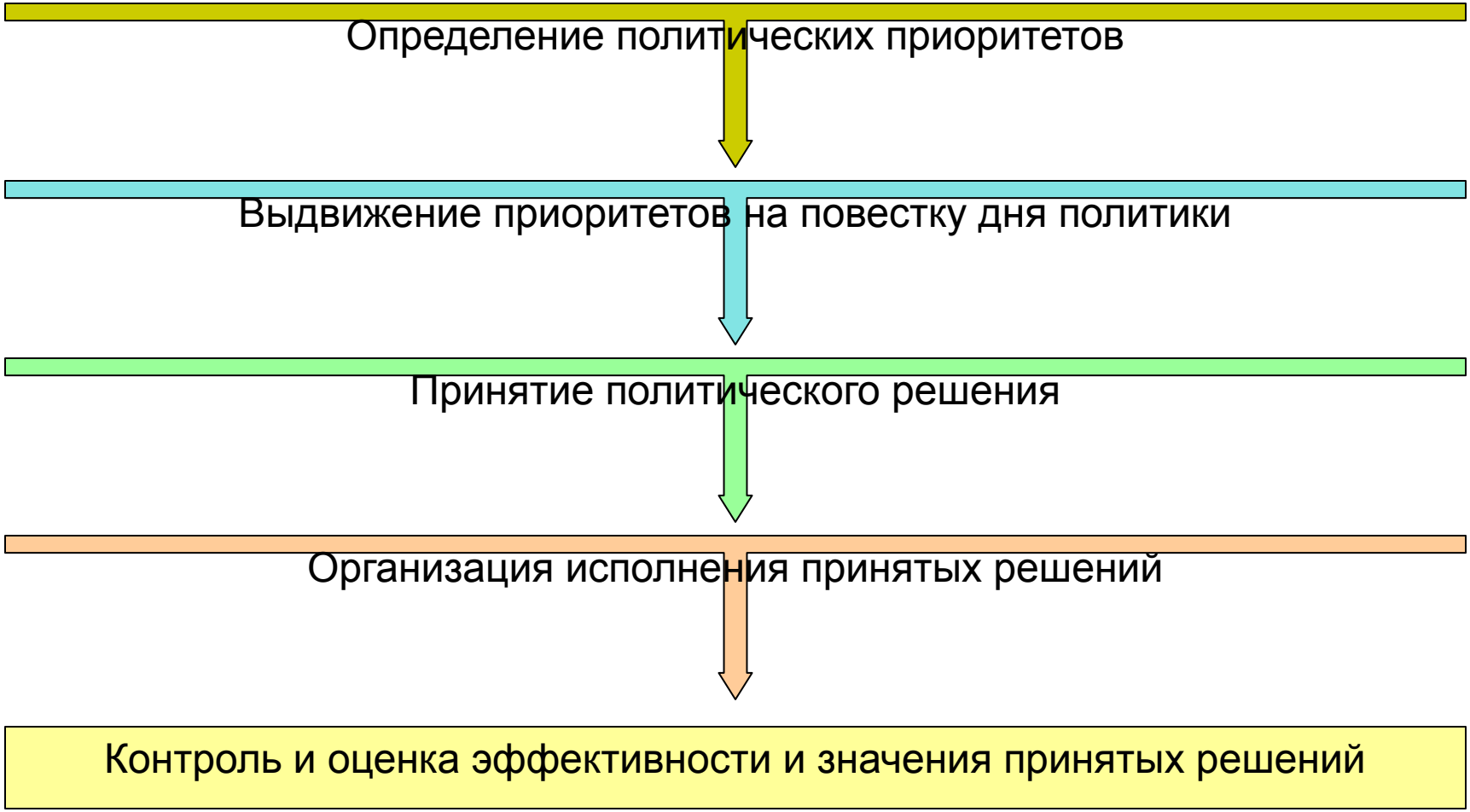
Конституирование политического процесса
на основе традиций и инноваций

Циклическое воспроизводство политического процесса
в виде развития, функционирования или упадка

Принятие и реализация политических решений

Контроль и самоконтроль состояния политической системы общества
на основе материальных и моральных оценок

Принятие политических решений и их реализация



Средства массовой информации – это совокупность средств распространения информации на массовые аудитории на материальных носителях (печатные, электронные, интернет - сми)

1. Публичность воздействия
2. Наличие специальных технических средств
3. Разделенное в пространстве и времени взаимодействие коммуникатора и реципиента
4. Однонаправленность воздействия
5. Непостоянный, дисперсный характер аудитории

Политические функции СМИ:

1. Информационная
2. Образовательная
3. Контрольная
4. Артикуляции и агрегирования интересов
5. Социализации
6. Критики
7. Инновационная
8. Мобилизационная

Формы собственности СМИ:

1. Государственная
2. Общественная
3. Частная
4. Смешанная

Информационно – коммуникативные технологии в политике

Мобилизационные технологии:

1. Пропаганда
2. Агитация

Маркетинговые технологии:

1. Политическая реклама
2. PR
3. Имиджмейкерство