

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра периодической печати и веб-журналистики**

ХУДАНОВ
Алексей Александрович

**ПОЛИТИЧЕСКОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ СМИ НА АУДИТОРИЮ В
ПЕРИОД ПРЕДВЫБОРНЫХ КАМПАНИЙ**

Дипломная работа

Научный руководитель –
доктор филологических наук,
профессор кафедры
периодической печати и
веб-журналистики Г.К. Тычко

Допущен к защите

«___» _____ 2019 г.

Зав. кафедрой периодической печати и веб-журналистики
Кандидат филологических наук, доцент С. В. Харитонова

Минск, 2019

СОДЕРЖАНИЕ

РЕФЕРАТ.....	3
РЭФЕРАТ	4
RESUME	5
ВВЕДЕНИЕ	6
ГЛАВА 1 СМИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОЛИТИЧЕСКИХ МАНИПУЛЯЦИЙ.....	10
1.1 Манипулятивные возможности СМИ	10
1.2 Политические манипуляции в социальных сетях.....	13
1.3 Приемы политических манипуляций	15
ГЛАВА 2 ПРАВОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ИЗБИРАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	22
2.1 Аккредитация журналистов.....	22
2.2 Предвыборная агитация в СМИ	23
2.3. Журналистское наблюдение за выборами	24
2.4 Ответственность журналистов	26
ГЛАВА 3 АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БЕЛОРУССКИХ И ЗАРУБЕЖНЫХ СМИ В ПЕРИОД ПРЕДВЫБОРНЫХ КАМПАНИЙ	29
3.1 Выборы президента Российской Федерации в 1996 и 2000 годах.....	30
3.2 Выборы президента США 2016 года.....	36
3.3. Выборы президента Республики Беларусь в 1994 и 2015 годах	39
3.4 Выборы президента Украины 2019 года.....	44
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	48
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	53
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	56

РЕФЕРАТ

Дипломная работа состоит из введения, трех глав (первая глава включает 3 раздела, вторая и третья – по 4), заключения, списка использованной литературы (38 наименований). Библиографический список занимает 3 страницы, приложения – 4. Общий объем дипломной работы составляет 59 страниц.

Ключевые слова: ВЫБОРЫ, ПОЛИТИЧЕСКИЕ МАНИПУЛЯЦИИ, СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ, ПРЕДВЫБОРНАЯ АГИТАЦИЯ, ИЗБИРАТЕЛЬНАЯ КАМПАНИЯ, ФЕЙКОВЫЕ НОВОСТИ.

Объектом дипломной работы является освещение предвыборных кампаний Беларуси, России, Украины и США в отечественных и зарубежных средствах массовой информации.

Предметом – политическое воздействие СМИ на аудиторию в период предвыборных кампаний.

Цель работы: изучить политическую роль СМИ и их влияние на аудиторию в период предвыборных кампаний.

Методологическая база: историко-типологический метод анализа, мониторинг публикаций, сравнительно-сопоставительный анализ публикаций, а также прогнозирование и моделирование.

Научная **новизна работы** заключается в том, чтобы узнать, насколько сильно народы разных стран подвержены политическим манипуляциям СМИ. О манипулятивных возможностях СМИ и социальных сетей говорится в первой главе. Во второй – рассматриваются правовые особенности избирательного процесса в Беларуси. В заключительном разделе анализируются деятельность белорусских, российских, украинских и американских СМИ в периоды предвыборных кампаний разных лет.

В заключении представлены выводы данной работы.

А. А. Худанов

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца складаецца з уводзін, трох глаў (першая глава складаецца з трох раздзелаў, другая і трэцяя – з чатырох), заключэння, спісу выкарыстанай літаратуры (38 найменняў) Бібліяграфічны спіс займае 3 старонкі, дадаткі – 4. Агульны аб'ём дыпломнай працы складае 59 старонак.

Ключавыя словы: ВЫБАРЫ, ПАЛІТЫЧНЫЯ МАНІПУЛЯЦЫІ, САЦЫЯЛЬНЫЯ СЕТКІ, ПЕРАДВЫБАРНАЯ АГІТАЦЫЯ, ВЫБАРЧАЯ КАМПАНІЯ, ФЭЙКАВЫЯ НАВІНЫ.

Аб'ектам дыпломнай працы з'яўляецца асветленне перадвыбарных кампаній Беларусі, Расіі, Украіны і ЗША ў айчынных і замежных сродках масавай інфармацыі.

Прадметам – палітычнае ўздзеянне СМІ на аўдыторыю ў перыяд перадвыбарных кампаній.

Мэта працы: вывучыць палітычную ролю СМІ і іх уплыў на аўдыторыю ў перыяд перадвыбарных кампаній.

Метадалагічная база: гісторыка-тыпалагічны метады аналізу, маніторынг публікацый, параўнальна-супастаўляльны аналіз публікацый, а таксама прагназаванне і мадэляванне.

Навуковая **навізна працы** заключаецца ў тым, каб даведацца, наколькі моцна народы розных краін схільныя да палітычных маніпуляцый СМІ. Аб маніпуляцыйных магчымасцях СМІ і сацыяльных сетак гаварыцца ў першай главе. У другой – разглядаюцца прававыя асаблівасці выбарчага працэсу ў Беларусі. У заключным раздзеле аналізуюцца дзейнасць беларускіх расійскіх, украінскіх і амерыканскіх СМІ ў перыяды перадвыбарных кампаній розных гадоў.

У заключэнні прадстаўлены высновы дадзенай працы.

А. А. Худанаў

RESUME

The thesis consists of introduction, three chapters (the first chapter includes 3 sections, the second and third – 4 each), conclusion, list of references (38 titles). The bibliographic list takes 3 pages, attachments – 4. The total amount of the thesis is 59 pages.

Keywords: ELECTIONS, POLITICAL MANIPULATIONS, SOCIAL NETWORKS, PRE-ELECTION AGITATION, ELECTION CAMPAIGN, FAKE NEWS

The **object** of the thesis is the coverage of election campaigns in Belarus, Russia, Ukraine and the United States in domestic and foreign media.

The **subject** is the political influence of the media on the audience during election campaigns.

The purpose of the work: to study the political role of the media and their influence on the audience during election campaigns.

Methodological base: historical-typological method of analysis, monitoring of publications, comparative and comparative analysis of publications, and also forecasting and modeling.

The **scientific novelty** of the work is to find out how strongly the peoples of different countries are subject to political manipulation of the media. About manipulative capabilities of the media and social networks are discussing in the first chapter. In the second part the legislative features of the electoral process of the Republic of Belarus are considered. At the final section analyzing the activities of the Belarusian, Russian, Ukrainian and American media during election campaigns of different years.

This work is an independent author's research.

A. Khudanov