

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИАЛЬНЫХ НАУК
Кафедра социальной коммуникации**

АНДРЕЕВ
Сергей Сергеевич

**ИЗБИРАТЕЛЬНАЯ КАМПАНИЯ В БЕЛОРУССКОЙ
ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОЙ ПРЕССЕ**

Дипломная работа
АННОТАЦИЯ

Специальность 1-23 01 15 «Социальные коммуникации»

Научный руководитель:
старший преподаватель И.Ф. Бурина

Минск, 2020

АННОТАЦИЯ

Актуальность выбранной темы состоит в том, что во многом результаты политических выборов могут определить вектор развития общества и его жизнь. Важнейшей частью выборов, являются избирательные кампании, в ходе которых кандидаты, используя разные приёмы воздействуют на избирателя, причём стоит отметить также и то что приёмы политического воздействия становятся всё изощреннее и разнообразнее, по этим причинам важно понимать процессы, происходящие во время выборов.

Цель дипломной работы: изучить процесс проведения избирательной кампании в белорусской общественно–политической прессе.

Задачами дипломной работы является:

1. Изучить методологические подходы к определению избирательной кампании
2. Изучить стратегии избирательных кампаний
3. Определить этапы избирательных кампаний
4. Рассмотреть специфику белорусской общественно–политической пресса как канала коммуникации в избирательной кампании
5. Провести анализ публикаций белорусской общественно–политической прессы по вопросам проведения избирательной кампании в прессе

Объектом данной дипломной работы является избирательная кампания. *Предметом* являются процесс проведения избирательной кампании в белорусской общественно–политической прессе

В процессе написания дипломной работы были получены следующие результаты: выявлена частота публикаций, посвящённых президентским выборам 2015 в государственной и негосударственной прессах, установлены и выявлены особенности публикаций, освещающих выборы в государственной и негосударственной прессах. В ходе проведенного исследования были получены следующие результаты:

1. Установлена частота публикаций в государственной и негосударственной прессе
2. Выявлены особенности публикаций в государственной и негосударственной прессе
3. Выявлены самые освещаемые в прессе этапы президентской избирательной кампании 2015 года

Ключевые слова: выборы, избирательная кампания, предвыборная кампания, стратегия избирательной кампании, общественно–политическая пресса, кандидат, электорат, избиратель, избирательный процесс, избирательные технологии.