

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЮРИДИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
Кафедра политологии

ЖОЛУДЬ
Дарья Юрьевна

ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ ПОЛИТИЧЕСКОЙ
РЕКЛАМЫ

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат философских наук, доцент
Симановский Сергей Иванович

Допущена к защите:

«___» _____ 2022 г.

Зав. кафедрой политологии

доктор политических наук, профессор _____

Минск, 2022

ОГЛАВЛЕНИЕ

РЕФЕРАТ	3
РЭФЕРАТ	4
SUMMARY	5
ВВЕДЕНИЕ	6
ГЛАВА 1	8
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОЛИТИЧЕСКОЙ РЕКЛАМЫ	8
1.1 Понятие о политической рекламе, содержание и генезис	8
1.2 Формы, методы и этапы создания политической рекламы	13
1.3 Классификация и средства политической рекламы	16
1.4 Структурная и функциональная составляющая политической рекламы	22
ГЛАВА 2 ПОЛИТИЧЕСКАЯ РЕКЛАМА В ЭЛЕКТОРАЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ	29
2.1 Политическая реклама как средство воздействия на электоральное поведение	29
2.2 Место рекламы в политических кампаниях	32
2.3 Имидж политика как важный компонент политической рекламы	34
ГЛАВА 3 ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПОЛИТИЧЕСКОЙ РЕКЛАМЫ НА ПРИМЕРЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ, РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ, УКРАИНЫ И ВЕЛИКОБРИТАНИИ	40
3.1 Регулирование политической рекламы в Российской Федерации и Республике Беларусь.....	40
3.2 Регулирование политической рекламы в Украине и Великобритании	43
3.3 Регулирование политической рекламы в сети и её виды.....	50
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	60
СПИСОК ИСПЬЛЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	63
ПРИЛОЖЕНИЯ	68

РЕФЕРАТ

Объем работы: 62 страницы, 5 иллюстраций, 63 использованных источника, 8 приложений.

Ключевые слова: ПОЛИТИЧЕСКАЯ РЕКЛАМА, ЭЛЕКТОРАТ, КОММУНИКАЦИЯ, ПОЛИТИЧЕСКАЯ КАМПАНИЯ, ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА, МЕДИАПЛАНИРОВАНИЕ, КАНДИДАТ, ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПАРТИЯ, ПОЛИТИЧЕСКИЙ ИМИДЖ, СРЕДСТВА ПОЛИТИЧЕСКОЙ РЕКЛАМЫ, АГИТАЦИЯ.

Объект исследования: теоретические и прикладные аспекты политической рекламы.

Цель работы: всестороннее исследование политической рекламы в различных аспектах: теоретическая составляющая, применение на практике, правовое регулирование политической рекламы в Республике Беларусь, Российской Федерации, Украине, Великобритании, подходы к урегулированию в сети Интернет.

Методология исследования: общенаучные методы (сравнительный анализ, метод индукции, дедукции, системный метод), графический, выборочный, историографический и сравнительно-правовой методы.

Научная новизна исследования: в дипломной работе было сформулировано понятие политической рекламы, проанализированы все теоретические и практические аспекты, предпринята попытка объединить типологии политической рекламы в целостную таблицу. В результате проведенного исследования было проанализировано законодательство Республики Беларусь, Российской Федерации, Украины и выявлены основные проблемы правового регулирования. В частности, сформированы требования по созданию эффективной политической рекламы.

Полученные в ходе исследования выводы могут быть использованы в дальнейших научных исследованиях.

Дипломная работа является самостоятельно выполненным исследованием.

РЭФЕРАТ

Аб'ем работы: 62 старонкі, 5 ілюстрацый, 63 выкарыстаных крыніцы, 8 прыкладанняў.

Ключавыя словы: ПАЛІТЫЧНАЯ РЭКЛАМА, ЭЛЕКТАРАТ, КАМУНІКАЦЫЯ, ПАЛІТЫЧНВЯ КАМПАНІЯ, ІНТЭРНЭТ-РЭКЛАМА, МЕДЫЯПЛАНАВАННЕ, КАНДЫДАТ, ПАЛІТЫЧНАЯ ПАРТЫЯ, ПАЛІТЫЧНЫ ІМІДЖ, СРОДКІ ПАЛІТЫЧНАЙ РЭКЛАМЫ, АГІТАЦЫЯ.

Аб'ект даследавання: тэарэтычныя і прыкладныя аспекты палітычнай рэкламы.

Мэта працы: усебаковае даследаванне палітычнай рэкламы ў розных аспектах: тэарэтычная складаючая, прымяненне на практыцы, прававое рэгуляванне палітычнай рэкламы ў Рэспубліцы Беларусь, Расійскай Федэрацыі, Украіне, Вялікабрытаніі, падыходы да ўрэгулявання палітычнай рэкламы ў сетцы Інтэрнэт.

Метадалогія даследавання: агульнанавуковыя метады (параўнальны аналіз, метады індукцыі, дэдукцыі, сістэмны метады), графічны, выбарачны, гістарыяграфічны і параўнальна-прававы метады.

Навуковая навізна даследавання: У дыпломнай працы было сфармулявана паняцце палітычнай рэкламы, прааналізаваны ўсе тэарэтычныя і практычныя аспекты, прадпрынятая спроба аб'яднаць тыпалогіі палітычнай рэкламы ў цэласную табліцу. У выніку праведзенага даследавання было прааналізавана заканадаўства Рэспублікі Беларусь, Расійскай Федэрацыі, Украіны, Вялікабрытаніі і выяўлены асноўныя праблемы прававога рэгулявання. У прыватнасці, сфармаваныя патрабаванні па стварэнню эфектыўнай палітычнай рэкламы.

Атрыманыя ў ходзе даследавання высновы могуць быць выкарыстаны ў далейшых навуковых даследаваннях.

Дыпломная праца з'яўляецца самастойна выкананым даследаваннем.

SUMMARY

The volume of work: 62 pages, 5 illustrations, 63 sources used, 8 applications.

Keywords: POLITICAL ADVERTISING, ELECTORAT, COMMUNICATION, POLITICAL CAMPAIGN, INTERNET ADVERTISING, MEDIAPLANNING, CANDIDATE, POLITICAL PARTY, POLITICAL IMAGE, POLITICAL ADVERTISING MEDIA, AGITATION.

Object of study: theoretical and applied aspects of political advertising.

The purpose of the work: a comprehensive study of political advertising in its various aspects: the theoretical component, application in practice, the legal regulation of political advertising in the Republic of Belarus, the Russian Federation, Ukraine, the UK, approaches to regulation on the Internet.

Research methodology: general scientific methods (comparative analysis, method of induction, deduction, systematic method), graphic, sampling, historiographical and comparative legal methods.

Scientific novelty of the study: the thesis formulated the concept of political advertising, analyzed all the theoretical and practical aspects, attempted to combine the typology of political advertising in a coherent table. As a result of the study the legislation of the Republic of Belarus, the Russian Federation, Ukraine was analyzed and the main problems of legal regulation were identified. In particular, the requirements for creating effective political advertising were formed.

The conclusions obtained during the study can be used in further scientific research.

The thesis is an independently completed research.