

Министерство образования Республики Беларусь
Белорусский государственный университет
Юридический факультет
Кафедра политологии

МИРОНОВИЧ
Валерий Валерьевич

**Технологии формирования и особенности продвижения
политического имиджа**

Дипломная работа

Научный руководитель:
доктор философских наук, доцент
Круглова Галина Анатольевна

Допущен к защите:

«__» _____ 20__ г.

Зав. кафедрой политологии

доктор политических наук, профессор Антанович Нина Арсеньевна

Минск, 2024

ОГЛАВЛЕНИЕ

РЕФЕРАТ	3
РЭФЕРАТ	4
SUMMARY	4
ВВЕДЕНИЕ.....	Ошибка! Закладка не определена. 6
ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ИМИДЖА	Ошибка! Закладка не определена. 9
1.1 Понятие политического имиджа и его значение	Ошибка! Закладка не определена. 9
1.2 Факторы, влияющие на формирование политического имиджа	Ошибка! Закладка не определена. 12
1.3 Порядок построения имиджа	Ошибка! Закладка не определена. 18
ГЛАВА 2 ТЕХНОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ИМИДЖА	Ошибка! Закладка не определена. 22
2.1 Методы, используемые в создании политического имиджа	Ошибка! Закладка не определена. 22
2.2 Создание имиджа через различные средства массовой коммуникации	Ошибка! Закладка не определена. 29
2.3 Использование рекламы для продвижения имиджа...	Ошибка! Закладка не определена. 40
2.4 PR-технологии в политическом маркетинге	Ошибка! Закладка не определена. 44
ГЛАВА 3 ПРИМЕРЫ УСПЕШНОГО ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА	Ошибка! Закладка не определена. 52
3.1 Барак Обама	Ошибка! Закладка не определена. 52
3.2 Дональд Трамп	Ошибка! Закладка не определена. 57
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	Ошибка! Закладка не определена. 62
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	Ошибка! Закладка не определена. 64

РЕФЕРАТ

Объем работы: 66 страниц, 40 использованных источников.

Ключевые слова: ИМИДЖ ПОЛИТИЧЕСКОГО ЛИДЕРА, СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ, РЕКЛАМА, PR-ТЕХНОЛОГИИ, ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА, КОММУНИКАЦИЯ, ЭЛЕКТОРАТ

Объект исследования: особенности и процесс формирования политического имиджа.

Предмет исследования: методы и технологии, формирующие политический имидж с целью воздействия на предпочтения избирателей

Цель дипломной работы: изучение и анализ современных технологий формирования и продвижения политического имиджа, а также выявление их особенностей и эффективности

Методология исследования: при проведении исследования для достижения поставленной цели были использованы общенаучные логические методы познания: анализ, синтез, аналогия, дедукция, индукция, гипотеза, обобщение, а также методы системного и сравнительного анализа, диалектико-материалистический, исторический, социологический методы и др. Теоретико-методологическую основу составляют работы отечественных и зарубежных авторов.

В процессе написания работы были проанализированы труды следующих авторов: Амелин В. Н., Левчик Д. А., Устименко С. В., Бурина И.Ф., Гринберг Т. Э, Давыборец, Е.Н., Дилигенский Г. Г., Егорова-Гантман, Е. В. Красноруцкая А.С., Кудинов О. П., Шипилов Г. А., Кузьмина С.В., Куроедова М. А., Назарова М. В., Липпман У., Лисовский С. Ф., Максимов А. А., Маслоу А., Мокрушина Е.В., Никитина, Т. И. Новиков Д.В., Панасюк А. Ю. и др.

Научная новизна исследования: в рамках комплексного подхода изучены проблемы формирования и продвижения политического имиджа. Рассмотрены современные методы исследования, включая анализ данных, контент-анализ, case-study. Предоставлена детальная модель создания

политического имиджа, включающую в себя этапы разработки концепции, планирования и реализации мероприятий по формированию и продвижению имиджа. Предложены рекомендации по выбору оптимальных инструментов и технологий для формирования имиджа в зависимости от целей и задач политической деятельности. Проведен анализ возможных ошибок и проблем, возникающих при создании политического имиджа, а также способы их решения.

(Подпись студента) _____

РЭФЕРАТ

Аб'ём працы: 66 старонак, 40 выкарыстаных крыніц.

Ключавыя словы: ІМІДЖ ПАЛІТЫЧНАГА ЛІДЭРА, СРОДКІ МАСАВАЙ ІНФАРМАЦЫІ, РЭКЛАМА, PR-ТЭХНАЛОГІІ, ФАКТАРЫ ФАРМІРАВАННЯ ІМІДЖУ, КАМУНІКАЦЫЯ, ЭЛЕКТАРАТ.

Аб'ект даследавання: асаблівасці і працэс фарміравання палітычнага іміджу.

Прадмет даследавання: метады і тэхналогіі, якія фарміруюць палітычны імідж з мэтай ўздзеяння на перавагу выбаршчыкаў

Мэта дыпломнай працы: вывучэнне і аналіз сучасных тэхналогій фарміравання і прасоўвання палітычнага іміджу, а таксама выяўленне іх асаблівасцяў і эфектыўнасці

Метадалогія даследавання: пры правядзенні даследавання для дасягнення пастаўленай мэты былі выкарыстаныя агульнанавуковыя лагічныя метады пазнання: аналіз, сінтэз, аналогія, дэдукцыя, індукцыя, гіпотэза, абагульненне, а таксама метады сістэмнага і параўнальнага аналізу, дыялектыка-матэрыялістычны, гістарычны, сацыялагічны метады і інш. Тэарэтыка-метадалагічную аснову складаюць працы айчынных і замежных аўтараў.

У працэсе напісання працы былі прааналізаваны працы наступных аўтараў: Амелін У. Н., Леўчык Д. А., Усціменка С. у., Бурына і. Ф., Грынберг Т. Э, Давыборац, Е. Н., Дзілігенскі Г. Г., Ягорава-Гантман, Е. У. Краснаруцкая А. С., Кудзінаў О. П., Шыпілаў Г. А., Кузьміна С. У., Кураедава М. М., Назарава М. У., Липпман У., Лісоўскі С. Ф., Максімаў А. А., Маслоў А., Макрушына Е. В., Нікіціна, Т. І. Новікаў Д. В., Панасюк А. Ю. і інш.

Навуковая навізна даследавання: у рамках комплекснага падыходу вывучаны праблемы фарміравання і прасоўвання палітычнага іміджу. Разгледжаны сучасныя метады даследавання, уключаючы аналіз даных, кантэнт-аналіз, case-study. Прадстаўлена дэталёвая мадэль стварэння палітычнага іміджу, якая ўключае ў сябе этапы распрацоўкі канцэпцыі,

планавання і рэалізацыі мерапрыемстваў па фарміраванні і прасоўванні іміджу. Прапанаваны рэкамендацыі па выбары аптымальных інструментаў і тэхналогій для фарміравання іміджу ў залежнасці ад мэтай і задач палітычнай дзейнасці. Праведзены аналіз магчымых памылак і праблем, якія ўзнікаюць пры стварэнні палітычнага іміджу, а таксама спосабы іх вырашэння.

(Падпіс студэнта) _____

SUMMARY

Scope of paper: 66 pages, 40 sources.

Keywords: POLITICAL LEADER'S IMAGE, MASS MEDIA, ADVERTISING, PR TECHNOLOGIES, IMAGE FORMATION FACTORS, COMMUNICATION, ELECTORATE

Research object: features and process of political image formation.

Research subject: methods and technologies that form a political image in order to influence voter preferences

Objective of the thesis: to study and analyze modern technologies for the formation and promotion of political image, as well as to identify their features and effectiveness

Research methodology: in conducting the research to achieve the set goal, general scientific logical methods of cognition were used: analysis, synthesis, analogy, deduction, induction, hypothesis, generalization, as well as methods of systemic and comparative analysis, dialectical-materialistic, historical, sociological methods, etc. The theoretical and methodological basis is the work of domestic and foreign authors.

In the process of writing the work, the works of the following authors were analyzed: Amelin V. N., Levchik D. A., Ustimenko S. V., Burina I.F., Grinberg T. E., Davyborets, E.N., Diligensky G. G., Egorova-Gantman, E. V., Krasnorutskaya A.S., Kudinov O. P., Shipilov G. A., Kuzmina S.V., Kuroedova M. A., Nazarova M. V., Lippman U., Lisovsky S. F., Maksimov A. A., Maslow A., Mokrushina E.V., Nikitina, T. I. Novikov D.V., Panasyuk A. Y. and others.

Scientific novelty of the research: within the framework of a comprehensive approach, the problems of formation and promotion of political image were studied. Modern research methods were considered, including data analysis, content analysis, case-study. A detailed model of creating a political image is presented, which includes the stages of developing a concept, planning and implementing measures to form and promote an image. Recommendations are proposed for choosing the optimal tools and technologies for image formation depending on the goals and objectives of political activity. An analysis of possible

errors and problems arising in the creation of a political image, as well as ways to solve them, is carried out.