

Главная » Статьи » 2022 год » №3 (35)

Политическая реклама как часть политической информационно-коммуникативной стратегии

В статье рассматривается политическая реклама как эффективный и простой способ передачи информации по различным коммуникативным каналам. Но в отличие от других информационно-коммуникативных методов воздействия политическая реклама носит исключительно коммерческий характер и направлена на выработку правильной и актуальной информационно-коммуникативной стратегии, целью которой является формирование политического имиджа политического автора.

Ключевые слова: политическая реклама, политическая стратегия, политическая борьба



Библиографическая ссылка

Шель Т.А. Политическая реклама как часть политической информационно-коммуникативной стратегии [Электронный ресурс] // Бизнес и общество: электрон. научн. журн. 2022. N 3 (35). URL: http://business-society.ru/2022/num-3-35/48_shel.pdf.

№3 (35) Editor (Вчера)

5 0.0/0



НОМЕРА ЖУРНАЛА



№1 (33)

№2 (34)

№3 (35)

№4 (36)

ПОЛЕЗНЫЕ ССЫЛКИ

[Классификатор УДК](#)

[Классификатор УДК 2](#)

[Система "Антиплагиат"](#)

[eTXT Антиплагиат](#)

[Google переводчик](#)

[Онлайн-транслитератор](#)

[ГОСТ Р 7.0.5-2008](#)

[eLIBRARY.RU поиск](#)

[eLIBRARY.RU "Бизнес и общество"](#)

[Законодательство для аспирантов](#)

УДК 321.02

Шель Татьяна Алексеевна

кандидат политических наук,
доцент кафедры гуманитарных и
социально-экономических дисциплин
Московская академия Следственного комитета
Российской Федерации
Россия, Москва
strokova_tatyana@mail.ru

Tatyana A. Shel

candidate of political sciences, associate Professor
of the Department of Humanities and socio-
economic disciplines
Moscow Academy of the Investigative Committee
of the Russian Federation
Russia, Moscow

**ПОЛИТИЧЕСКАЯ РЕКЛАМА КАК ЧАСТЬ
ПОЛИТИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИОННО-
КОММУНИКАТИВНОЙ СТРАТЕГИИ**

**POLITICAL ADVERTISING AS PART OF A
POLITICAL INFORMATION AND
COMMUNICATION STRATEGY**

Аннотация

В статье рассматривается политическая реклама как эффективный и простой способ передачи информации по различным коммуникативным каналам. Но в отличие от других информационно-коммуникативных методов воздействия политическая реклама носит исключительно коммерческий характер и направлена на выработку правильной и актуальной информационно-коммуникативной стратегии, целью которой является формирование политического имиджа политического автора.

Ключевые слова:

политическая реклама, политическая стратегия, политическая борьба

Abstract

This article discusses political advertising as an effective and simple way of transmitting information through various communication channels. But unlike other information and communication methods of influence, political advertising is exclusively commercial in nature and is aimed at developing a correct and relevant information and communication strategy, the purpose of which is to form a political image of a political actor.

Keywords:

Political advertising, political strategy, political struggle

Исторический опыт показывает, что простые, на первый взгляд, вещи и явления, которые мы ежедневно встречаем в бытовой, духовной, социально-экономической жизни могут носить политический характер и выполнять определенные политические функции. Сюда можно отнести, например, литературу, поэзию, живопись, музыку, деятельность различных средств массовой информации и т.д. Среди таких явлений и процессов можно выделить рекламу, особой разновидностью которой является политическая реклама, занимающая особое место в информационно-коммуникативной стратегии.

При этом стоит разделить понятия пропаганды, агитации и политической рекламы. Все данные категории являются схожими между собой, но при этом имеют специфические различия: масштаб, цели и методы. Главная задача политической рекламы не просто сформировать политический имидж того или иного субъекта политики, политического актора, но и прежде всего побудить электорат проголосовать. Политическая реклама использует методы агитационного и

Научный журнал "Бизнес и общество"

СВИДЕТЕЛЬСТВО

о публикации статьи

Шель Татьяна Алексеевна

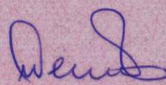
автор статьи "Политическая реклама как часть политической
информационно-коммуникативной стратегии"

в электронном научном журнале "Бизнес и общество"

<http://business-society.ru/>

Входит в РИНЦ
Свидетельство СМИ
Эл № ФС77-63304

Учредитель
журнала



Д.Г. Демьянов