

# РЕКЛАМА, КАК СРЕДСТВО ПОЛИТИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ.

Работу подготовила учитель МОУ СОШ №14  
г.Нягань ХМАО  
Пономарева Светлана Вячеславовна

# ГИПОТЕЗА:

- Нужна ли политическая реклама?
- Какие виды политической рекламы влияют на выбор избирателя?

# ЦЕЛЬ:

-исследовать оптимальность  
применения на практике разнообразных  
форм и методов политической рекламы

;

# АКТУАЛЬНОСТЬ

данной работы подтверждается  
возможностью использовать  
результаты исследования в  
предвыборной кампании, проводимой  
в связи с предстоящими выборами  
президента РФ, главы местного  
самоуправления, школьных выборов  
детского самоуправления и т.д.

# **ЗАДАЧА:**

определение тех видов и методов рекламы, влияние которых на избирателя приводит к положительному отношению к выборам и к повышению политической активности масс

# Возможные основания классификации политрекламы:

- По форме;
- По предмету рекламы;
- По знаку формируемого отношения;
- По силе воздействия;
- По средствам воздействия;

# Цели политической рекламы:

- Узнавание имени кандидата
- Выделение ключевых вопросов программы
- Создание имиджа кандидата
- Разъяснение позиции кандидата
- Политическая стратегия
- Франдрейзинг

**К видам политрекламы  
относятся:**

# Устная политическая реклама..



# Художественный портрет



**НАРОД УЖЕ  
ВЫБРАЛ**



**ЛУЖКОВ**  
Юрий Михайлович  
Мэр Москвы

**Я ГОЛОСУЮ ЗА**

MSBB0630 A

# Фотография.



# Политический плакат



A photograph of two men standing in front of a large banner that features the Russian national flag (white, blue, and red horizontal stripes). The man on the left is wearing a dark jacket with a tan collar. The man on the right is wearing a dark coat and is smiling. The banner has white text on the blue and red sections.

**ВМЕСТЕ  
ПОБЕДИМ!**

**2 МАРТА  
ВЫБОРЫ  
ПРЕЗИДЕНТА  
РОССИИ**



**frontanka.ru**

# Листовки





# Методы политрекламы, которые выделяют политологи:

- Внушение
- Убеждение
- Эмоциональная реклама.
- Патриотическое воздействие

**ГОЛОСУЙ!  
НЕ КОМПЛЕКСУЙ!**



**2 ДЕКАБРЯ 2007 г. ВЫБОРЫ В ГОСУДАРСТВЕННУЮ ДУМУ**

**ЦИК РОССИИ  
WWW.CIKRF.RU**

A portrait of Vladimir Lukin, a Russian politician, looking directly at the camera with a serious expression. His hands are clasped in front of him. The background is a large, dense crowd of people, many of whom are raising their hands, suggesting a public event or rally. The overall tone is one of political engagement and public support.

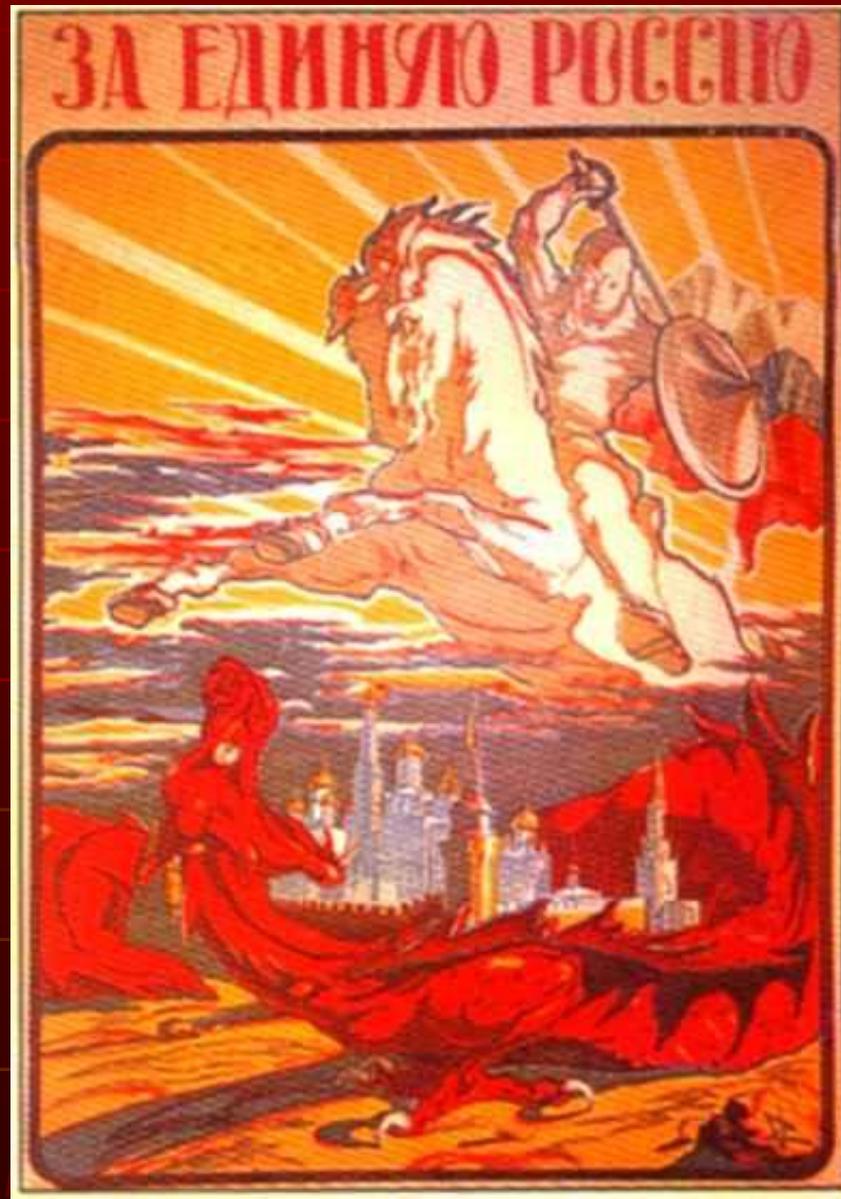
**ЛДПР**

**Мы за бедных! Мы за русских!**

# Эмоциональный метод



# Патриотическое воздействие



# Способы воздействия

- Публикации в СМИ;
- Теледебаты;
- Пиар акции

# **Формы политической рекламы:**

Наружная реклама  
(информационные биллборды).



# Банерные растяжки..



# Социальный опрос «Из двери в дверь».

## Уважаемый избиратель!

Приглашаем Вас принять участие в голосовании на выборах Президента Российской Федерации **2 марта 2008 года**.

Ваш избирательный участок № 79 находится по адресу:  
Уральская 7

Голосование проводится с 06<sup>00</sup> до 10<sup>00</sup> часов по местному времени.

В случае невозможности прибыть на избирательный участок в день голосования Вы можете позвонить по телефону 6-84-13 и уведомить об этом участковую избирательную комиссию. По Вашему заявлению члены участковой избирательной комиссии готовы провести голосование у Вас на дому с использованием переносного ящика.

**ВАШ ГОЛОС НУЖЕН РОССИИ!!!**

# Пикеты в поддержку кандидата



# Встречи с избирателями



# Негативная реклама

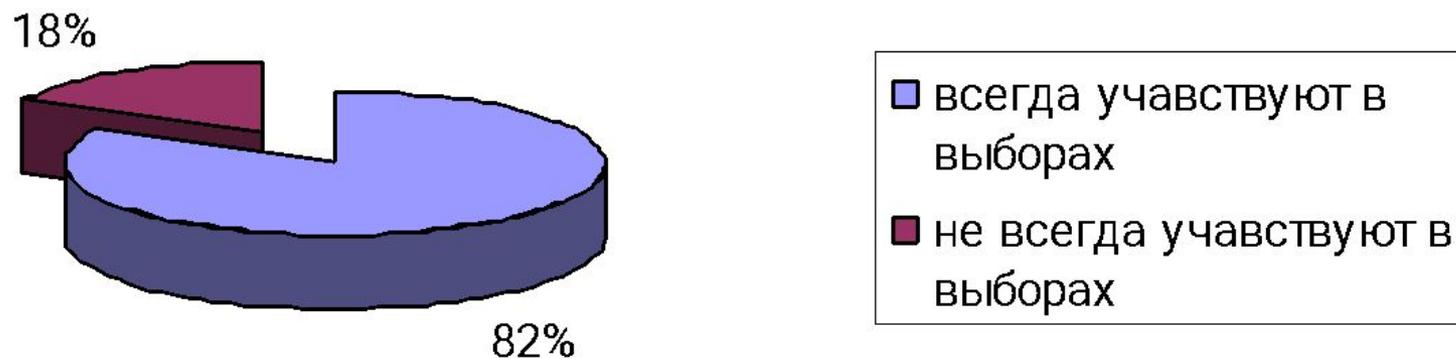


# СХЕМА ПРЕДВЫБОРНОГО ШТАБА №2

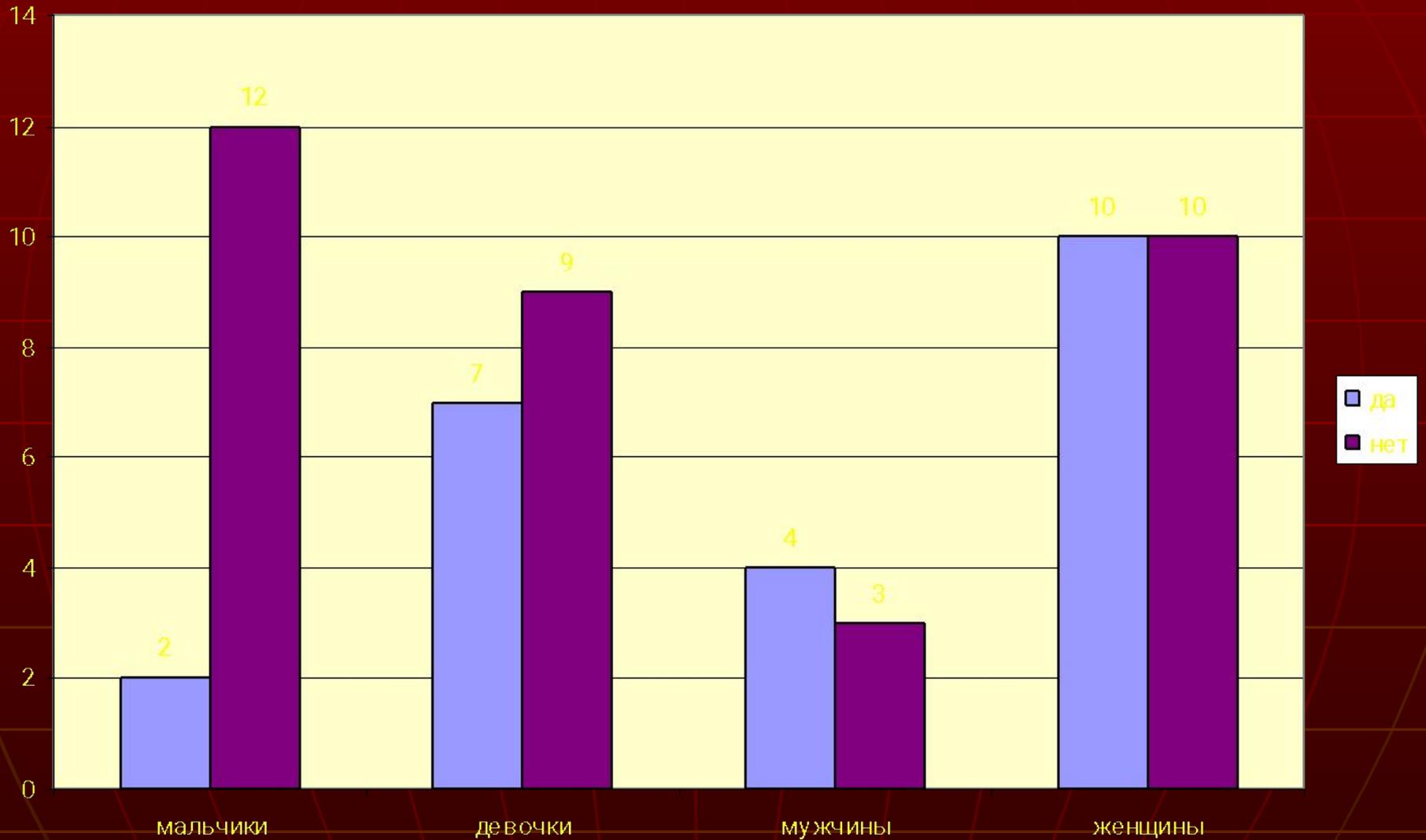


# Исследовательская часть. Статистические диаграммы:

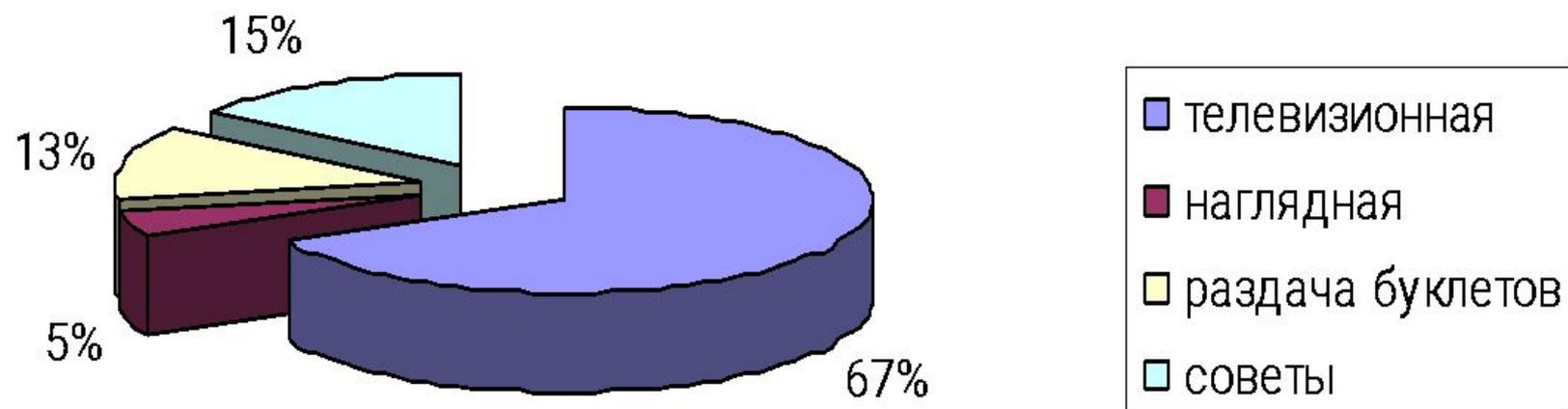
## Участие в выборах



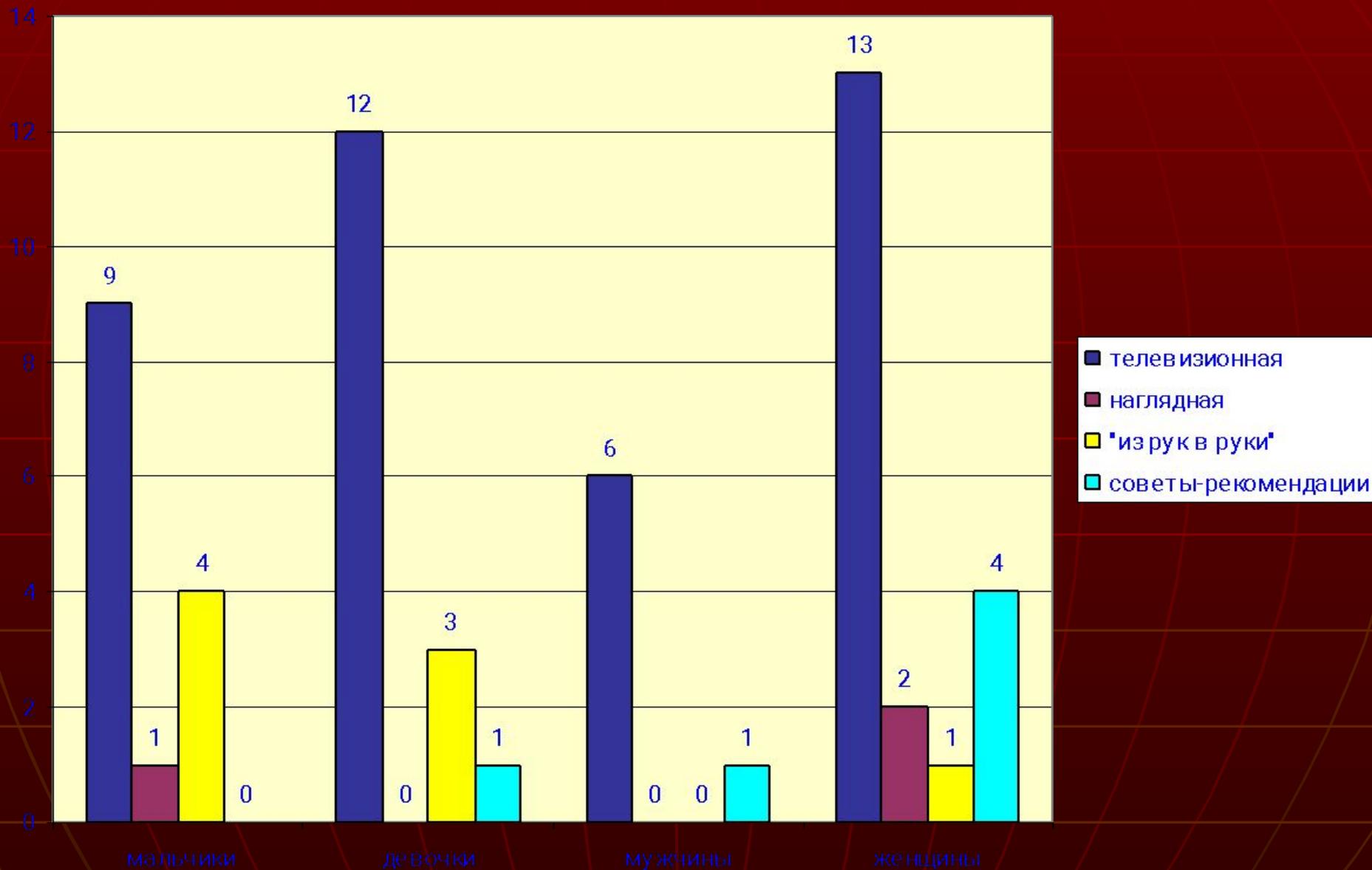
# Всегда ли Вы участвуете в выборах?



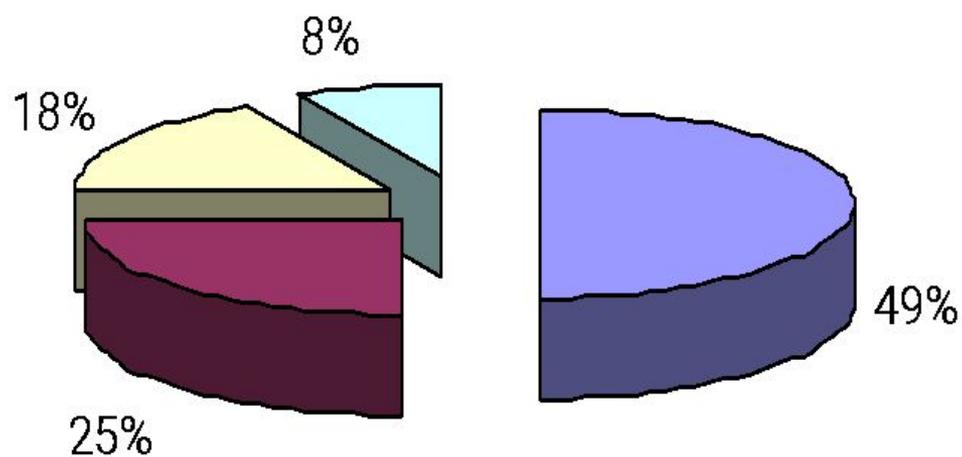
## наиболее запоминающейся рекламой считают:



# Наиболее запоминающаяся реклама

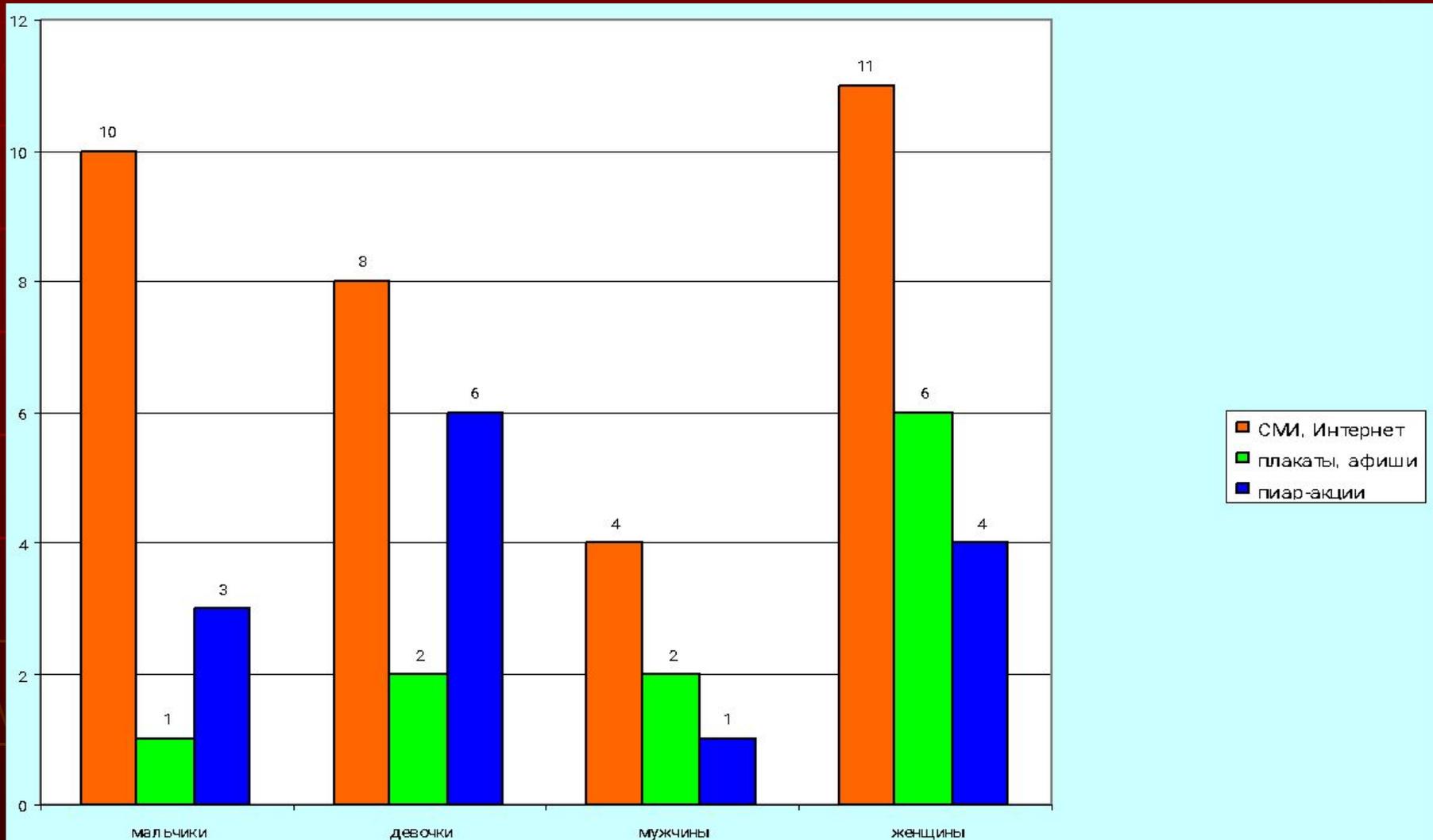


## Наиболее предпочтительной рекламой является:

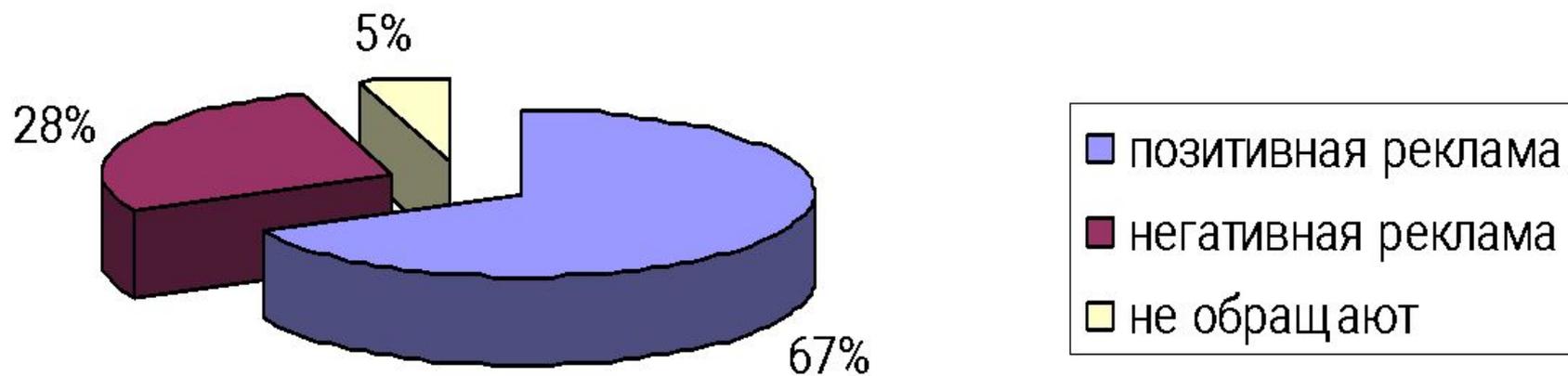


- Сми, Интернет
- Плакаты, афиши, листовки
- Акции
- никакая

# Вызывает наибольший интерес



## Чаще все люди обращают внимание на



**ВЫВОД:** Наиболее  
действенными средствами  
воздействия на избирателя

**являются**

- **Патриотический метод**
- **Метод Убеждения**
- **Неоднократные встречи с избирателями**
- **Позитивная телевизионная реклама**



Спасибо за внимание.

