

АНАЛИЗ ПОЛИТИЧЕСКОЙ РЕКЛАМЫ НА ПРИМЕРЕ ПАРТИИ «ЕДИНАЯ РОССИЯ»

Папшев Егор Андреевич

студент, Новосибирский государственный университет экономики и управления, РФ, г. Новосибирск

Шадрина Любовь Юрьевна

научный руководитель, канд. социол. наук, доц., Новосибирский государственный университет экономики и управления, РФ, г. Новосибирск

Основной целью политической рекламы является установление связи между политической элитой или кандидатами и массами. Через направленную адресную коммуникацию она использует знаковую систему, которая легко понятна и может быть эффективно воспринята. Политическая реклама служит проводником идей, образов, символов и мифов, а также выполняет информационную функцию. Она информирует и знакомит аудиторию со взглядами, действиями, предложениями и преимуществами партии или кандидата перед конкурентами. [1, с.13]

Политическая реклама стала неотъемлемой частью избирательных кампаний во всем мире, и Россия не является исключением. Партия «Единая Россия», находящаяся у власти с 2000 года, широко использует политическую рекламу, чтобы донести свое послание до избирателей [2]. В данном анализе мы рассмотрим стратегию политической рекламы партии «Единая Россия» и ее эффективность в воздействии на избирателей.

Партия «Единая Россия» широко использовала политическую рекламу в своих избирательных кампаниях. Рекламные кампании партии обычно сосредоточены на продвижении достижений партии и подчеркивании необходимости стабильности и преемственности власти. Рекламные сообщения партии обычно прямые и непосредственные, с такими слоганами, как «Вместе мы сможем больше» и «За сильную Россию». Партия также часто использует в своей рекламе образы Путина, подчеркивая его лидерство и связь с партией.

Одним из ключевых элементов рекламной стратегии партии «Единая Россия» является использование телевизионной рекламы. Телевидение является наиболее важным средством политической рекламы в России, поскольку большинство населения полагается на него как на основной источник новостей и информации. Партия обычно покупает значительное количество эфирного времени на национальных телеканалах и использует его для трансляции своих рекламных сообщений.

Помимо телевизионной рекламы, партия «Единая Россия» использует и другие формы политической рекламы, включая наружную рекламу, печатную рекламу и социальные сети.

Партия имеет значительное присутствие на популярных в России платформах социальных сетей, таких как «ВКонтакте» и «Одноклассники». Партия использует эти платформы для распространения своих рекламных сообщений и взаимодействия с избирателями. Эффективность политической рекламной стратегии партии «Единая Россия» является предметом споров. С одной стороны, доминирование партии в российской политике говорит о том, что ее рекламные кампании были эффективны в убеждении избирателей поддержать партию. Партия постоянно получает большинство мест в Государственной Думе, нижней палате российского парламента, и сохраняет свою власть на протяжении более двух десятилетий.

С другой стороны, использование политической рекламы партией «Единая Россия» подвергается критике за чрезмерную упрощенность и отсутствие сути. Критики утверждают, что в рекламных кампаниях партии слишком много внимания уделяется продвижению партии и ее лидеров, а не представлению конкретных политических предложений. Акцент партии на стабильности и преемственности также критикуют за то, что она не в ладах с проблемами многих россиян, которые все больше недовольны статус-кво.

В заключение следует отметить, что партия «Единая Россия» широко использовала политическую рекламу в своих избирательных кампаниях, делая акцент на продвижении достижений партии и подчеркивая необходимость стабильности и преемственности власти. Рекламная стратегия партии в значительной степени опиралась на телевизионную рекламу, но она также использовала и другие формы рекламы, включая наружную рекламу, печатную рекламу и социальные сети. Эффективность рекламной стратегии 25 партии является предметом споров: одни утверждают, что она была эффективной в убеждении избирателей поддержать партию, другие критикуют ее за чрезмерную упрощенность и отсутствие содержания.

Список литературы:

1. Безруков, А. В. Политическая реклама как феномен современной политической жизни / А. В. Безруков, В. Н. Семенов // Молодой ученый. – 2019. – № 10 (271). – С. 12-14.
2. Официальный сайт партии «Единая Россия» [Электронный ресурс] URL: <https://er.ru/party>