

Трансформация политической рекламы

Опыт французской прессы

Артём Клуни

ISBN: 978-3-659-72423-7

В работе рассматривается политическая реклама во Франции, её зарождение, появление в средствах массовой информации и её постоянная трансформация. Автор анализирует, как изменяется освещение предвыборных кампаний IV и V французских республик, строит причинно-следственные связи между политической рекламой и результатами президентских выборов 2017-го года. Особое внимание уделяется месту журналиста в создании имиджа общественных деятелей. Работа выполнена на кафедре зарубежной журналистики и литературы Института журналистики Белорусского государственного университета под научным руководством доцента Бориса Леонидовича Залесского.



Артём Клуни
**Трансформация
политической рекламы**
Опыт французской прессы



Palmarium
academic publishing

