

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРЕДВЫБОРНЫХ КАМПАНИЙ..	5
1.1. Основные понятия	5
1.2. Стратегия избирательной кампании	7
1.3. Тактика избирательной кампании	15
1.4. Особенности избирательной системы США	18
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ I.....	21
ГЛАВА II. ПОСТРОЕНИЕ ПРЕДВЫБОРНЫХ КАМПАНИЙ НА РЕАЛЬНЫХ ПРИМЕРАХ	22
2.1. Предисловие	22
2.2. Джордж Буш	23
2.2.1. Переизбрание на второй срок	26
2.3. Барак Обама.....	28
2.3.1. Переизбрание на второй срок	37
2.4. Митт Ромни.....	41
2.5. Хиллари Клинтон.....	45
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ II	50
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	51
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	54

ВВЕДЕНИЕ

В ноябре 2016 года американцы изберут 45-го президента страны. Это событие является одним из самых обсуждаемых тем в мировых СМИ в течение последнего года, так как новый глава США определит, по какому курсу Америка будет развиваться в ближайшие четыре года, станет ли еще более сильной державой или сдаст позиции на мировой арене. Это и определяет актуальность выбранной темы для дипломной работы.

Люди, далекие от организации выборов, но интересующиеся ходом предвыборной гонки, не могли не заметить, что процесс это длительный, и наверняка он остается малопонятным для них. Дело в том, что через средства массовой информации до нас доходит лишь «показательная» часть предвыборной кампании кандидатов – интервью, дебаты, массовые собрания. Кроме того, часто информация о кандидате приходит к нам в настолько разбросанном виде, что составить единую картину о его предвыборной кампании представляется довольно сложной задачей.

Исторически сложившаяся система демократических выборов в США предполагает, что кандидаты участвуют в продолжительной президентской гонке, по окончании которой американцы выбирают подходящего, по их мнению, руководителя страны. Таким образом, задача кандидата во время этой гонки состоит в том, чтобы найти поддержку наибольшего количества избирателей. Чтобы добиться этой цели, кандидаты выстраивают предвыборную стратегию – комплекс агитационных мероприятий, направленных на привлечение электората на свою сторону.

Выбор тематики данной дипломной работы обусловлен, на наш взгляд, недостаточной степенью раскрытости темы проведения предвыборных кампаний в США.

Объектом исследования являются президентские выборы в Соединенных Штатах, а предметом – предвыборные стратегии кандидатов на пост президента.

Цель исследования – определение основных тенденций построения предвыборных стратегий участников предвыборной гонки в США. Для достижения данной цели мы решили следующие задачи:

- Привели основные понятия теоретических основ предвыборных кампаний;
- Раскрыли принципы и методы построения и реализации президентских предвыборных кампаний;
- Определили отличительные особенности избирательного процесса в США;
- Проанализировали наиболее яркие примеры предвыборных кампаний кандидатов в 21 веке;

Структура дипломной работы обуславливается заданной целью и задачами, она имеет введение, две главы, заключение и библиографический список. В первой главе дипломной работы раскрывается суть предвыборных кампаний, роли их участников, государства, деятельности самих кандидатов и их штаба по работе с электоратом. Мы, также, описали специфику выборов в Соединенных Штатах для того, чтобы донести до потенциальных читателей смысл системы выборов в стране. Во второй главе мы подробно рассмотрели примеры предвыборных кампаний кандидатов в президенты для того, чтобы продемонстрировать основные принципы их построения на основе теории, но с характерными для каждого кандидата стилями и особенностями.

Методологической основой для исследования стали труды таких авторов, как Малкин Е., Сучков Е., Амелин В.Н., Федоркин Н.С., Докторов Б.З., а также работы других специалистов политологии и журналистов, позволившие нам провести подробный анализ нашей темы.