

**МЕТОДИКА ПРИВЛЕЧЕНИЯ ЭЛЕКТОРАТА К ВЫБОРНОМУ ПРОЦЕССУ****Королева Т.А.***кандидат полит. наук, доцент кафедры медиакоммуникационных технологий,  
Санкт-Петербург***АННОТАЦИЯ.**

В статье использован системный подход исследования, рассмотрены информационно-коммуникационные технологии вовлечения граждан в выборный процесс. Демократизация российского общества, свобода волеизъявления позволяют вовлечь в выборный процесс наибольшее количество граждан, что в свою очередь обеспечивает стабильность политической жизни страны.

**ABSTRACT.**

The article used a systematic approach to research, considered information and communication technologies of citizen involvement in the election process. The democratization of Russian society, freedom of expression allow the largest number of citizens to be involved in the electoral process, which in turn ensures the stability of the country's political life.

**Ключевые слова:** маркетинг социальных медиа, выбора методов и Интернет-технологий продвижения кандидата и привлечения электората.

**Keywords:** social media marketing, choice of methods and Internet technologies for promoting a candidate and attracting the electorate.

Благодаря развитию демократических процессов в России, сегодня мы имеем возможность избирать и быть избранными. Процедура выборных кампаний проходит в Российской Федерации в многочисленных уровнях властных структур, однако законодательно день голосования определен как единый и пройдет во второе воскресенье сентября, то есть 8 сентября 2019 года.

Главные выборы в России состоялись в марте 2018 года - это выборы главы государства. На пост Президента Российской Федерации избран действующий ранее Президент Владимир Владимирович Путин. По результатам подсчета голосов Центральной избирательной комиссией явка избирателей на выборах Президента России составила 67,5 процентов, что является беспрецедентным социальным явлением за последнее десятилетие [1].

В разных регионах Российской Федерации 8 сентября пройдут выборные кампании различного уровня, в том числе дополнительные выборы депутатов Государственной Думы, глав субъектов федерации и выборы депутатов законодательных органов государственной власти в субъектах РФ. В отдельных регионах, где у губернаторов истекает срок полномочий и они уйдут в отставку после 8 июня 2019 года, также пройдут выборы в единый день голосования, а Санкт-Петербурге будут также выбирать депутатов в Муниципальные советы муниципальных образований города.

Перед штабами избирательных кампаний кандидатов различного уровня стоит задача выбора методов и технологий продвижения кандидата с целью достичь желаемого результата – быть избранным. Сегодня современное общество располагает высокоразвитыми информационными технологиями, позволяющими создавать принципиально новые возможности информационного воздействия на электорат с широким использованием инструментария PR, который позволяет формировать политические настроения масс, используя психологическое устройство информационной сферы. Известно, что общественное мнение формируется под

влиянием всех средств массового воздействия: различных политических сил, партий, институтов, СМИ. В его формировании участвует и личный опыт человека, его жизнь в социальной инфраструктуре. Одной из составляющих общественного мнения является образ политической, экономической, экологической ситуации, которая сложилась в данный период времени и в конкретном регионе, где будут проходить выборы. Особенно важно учитывать общественное мнение в период проведения избирательной кампании, выявить политические предпочтения электората. Данные опросы могут проводиться с использованием новейших технических средств.

С целью исследования общественного мнения в Администрации Президента РФ более 20 лет действует компьютерный ситуационный аналитический центр, позволяющий оперативно обеспечивать главу государства необходимыми и искомыми данными о положении в стране. Сегодня в стране около сотни ситуационных центров и 350 специальных ситуационных пунктов, к нему также обеспечен доступ всех министров, губернаторов, полномочных представителей президента в федеральных округах, есть также несколько мобильных комплексов: где бы ни находился президент, он может взаимодействовать со всеми, кто ему нужен. На федеральном, ведомственном и региональном уровнях полный охват намечен к 2020 году. Сейчас ведется модернизация существующих, проектирование и создание новых. В регионах самый высокотехнологичный ситуационный центр - в Санкт-Петербурге - введен в 2006 году, при губернаторе Матвиенко и активно эксплуатируется сегодня. На его базе создана государственная информационная система "Безопасный город". Сегодня многие вопросы решаются с применением социогуманитарных технологий в управлении, а также аналитических исследований социологов и политиков [1]. Благодаря данным коммуникационным технологиям можно выстраивать стратегический план избирательной

кампании, как на региональном, так и на федеральном уровне.

Важным элементом вовлечения электората в избирательную среду можно отметить интерактивные конференции с действующими руководителями различных уровней. Важным этапом в этом процессе является опыт видеоконференции главы государства с удаленными абонентами в режиме реального времени. Данные коммуникации позволяют в режиме онлайн выявить те, или иные проблемы населения, которые являются общими для данного региона, а также в перспективе совершенствовать институты управления, как на местах, так и на федеральном уровне.

Исследуя вопрос привлечения электората к урнам на избирательные участки в день голосования, необходимо отметить еще один элемент коммуникаций кандидатов во власть с избирателями, - это социальные сети. Сегодня Интернет становится основным инструментом взаимодействия политиков с населением в период подготовки избирательной кампании, и на этом этапе ключевое значение имеет целевая аудитория. Например, люди старшего возраста пользуются в основном социальными сетями «ВКонтакте» и Facebook, молодые люди предпочитают «Инстаграм» и YouTube. Кроме того, каждая социальная сеть имеет свои особенности, которые влияют на скорость распространения информации о кандидате. Указанные сети позволяют размещать контент любого формата, в том числе, связанный с деятельностью кандидата. Кроме того, в указанных социальных сетях относительно недорого можно размещать таргетинговую рекламу о кандидате и предстоящих выборах, представляющую из себя небольшие рекламные объявления о деятельности кандидата на предстоящую неделю, месяц; о его встречах с избирателями в ближайшей перспективе. Отображается такая реклама только для определенной целевой аудитории, параметры которой можно выбрать в настройках данного типа рекламы в социальной сети и показывать пользователям политическую рекламу с очень высокой степенью релевантности [3].

Также важно в преддверии выборов использовать SMS-рассылку сообщений с информацией о новых возможностях голосования по месту фактического пребывания без открепительных удостоверений.

Современная избирательная кампания не обходится без государственной автоматизированной системы «Выборы», которая представляет из себя территориально-распределенную, телекоммуникационную, автоматизированную систему общегосударственного уровня, позволяющую реализовать информационные процессы в ходе подготовки и проведения выборов. Система позволяет комплексно решать задачи организации избирательного процесса на всех этапах: планирование подготовки проведения выборов, учёт избирателей, ввод сведений о кандидатах в депутаты, проведение голосования, подведение итогов и последующую статистическую обработку результатов [4].

Кроме того, в систему заложены функции согласования работы избирательных комиссий разных уровней, что практически в режиме реального времени позволяет подводить итоги голосования и с помощью средств отображения и интернета доводить их до каждого гражданина России.

Сегодня в обновленной России необходимо рассматривать актуальность маркетинга социальных медиа (SMM) как важнейшую составляющую при проведении предстоящих выборов 8 сентября 2019 года и, конечно, учитывая менталитет российских выборщиков, ничто не заменит живого и непосредственного общения кандидата в политическую элиту с российским электоратом для достижения поставленных целей.

#### **Список литературы:**

1. Королева Т.А. Социальные предпосылки участия россиян в выборном процессе. Международная научно-практическая конференция «Актуальные направления гуманитарных и социально-экономических исследований» 30.03.2018. – Белгород: Издательство АПНИ, 2018. – С.11.
2. <https://rg.ru/2017/10/11/kak-rabotaet-situacionnyj-centr-prezidenta.html> Взгляд из центра
3. [https://yandex.ru/search/?lr=2&text=SMM-продвижение в социальных сетях](https://yandex.ru/search/?lr=2&text=SMM-продвижение%20в%20социальных%20сетях)  
SMM-продвижение в социальных сетях — что это такое и как работает
4. [https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%90%D0%A1\\_%C2%AB%D0%92%D1%8B%D0%B1%D0%BE%D1%80%D1%8B%C2%BB](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%90%D0%A1_%C2%AB%D0%92%D1%8B%D0%B1%D0%BE%D1%80%D1%8B%C2%BB) ГАС «Выборы»