

# ТЕХНОЛОГИИ ПРОВЕДЕНИЯ ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ

---

Подготовила:  
студентка группы П1-3

Савченко Татьяна

Научный руководитель:  
старший преподаватель кафедры  
«Управление персоналом и психология»

Неврюев Андрей Николаевич

## Стадии избирательной кампании



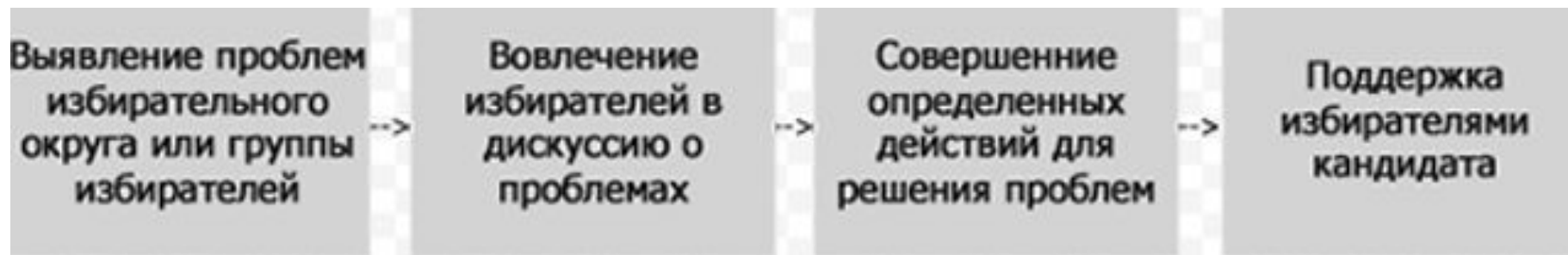
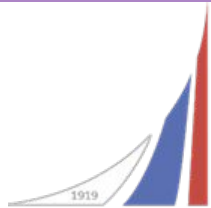
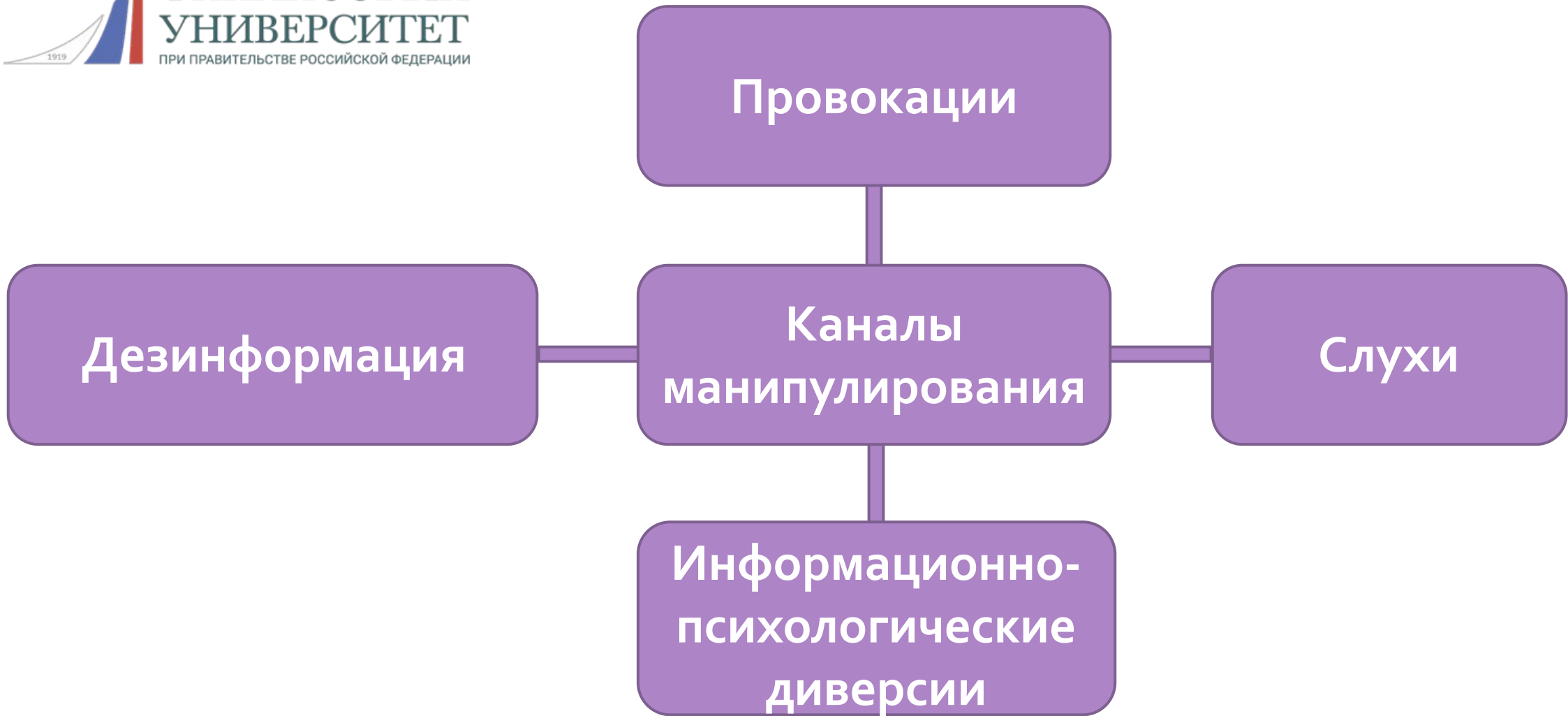
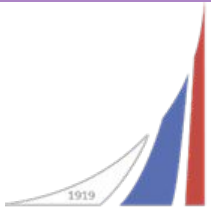


Схема скрытого управления избирателями



**Цель:** политические симпатии, выраженные в проценте голосов «за» по итогам выборов

Субъект –  
партия/кандидат

**Политическая  
реклама**

Объект -  
электорат

**Методы распространения:**

- Аудиовизуальные средства
- Печатно-полиграфические средства
- Интернет
- Сотовая связь

**Формы распространения:**

- Личная
- Опосредованная

# ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПРОПАГАНДА

## источники и объемы



**17 689** PR – специалистов  
в стране заняты на выборах

**89%**  
СМИ  
во время выборов  
кардинально меняют контент

**64%**  
наружной рекламы  
отдается предвыборным  
программам

**6 часов**  
эфира  
ежедневно отдано  
пропаганде власти

**+6%**  
людей  
прибывают  
еженедельно

**178 657**  
бабушек  
получают агит. листовки

**84 546**  
студентов  
раздают листовки и клеят объявления

**2 млн.** рублей  
средняя стоимость  
политической кампании



# Список использованной литературы

- Парыгин Б.Д. Социальная психология. Проблемы методологии, истории и теории. СПб: ИГУП 1999
- Шестаков Л.А. Средства массовой информации в системе общества: Монография. Н. Новгород, 2000
- Шиллер Г. Манипуляторы сознания. /Перевод с англ. и науч. ред. Я.Н. Засурский. М.: «Мысль», 1980
- [https://revolution.allbest.ru/political/00407566\\_o.html](https://revolution.allbest.ru/political/00407566_o.html)
- <https://textbooks.studio/uchebnik-teoriya-politiki/tehnologiya-provedeniya-izbiratelnyih-kampaniy.html>
- [https://www.youtube.com/attribution\\_link?a=YHYnHsEooYg&u=%2Fwatch%3Fv%3D22O2J2R8QmU%26feature%3Dshare](https://www.youtube.com/attribution_link?a=YHYnHsEooYg&u=%2Fwatch%3Fv%3D22O2J2R8QmU%26feature%3Dshare)