

УДК 83.3

М.Ж.Изимбетова (2 курс, каф. Политологии), М.А.Василик, д.ф.н., проф.

ПОЛИТИЧЕСКАЯ РЕКЛАМА

Конец тысячелетия знаменуется нестабильностью общественно-политической ситуации. Внешнее спокойствие объясняется тем, что население, по большей части, представляет собой пассивную толпу. Полная растерянность людей, брошенных на произвол судьбы, выражается либо в нежелании отдать свой голос, либо в протестном голосовании. В таких условиях колоссальные суммы, потраченные на политическую рекламу, являются простым транжирством. Только эффективная реклама позволяет при меньших затратах добиться больших результатов, но это возможно только при профессиональном подходе к планированию и реализации рекламной кампании.

Планирование предвыборной кампании обязательно базируется на маркетинговых исследованиях. Это систематизированный, организованный в соответствии с определенной процедурой сбор, обобщение и анализ необходимой информации о состоянии, факторах влияния и динамике рынка. Выделяется группа таких исследовательских методов, как социально-психологическое наблюдение, анкетирование, интервьюирование, беседа, тестометрия и пр.

Сегодня стала очевидной роль лидера в победе на политических выборах. Кризис многих партий и блоков напрямую связан с фигурой, стоящей во главе. Таким образом, очень актуальным становится поиск новых лидеров.

Неотъемлемой частью политической эволюции общества являются массовые коммуникации, которые создают общественное мнение, репутацию или разрушают их. Массовые коммуникации корректируют отношения внутри общности, поддерживают ее единство.

Успех избирательной кампании во многом зависит от удачного плана и графика размещения рекламной продукции. Медиапланирование – это поиск самого короткого пути к сердцу избирателя. Главнейшими факторами здесь являются творческое решение рекламы и присутствие на данном канале рекламы ваших конкурентов.

При подготовке печатных и других материалов для СМИ ПР-службы ведут тщательную вдумчивую работу. Ведь партия, блок, движение через СМИ не просто информируют целевую аудиторию, а стремятся воздействовать на нее с целью вызвать необходимую, запланированную реакцию.