**ВЫПИСКА ИЗ ПРОТОКОЛА ЗАСЕДАНИЯ**

**избирательной комиссии Краснодарского края**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 5 июня 2019 г. | № | 91-2-6 |

**О Концепции информационно-разъяснительной деятельности**

**в период проведения муниципальных избирательных кампаний**

**на территории Краснодарского края**

В соответствии со статьей 29 Закона Краснодарского края от 26 декабря 2005 г. № 966-КЗ «О муниципальных выборах в Краснодарском крае», в целях повышения информированности избирателей о муниципальных избирательных кампаниях избирательная комиссия Краснодарского края РЕШИЛА:

1. Одобрить Концепцию информационно-разъяснительной деятельности в период проведения муниципальных избирательных кампаний на территории Краснодарского края (прилагается).

2. Направить настоящее решение в администрации городских округов, муниципальных районов, избирательные комиссии муниципальных образований и территориальные избирательные комиссии для использования в работе.

3. Возложить контроль за выполнением пункта 2 настоящего решения на секретаря избирательной комиссии Краснодарского края Турищеву Н.Ю.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Председатель  избирательной комиссии  Краснодарского края |  | А.Д. Черненко |
| Секретарь  избирательной комиссии  Краснодарского края |  | Н.Ю. Турищева |

Приложение

к выписке из протокола заседания   
избирательной комиссии

Краснодарского края

от 5 июня 2019 г. № 91-2-6

**Концепция информационно-разъяснительной деятельности для**

**территориальных избирательных комиссий и избирательных комиссий муниципальных образований в период проведения муниципальных**

**избирательных кампаний**

**Концепция: основные понятия**

Концепция информационно-разъяснительной деятельности в период проведения муниципальных избирательных кампаний на территории Краснодарского края (далее – Концепция) – это комплекс мер, нацеленный на информирование избирателей о выборах и направленный на повышение активности участия в процедуре голосования жителей Краснодарского края в ходе муниципальных выборов.

Концепция адресована территориальным избирательным комиссиям и избирательным комиссиям муниципальных образований Краснодарского края, а также органам, учреждениям и организациям, оказывающим помощь избирательным комиссиям в процессе информирования избирателей.

Цель Концепции – унифицировать практику информирования избирателей на территории Краснодарского края.

Задачи реализации Концепции:

1. Информировать о выборах адресно;
2. Охватить максимально широкий круг избирателей;
3. Осуществлять деятельность по информированию в соответствии с требованиями нормативно-правовых актов Российской Федерации и Краснодарского края.

**Информирование: содержание и структура**

Информирование может состоять из следующих элементов:

1. Информационные материалы больших форматов:
   1. Билборды (3х6);
   2. Суперборды (3х12, 4х12);
   3. Суперсайты (5х15);
   4. Ситиформаты (1,2х1,8, 3,7х2,7);
   5. Пиллары (3х1,4);
   6. Перетяжки (растяжки).
2. Информационные материалы малых форматов:
   1. Плакаты А2;
   2. Плакаты А3;
   3. Плакаты А4.
3. Интернет-информирование:
   1. Ведение официальных сайтов и страниц организующих выборы избирательных комиссий;
   2. Размещение информации на сайтах сетевых средств массовой информации и администраций муниципальных образований, органов, учреждений и организаций на территории соответствующих муниципальных образований;
   3. Размещение информации в группах и сообществах социальных сетей, каналах в мессенджерах;
   4. Интернет-рассылка по электронной почте;
   5. Контентная реклама в поисковых сервисах;
   6. Таргетированная реклама в социальных сетях.
4. Аудиовизуальные материалы:
   1. Информационные видеоролики и аудиозаписи для трансляции в средствах массовой информации;
   2. Информационные видеоролики и аудиозаписи для трансляции в публичных местах, местах общественного пользования и общественном транспорте.
5. Раздаточная промопродукция, рассчитанная на следующие возрастные категории:
   1. Молодые и будущие избиратели (12 лет – 24 года);
   2. Средневозрастная категория избирателей (25 лет – 44 года);
   3. Возрастная категория избирателей (старше 45 лет).
6. Образовательные и обучающие мероприятия просвещающего характера для различных категорий избирателей.
7. Дополнительные направления и методы информирования:

7.1 Информирование избирателей с ограниченными возможностями здоровья посредством специальных материалов;

7.2 Брендирование общественного транспорта;

7.3 Иные способы информирования.

8. Стимулирующие методы информирования.

**Информирование: базовые подходы**

Основной принцип осуществления информирования на муниципальных выборах – соответствие единому стилю, определенному данной Концепцией.

Подходы к разработке информационных материалов:

1. Легкость восприятия визуальных элементов;
2. Заметность материала, отражённая наглядно в кратком и понятном тексте;
3. Минимализм, сочетающийся с окружающей средой и не вызывающий негативных эмоций.

Возможное содержательное наполнение информационных материалов:

1. Дата голосования;
2. Название выборов;
3. Мотивирующий лозунг;
4. Название комиссии (для малых форматов);
5. Сайт/страница комиссии (для малых форматов).

ССЫЛКА ДЛЯ СКАЧИВАНИЯ МАТЕРИАЛОВ:

cloud.mail.ru/public/53VN/4umNsYy8G



**Информирование: этапы и сроки**

**Первый этап – информирующий**

Первый этап информирования начинается с момента публикации решения о назначении выборов. В рамках первого этапа эффективными способами информирования могут являться собственные интернет-ресурсы избирательной комиссии (сайт или страница, аккаунты в социальных сетях (при наличии) в сети Интернет) и средства массовой информации (печатные и сетевые издания), в которых публикуется решение о назначении выборов.

В рамках данного этапа избирательная комиссия, организующая выборы, в течение одного дня после публикации решения о назначении выборов создает в меню сайта или страницы в сети Интернет соответствующий раздел или рубрику, которая получает наименование в соответствии с названием выборов и с указанием на дату. Например, «Досрочные выборы главы Львовского сельского поселения Северского района 31 марта 2019 года».

В случае, если голосование на муниципальных выборах состоится в единый день голосования, то в меню сайта или страницы в сети Интернет целесообразно создать общий раздел или рубрику. Например, «Единый день голосования 8 сентября 2019 года». Далее на этой странице целесообразно сформировать четкую группировку по муниципальным выборам в соответствии с их полным названием. Не рекомендуется совмещать информацию о нескольких кампаниях в одном блоке.

В указанном разделе или рубрике целесообразно предусмотреть структуру для размещения информации по усмотрению избирательной комиссии, организующей выборы.

Кроме того, целесообразно сразу же разместить интернет-баннер на главной странице сайта или страницы в сети Интернет, ссылка с которого при технической возможности должна вести в соответствующий раздел или рубрику на сайте или странице в сети Интернет избирательной комиссии, организующей выборы.

Информация о ходе избирательных кампаний продолжает размещаться по мере необходимости в соответствующих разделах и рубриках на сайтах или страницах избирательных комиссий, организующих выборы, на протяжении всех пяти этапов информирования.

В рамках данного этапа необходимо выстроить взаимодействие с представителями средств массовой информации и определиться со способами информирования. Рекомендуется провести встречу не только с представителями муниципальных средств массовой информации, но и с представителями изданий, распространяемыъх на территории муниципального образования, собственниками которых могут быть физические и юридические лица.

**Второй этап – вовлекающий**

Второй этап информирования на муниципальных выборах начинается за 40 дней до дня голосования в случае, если кампания проходит в основные сроки, или за 30 дней до дня голосования в случае, если кампания проходит в сокращенные сроки.

В рамках данного этапа происходит размещение информационных плакатов больших форматов. Для более быстрого изготовления целесообразно использовать специально разработанные информационные материалы больших форматов для уличного размещения вне зданий, сооружений и помещений.

Большие форматы представляют собой билборды и перетяжки, а также иные макеты. Место и способ изготовления и крепления территориальная избирательная комиссия определяет по своему усмотрению.

При размещении информационных материалов больших форматов в обязательном порядке проверяется надежность крепления. Не рекомендуется размещение информационных материалов в местах, специально не предназначенных для использования больших форматов. Кроме того, недопустимо использование информационных материалов в местах, которые при сочетании с информационными материалами могут исказить цель информирования и вызвать негативный эффект.

Предполагается, что информационные материалы имеют оригинальный вид и размещаются на специально предусмотренных для этого конструкциях и местах, поскольку не предполагается их использование для иных целей. При нарушении целостности информационного материала большого формата его целесообразно оперативно заменить.

Используя предложенные макеты, избирательные комиссии могут адаптировать их под уличные конструкции иных форматов, при этом не рекомендуется отклоняться от общего содержания информационного материала и вносить визуальные изменения, кроме названия и даты избирательных кампаний, а также символики муниципального образования.

В рамках указанного этапа информирования избирательные комиссии, организующие выборы, проводят встречи с представителями органов и учреждений социального обеспечения, общественных организаций инвалидов и пожилых людей в целях осуществления информирования избирателей с ограниченными возможностями здоровья. В ходе указанных встреч передаются памятки и иные материалы, предназначенные для информирования избирателей с ограниченными возможностями здоровья.

В рамках данного этапа, по возможности, целесообразно взаимодействовать с органами местного самоуправления и транспортными компаниями по вопросу брендирования общественного транспорта снаружи и внутри, а также размещения информации на экранах в транспорте. Размещаемые макеты должны быть выполнены в единой общей стилистике, которая перекликалась бы с информационными материалами больших форматов.

Продолжая проведение интернет - информирования, в указанный период целесообразно размещение интернет-баннеров на сайтах администраций муниципальных образований, сетевых средств массовой информации муниципальных образований, иных сайтах органов местного самоуправления, учреждений и организаций.

**Третий этап – мотивирующий**

Третий этап информирования на муниципальных выборах начинается за 30 дней до дня голосования в случае, если кампания проходит в основные сроки, или за 20 дней до дня голосования в случае, если кампания проходит в сокращенные сроки.

В рамках третьего этапа избирательные комиссии размещают информационные материалы малых форматов размера А2, А3, А4 в публичных местах (местах общественного пользования и массового скопления людей). Размещение материалов осуществляется при наличии согласия собственника. Информационные материалы могут размещаться в органах, учреждениях, организациях. Требования к размещению и сохранности аналогичны тем, которые предъявляются к информационным материалам больших форматов.

На данном этапе целесообразно активно взаимодействовать с местными средствами массовой информации в целях информирования на страницах газет и в телерадиоэфире о дате, времени, месте голосования, порядке голосования. Видеоролики и аудиоролики избирательные комиссии изготавливают по своему усмотрению с использованием единой стилистики, в которой выполнены информационные плакаты на муниципальных выборах. При участии средств массовой информации можно вести эффективное информированное в любых форматах, которые способны вызвать интерес у аудитории. Например, это может быть размещение логотипа кампании на первой странице, интервью с представителями общественности на местном уровне о важности участия в выборах и иные информационные материалы, к примеру, о деятельности членов участковых избирательных комиссий.

Копии информационных материалов, опубликованных в средствах массовой информации, целесообразно хранить в избирательной комиссии, организующей выборы, для дальнейшего использования. Рекомендуется продолжать взаимодействовать со средствами массовой информации по вопросам информирования вплоть до дня голосования.

Продолжается интернет-информирование. В рамках данного этапа целесообразно связаться с администраторами наиболее крупных групп, сообществ, каналов муниципальных образований в социальных сетях и мессенджерах и реализовать процесс информирования посредством рассылки сообщений участникам, а также подготовки стандартных постов с информацией о выборах с использованием интернет-баннеров.

В рамках данного этапа информирования целесообразно воспользоваться интернет-рассылкой с помощью электронной почты. Рекомендуем избирательным комиссиям при проведении конкурсов и мероприятий указать в постановлениях пункт о сборе персональных данных, дополнительно расширив обрабатываемую информацию номером телефона и адресом электронной почты. После получения согласия на обработку персональных данных можно сформировать реестр электронных адресов жителей муниципального образования, предварительно сверив его с данными регистра, чтобы сделать рассылку информации более адресной.

Благодаря стандартным почтовым клиентам можно формировать красочные и наглядные интернет-приглашения. Рекомендуем воспользоваться наиболее популярными российскими сервисами (например, Mail или Yandex), поскольку они имеют инструменты для оформления писем и возможность привязки почтовых адресов иных сервисов. Для рассылки рекомендуем создать отдельный электронный адрес, который содержал бы дополнение «info» (например, [tikseverskayainfo@mail.ru](mailto:tikseverskayainfo@mail.ru)). Указанные услуги почтовыми клиентами предоставляются бесплатно. Для быстрой рассылки можно формировать группы в почтовых клиентах, которые в автоматическом режиме будут рассылать информацию массово. Во избежание блокирования указанной информации в электронной почте необходимо формировать несколько групп рассылки, а при рассылке писем вносить небольшие изменения в содержание писем, воспользовавшись подбором синонимов.

**Четвертый этап - интерактивный**

Четвертый этап информирования на муниципальных выборах начинается за 7 дней до дня голосования в случае, если кампания проходит в основные сроки, или за 5 дней до дня голосования в случае, если кампания проходит в сокращенные сроки.

На данном этапе избирательные комиссии продолжают интернет-информирование, контролируют сохранность ранее размещенных информационных материалов, продолжают взаимодействовать с редакциями печатных и сетевых средств массовой информации, администраторами групп и сообществ в социальных сетях и мессенджерах, популярных на территории соответствующего муниципального образования.

В рамках данного этапа рекомендуется избирательным комиссиям совместно с телерадиокомпаниями разработать аудиовизуальные материалы, в том числе для лиц с ограниченными возможностями, и использовать для трансляции в прямом эфире и повторения в местах, в которых демонстрация и прослушивание таких материалов целесообразно.

В рамках данного этапа избирательные комиссии распространяют приглашения избирателям. Приглашения должны содержать ссылку на официальный сайт или страницу территориальной избирательной комиссии. Приглашения желательно оформлять в соответствии с общей стилистикой информационных материалов.

В этот же период возможен запуск специальных механизмов информирования в сети Интернет.

Рекомендуется осуществить подготовку к размещению контекстной рекламы и баннеров на страницах поисковых систем в сети Интернет посредством использования сервисов Google Analytics для повышения результатов поисковой выдачи и Yandex Direct для запуска специальных баннеров. Указанные сервисы позволяют сделать выбранную информацию для пользователей сети Интернет более заметной и адресной. Подборка таргетированной информации будет адресована непосредственно пользователям, находящимся на территории соответствующего муниципального образования. Рекомендуем использовать для продвижения различные сервисы, включая Google, Yandex, Mail, Rambler.

Практически аналогично настраивается контекстная реклама в социальных сетях: В Контакте, Одноклассники, Facebook, Instagram и др.

**Пятый этап – завершающий**

Завершающий пятый этап информирования состоит из двух боков, реализуемых в день, предшествующий дню голосования, и непосредственно в день голосования.

В день, предшествующий дню голосования, целесообразно подготовить текстовые шаблоны для их заполнения и размещения в день голосования.

Непосредственно в день голосования избирательные комиссии, организующие выборы, имеют возможность в новостном блоке на сайте или странице в сети Интернет, а также, при наличии возможности и по согласованию направлять информацию на сайты зарегистрированных сетевых изданий и популярных страниц сообществ и групп в социальных сетях в муниципальном образовании следующие материалы:

- Об открытии избирательных участков (не позднее 8:00);

- Об участии избирателей в голосовании на 10:00 и создании условий для лиц с ограниченными возможностями здоровья (не позднее 11:00);

- Об участниках избирательного процесса (не позднее 14:00);

- Об участии избирателей в голосовании на 15:00 (не позднее 16:00);

- О завершении процедуры голосования (не ранее 20:00).

Организующим выборы избирательным комиссиям рекомендуется дополнительно разместить комментарии представителей общественности (общественных наблюдателей, руководителей общественных организаций, авторитетных лидеров общественного мнения) о ходе голосования на муниципальных выборах.

После утверждения результатов выборов на заседании соответствующей избирательной комиссии рекомендуется на сайте или странице комиссии в сети Интернет разместить итоговый новостной материал о прошедших в муниципальном образовании выборах.