



# «Предвыборная агитация»

Выполнил: Наумова Ольга  
уч-ся 10 кл  
МКОУ «Шумская СОШ»  
Кировский район  
Ленинградская область

# Актуальность

- Свободные выборы органов власти являются базовым показателем демократического развития государства.
- Появление в России богатого спектра различных политических сил привели к возникновению острой борьбы за власть в ходе выборов
- Россия приближается к важному событию в истории страны – выборам президента РФ. Обязательным условием свободных выборов является создание гарантий распространения информации, необходимой для осуществления гражданами осознанного волеизъявления, а также для проведения выборов в режиме гласности.
- Особая роль предвыборной агитации для хода и результатов избирательных кампаний любого уровня, широкое использование в ней средств массовой информации, невиданных в России технологий, приемов и способов.

# Цель проекта:

- изучение предвыборной агитации в процессе организации избирательной компании как феномена политической жизни общества.

# Задачи исследования:

- уточнить содержание понятий «выборы», «избирательная кампания»; «агитация»;
- рассмотрение политических технологий, как важного компонента предвыборной агитации
- выявить основные тенденции его современного развития,
- выяснить проблемы практического применения правового регулирования предвыборной агитации
- выявить наиболее эффективные формы агитации

## ■ **Выборы -**


формирование органов государственной  
власти и наделение полномочиями дол  
жностного лица

посредством волеизъявления граждан



# Действия выдвигенца:

- **Агитация** – это воздействие на массы с помощью информации. Его целью является **попытка изменения поведения избирателей.**
- **Пропаганда** отличие от агитации преследует более глубокую цель: она направлена **на изменение сознания электората.**

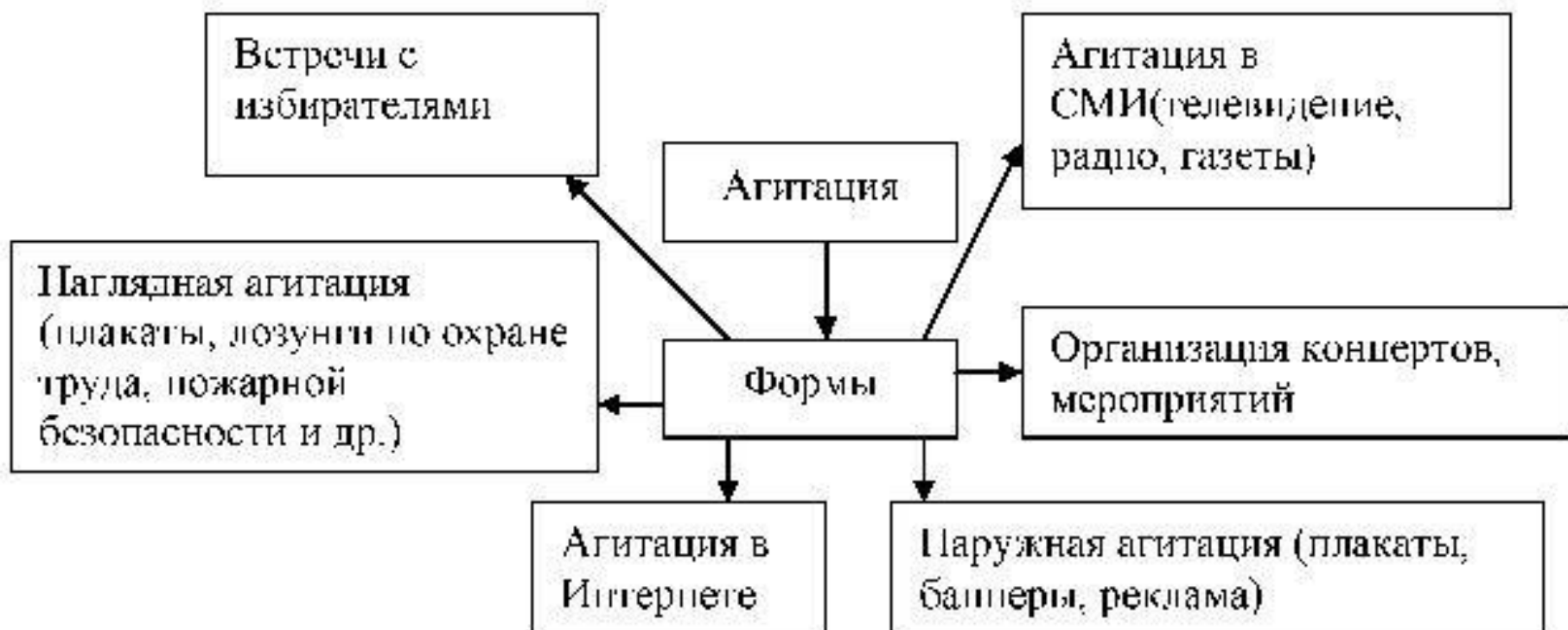
- 
- **Избирательная кампания—**
  - система агитационных мероприятий, проводимых политическими партиями или независимыми кандидатами с целью обеспечить себе максимальную поддержку избирателей на предстоящих выборах.
  - **предвыборная агитация-**  
главным инструментом предвыборной кампании

# Задачи агитации

- оповещения избирателей о личностях кандидатов, о содержании их программ,
- формирования электоральных симпатий и антипатий,
- обеспечения связи между субъектами избирательного процесса, имеющими статус носителей активного и пассивного избирательного права
-



# Формы агитации в ходе избирательной кампании



# Три «простые» задачи:

- **Первая.** Добиться известности с тем чтобы основная масса избирателей могла бы сказать о Вас — **«Я ЕГО ЗНАЮ»**.
- **Вторая.** Создать в сознании избирателей позитивную установку, отношение к Вам:  
■ **«ОН — ХОРОШИЙ»**.
- **Третья.** Обеспечить мотивацию голосования за Вас: **«ОН ГОДИТСЯ»**.

# Наглядная агитация.

- Кандидаты, чтобы привлечь взгляд избирателя, также используют **наглядную агитацию**.
- Сюда входят рекламные щиты вдоль дороги, плакаты, плакаты на тумбах, наклейки на машинах, машины с плакатами, проезжающие через важные для победы районы, имя кандидата на футболках, чайных чашках и другое..
- + привлечет внимание избирателя к кампании и усилит ее «послание», все же этот метод не самый лучший.
- - Он слишком «рассеян», направлен не только на адресную группу, но и на людей, не проживающих на территории округа, и тех кто не будет голосовать за этого кандидата.
- Также, здесь невозможно выявить тех, кто поддерживает данного кандидата.

Наглядная агитация полезна в районах с сильной поддержкой, чтобы напомнить избирателям о том, что необходимо проголосовать

## Листовки с портретом на подъездах- как один из видов наглядной агитации

- Данная технология приносит особенный положительный эффект, в процессе повышения узнаваемости Кандидата.

В плакатах, размещенных на стендах подъездов, основное внимание стоит уделять портрету Кандидата, делать серьезный упор на предвыборные слоганы: "Бедным- Деньги, Богатым-Возможности, Семьям- Спокойствие".

# Пикеты

- Молодые люди раздающие агитационные материалы на улицах и площадях являются ценными источниками информации о настроении избирателей, создают эффект народной поддержки.

- **Участие известных людей**
- в избирательных кампаниях, их положительные отзывы о кандидате не всегда напрямую приносит голоса избирателей. Но их участие в избирательной кампании создает необходимый положительный фон кампании, повышает интерес к ней избирателей, оказывает существенное влияние на имидж кандидата (**«скажи, кто твой друг, и я скажу, кто ты»**).

# МИТИНГИ

Одним из ключевых факторов победы Путина в 2012 году стали массовые митинги его сторонников, прошедшие по всей стране

.. Митинговая активность по всей стране сыграла положительную роль, особенно митинг на Манежной площади

Сегодня же, когда в конце 2017 года некоторые теневые политики приступили к манипуляциям с «новыми недовольными» и вывели их на улицы городов, актуализация и мобилизация сторонников Владимира Путина стала приоритетной задачей избирательного штаба премьера в ходе кампании.

# Прямая агитация - наиболее эффективна

**Встречи с избирателями**

**Адресная рассылка писем**

**«От двери к двери»**

**«От человека к человеку»**

**Телефонное внедрение**

**«Друзья»**



# «От двери к двери»:

- Агитатор обходит квартиры, вступает в общение с открывшими жильцами, приглашает их на выборы, предлагает ознакомиться с АПМ Кандидата..

# Агитатор-лицо избирательной кампании

- **Агитаторы** – это люди, которые отвечают за привлечение внимания к предвыборной кампании будущего кандидата
- **«Хороший агитатор – бодрый агитатор»**

- Разные кампании на разных уровнях используют различные комбинации методов работы с избирателями.
- **Кампании, проводимые на федеральном уровне**, которым надо охватить миллионы избирателей, не могут позволить себе время на кампанию «от двери к двери».
- Для донесения своего «послания» до избирателей они могут использовать комбинацию привлеченных **СМИ и телевизионные ролики**.
- С другой стороны, **маленькие кампании**, проводимые на местном уровне, не смогут позволить себе потратить большую сумму на телевизионные ролики, чтобы охватить небольшое количество избирателей. Здесь кандидат может ходить «от двери к двери» и **говорить с избирателями вместе с проведением прямой почтовой Рассылки**. После рассылки кампания может организовать телефонные банки данных, откуда добровольные помощники будут звонить всем потенциальным избирателям, чтобы выявить сторонников кандидата и тех, кого убедило его «послание».
- С тем, как будут варьироваться ресурсы времени, денег и людей, комбинаций методов работы с избирателями может быть неограниченное множество, и никогда две кампании не будут похожи друг на друга.
-

## Технологии избирательной кампании выборов Президента РФ 4 марта 2012 года


Митинги


Участие в дебатах  
доверенных лиц-  
авторитетных персон

Поддержка со стороны  
авторитетных персон

Публикация статей по ключевым  
вопросам внутренней и внешней  
политики



- С технологической точки зрения избирательная кампания главного претендента на пост президента страны, пожалуй, не имеет прецедентов в современной российской политической истории. Впервые кампания кандидата от власти строилась не на основе политической рекламы в СМИ или участия в крупных культурно-массовых мероприятиях. Избирательный штаб Владимира Путина предпочел этим стандартным пиар-технологиям прямое и регулярное общение премьера со своими сторонниками.

- 
- К плюсам его кампании политологи отнесли выбор доверенных лиц кандидата, среди которых было много узнаваемых авторитетных персон. Так был разбит стереотип, что большинство известных людей выступают против власти.
  - Слабой частью кампании, по мнению экспертов, стали дебаты. Они отмечают, что доверенные лица, которые заменили кандидата в ходе словесных поединков, не смогли по потенциалу сравниться со «старожилами» кампании и «выглядели очень неубедительно».



встречи с избирателями. Это та агитация  
считается одним из самых  
эффективных, хотя встречи требуют  
немало времени от кандидатов, да и  
результат они приносят не всегда  
желаемый....

- **И последнее, использование непрофессиональных сил для создания материалов агитационно-пропагандистского характера использование некачественных материалов, явное использование фотошопа может привести к негативному отношению со стороны электората, поскольку последний может расценить подобное поведение как неуважение**

- 
- 
- Предвыборная агитация является важным элементом избирательного процесса. Она предопределяет электоральное поведение избирателей. И от того, насколько грамотно она будет организована, определяется успех на выборах.



# Литература:

## ■ Список литературы

- 1. Конституция Российской Федерации, принята всенародным голосованием, 12.декабря 1993г.
- 2. Об основных гарантиях избирательных и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации: ФЗ РФ от 19 сентября 1997г. с изм.и доп. от 24.12.2002 № 176-ФЗ, Постановлением Конституционного Суда РФ от 30.10.2003 № 15-П, ФЗ РФ от 23.12.2003 № 186-ФЗ, Постановлений Конституционного Суда РФ от 25.02.2004 « 4-П,от 14.11.2005 N 10-П.//СЗ РФ.2002 №67.Ст.-84.
- 3. О выборах Президента Российской Федерации: ФЗ РФ от 10 января 2003 г. в ред. ФЗ РФ от 21.07.2005 N 93-ФЗ//СЗ РФ.2005 №19.Ст.-88.
- 4. Об инструкции о порядке и формах учёта и отчётности кандидатов о поступлении средств в избирательные фонды и расходовании этих средств при проведении выборов Президента Российской Федерации: Постановление Центризбиркома от 03.05.2007 № 6/53-5//СЗ РФ.2007 №6/53-5.
- **II. Специальная литература:**
- 5. Агиевец С.В. Конституционное право зарубежных стран: Учеб. -метод. пособие. - Гродно, 2001г.
- 6. Воробьёв Н.И., Никулин В.В. Избирательное право и избирательный процесс в Российской Федерации: Учеб. пособие. - Тамбов, 2005г.
- 7. Еремин И. Условия проведения предвыборной агитации через периодические печатные издания// Законодательство и практика СМИ. 1999 г. № 7-8
- 8. Мостовщиков В.Д. Предвыборная агитация: понятие и правовые признаки // Журнал российского права. 1999. № 5/6
- <https://lektsii.org/10-88721.html>
- <https://lektsii.org/10-73456.html>
- <https://nsportal.ru/ap/library/drugoe/2013/12/03/formy-privlecheniya-molodezhi-k-vyboram>
- <http://nauka.x-pdf.ru/17politologiya/547160-1-metodika-agitacionno-massovoy-raboti-izbiratelyami-processe-izbiratelnoy-kampanii-viboram-deputatov-gosudarstvennoy.php>
- <http://privetstudent.com/>
- <https://businessman.ru/new-propaganda-i-agitaciya-eto-chast-odnogo-processa.html>