

Лекция 3. Методы и приемы агитационной работы.

1. Подготовка программных документов для агитационной работы.
2. Создание имиджа кандидата.
3. Организация агитационной работы.
4. Изготовление и размещение агитационных материалов.
5. Распространение агитационных материалов.
6. Размещение наглядной агитации.

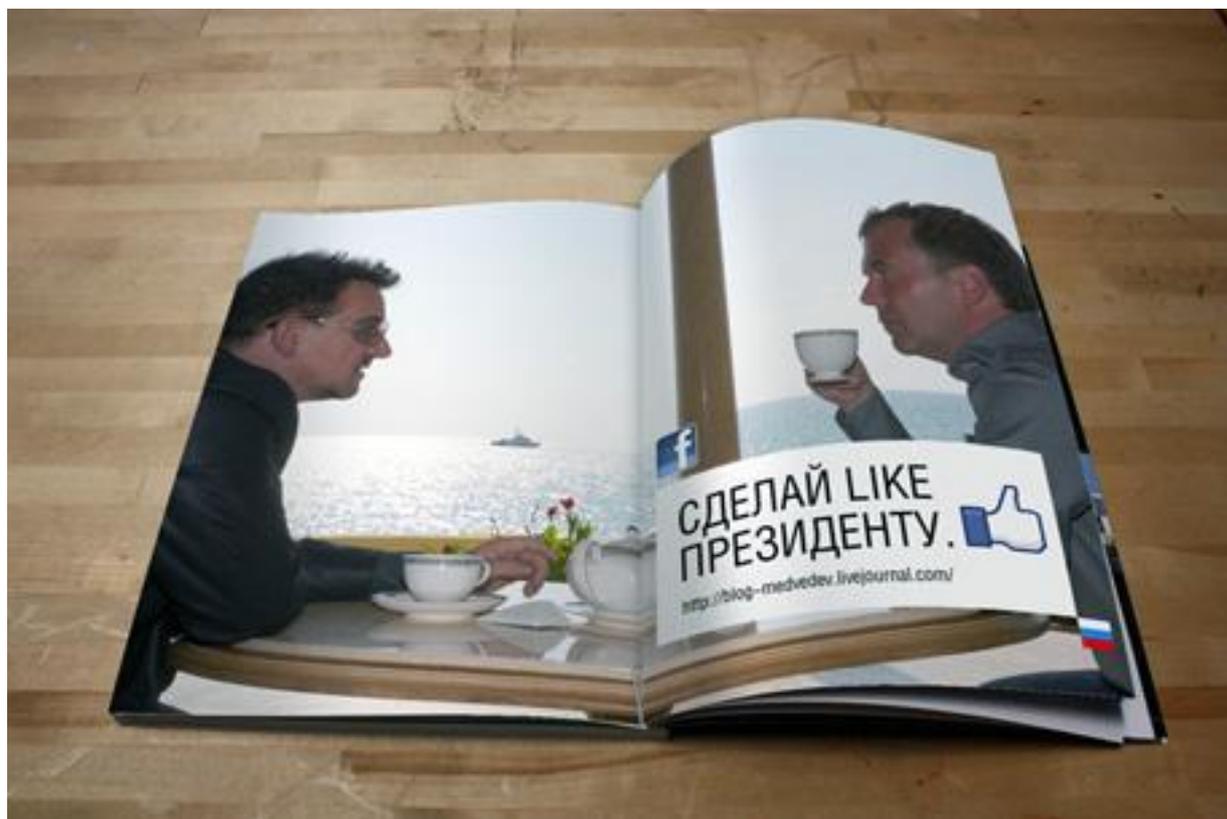
Подготовка программных документов для агитационной работы

- Установочный пакет включает обращение к избирателям, официальную фотографию и биографию кандидата, программную листовку или плакат, программную статью, видеоклип, слоган, эмблему, логотип кампании;
- Подготовка имиджевых материалов кандидата: статей, брошюр, заявлений, сообщений для прессы, текстов выступлений;

Подготовка программных документов для агитационной работы

- Разработка программы PR-кампании;
- Разработка фирменного стиля кампании;
- Разработка и утверждение медиаплана (плана использования СМИ для целей избирательной кампании кандидата).
- Подготовка материалов для наглядной агитации, моделей образцов наглядной агитации, оригинал-макеты информационных материалов, сценариев видео-клипов.

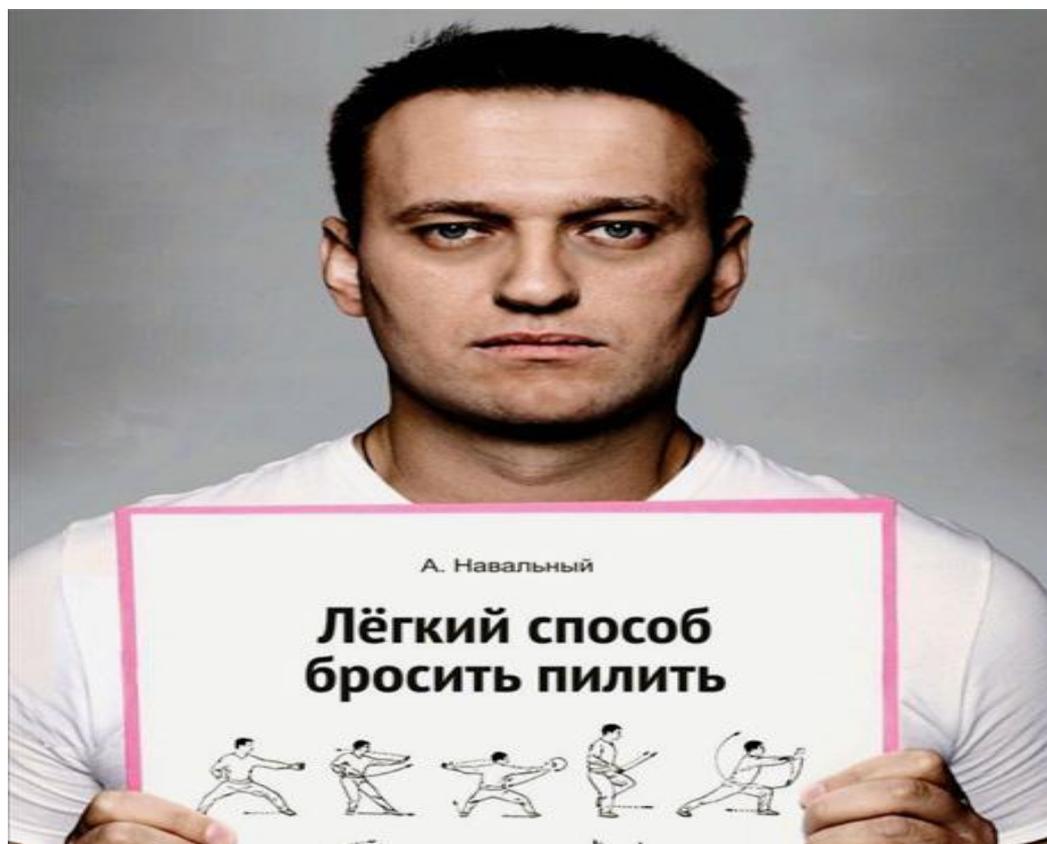
Дмитрий Медведев. Агентство коммуникаций «RedPepper»



Геннадий Зюганов. Агентство партизанского маркетинга «StreetArt»



Алексей Навальный. Рекламное агентство «Штольцман и Кац»



Михаил Прохоров. Рекламное агентство «Мания величия»



Владимир Путин. Рекламное агентство «Космос»



Евгений Ройзман. ВКНЛ



Создание имиджа кандидата

- Работа над внешним видом кандидата при помощи стилистов и имиджмейкеров;
- Создание социального имиджа, т.е. восприятия образа кандидата избирателями.
- Совершенствование навыков публичных выступлений кандидата, навыков участия в дебатах, развитие его коммуникативных характеристик при помощи психолога;
- Совершенствование навыков выступлений в медиа-пространстве;
- Психологическая поддержка кандидата;

PR-Технология «двойников»

Спойлер – это тот кандидат, который выдвинут для того, чтобы программно заменить того кандидата, который является основным, то есть составить ему конкуренцию по своей программе или оттянуть на себя голоса претендента с шансами на успех.



Олег Малышкин. Президентские выборы в 2004 году



Олег Малышкин. Президентские выборы в 2004 году

- **Олег Малышкин**, мастер спорта по боксу и футболу, член ЛДПР с 1991 года. Был начальником охраны лидера партии Владимира Жириновского. Стал депутатом Госдумы по партийному списку в 2003 году, прославившись дракой во время предвыборных дебатов на телевидении. Жириновский выдвинул кандидатуру Малышкина на президентские выборы в 2004 году от ЛДПР, сам от участия в выборах отказался. Владимир Путин стал тогда единственным кандидатом, ранее участвовавшим в президентских выборах.
- Малышкин на выборах набрал 2,02% голосов, занял пятое место из шести, опередив только Сергея Миронова. Победу одержал Путин, получивший 71,3% голосов.

Андрей Богданов. Президентские выборы в 2008 году



Андрей Богданов. Президентские выборы в 2008 году

- **Андрей Богданов** — лидер Демократической партии, масон, с 2007 года великий мастер Великой ложи России. В качестве политтехнолога участвовал в создании десятка партий в России. В 2008 году «инициативная группа граждан» выдвинула его кандидатом на выборах президента России. Богданов набрал 1,3%. А победу одержал первый вице-премьер правительства Дмитрий Медведев, получивший 70,28% голосов избирателей. СМИ считали, что выдвижение Богданова было призвано оттянуть голоса кандидатов демократического спектра.

Елена Беркова. Выборы мэра Сочи в 2009 году



Елена Беркова. Выборы мэра Сочи в 2009 году

- Бывшая порноактриса и экс-участница телешоу «Дом-2» **Елена Беркова** заявила о своем желании участвовать в выборах мэра Сочи в 2009 году. В интернете появился предвыборный ролик Берковой, находившейся на седьмом месяце беременности. Сама она объяснила свое выдвижение желанием «поднасолить господину Немцову», который, по ее словам, оскорбил телекорреспондентку, назвав ее проституткой. От участия в выборах Беркова в итоге отказалась, ее продюсер объяснил это тем, что у них был похищен избирательный залог.
- Предполагается, что выдвижение Берковой и общее большое число кандидатов могли лишить голосов оппозиционера Немцова. Он в итоге получил на выборах 13,6%. А победу в первом же туре с большим перевесом одержал кандидат от «Единой России» Анатолий Пахомов (76,86%).

Сергей «Паук» Троицкий. Выборы мэра города Химки в Московской области в 2012 году.



Сергей «Паук» Троицкий

- **Сергей (Паук) Троицкий** участвовал в выборах мэра подмосковного города Химки в октябре 2012 года в порядке самовыдвижения. Запомнился провокационными обещаниями: в случае его победы в правительстве Химок будут работать только немцы (они не берут взятки), треть прибыли каждого предприятия в Химках будет делиться между жителями города, а на предприятия Химок будут завезены в виде дешевой рабочей силы полмиллиона китайцев, чтобы сами жители могли не работать, а «сидеть, курить сигару и смотреть «плазму».
- В результате Паук Троицкий набрал 2,46% голосов. Победил на выборах член «Единой России» Олег Шахов, набравший 47,6% голосов. Его основные соперники Олег Митволь и Евгения Чирикова получили 14,45% и 17,59% голосов соответственно.
- На выборах мэра подмосковного города Жуковского в марте 2013 года Паук набрал 2,29%. Победил член «Единой России» Андрей Войтюк, получивший 37% голосов.

Гарри (Иванович) Поттер. Выборы губернатора Свердловской области в 2003 году



Гарри (Иванович) Поттер

- В 2003 году инициативная группа граждан заявила о выдвижении на выборах губернатора Свердловской области **Гарри Ивановича Поттера**. Сообщалось, что для участия в выборах есть человек, готовый сменить имя и фамилию и принять участие в выборах с целью размыть электорат действующего губернатора Эдуарда Росселя и «внести в заведомо грязные выборы чистый образ юного волшебника Поттера».
- В качестве кандидата участвовал известный уральский политтехнолог Антон Баков. Баков — обвинил Росселя в связях с криминалом и покровительстве «мафиозной семье» — организованной преступной группировке «Уралмаш».
- В первом туре выборов наибольшее число голосов набрали Россель (42,85%) и Баков (14,4%). Россель во втором туре вновь одержал победу, получив 55,53% голосов (Баков набрал 29,97%).

Дмитрий Сталин. Выборы в думу Ханты-Мансийского автономного округа-Югры в 2011 году



Дмитрий Сталин

- **Дмитрий Сталин** — электромонтер Нижневартовской ГРЭС. Был выдвинут кандидатом на выборах в законодательное собрание Ханты-Мансийского округа партией «Справедливая Россия». Партия выставила на выборах еще одного «двойника» — полного тезку экс-губернатора региона Александра Филипенко. Местный избирком отказал Сталину и Филипенко в регистрации, но ЦИК России отменил это решение.
- Скандальная шумиха и громкие имена помогли «эсерам» оттянуть часть голосов у ЛДПР, лидером списка которых на выборах был сам лидер партии Владимир Жириновский, и их представительство в Думе Югры выросло до трех человек. На выборах победили единороссы (44,07% голосов), ЛДПР поддержали 23,56% избирателей региона.

Владимир Брынцалов. Президентские выборы в 1996 году



Владимир Брынцалов

- Предприниматель и политик **Владимир Брынцалов** баллотировался на пост президента России. Рейтинг действующего претендента Бориса Ельцина к началу избирательной кампании был невысок. Любой кандидат потенциально мог оттянуть голоса лидеров. Всего было зарегистрировано 11 кандидатов.
- В первом туре наибольшее количество голосов получили действующий президент Борис Ельцин (35,28%) и лидер КПРФ Геннадий Зюганов (32,03%). Во втором туре победил Ельцин, набравший 53,82% голосов.

Двойники КПРФ — Светлана Кпрф и Сергей Кпрф. Выборы в Госдуму четвертого созыва в 2003 году, Рязанская область



Двойники КПРФ — Светлана Кпрф и Сергей Кпрф

- На выборах в Госдуму в Рязанской области в 2003 году в двух мажоритарных округах были зарегистрированы кандидаты **Светлана Кпрф** (врач-педиатр, сменившая фамилию Морева на Кпрф) и **Сергей Кпрф** (начальник отдела кадров в некоммерческом партнерстве «Общество взаимного страхования», ранее носивший фамилию Фомин).
- Руководство КПРФ назвало выдвижение граждан с фамилией Кпрф в кандидаты Госдумы «черным пиаром» с целью дискредитации компартии. Кандидаты на выборах с фамилией Кпрф, по замыслу политтехнологов, должны были хоть как-то оттянуть голоса от КПРФ.
- В результате голосования Светлана Кпрф набрала 5,18% голосов, а Сергей Кпрф — 1,75% голосов. В Госдуму они не попали.

"Яблоко"

2014. Иркутское региональное отделение партии "Яблоко" на своей конференции выдвинуло однофамилицу действующего депутата Думы Иркутска по округу №20, главного врача Городского перинатального центра Ирины Ежовой пенсионерку Веру Ежову, которая является сторонницей "Яблока".

3. Организация агитационной работы

- Организация взаимодействия с журналистами, редакторами СМИ (подготовка и распространение пресс-релизов, проведение пресс-конференций, организация неформальных контактов, пресс-туров журналистов федеральных СМИ в регион, бал региональной прессы).
- Создание информационных поводов, организация ньюсмейкинга;

3. Организация агитационной работы

- Подготовка плана-графика работ по реализации стратегии PR-кампании (план PR-акций);
- Участие в жеребьевке эфирного времени, газетных площадей (бесплатных и платных);
- Составление и рассылка заявок на размещение материалов в СМИ;

Организация агитационной работы

- - Организация системы «обратной связи» (прямые линии в СМИ, прямые эфиры, отчеты о работе по решению проблем конкретных избирателей и организаций, подготовка и проведение встреч с избирателями с последующим освещением в СМИ и т.п.);
- - Мониторинг печатных и электронных СМИ. Архивирование выходящих материалов кандидата, отчет по публикациям, архив публикаций соперников.

Организация агитационной работы

- - Выбор исполнителей по изготовлению наглядной агитации;
- - Проведение фокус-групп по материалам наглядной агитации;
- - Подготовка технических заданий для изготовления по полиграфии;

4. Изготовление и размещение агитационных материалов

- Размещение в СМИ имиджевых материалов кандидата;
- Изготовление макетов основных материалов, информационных пакетов дебатов, круглых столов, пресс-конференций;
- Изготовление и размещение рекламных материалов, видеоклипов, политических роликов в СМИ;

Изготовление и размещение агитационных материалов

- Политическая реклама в СМИ, прямая и косвенная, создание информационных поводов (программные заявления, заявления различных общественных деятелей в поддержку кандидата, участие в митинге, выступление на конференции, публикация социологических опросов, политический скандал, критика конкурентов).
- Размещение блоков информации в сети Интернет;
- Изготовление наглядной агитации;

5. Распространение агитационных материалов

- Рассылка презентационного письма;
- Выпуск и распространение собственной газеты;
- Распространение листовок через почтовые ящики;

6. Размещение наглядной агитации

- Размещение наглядной агитации в местах скопления людей (рынки, транспорт);
- Наружная реклама должна быть яркой, броской, тексты короткими, емкими, шрифт крупными, доступными для восприятия за 5-7 секунд. В транспорте реклама может размещаться только по согласованию с собственником.
- размещаться только по согласованию с собственником.

6. Размещение наглядной агитации

- Виды наружной рекламы: рекламные щиты, плакаты, реклама на транспорте, граффити, транспаранты, растяжки, вывески, наклейки, световые экраны, специальные конструкции.
- Достоинства наружной рекламы: круглосуточное агитационное воздействие на большое количество людей. Недостатки: недолговечность, существенные финансовый затраты. Из всех видов плакатов наиболее распространенным является портретный плакат.

Размещение наглядной агитации

- Виды листовок: содержащие информацию (о начале сбора подписей в поддержку кандидата), приглашение, благодарность (за отданные голоса в первом туре), программу, напоминание (календарики, напоминающие о дне выборов), критику противника.
- Способы распространения листовок: адресная рассылка по почте, вручение на улицах, вручение в ходе кампании "от двери к двери". Расклейка в общественных местах, самораспространение (оставление в людных местах), разбрасывание с воздуха.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ-2014

- <http://vybor-naroda.org/>
- КОМИТЕТ ГРАЖДАНСКИХ
ИНИЦИАТИВ
- **Аналитический доклад № 5 по
долгосрочному наблюдению
выборов 14.09.2014**

НАШ ВЫБОР— НАШ ГУБЕРНАТОР!



13 сентября
2015 года

ВЫБОРЫ

Губернатора

Ленинградской области

Избирательная комиссия Ленинградской области

КТО
ГОЛОСУЕТ —
ТОТ ВЫИГРЫВАЕТ

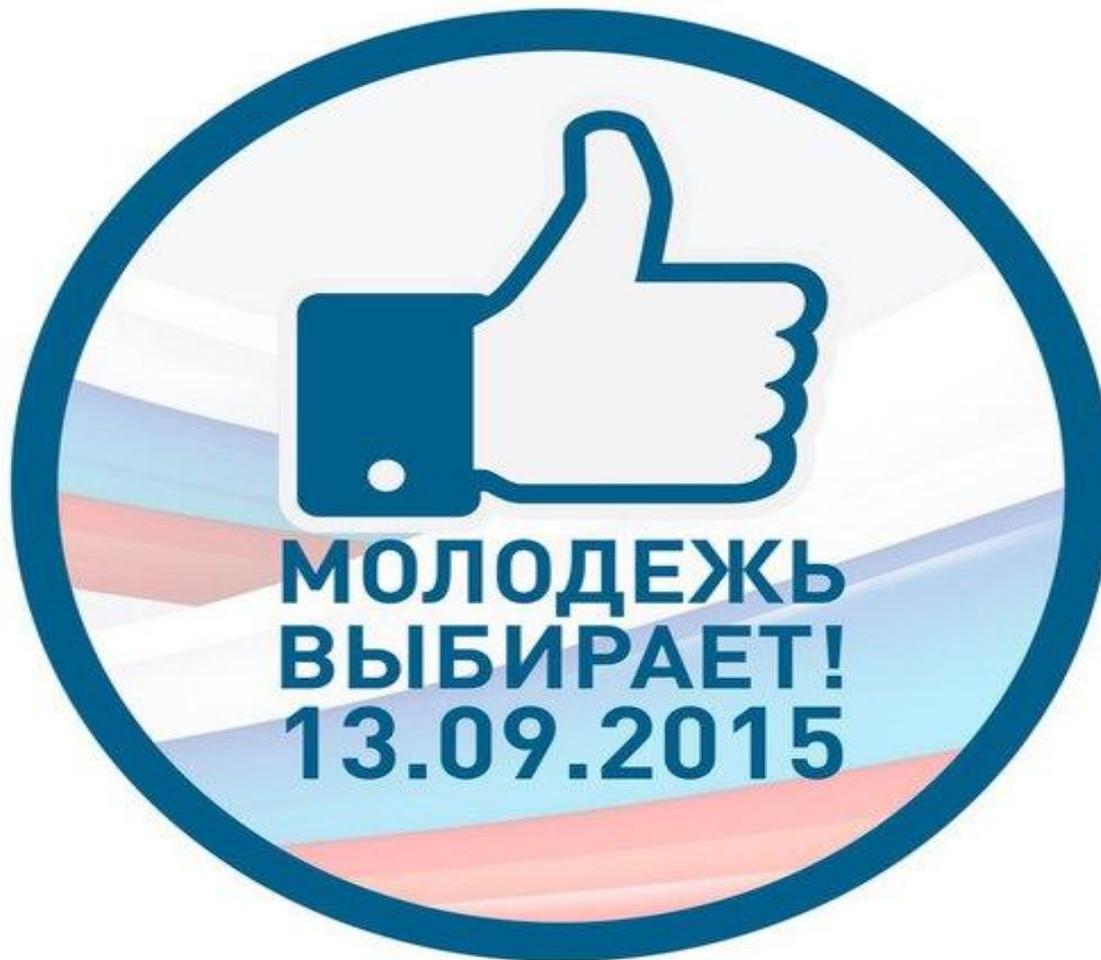


4 iPhone
iPad

УЧАСТВУЙ В АКЦИЯХ
«Следуй На Выборы»



ВНИМАНИЕ! КОНКУРС!



принуждение избирателей к участию в досрочном голосовании



[Главная](#) [Правила](#) [История](#) [СМИ о конкурсе](#) [Обратная связь](#)

14 сентября **ПОПАДИ В ДЕСЯТОЧКУ**



Новости

30.08.2014 12:39

Акция «Попади в «Десяточку!» собрала почти три сотни творческих работ

Жители Республики Коми принимают активное участие в творческом этапе акции «Попади в «Десяточку!». За две недели после старта акции 14 августа на сайте десятичка.рф опубликовано уже 287 творческих работ.

[Полный текст →](#)

30.08.2014 12:31

Сеть магазинов «7 марта» присоединилась к акции «Попади в «Десяточку!»

Действующая в столице Коми торговая сеть «7 марта» присоединилась к акции «Попади в «Десяточку!» и подарит скидки на реализуемые товары в день голосования 14 сентября. Информацию об этом подтвердила руководитель сети «7 марта» Ольга Денисова.



мотивирование к участию в выборах дополнительными льготами и услугами



мотивирование к участию в выборах некими дополнительными льготами и услугами

- Продажа товаров на участках по сниженным ценам.
- проведение на участках развлекательных мероприятий;
- массовые телефонные обзвоны и рассылка sms избирателям непосредственно в день голосования.

Досрочное голосование

- массовый подвоз избирателей на досрочное голосование (пенсионеры, инвалиды, бюджетники), а также принуждение к досрочному голосованию работников бюджетной сферы.
- подкуп граждан, ведущих асоциальный образ жизни