

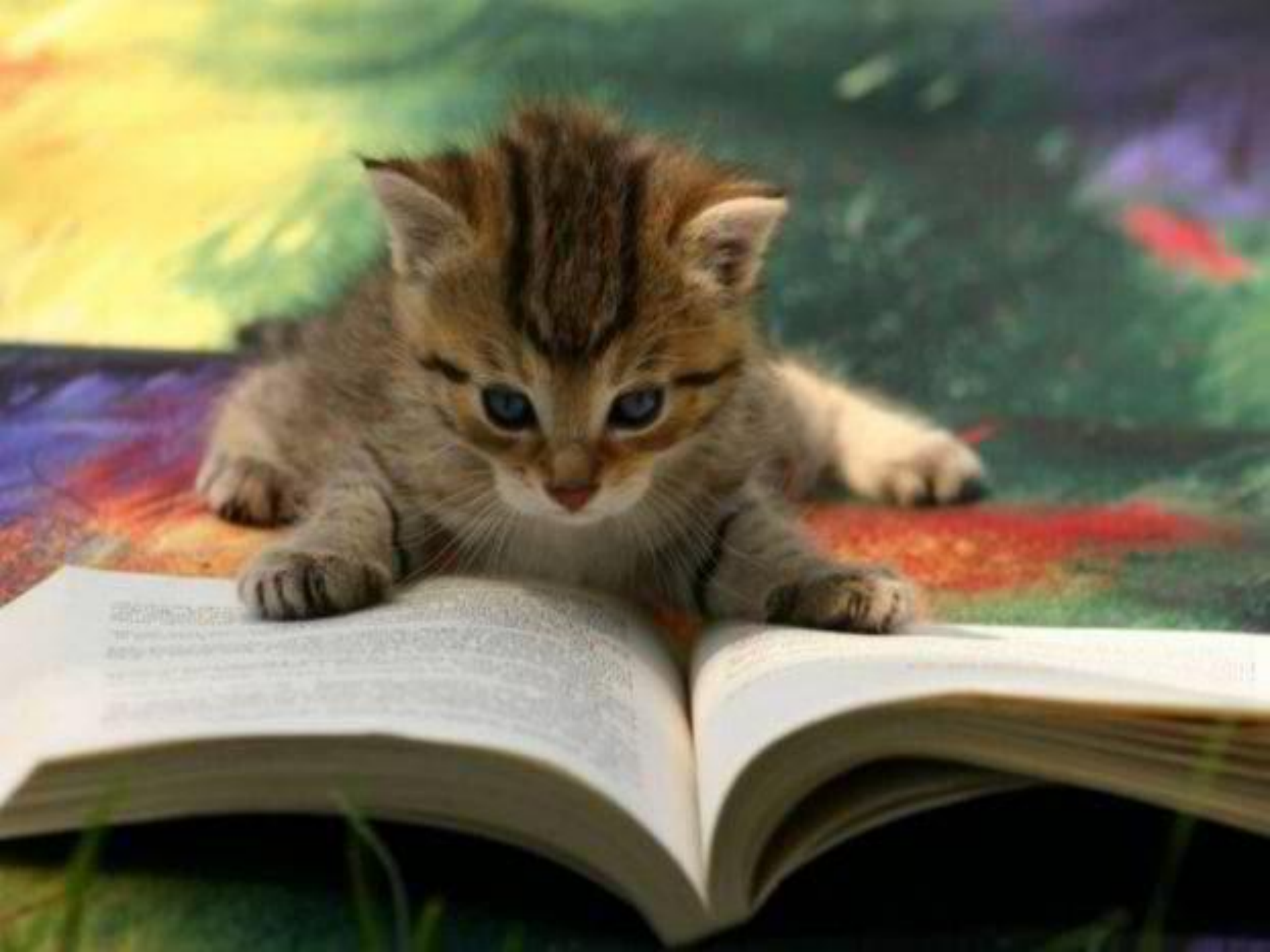
ИЗБИРАТЕЛЬНЫЕ СИСТЕМЫ

ПЛАН:

- 1.Виды избирательных систем
- 2.Избирательные системы в РФ
- 3.Технологии избирательных кампаний



По глазам я вижу сразу,
что замыслил Кот проказу!



**Всё это ну очень
интересно!!!**



Избирательная система

- **Избирательная система** – совокупность правил, приемов и процессов, обеспечивающих легитимное становление государственных и муниципальных органов власти и избрание на должность лиц, замещающих выборные государственные и муниципальные должности.

Избирательная система

- **в узком смысле слова – способ определения того:**
- **кто из баллотировавшихся кандидатов избран на должность или в качестве депутата,**
- **какие политические партии допущены к распределению мандатов,**
- **каким образом устанавливается их количество.**

Избирательная система



Политика -
дело тонкое ...

- Одна из общих закономерностей **политики** состоит в том, что **особенности института выборов** определяют:
характер государственной власти,
структуру партий и партийных систем,
- представительство интересов избирателей в парламенте и в местных выборных органах.

Место избирательных систем в политическом процессе и в изучении политики.



Избирательные системы

- *Избирательные системы* необходимо рассматривать в самом широком контексте сложившихся в данном обществе политических отношений.

Избирательные системы

- На эффективность тех или иных *избирательных систем* влияют:
- тип политической системы,
- характер политического режима,
- уровень развития политической культуры,
- мотивация электорального поведения и многое другое

Избирательные системы

- Именно поэтому одни и те же виды *избирательных систем*, применяемые в различных странах, приводят к совершенно различным результатам.
- *Вот почему при изучении выборов так важно учитывать все структурные элементы данного политического института, а не только конкретный тип избирательной системы.*

Выборы

Под **выборами** понимаются все формы индивидуального или коллективного доступа к власти (как правило, на определенный срок и замещение должностей путем избрания голосованием (президента, депутатов и т. д.), что наделяет избранных лиц правом принимать решения в пределах определенной компетенции.



Функции выборов



- **Первостепенное значение имеют функции:**
- **легитимация власти,**
- **смена власти в рамках существующей политической системы,**
- **функция ротации политических и властвующих элит,**
- **функция политического участия.**

Политико-юридические и организационные условия, обеспечивающие проведение демократических выборов



**Политико-правовые
принципы проведения выборов**

Конституционные гарантии
избирательных прав граждан

Принцип всеобщности выборов

Обязательность выборов

Принцип равного участия в выборах всех граждан

Принцип прямого избирательного права

Периодичность выборов

Свободное волеизъявление избирателей

Принцип тайного голосования

Гласность и открытость выборов

Независимость органов, осуществляющих
подготовку и проведение выборов

Равные возможности кандидатов
на участие в выборах

Состязательность выборов

Общественный контроль за ходом выборов

Возможность обжалования результатов выборов

Действия в судебном порядке

- **Отказ от любого из перечисленных принципов выборов приводит на практике к искажению сущности выборов как основополагающего института демократии.**
- **Реальное воплощение политико-правовых принципов выборов зависит в большой степени от характера государственного устройства и конкретного политического режима.**

Стадии избирательного процесса

Назначение выборов

Образование избирательных округов

Образование избирательных участков

Создание и организация работы
избирательных комиссий

Выдвижение и регистрация
кандидатов в депутаты

Предвыборная агитация

Голосование и подведение
итогов выборов

Повторное голосование
и повторные выборы

Избирательное право

- **Избирательное право** – институт публичного права, совокупность юридических норм, закрепляющих права граждан избирать и быть избранными в органы государственной власти, выборные органы местного самоуправления, а также право отзыва избирателями избранных лиц, не оправдавших их доверия.

Активное избирательное право

- *Активное избирательное право* предполагает личное участие граждан в выборах на всех уровнях представительной власти. В свою очередь оно может быть *прямым и косвенным*.

- **Прямые выборы** означают непосредственное избрание гражданами депутатов.
- При **косвенных выборах** граждане сначала избирают **выборщиков**, которые затем завершают избирательный процесс.

- Путем **двухступенчатых выборов** избираются **президенты США, Бразилии, Финляндии, верхние палаты парламентов Индии, Малайзии и других государств.**

Пассивное избирательное право

- **Пассивное избирательное право** - это право быть избранным в различные органы власти.

Избирательный процесс

- ***Избирательный процесс*** – деятельность специально уполномоченных органов и лиц, направленная на ***организацию и проведение выборов*** в государственные органы и органы местного самоуправления.

Избирательный округ

- ***Избирательный округ*** – это образованная в соответствии с федеральными законами, законами субъектов РФ территория, от которой гражданами РФ, непосредственно проживающими на данной территории, избирается один или несколько депутатов

Избирательная комиссия



- **коллегиальный орган, формируемый в порядке и в сроки, которые установлены избирательным законодательством, организующий и обеспечивающий подготовку и проведение выборов.**

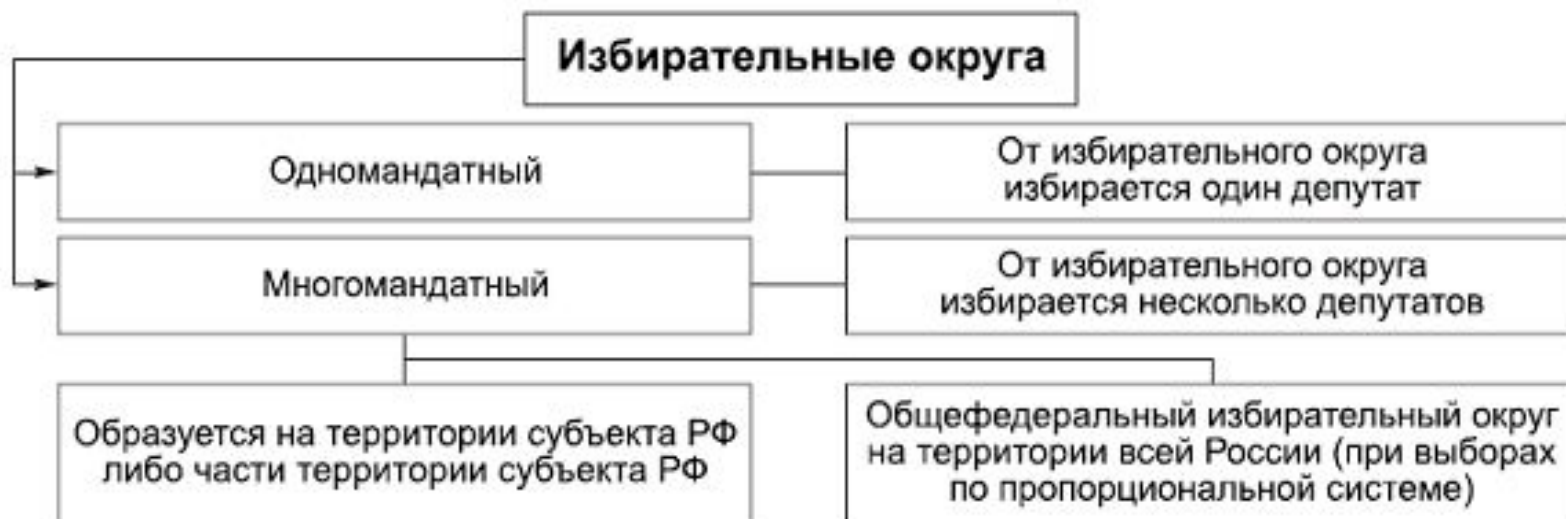
Повторное голосование

- ***Повторное голосование*** – то же, что «второй тур», – голосование во втором туре по двум кандидатурам, набравшим в первом туре наибольшее количество голосов избирателей, в случае если ни один из кандидатов не набрал более 50 % голосов избирателей.

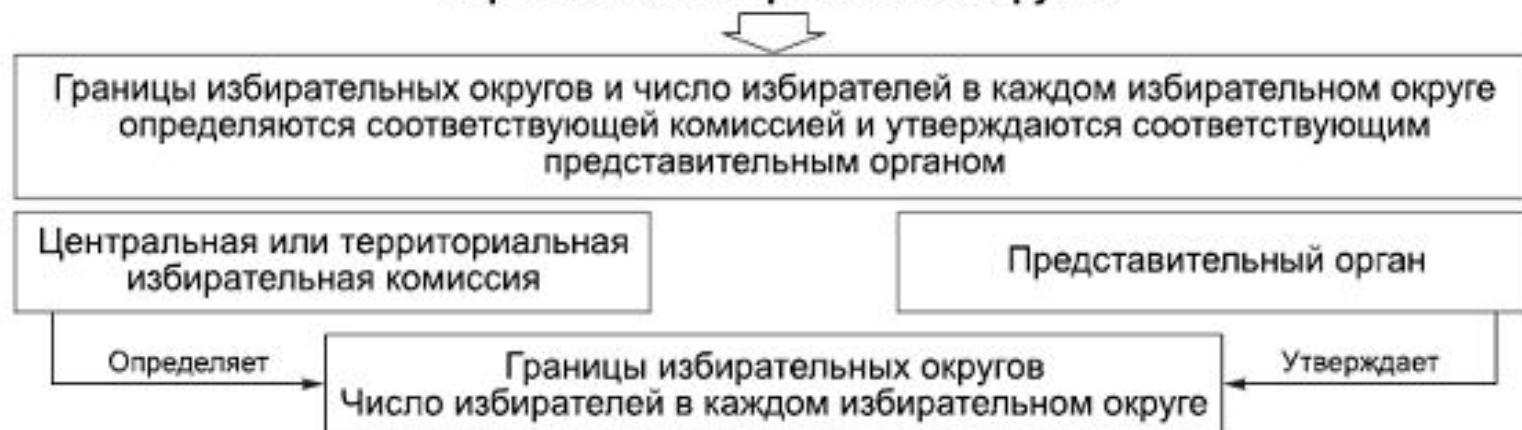
Предвыборная агитация

- **Предвыборная агитация** – деятельность, осуществляемая в период избирательной кампании и имеющая целью побудить или побуждающая избирателей голосовать за или против кандидата, кандидатов или список кандидатов либо против всех кандидатов, списков кандидатов.

Виды избирательных округов



Образование избирательных округов



Многомандатный избирательный округ

- *Многомандатный избирательный округ* – это образованная в соответствии с федеральными законами, законами субъектов РФ территория, от которой гражданами РФ, непосредственно проживающими на данной территории, избираются *несколько депутатов.*

Одномандатный избирательный округ

- *Одномандатный избирательный округ* – это образованная в соответствии с федеральными законами, законами субъектов РФ территория, от которой гражданами РФ, непосредственно проживающими на данной территории, избирается *один депутат*

Основные типы избирательных систем:

- мажоритарная (Англия, США, Франция, Япония);
- пропорциональная (Бельгия, Испания, Швеция);
- мажоритарно-пропорциональная (Австралия, ФРГ, Россия).

Основные типы избирательных систем



Мажоритарная система

- *Мажоритарная система* (франц. *majorite* – большинство) – одна из наиболее распространенных избирательных систем, при которой избранным считается тот кандидат, за которого подано **большинство** (относительное или абсолютное) **голосов** избирателей.

Формы мажоритарных систем

- Различают три формы мажоритарных систем :
- **абсолютного** (где избранным является кандидат, набравший 50% + 1 голос) **большинства,**
- **относительного** (избранным является кандидат, набравший большее количество голосов по сравнению с другими кандидатами) **большинства**
- **квалифицированного** (где для избрания кандидату необходимо набрать заранее установленное большинство голосов, которое выше половины - $\frac{2}{3}$, $\frac{3}{4}$ и т.д.) **большинства**

Мажоритарная система

- **Достоинства мажоритарной системы:**

- возникают и упрочиваются непосредственные связи между кандидатом и избирателями;
-
- на выборах побеждают представители более сильного политического течения в стране, что способствует вытеснению из парламента и других органов власти представителей мелких и средних по своему значению партий и укреплению тенденции к становлению двух- или трехпартийных систем;
-

Мажоритарная система

- **в ней заложены возможности формирования эффективно работающего и стабильного правительства.**
- **Она позволяет крупным, хорошо организованным политическим партиям легко побеждать на выборах и создавать однопартийные правительства.**

Мажоритарная система

- *Недостатки мажоритарной системы:*
- для распределения парламентских мандатов имеет значение только факт получения кандидатом относительного большинства голосов. **Голоса, отданные всем другим кандидатам, во внимание не принимаются и пропадают.**
- - значительная часть избирателей страны остается не представленной в органах власти;
-

- - партия, получившая на выборах меньше голосов, чем ее соперники, может оказаться представленной в парламенте большинством депутатских мест;
- - две партии, набравшие одинаковое или близкое количество голосов, проводят в органы власти неодинаковое число кандидатов.

Пропорциональная система

- **Пропорциональная система** – избирательная система, предполагающая распределение депутатских мандатов **пропорционально** числу поданных за избирательные списки партий голосов.
- Пропорциональная избирательная система функционирует в таких странах, как **Австрия, Бельгия, Италия, Норвегия, Финляндия и др.**

Пропорциональная система

- **Недостатки пропорциональной избирательной системы**
- ■ возникают сложности в формировании правительства.
- **Причины:**
- отсутствие доминирующей партии с четкой и твердой программой;
- создание многопартийных коалиций, включающих партии с разными целями и задачами.

Пропорциональная система

- *Правительства*, созданные на такой основе, отличаются *нестабильностью*;
- *пропорциональная избирательная система* приводит к тому, что политические силы, не пользующиеся поддержкой в рамках всей страны, могут получить представительство в органах государственной власти;

Пропорциональная система

- вследствие того, что голосование происходит не за конкретных кандидатов, а за партии, непосредственная связь между депутатами и избирателями весьма слаба;

-

Пропорциональная система

- поскольку при *пропорциональной системе* голосование идет *за политические партии*, это обстоятельство устанавливает сильную *зависимость депутатов от своих партий и ее руководства*.
- Данное обстоятельство связывает руки парламентариям и может отрицательно сказаться на процессе обсуждения и принятия важных законодательных актов.

Смешанная избирательная система

мажоритарная

одномандатный
избирательный округ

Кандидат А	☐
Кандидат Б	☒
Кандидат В	☐
Кандидат Г	☐



пропорциональная

общетерриториальный
избирательный округ

Избирательное объединение 1	☐
Избирательное объединение 2	☒
Избирательное объединение 3	☐



Смешанные системы

- – смешанные избирательные системы, при которых *часть депутатских мандатов* (например, половина) замещается *путем выборов по партийным спискам в целом по стране*, а *другая часть депутатских мандатов* формируется через *мажоритарные в одномандатных округах*

16 февраля 2012 года


**Центральная
избирательная комиссия
Российской Федерации**
Заседание № 102



ЦЕНТРИЗБИРКОМ РФ

Член Центральной
избирательной комиссии
Российской Федерации
КУЛЯСОВА Нина Александровна

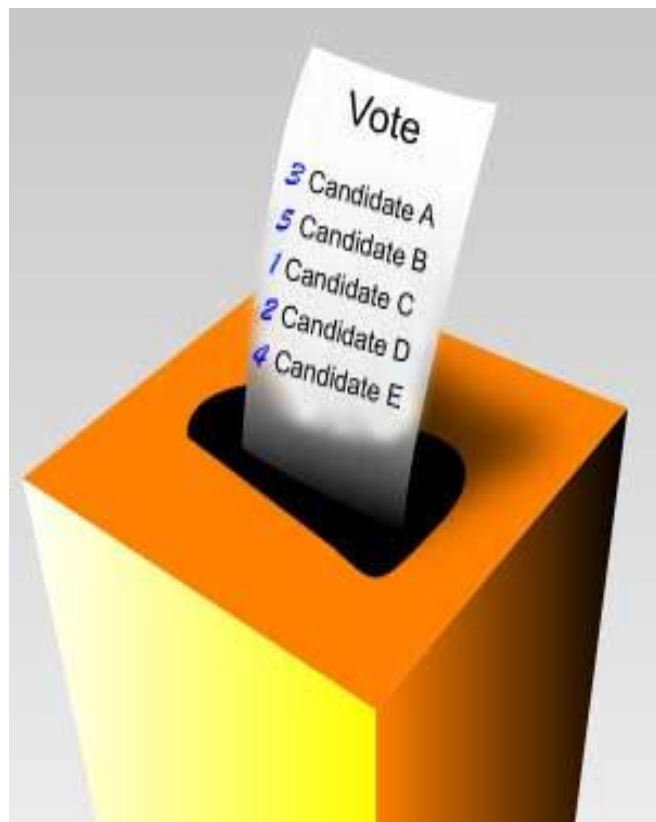
О регистрации кандидата для
выдвижения на должность
Президента Российской Федерации
Сергей Михайлович Миронов



Смешанные системы

- *Смешанные системы* применяются в самых различных сочетаниях *мажоритарной и пропорциональной систем.*
- Эти сочетания определяются, как правило, национальной спецификой отдельных государств и их политических систем

Смешанные системы



- Специфические особенности национальных избирательных систем обычно отражаются в *избирательном законодательстве*.

Связанные смешанные системы

- ? **связанные смешанные системы** – смешанные избирательные системы, при которых выборы проводятся одновременно по партийным спискам в многомандатных округах и мажоритарные выборы в одномандатных округах, а при распределении мест по пропорциональному представительству учитывается число депутатских мест, занятых партией или избирательным блоком по результатам выборов в одномандатных округах;

Преференциальная система

- **преференциальная система** (лат. *praeferre* – предпочитать) – избирательная система, при которой избиратель выбирает кандидатов из списка в порядке предпочтения.

Преференциальная система

- *Один вариант* данной системы – система альтернативного выбора в одномандатных округах, когда избиратель определяет свой выбор, ставя цифру 1 против фамилии наиболее предпочтительного для него кандидата, цифру 2 против фамилии следующего и т. д.

Преференциальная система

- *Другой вариант* – повторное голосование по кандидатурам, набравшим наибольшее количество голосов избирателей в первом туре;

Голосование по закрытым партийным спискам

- *голосование по закрытым
партийным спискам* –
разновидность
*пропорциональной
избирательной системы*, при
которой избиратель голосует за
партийный список в целом, не
меняя порядка расположения
кандидатов.

Голосование с открытыми партийными списками

- – разновидность ***пропорциональной избирательной системы***, при которой избиратель имеет право голосовать не только за партийный список в целом, но и переставлять кандидатов в списке по своему выбору;

Параллельные смешанные системы

- – *смешанные избирательные системы*, при которых *одновременно* проводятся выборы по партийным спискам в многомандатных округах и мажоритарные выборы в одномандатных округах, а полученные при этом *результаты* являются *независимыми (параллельными)*.

Выборы - 2011 /2012

- 4 декабря прошли выборы в **Госдуму VI созыва**.

Впервые нижняя палата парламента избиралась **на 5 лет**.

Во второй и последний раз для полноценного представительства в Думе партиям было необходимо преодолеть **7%-й барьер**.

- **4 марта 2012 года** состоялись выборы **президента**, который также **впервые в истории России** был избран **на 6 лет**.



Центризбирком РФ определил путем жеребьевки номера политических партий, под которыми они будут размещены в избирательном бюллетене на выборах депутатов Госдумы, которые состоятся 4 декабря

Номер партии в бюллетене	Логотип и название	Первая тройка	Кандидатов в списке	Всего членов партии на 1 янв. 2011 г.
1	«Справедливая Россия»	Миронов, Левичев, Дмитриева	584	414 558
2	ЛДПР	Жириновский, Островский, Лебедев	312	193 865
3	«Патриоты России»	Семигин, Маховиков, Корнеева	302	86 394
4	КПРФ	Зюганов, Комоедов, Афонин	594	154 244
5	«Яблоко»	Явлинский, Митрохин, Яблоков	363	54 911
6	«Единая Россия»	Медведев	597	2 073 772
7	«Правое дело»	Дунаев, Богданов, Чакветадзе	301	64 022

ДЕЙСТВУЮЩИЙ СОЗЫВ

Количество депутатских мандатов, полученных политическими партиями и кандидатами, выдвинутыми в порядке самовыдвижения, на выборах в законодательные (представительные) органы государственной власти 83 субъектов Российской Федерации



Обновление избирательного законодательства

- Обновление
- российского избирательного
законодательства *объективно
связано* с постоянным развитием и
запросами государства, общества,
политической системы, с учётом
практики проведения выборов.

- **направлено на:**
усовершенствование **избирательно
й системы,**
- на создание дополнительных
гарантий для справедливой
политической конкуренции,
- **активизацию деятельности**
политических партий и их
участия в избирательном
процессе,
- **максимальную**
открытость избирательных
процедур.

Изменения, внесённые в избирательное законодательство в 2008-2011гг.

- увеличен срок полномочий депутатов *Государственной Думы с 4 до 5 лет*;
- с *1 января 2010 г. до 1 января 2012 г.* количественные требования к численности политической партии составляют *45 тысяч человек и 450 человек* в ее региональных отделениях более чем в половине субъектов РФ;

- **обеспечены гарантии
представительства в Гос. Думе и
в региональных
законодательных органах
интересов избирателей партий,
которые набрали по результатам
выборов менее *7%, но не менее
5% голосов;***

- в общефедеральную часть списка кандидатов может быть включено не более десяти кандидатов; число региональных групп кандидатов не может составлять *менее 70;*

- на выборах депутатов Государственной Думы без сбора подписей избирателей осуществляется регистрация федерального списка кандидатов, выдвинутого политической партией, списки кандидатов которой были допущены к распределению мандатов в законодательных (представительных) органах государственной власти не менее чем в одной трети субъектов Российской Федерации;

Изменения...(продолжение)

- политические партии, осуществляющие сбор подписей избирателей в поддержку выдвинутого федерального списка кандидатов на выборах депутатов Государственной Думы, обязаны собрать **150 тысяч подписей избирателей;**

- **усовершенствовано правовое регулирование отношений, касающихся предоставления политическим партиям эфирного времени и печатной площади для проведения предвыборной агитации;**

- **увеличены предельные суммы** всех расходов из средств избирательного фонда для политических партий и региональных групп (**для политической партии – 700 миллионов рублей без учета расходов из средств избирательных фондов ее региональных отделений; для региональных отделений – от 15 до 55 миллионов рублей**).

Избирательные системы в РФ

- В Российской Федерации в настоящее время исторически сложилась, пройдя через ряд существенных трансформаций и экспериментов, и установилась **смешанная** избирательная система.
- Выборы Президента РФ проходят **по мажоритарной** системе.
-

- **Выборы депутатов в Государственную Думу Федерального Собрания РФ, а также большинства законодательных органов субъектов РФ осуществляются по пропорциональной системе (остальные - по смешанной).**

- **Органы местного самоуправления в каждом субъекте федерации (главы муниципальных образований и депутаты представительных органов муниципальных образований), в зависимости от особенностей и специфики регионального и местного законодательства, а также политической практики формируются по мажоритарной, пропорциональной, смешанной системам .**

Технологии избирательных кампаний



Технологии избирательных кампаний

- *включают в себя:*
- стратегическое планирование и выбор *стратегии избирательной кампании,*
- применение различных технологий *политической рекламы в избирательной кампании,*
- организационные мероприятия, связанные *с организацией избирательной кампании.*

Цели избирательной кампании



Британский специалист по политическому маркетингу Ф.

Гоулд

- включает в *стратегическое планирование избирательной кампании* четыре основных компонента:
- ? *сбор информации* об электорате и соперниках;
- ? *оценку* собранной информации;
- ? *разработку стратегии* в виде определения адресных групп, проблем, целей, лозунгов политической кампании;
- ? *включение* всего вышеназванного в *план избирательной кампании*.

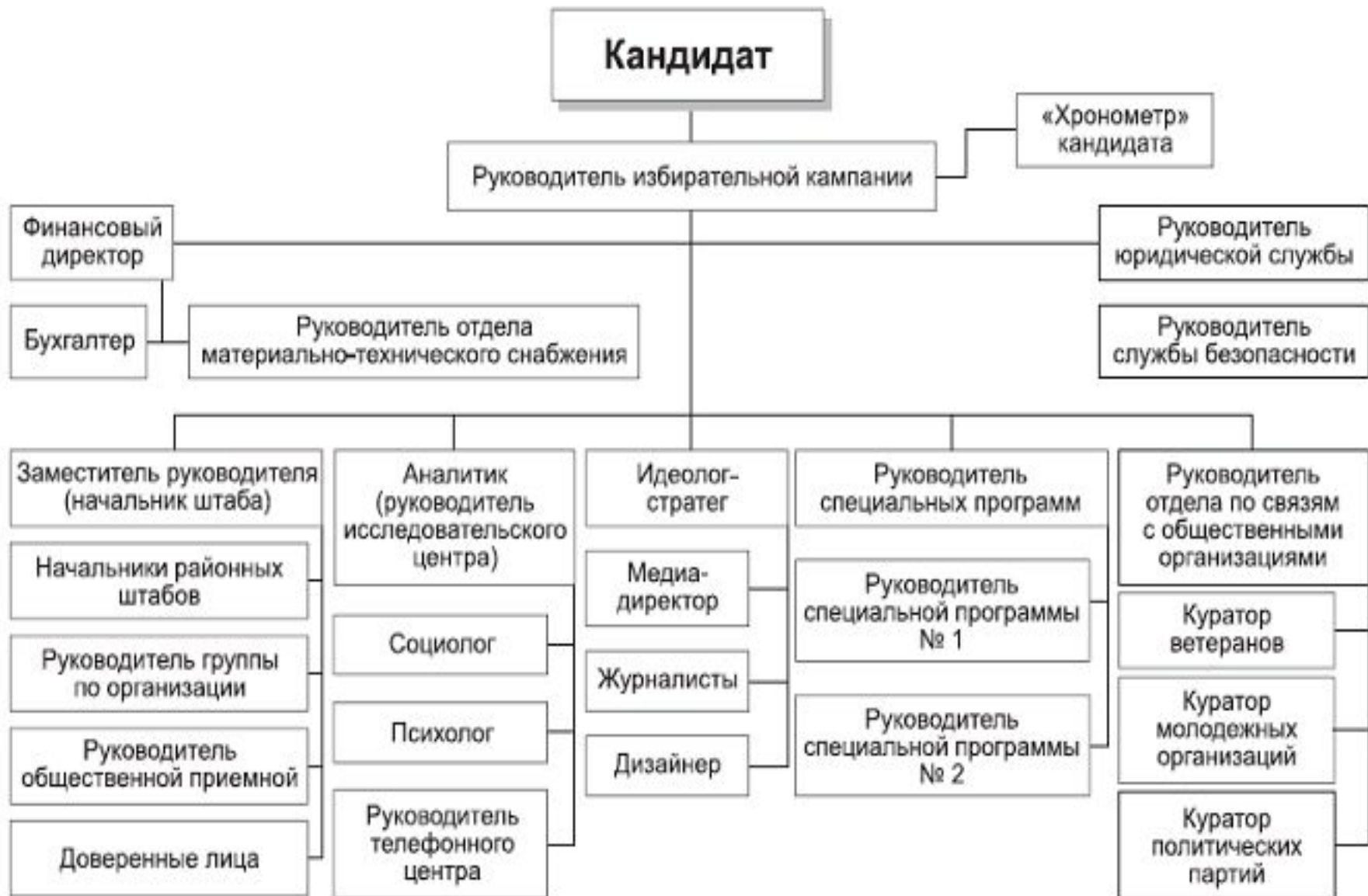
Дж. Мангейм и К. Рич

- **выделяют десять принципов**, на которых следует основываться при планировании стратегии избирательной кампании:
- определение сегментов избирательного округа и социальной базы поддержки кандидата;
- ? формирование контрастного имиджа кандидата, отличающего его от соперников;
- ? демонстрация отличий программы кандидата от программ его конкурентов;

- ? использование тем и проблем, глубоко волнующих избирателей;
- ? формирование позитивного имиджа кандидата;
- ? «отстройка» негативного образа оппонентов и конкурентов по избирательной кампании;

- **создание коалиций с общественно-политическими силами и группами избирателей, поддерживающими кандидата;**
- **? расширение работы с избирателями с помощью привлечения агитаторов и добровольцев;**
- **? эффективное использование финансовых ресурсов;**
- **? участие кандидата в различных предвыборных мероприятиях.**

Типовая структура штаба избирательной кампании



- ***Структура и численность команды кандидата и его штаба*** определяются в зависимости:
- от интенсивности избирательной кампании,
- остроты конкуренции между кандидатами и/или партиями,
- степени известности кандидата, его отношений с региональными и федеральными элитами.

- Главная задача **политического менеджера** – организовать взаимодействие членов команды и скоординировать и направить работу штаба.

Основные обязанности менеджера

- ? руководство планированием избирательной кампании;
- ? подбор команды кандидата;
- ? контроль за выполнением графика кампании;
- ? контроль повседневной работы в процессе проведения избирательной кампании;
- ? контроль поступлений и расходов финансовых средств;
- ? осуществление связи между командой и кандидатом.

Председатель комитета избирательной кампании,

- **- своего рода «свадебный генерал», – хорошо известный и популярный в округе человек, обеспечивающий поддержку кандидата.**

Перед *аналитиками* и *экспертами* ставятся задачи:

- ? изучение политического рынка (избирательного округа), диспозиций избирателей;
- ? проведение пилотажных и панельных социологических исследований;
- ? мониторинг эффективности рекламной кампании;
- ? выявление «лидеров общественного мнения»;
- ? сбор и анализ сведений о конкурентах.
- И **бухгалтер, и юрисконсульт** должны быть грамотными и хорошими специалистами.

Руководитель группы агитаторов

- (**менеджер по организации**)
должен уметь подбирать людей и организовывать их работу как на добровольной основе, так и на платной.
- В его же обязанности входит проверка распространения **агитационных материалов.**

- **Скедьюлер** – должность ответственного за исполнение графика кампании.
- Он составляет ежедневное расписание кандидата и должен грамотно распределить время на встречи с общественностью, на интервью, участие в предвыборных дискуссиях и мероприятиях.

- **При этом он должен помнить и учитывать стратегию кампании.**
- **В любой момент он должен знать, где находится и чем занимается кандидат.**
- **В круг его обязанностей входит обеспечение кандидата транспортом, сопровождающими лицами и агитаторами.**

- ***Пресс-секретарь*** представляет собой специалиста по «паблик рилейшнз», который:
- **готовит выступления кандидата,**
- **осуществляет связь с прессой,**
- **создает информационные события.**

Структура стратегии избирательной кампании



Цели аналитической работы

- Целями *аналитической работы*, осуществляемой при проведении *избирательной кампании*, являются:
- ? определение рейтинга кандидата и/или партии;
- ? сравнение рейтинга кандидата и/или партии с рейтингом конкурентов;
- ? определение черт идеального с точки зрения избирателей кандидата;

Цели аналитической работы

- ? определение основных интересов различных электоральных групп;
- ? определение степени участия в выборах различных возрастных и социальных групп;
- ? выявление ситуации в округе;
- ? определение отношения к кандидату элитных групп, партийных организаций, общественных объединений;

Цели аналитической работы

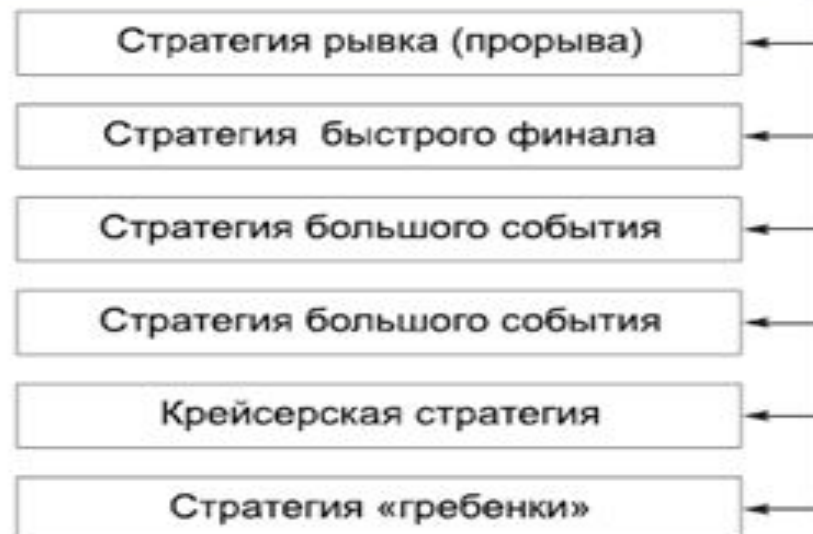
- ? разработка стратегии и тактики избирательной кампании;
- ? разработка программы и предвыборной платформы кандидата и/или партии;
- ? определение эффективности рекламной кампании кандидата и/или партии.

Цели аналитической работы

- *Планирование рекламной кампании* лучше всего начинать с определения концепции рекламной кампании, т. е. *основной идеи, темы*, которая будет *предложена* кандидатом и/или партией и *«раскручена»* средствами *политической рекламы*.

- Эта основная идея или тема должны быть определены на основе исследований ценностей и предпочтений *определенного сегмента электората*, на который ориентируется кандидат и/или партия.

**Стратегии избирательной кампании
в зависимости от методов проведения
рекламной кампании**



а

**Стратегии избирательной кампании
в зависимости от ориентации
на электорат**



б

Стратегия рывка (прорыва)

- используется в кампании для продвижения кандидата, малоизвестного избирателям в начале кампании. **Суть стратегии** заключается в том, чтобы сделать **«рывок» на ранней стадии кампании** за несколько месяцев до выборов.

Стратегия рывка (прорыва)

- . За неделю до окончания кампании делается **новый большой «рывок»**.
- Главная цель такого **«рывка»** заключается в достижении узнаваемости кандидата и позиционировании его как достойного претендента на избираемую должность.

Стратегия рывка (прорыва)

- . Основные суммы тратятся на **«раскрутку»** в электронных **СМИ** на **начальных стадиях кампании.**
- Когда **финансы истощаются**, переходят к адресной почтовой рассылке и к агитационным **мероприятиям «От двери к двери».**

Стратегия быстрого финала

- заключается в том, что темп кампании увеличивается **постепенно**.
- На последнем этапе предвыборной гонки на избирателя обрушивается целый шквал рекламных роликов и печатной агитации.
- В этом случае известность приходит уже на **финише избирательной кампании**, но ее не успеют поколебать конкуренты и забыть избиратели.

Стратегия большого события

- **предназначена для привлечения внимания журналистов, которые будут освещать ход предвыборной кампании.**
- **Эта стратегия основывается на нескольких крупных мероприятиях, которые становятся медиа-событиями.**

Стратегия большого события

- Такими событиями могут быть:
- **публичные разоблачения**, сделанные во время специально созванной пресс-конференции,
- **теледебаты** с ведущими оппонентами и конкурентами,
- **присутствие и участие в значимых мероприятиях** (например, открытие онкологического центра, ввод в эксплуатацию железнодорожной магистрали).

- Участие в **социально значимых мероприятиях** выгодно для тех **кандидатов**, которые уже занимают определенную должность (**мэр, губернатор, депутат от округа**).

- О нас вспоминают
только во время
ВЫБОРОВ...

- Знаю, старик, но
устроить выборы
раз в неделю -
НЕ МОГУ...



Крейсерская стратегия

- наиболее оптимальна для лидирующих кандидатов, которые хотят сохранить свои позиции и свой рейтинг в ходе кампании. В этом случае рекламное время распределяется в средствах массовой информации равномерно.

Крейсерская стратегия

- В то же самое время не исключено возрастание количества рекламного времени в финале кампании.
- Использование **крейсерской стратегии** целесообразно в том случае, если **кандидат – известная и популярная личность среди избирателей.**

Стратегия «гребенки»

- предполагает *чередование активных и относительно спокойных стадий рекламных кампаний* с постепенным расширением рекламной деятельности к концу избирательной кампании.
- Эта стратегия основывается на психологическом приеме *«интриги»*.

- В зависимости от характера и степени ориентации на сегменты электората выделяются *концентрированная, дифференцированная и недифференцированная стратегии.*

Концентрированная стратегия

- ориентирована **на одну-две категории избирателей**, которые должны обеспечить большинство голосов кандидату и его победу на выборах.
- Ее **главным достоинством является относительная дешевизна**.
- Однако в том случае, если воздействие на эти группы избирателей будет неудачным, кандидата ждет **поражение**.

Дифференцированная стратегия

- связана с обращением к *отдельным группам электората*.
- Для *каждой такой группы*
- вырабатывается собственная стратегия избирательной кампании,
- подбираются специальные темы,
- разрабатывается отдельный план рекламной кампании.

Недифференцированная стратегия

- предполагает обращение ко **всему электоральному корпусу**, без разделения его на сегменты.
- Она может быть достаточно **успешной** только в том случае, если ее цели, темы, лозунги разделяются **большинством избирателей**.

- В избирательной кампании **все эти стратегии** могут применяться на **различных этапах.**
- Так, **за 12–16 месяцев до выборов** может применяться **недифференцированная стратегия,** целью которой может выступать формирование имиджа кандидата.

- **За 4 месяца до выборов** можно использовать **дифференцированную стратегию** для того, чтобы заручиться поддержкой наиболее важных электоральных групп.
- И наконец, **за неделю до голосования** может быть применена **концентрированная стратегия.**

ПЖАЛУСТО ПОСТАВЬТЕ МНЕ ЗАЧОТ!!
УМОЛЯЮ!!!



6 октября 20

учебник

ТЕОРЕТИЧ.

№	Вопросы	Кл.	Ф.
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			

РОЗ

ТЕОРЕТИЧ. ЗАДАНИЯ

Оценки, подпись, дата

№	Вопросы	Кл.	Ф.
1			
2			
3			
4			