

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»

На правах рукописи

ЩЕРБИНИНА Дарья Игоревна

**Методы предвыборной агитации в период избирательной кампании в
Санкт-Петербурге (на примере партии «Справедливая Россия»)**

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
по направлению «Реклама и связи с общественностью»

Научный руководитель:
доцент, кандидат политических наук
Кузьмин Алексей Евгеньевич
Кафедра связей с общественностью в политике
и государственном управлении
Очная форма обучения

Вх. № _____ от _____

Секретарь _____

Санкт-Петербург

2017

Содержание

Введение	3
Глава 1. Теоретические основы стратегии избирательных кампаний....	5
1.1.Избирательная стратегия: понятие и основные её типы.....	2
2.1.Предвыборная агитация как форма реализации избирательной стратегии кампании: методы агитации.....	11
Глава 2. Предвыборная агитация в период избирательной кампании партии Справедливая Россия в Санкт-Петербурге.....	15
2.1.Положение крупнейших политических партий перед выборами 2016 года в Санкт-Петербурге	15
2.2. Партия «Справедливая Россия»: анализ избирательной кампании и методов агитации.....	29
2.3. Разработка мероприятий по улучшению показателей на следующих выборах в отношении партии «Справедливая Россия» в г. Санкт-Петербург.....	48
Заключение	51
Библиографический список	53
Приложения	58

Введение

Кандидат политических наук А. А. Никитин в своей научной статье «Стратегия и тактика в избирательных кампаниях» писал о том, что «успешное планирование кампании – залог её успешного окончания»¹. А само проведение избирательной кампании включает в себе две крайне важные составляющие: стратегическое планирование (стратегия кампании) и тактическое планирование (тактика кампании). Разумно составленная и воплощенная в жизнь избирательная кампания зачастую протекает согласно установленным рамкам стратегии и тактики.

Необходимо особенно обратить внимание на элементы, составляющие стратегическое и тактическое планирование в условиях реализации избирательных кампаний. Одним из таких структурных частей определяется предвыборная агитация. В большинстве случаев именно она становится фактором, побуждающим избирателя голосовать за ту или иную политическую силу.

Отсутствие грамотной, соответствующей современным тенденциям предвыборной агитации политических сил в России, приводит к появлению так называемых «грязных методов», - когда победа любой ценой становится приоритетом, а отношение к таким приёмам – спокойным, что, безусловно, не является нормой. Агитационные действия политических процессов России развиты, конечно, не столь широко и полно, как в странах Европы и США. Но можно заметить явные черты начала этого развития, что не может не радовать.

Именно потому исследование методов предвыборной агитации столь актуально: их последующее применение формирует, в том числе, качественную стратегическую и тактическую направленность российских

¹ Никитин А.А. Стратегия и тактика в избирательных кампаниях / А. А. Никитин. – Казань, 2007. – С. 202

политических сил; честную борьбу на политической арене, что является, в том числе, и ядром практической значимости данной работы.

Объект исследования: предвыборная агитация в период избирательной кампании.

Предмет исследования: методы предвыборной агитации в период избирательной кампании партии «Справедливая Россия» на выборах 2016 года.

Цель исследования: рассмотреть сущностные черты основных используемых методов предвыборной агитации партии «Справедливая Россия».

Задачи исследования:

- изучить теоретические основы стратегии избирательных кампаний: понятие, сущность и типы;
- исследовать предвыборную агитацию как одну из форм реализации избирательных кампаний;
- проанализировать состояние наиболее крупных политических партий перед выборами 2016 года в Санкт-Петербурге;
- изучить избирательную кампанию; методы предвыборной агитации, - в частности, политической партии «Справедливая Россия» в Санкт-Петербурге;
- предложить комплекс мероприятий, направленный на улучшение показателей на следующих выборах партии «Справедливая Россия» в Санкт-Петербурге.

Для подробного раскрытия структуры изучаемого предмета, мы будем применять следующие методы исследования: изучение и обработка научных источников, конкретизация, аналогия, анализ и синтез информации.

Данная работа состоит из двух глав, разделенных на параграфы; заключения; а также списка используемой литературы.

Глава 1. Теоретические основы стратегии избирательных кампаний

1.1. Избирательная стратегия: понятие и основные типы

Когда мы говорим об избирательной кампании, - мы имеем в виду основной инструмент, состоящий из комплекса агитационных мероприятий, который используется кандидатом или политической силой и берёт на себя большую долю ответственности за победу или проигрыш в результате выборов.

Избирательная кампания есть неотъемлемая часть в целом политического процесса и регионального, - в частности. Специально обратим внимание на то, что термин «избирательный процесс» не тождественен понятию «избирательная кампания». Ведь он охватывает и этапы избирательных процедур, действий, которые выходят за временные рамки избирательной кампании.

Например, ещё до начала кампании является необходимым выполнить перечень важных процедур, которые обладают свойством характеризовать избирательный процесс не только как юридический механизм, но и как институт, которые гарантируют политическую стабильность, демократичность, а также легальность существующей власти.

Обратим внимание на разновидности избирательных кампаний, определённых по критерию стратегии, которая была применена:

- позитивные (избирательная кампания базировалась на донесении до избирателя позитивных сведений о кандидате (политической силе), критика и негативная информация отсутствовали) и негативные (ключевая цель – проведение ярко выраженной негативной кампании против одного или нескольких кандидатов);
- стратегические (рассчитаны на долгий период действия, базируются на детальном анализе); оперативные (рассчитаны на короткий период действия);

оперативные (являются, своего рода, реакцией на неожиданные изменения каких-либо внешних условий);

- агрессивные (задействуют максимальное количество ресурсов и коммуникационных каналов) и умеренные (пользуются ограниченным перечнем коммуникационных каналов с избирателями).²

В современном пространстве информации пересекается удивительно огромное количество контактов, интересов и задач участников рынка. В этом же информационном пространстве функционируют, контактируют друг с другом и оказывают взаимное влияние: Интернет, СМИ, маркетинговые коммуникация и, конечно, PR – коммуникации.³

Сформировавшийся имидж кандидата или политической силы служит, по своей сути, основным фактором их восприятия и оценки. Имидж формируется целенаправленно в представлениях электората с помощью пропаганды, рекламы или же PR. Его формирование возможно уточнить в каких-либо аспектах или изменить. Это достигается при помощи заявлений кандидата или разнообразного рода поступков.

Как бы ни было подкреплено подтверждение проводимой стратегии всевозможными социологическими опросами, условиями работы и т.д., - можно говорить о высокой вероятности удачного воздействия на избирателя, но, увы, ста процентов она никогда не достигнет. А потому существует риск, - и его избежание, - обязано учитываться при формировании стратегии той или иной политической силы.

Можно сказать, что в самом общем плане стратегия кампании - это основное направление, содержание и порядок действий кандидата по достижению поставленных целей. В формализованном виде стратегия являет собой общий план действий кандидата в избирательной кампании.⁴

² Лагутина О.В. Избирательные кампании и СМИ: учеб. пособие // О.В. Лагутина; Юго-Зап. гос. ун-т. – Курск, 2014. С. 8 (152)

³ Никитин А.А. Классификации избирательных технологий // Грамота. - №1 (27). 2013. С. 3 (5)

⁴ Никитин А.А. Стратегия и тактика в избирательных кампаниях // Ученые записки Казанского университета. - №3. 2007. С. 204 (202-214)

Существует несколько основных правил, которые традиционно применяют при формировании стратегии, являющейся важнейшей частью кампании любой политической силы:

1. Выражение собственного мнения должно происходить через призму общественного интереса, а не собственной организации.
2. Информация, подаваемая кандидатом (политической силой) электорату, должна быть максимально проста для понимания.

В отечественной науке существует широкий перечень подходов к формированию стратегии избирательной кампании. Так, в основу данной работы, мы возьмём ряд подходов, сформированных Е. Малкиным и Е. Сучковым.

За основу они брали представления о мотивах, которые использует электорат во время процедуры голосования. Конечно, справедливо будет отметить, что, такого рода представления, обладают очень приблизительным характером (ведь понимать в точности все мотивы избирателей не представляется возможным).

Так, в соответствии с «моделям электората», указанные автора формируют следующие подходы к формированию стратегии:⁵

1. наивный подход: основа данного подхода – «наивная модель» избирателя. В ней роль «модели» играет сам кандидат (политическая сила) и его окружение. Сама же кампания формируется по принципу «Что нравится мне и моему окружению, - то нравится электорату». Несмотря на ярко выраженную наивность данного подхода, он, тем не менее, способен приносить отличные результаты в случае политической активности населения (массы начинают мыслить синхронно);
2. социально-экономический подход: основа данного подхода – предположение, что избиратель голосует на выборах зачастую в

⁵ Малкин Е., Сучков Е. Основы избирательных технологий. - М.: SPSL, 2002. С. 67-83 (464)

соответствии с собственными экономическими и социальными интересами, потребностями. Сами избиратели, в соответствии с данной концепцией, подразделяются на целевые группы. Потому задача стратегии здесь: наиболее определённо выразить интерес той группы, которая является их целевой группой;

3. имиджевая модель («идеального кандидата»): основывается на предположении, что большая часть электората обладает устойчивым представлением о личностных качествах, которые должен иметь их кандидат. В данном случае имеется ввиду некий усреднённый набор характеристик. Таким образом, ключевая задача стратегии – формирование образа кандидата, который максимально приближен к идеальному в глазах электората;

4. проблемная модель: в целом, является аналогом предыдущей, имиджевой модели. Единственное отличие – в основу кладётся не идеальные характеристики кандидата, и наиболее значимые для электората проблемы. Задачи стратегии: уведомить избирателя о знании данных проблем и о предлагаемых путях разрешения;

5. дифференциальный подход: базируется на результатах социологических исследований. Чем шире перечень критериев, по которым проводилось исследование, - тем более полно удастся составить себе картину избирателей по социально-экономическому положению, территории проживания, политическим предпочтениям, наиболее волнующим их проблемам и т.д. С точки зрения ученых, данный подход наиболее верный и эффективный, но, в современных реалиях практически нереализуемый в полной мере;

6. комплексный подход: компиляция первых четырех подходов. Стратегия, базирующаяся на комплексном подходе, предлагает позиционировать кандидата по следующим параметрам: относительно политического спектра; имиджевое позиционирование; проблемное позиционирование; позиционирование по отношению к конкурентам.

Данный подход пытается обойти односторонность предыдущих подходов, но такое масштабное объединение не всегда позитивно сказывается на модели. Некритическая реализация комплексного подхода (равномерное позиционирование кандидата по всем четырем параметрам) ведет к распылению ресурсов. Суммирование преимуществ разных подходов означает и суммирование их недостатков. В избирательных кампаниях арифметическое суммирование неприемлемо, поскольку «сумма» может оказаться гораздо меньше, чем любое из слагаемых.

Данный подход страдает одним принципиальным недостатком: он не предполагает выделения основной стратегической идеи кампании, поэтому он не может быть принят как универсальное средство формирования стратегии.

Так, примером такого вида подхода может являться форма для составления стратегического плана избирательной кампании, предложенная О. Брайаном⁶ (см. Приложение 1). Она во многом учитывает, как внешние, так и внутренние условия разработки стратегии, но, однозначно, обладает свойством «распыления» конкретной идеи стратегии.

7. рекламный подход: создание максимально привлекательного образа кандидата и его дальнейшая «продажа» избирателям. В данном случае не учитываются представления об «идеальном кандидате». Ключевая задача – подменить в сознании электората из «идеальный» образ на тот, что был создан.

Для того, чтобы оценить степень эффективности разработанной и реализованной стратегии, необходимо учитывать следующие показатели (они могут измеряться как количественно, так и качественно):

1. Степень достижения итоговой цели. Можно абсолютно точно утверждать об успехе стратегии, если цель, поставленная в период её разработки, выполнена в полном объёме. И здесь даже не затрагивается

⁶ Брайан О. Планирование политических кампаний // Перевод и редактирование Московского представительства Национального демократического института международных отношений (США). – М., 1999. С. 84-89 (101)

вопрос цены средств достижения, - главное, чтобы победа кандидата или политической силы была воплощена в жизнь.

2. Результативность. Анализ помимо основной цели, - достигнутых побочных, если такие были поставлены. Например, нахождение спонсоров и сторонников, подготовка имиджа кандидата к последующим выборам, формирование команды кандидата и т.д.

3. Стоимость кампании. И в этом вопросе необходимо учесть два направления: денежные затраты, прочие ресурсы, которые были потрачены непосредственно на избирательную кампанию, а также данные обязательства и обещания соратникам, избирателям в процессе проведения кампании. Не редкой является ситуация, когда удельный вес победы превышает саму стоимость кампании.

4. Анализ эффективности кампании. Например, возможно использование следующих показателей: стоимость победы на 1-ом избирательном участке; стоимость одного голоса; стоимость «переманивания» на свою сторону избирателя и т.д.

5. Интегральная оценка. Каждый из уже рассмотренных показателей видится как недостаточный для того, чтобы быть основой оценки проведённой кампании. В связи с этим происходит разработка системы оценок, которая включает в себя всю совокупность критериев. Проводится опрос мнений лиц, которые принимали решения по проведению данной избирательной кампании, и на их основе строится интегральная экспертная система, которая способна выявить действительные затраты.

Но, безусловно, помимо непосредственной реализации стратегии и достижения её ключевых целей, необходимо помнить и о затратах: как объективно измеряемых, так и «затратах цены победы». Учёт и этого фактора даст возможность скоординировать деятельность сотрудников и на выходе получить результат, который удовлетворит политическую силу или кандидата.

1.2. Предвыборная агитация как форма реализации избирательной стратегии кампании: методы агитации

Система избирательного процесса включает в себя и этап предвыборной агитации. Он, в свою очередь, существенно влияет на структуру и динамику электоральных предпочтений избирателя. В последние годы значение института предвыборной агитации постоянно растёт. Это связано, в первую очередь, с переходом государств к постиндустриальному обществу – услуг и информации.

Такое активное развитие новейших технологий обусловило огромное влияние информации, маркетинговых ходов на человека.

Термин «предвыборная агитация» нужно исследовать по трём ключевых аспектах.

- первый: предвыборная агитация – субинститут единого института избирательного права. Таким образом, она представляет собой систему норм права, которые «от» и «до» регламентируют общий для всех субъектов порядок агитационных действий;
- второй: предвыборная агитация – отдельный этап избирательного процесса. Так, он определён собственными временными границами, а также ограничениями финансового характера;
- третий: предвыборная агитация – специализированная деятельность субъектов избирательного процесса. И в данном случае она – элемент политической технологии, который имеет собственные действия и приёмы.

Так или иначе, но данный этап основывается на законодательстве. Законодатель время от времени изменял дефиниции предвыборной агитации: включал или исключал отдельные положения и нормы. Так, важно обратить внимание на то, что, в соответствии с Федеральным законом от 19.09.1997 года №124-ФЗ⁷ ныне действующее определение предвыборной агитации

⁷ Федеральный закон от 19.09.1997 № 124-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» // –

отличается тем, что из содержания этого понятия исключено положение, относящееся к агитационной деятельности, которая имеет цель побудить или побуждает избирателей к участию в выборах.⁸

Ключевым нормативно-правовым актом, регулирующим условия и порядок проведения предвыборной агитации, является Федеральный закон от 12 июня 2002 г. № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» (далее — Закон «Об основных гарантиях...»).

Отдельные положения, посвященные рассматриваемой сфере, содержатся в Федеральных законах от 10 января 2003 г. № 19-ФЗ «О выборах Президента Российской Федерации», от 18 мая 2005 г. № 51-ФЗ «О выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации» и других нормативных правовых актах.⁹

Обладая ярко выраженной политической направленностью, этап предвыборной агитации не тождественен политической рекламе, которая осуществляется вне границ избирательной кампании. Так, предвыборная агитация представляет из себя целенаправленную деятельность (планомерное множество действий), которые нацелены побудить голосовать за того или иного кандидата.

Предвыборная агитация в период избирательной кампании начинается со дня официального опубликования (публикации) решения уполномоченного на то должностного лица, государственного органа, органа местного самоуправления о назначении (проведении) выборов и продолжается до дня представления избирательной комиссией,

[Электронный ресурс] – Режим доступа: URL:
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_16172/

⁸ Бутина С.Г. Правовое регулирование предвыборной агитации и особенности её проведения // Научный вестник Омской академии МВД России. - №1 (52). 2014. С. 20-24

⁹ Собрание законодательства Российской Федерации. 2003. № 2, ст. 171. С. 359–492; 2005. № 21, ст. 1919. С. 5194–5352; 2002. № 24, ст. 2253. С. 6074–6216.

организующей выборы, отчета о расходовании средств соответствующего бюджета, выделенных на подготовку и проведение выборов.¹⁰

Названный выше ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации»¹¹ признает предвыборной агитацией:

- а) призывы голосовать за кандидата, кандидатов, список, списки кандидатов либо против них;
- б) выражение предпочтения какому-либо кандидату, избирательному объединению, в частности указание на то, за какого кандидата, какой список кандидатов, какое избирательное объединение будет голосовать избиратель (за исключением случая опубликования (обнародования) результатов опроса общественного мнения);
- в) описание возможных последствий в случае, если тот или иной кандидат будет избран или не будет избран, тот или иной список кандидатов будет допущен или не будет допущен к распределению депутатских мандатов;
- г) распространение информации, в которой явно преобладают сведения о каком-либо кандидате (каких-либо кандидатах), избирательном объединении в сочетании с позитивными либо негативными комментариями;
- д) распространение информации о деятельности кандидата, не связанной с его профессиональной деятельностью или исполнением им своих служебных (должностных) обязанностей;
- е) деятельность, способствующая созданию положительного или отрицательного отношения избирателей к кандидату, избирательному объединению, выдвинувшему кандидата, список кандидатов.

¹⁰ Андреева Л.А., Перетягина Л.В. К вопросу об агитации в избирательном процессе // Вопросы современной юриспруденции. - №10 (60). 2016. С. 52-64

¹¹ Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации: федеральный закон от 19 сентября 1997 г. № 124-ФЗ (утратил силу) // Собрание законодательства Российской Федерации. 1997. № 38, ст. 4339. С. 7448–7518

Статья 48 (пункт 3) названного закона определяет открытый перечень методов предвыборной агитации:

- на каналах организаций телерадиовещания и в периодических печатных изданиях;
- посредством проведения агитационных публичных мероприятий;
- посредством выпуска и распространения печатных, аудиовизуальных и других агитационных материалов;
- с применением иных не запрещенных законом методов.

Следовательно, разрешены любые методы предвыборной агитации, не запрещенные законом.¹²

Так, как мы можем наблюдать, перечень методов предвыборной агитации широк, а его формирование напрямую зависит от стратегии избирательной кампании политической силы, а также иных внешних и внутренних условий её реализации. Законодательство в этом отношении формирует строгие временные рамки, а также предоставляет перечень возможных видов агитационных действий, однако, так или иначе, оставляет за субъектами агитационной деятельности выбор в отношении её средств.

¹² Зелинский Я.В. Формы и методы предвыборной агитации: проблемы идентификации // Научный вестник Омской академии МВД России. - №2(49). 2013. С. 39 (37-40)

Глава 2. Избирательная кампания и предвыборная агитация партии «Справедливая Россия» в Санкт-Петербурге

2.1. Положение крупнейших политических партий перед выборами 2016 года в Санкт-Петербурге

Политические партии представляют собой важнейший субъект избирательного процесса в Российской Федерации, в итоге формирующий Государственную Думу. Политическая партия обладает собственной особой структурой, принципами деятельности и функциональными особенностями. Кроме того, партия позволяет своим существованием реализовать гражданам свое право на выбор управленческого аппарата в государстве.

Многообразие политических партий обуславливает наличие в политической структуре различных тенденций и взглядов на управление государством. Традиционно каждая из представленных в Государственной Думе политических партий выражает мнение своей категории избирателей.

Также важно отметить, что, по причине существования и регулярного проведения выборов, многопартийность начинает представлять собой инструмент последующей реализации политического плюрализма, однако, конечно, в современных российских реалиях далеко не всегда все так радужно.

Каждая избирательная кампания, обладает собственной спецификой и набором особенностей. Выборы – процесс многоэтапный и, таким образом, сложный, а политических партий – ещё и затратный, - как во временном отношении, так и в денежном. Избирательная кампания существенно влияет на то, каковы впоследствии будут электоральные предпочтения и каково

будет распределение политических сил в составе Государственной Думы в результате выборов.¹³

С 2002 года федеральным законодательством выдвинуто требование для субъектов Российской Федерации относительно того, что они обязаны использовать пропорциональную систему выборов. Применять на практике данное требование для субъектов Российской Федерации оказалось несколько затруднительно, так как Федеральный закон выдвигал лишь общее требование, но не вносил определенные коррективы в такие важные составляющие выборов, как структура избирательного бюллетеня, размер избирательных округов и прочее.¹⁴

Так или иначе, но выборы демонстрируют особенности формирования Государственной Думы. Выборы происходили 50/50: иными словами, половину законодательного органа выбиралась посредством голосования за политическую партию; вторая половина – за выдвинутых кандидатов по одномандатным округам.

В данном случае нам будет интересно формирование Государственной Думы, основанное на голосовании за конкретную политическую силу, - партию.

Рассмотрим избирательную кампанию на примере партии Справедливая Россия в городе Санкт-Петербург.

В первую очередь обратим внимание на предвыборную ситуацию, субъектов конкуренции, их ожидания относительно проводимых выборов. В качестве предмета изучения возьмем наиболее крупные из них: Единая Россия, Справедливая Россия, ЛДПР, КПРФ.

¹³ Янучков А.И. Выборы Государственной Думы РФ и «партии власти» в условиях современной политической реформы // Ученые записки Санкт-Петербургского им. Б.Б. Бобкова филиала российской таможенной академии. - № 2 (34). 2009. С. 130

¹⁴ Белов С.А. Системное правовое регулирование избирательной системы // Российский юридический журнал. - № 1. 2011. С. 88

Сравнение программ политических партий

Социологические опросы говорят, что главная проблема – это бедность (86%), а точка разлома – это преодоление пропасти между бедными и богатыми, восстановление социальной справедливости

Единая Россия	Справедливая Россия	КПРФ	ЛДПР
<p>Сохранение статус-кво</p> <p>Успех каждого – Успех России</p> <p>Антиинфляционная программа. «Воздерживаться от того, чтобы обещать то, что не можем сделать»</p>	<p>Справедливость в социальной сфере</p> <p>Формирование Центров, для оказания высокотехнологической помощи тяжелым пациентам Создание лицев в составе вузовских курсов Многoproфильные колледжи с гибкими образовательными возможностями</p> <p>Жесткий депутатский и общественный контроль за расселением аварийного жилищного фонда Программа расселения аварийного жилья, признанного таковым после 1 января 2012 года Нормативный порядок определения минимального размера взносов на капитальный ремонт</p>	<p>Испытанные 70-летней историей СССР рецепты</p> <p>Удешевление банковских продуктов Снижение инфляции Рубль как международное платежное средство</p> <p>Защита экономики от резких колебаний Снижение темпов инфляции Развитие защиты предпринимательства</p>	<p>Максимально простые решения</p> <p>Тотальный государственный контроль над банковской системой и валютными операциями</p> <p>Экономика должна стать наукоёмкой Неограниченная госмонополия на производство и реализацию спиртосодержащей продукции</p>
<p>10 шагов к достойной жизни</p> <p>Максимальная критика действующего Правительства по всем направлениям. Противоположение ЕР и Правительству</p>	<p>Посерегулирование цен на товары первой необходимости и на лекарства Возврат к системе всеобщего бесплатного среднего и высшего образования Общедоступность и высокое качество здравоохранения</p> <p>Модернизация объектов ЖКХ, строительства и ремонта жилого фонда с участием государства Тарифы не должны превышать 10% семейного дохода Отмена налога на капремонт</p>	<p>Увеличение «Материнского капитала» до 500 тыс. руб. за первого и до 700 тыс. руб. за второго Сохранение бесплатной медицинской помощи Отказ от рекламы на гос. каналах</p> <p>Передать управление ЖКХ госструктурам 5-летний инвентаризатор на занесение сборов на капитальный ремонт Страхование долговременных строительных жилья за счет государства</p>	<p>Запрет на вывоз валюты за рубеж Аудит Центробанка Аннулирование капиталов и гарантии тайны вкладов</p> <p>Минимальная зарплата – 20 тыс. руб. Расширение государственного сектора, а не продажа Постепенно установить курс рубля к доллару 1:1</p>
<p>Мы за русских! 111 позиций ЛДПР</p> <p>Защита интересов русских</p>	<p>25 справедливых законов</p> <p>Программа формировалась исходя из предложений граждан и отвечает реальным запросам общества. Основа – социальная политика</p>	<p>Повышение оплаты труда путем установления минимального почасового размера оплаты труда – 100 рублей в час Размер пенсии не ниже 60 % от зарплаты Гарантия получения людьми с инвалидностью всех видов медицинской помощи бесплатно</p> <p>Запрет продажи долгов граждан коллекторам Максимальная ставка по потребительским кредитам или займам не более 30 % в год Запрет деятельности ростовщических микрофинансовых организаций</p>	<p>Бессрочная бесплатная приватизация жилья для большинства категорий граждан Ограничение тарифов на «коммуналку» в рамках 10% совокупного дохода семьи Проведение государством капремонта в тех домах, в которых его проведение требовалось на момент приватизации</p> <p>Прогрессивная шкала налога на доходы физических лиц Отмена льготы на НДС для экспортеров сырья Отмена транспортного налога</p>

Рис 1. Тезисы предвыборных программ. Июль 2016. Источник: Газета «Аргументы недели».

Первой партией, позицию и оценку шансов которой мы рассмотрим, будет партия «Единая Россия».

В ее случае своим основным преимуществом партия считала именно то, что она единственная среди всех политических сил, выходящих на выборы с либеральной повесткой. В этом плане Единая Россия не нашла для себя конкурентов вообще, так как, что КПРФ, что Справедливая Россия, что ЛДПР решили пойти иными путём. Так, у Единой России уже существовало одно очевидное преимущество, а именно либеральный ключ решения экономических проблем, которого так ждут избиратели от партии.¹⁵

Как утверждает В. Макаров в интервью от 19 февраля 2016 года о грядущем избирательном процессе, которому суждено будет состояться осенью этого же года: «Впереди нас ждет напряженная конкурентная борьба

¹⁵ Единая Россия единственная из партий пойдет с правой повесткой [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://spb.er.ru/news/2015/12/24/volodin-edinaya-rossiya-edinstvennaya-iz-partij-pojdet-na-vybory-s-pravoj-povestkoj/>

между беспартийными участниками, так и между членами нашей с вами партии. В новых условиях нельзя допустить недобросовестного поведения участников предварительного голосования. Мы должны показать высокую политическую культуру». Связывались такие сложные конкурентные отношения по той причине, что в данном случае борьба происходила не только между партиями, но и между членами Единой России в связи с проводимым праймеризом.¹⁶

Ещё одним важнейшим аспектом избирательного процесса был факт того, что в подготовке был задействован такой проект, как «Гражданский университет», который предполагал подготовку молодых кандидатов к выборам.¹⁷

Важно заметить на тему предвыборных ожиданий тот факт, что у прочих политических партий, которые являлись соперниками Единой России в избирательном процессе, не имеется каких-либо конкретных решений существующих в обществе проблем. Они используют для популяризации и пиара сложности и трудности социума, которые имеют наибольшую актуальность в настоящий момент, как утверждал секретарь совета Единой России Сергей Неверов.

Еще одним своим преимуществом, по словам Сергея Неверова, Единая Россия считает «рассказывание правды, обсуждение самых острых проблем без страха»¹⁸

Члены Единой России были уверены, что имеют преимущество потому, что не делают голословных заявлений относительно сохранения социальных обязательств, гарантии выплат заработной платы, пенсии, обеспечения того уровня жизни, который был достигнут в течение последних лет.

¹⁶ Единая Россия начинает процесс подготовки программы к выборам [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://spb.er.ru/news/2016/2/19/isaev-edinaya-rossiya-nachinaet-process-podgotovki-programmy-k-vyboram-2016/>

¹⁷ Нам предстоит самая конкурентная борьба за всю историю выборов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://spb.er.ru/news/2015/11/8/nikonov-nam-predstoit-samaya-konkurentnaya-borba-za-vsuyu-istoriyu-vyborov/>

¹⁸ Официальный сайт партии Единая Россия в Санкт-Петербурге [Электронный ресурс]. – URL: <http://spb.er.ru/>

Однако же партия считает, что выглядит несколько выгоднее в лице избирателя в предвыборной кампании, так как, несмотря на высокий уровень конкуренции и ожидаемую критику, прочие партии, которые ее будут обеспечивать, уже были у власти, но не только не выполнили своих предвыборных обязательств, но еще и ухудшили положение среднестатистических граждан. Они месяцами не выплачивали заработную плату, пенсии, осуществляли приватизацию, к которой применим лишь один эпитет – «варварская».¹⁹

Так, можно сказать, что Единая Россия изначально имела существенное число преимуществ предвыборной подготовки, так как единственная осуществила демократически выгодный праймериз, создала специальные школы по подготовке юных кандидатов к сложному избирательному процессу, а также, что нельзя не заметить, - обладала широким административным ресурсом как правящая партия.

Весь процесс, по оценке лидеров партии Единая Россия, процедуры выборов в Государственную Думу должен был быть characterized тяжелыми и сложными процессами коммуникации между политическими силами – эти выборы ожидалась как самые конфликтные за всю историю выборного процесса. Такие ожидания существовали по нескольким причинам, а именно из-за сильных оппонентов и праймериза правящей партии.

Так или иначе, Единая Россия признавала за каждой из наиболее крупных и влиятельных партий право на победу на выборах, а их самих – достойными конкурентами.

Следующей рассматриваемой нами партией станет «Справедливая Россия». Как же она видела себя на пороге избирательного процесса? В чем видела свое преимущество? Как оценивала свои шансы на победу?

¹⁹ Официальный сайт партии Единая Россия в Санкт-Петербурге [Электронный ресурс]. – URL: <http://spb.er.ru/>

Если ранее мы обратили внимание на тот факт, что Единая Россия имеет большое количество сильных конкурентов, то стоит сказать, что именно Справедливая Россия – одна из наиболее оппозиционных партий по отношению к Единой России в Санкт-Петербурге, так как, по утверждению обеих сторон, именно друг друга они считают конкурентами в связи со схожестью предвыборных мероприятий.

Ещё одной причиной конфронтации вновь выступает праймериз, против которого выступал руководитель фракции партии Справедливая Россия Сергей Миронов. Выражая точку зрения партии, которую он представляет, Сергей Михайлович говорит о праймеризе Единой России как о «сомнительной политехнической выдумке», которая была сворована у США, а воплощена в совсем ином ключе, чтобы выдвинуть нужных им людей в качестве кандидатов. Целью же всего праймериза является лишь «пиар, пиар, пиар».

Для Справедливой России преодоление электорального минимума, который партия установила для себя – «не условный рубеж, а дело принципа».²⁰

По причине того, что, по словам Сергея Миронова, в предыдущих выборах коммунисты заняли второе место, основной целью и ожиданием на данный период является занять «место не ниже второго». Однако вероятность, насколько реалистичны данные ожидания, была не слишком высока.

«Справедливая Россия» планировала в своей кампании сыграть на том, что в особенности в относительно недавний промежуток времени множество единороссов оказалось поймано, а участия в скандалах, связанных с коррупцией. Так что, как считает Справедливая Россия, шанс на «место не ниже второго» достаточно существенный, если рассматривать этот вопрос во взаимосвязи с нашумевшими скандалами против Единой России.

²⁰ Официальный сайт партии Справедливая Россия в Санкт-Петербурге [Электронный ресурс]. – URL: <http://spb.spravedlivo.ru/index.html>

Власть и сила Единой России по-прежнему все еще неоспорима, однако за второе место с КПРФ Справедливая Россия еще способна бороться по той причине, что некоторое количество пунктов, которые составляют программу партии, у них обеих схожи. Однако существуют и значительные отличия, что соответствует одному из основополагающих принципов демократических выборов — плюрализму.

В программе, которую предлагает партия Справедливая Россия, основной упор сделан на устранение классового неравенства между обычными людьми среднего и более низкого класса, и супербогатых, которые нажили его во время, когда у всех в стране были трудности, - в период распада Советского Союза.

Особенных решений «на будущее» они не предлагают, но и не считают их особенной необходимостью, так как для граждан не так уж важен вопрос предлагаемых партиями чрезмерно усложненных макроэкономических схем, когда не решены еще микроэкономические проблемы, когда граждане еще не получили в программах, предлагаемых правительством, ответ на простой вопрос: как кормить семью сейчас, а не «в светлом будущем»?

Представители Справедливой России также считают, что они высоко квалифицированные специалисты, которые способны создавать эффективные для реализации программы экономического и политического характера на самом высоком уровне. Происходит постепенное строительство политического и экономического общества с чистого листа, и Справедливая Россия стремится внести собственную лепту в столь значимый для российской государственности процесс.

Для себя они избрали специальную акцию, ставшей лейтмотивом всей кампании, — «Делай или уходи!», в соответствии с которой им необходимо было собрать 10 миллионов подписей. Реализация такой демократической

политики — серьёзный аргумент в пользу Справедливой России, дающий ей также определённое преимущество.²¹

Проводилось интервью с заместителем руководителя партии Справедливая Россия, который опроверг все прогнозы специалистов-политологов, которые говорили об ожидающем фракцию провале. По словам Олега Нилова, многое в средствах массовой информации специально проплачено. Это он аргументировал тем фактом, что подобные заявления с их стороны производились и ранее, однако даже вполнину не оправдывали себя. «Это тьявалки, а не эксперты», — утверждает он на все вопросы.

Как говорил Нилон, партия Справедливая Россия ожидает набрать на выборах 2016 года около 20%.

Однако называть точный процент, который он ждёт по России, достаточно затруднительно. По его словам, эсеры надеются набрать около двух десятков процентов по России. «В Санкт-Петербурге, по нашим оценкам, нас ждёт второе место с небольшим отставанием от «Единой России» — где-то 24 – 26%». ²² Подготовка к выборам 2016 гола была суровой. Стартом проведения подготовительных мероприятий для проведения стала разработка избирательной кампании.

Очень важно учесть, что в современной России происходит очевидный спад как социальной сферы, так и экономики, что влечёт за собой резкое увеличение числа бедных людей. Такое положение, очевидно, требует решительных мер для борьбы.

Именно на это и делает ставку также Справедливая Россия, в качестве одного из основных столпов всей своей избирательной кампании используя программу партии с учетом всего вышеназванного.

²¹ Официальный сайт партии Справедливая Россия в Санкт-Петербурге [Электронный ресурс]. – URL: <http://spb.spravedlivo.ru/index.html>

²² Официальный сайт партии Справедливая Россия в Санкт-Петербурге [Электронный ресурс]. – URL: <http://spb.spravedlivo.ru/index.html>

Так, «Справедливая Россия» проводила серьезную подготовку к избирательному процессу, стремясь учесть все существующие нюансы.

Однако партия «Справедливая Россия» получила сильный имиджевый удар, когда Оксана Дмитриева и ее сторонники вышли из партии. Конфликт возник из-за решения отстранить Оксану Дмитриеву от руководства региональной ячейкой партии из-за подозрения ее в махинациях, связанных с фальсификацией выборов нового партийного регионального лидера и в отстранении от участия в конференции регионального отделения сторонников ее конкурента — депутата Госдумы Олега Нилова. Кроме того, из партии были неожиданно исключены депутат Законодательного собрания Сергей Трохманенко и руководитель петербургского аппарата спавороссов Валентина Бондаренко. Все это произошло накануне отчетно-выборной конференции петербургского отделения партии и, по мнению, исключенных спавороссов - это решение сделано для поддержки депутата Госдумы Олега Нилова, предложенного на пост главы местного отделения вместо Оксаны Дмитриевой. После чего Оксана Дмитриева решила создать свою партию.

Президент Центра стратегических коммуникаций - Дмитрий Абзалов считает, что Оксане Дмитриевой с точки зрения политического имиджа важно уйти со скандалом: « Скорее всего, она так уходить и будет. Думаю, что, исходя из потенциала 2016 года, она будет уходить со скандалом либо будет пытаться каким-то образом использовать политический ресурс. Выход со скандалом выгоден, потому что выборы в Госдуму пройдут по смешанной системе (по спискам и одномандатным округам). В Петербурге Оксана Дмитриева как оппозиционное лицо, тем более женское, может идти как одномандатник и конкурировать с другими сильными игроками, такими как Ирина Хакамада. Либо она может войти в крупный политический проект».²³

Следующей партией, которую нам предстоит рассмотреть, является Либеральная демократическая партия России – ЛДПР.

²³ Официальный сайт газеты «Известия» <http://izvestia.ru/news/583626>

«Мы признаем выборы и оцениваем их положительно. Сегодняшний результат – это плод нашего кропотливого труда. Партия очень много работала, слушала народ. Наши кандидаты в депутаты являются самыми молодыми. А наша партия кристально чистой», – говорит Владимир Жириновский на очередной пресс-конференции по вопросу выборов 2016 года.

Лидер партии утверждает, что ЛДПР вполне успешно проводит свою политику, развивает ее, чтобы защищать интересы самих граждан, чтобы их политическая программа была достаточно понятна и ясна для населения, для донесения ее содержания до членов российского общества.

«Результаты показывают, что эти выборы являются для нас огромной победой. Несмотря на все препятствия и попытки сорвать избирательную кампанию, мы добились успеха. Люди нам доверяют», – сказал основатель ЛДПР.

«На выборах в 2021 году мы займем первое место. Люди видят, что только мы можем развивать страну, поэтому через пять лет нас ждет победа», – резюмировал Владимир Жириновский.²⁴

Естественно, на момент выборов в 2016 годы ЛДПР не входило даже в тройку лидеров, так как основное соперничество шло между Единой Россией, прочно утвердившей свое положение в качестве лидирующей партии, КПРФ – обладателя второго места по результатам прошлых выборов в Государственную Думу, а также Справедливой Россией, которая только готовится набрать обороты, однако стоит все же выше, чем ЛДПР.

ЛДПР в эти выборы сделало основную ставку на просвещение населения и подготовку к выборам 2021 года, на которые будут поставлены все надежды.

²⁴ Официальный сайт партии ЛДПР в Санкт-Петербурге [Электронный ресурс]. – URL: <http://ldprspb.ru/>

И последней партией, положение которой на период выборов в Государственную Думу в 2016 году мы рассмотрим в данном параграфе, будет Коммунистическая партия Российской Федерации.

КПРФ предполагала два основных варианта результатов на выборах 2016 года:

- победа партии Единая Россия – это значит, по мнению руководства партии, что прежний режим, не сумевший создать достаточно эффективных методов борьбы с социальными проблемами, продолжит свое существование, и ситуация в стране либо не ухудшится, либо останется по-прежнему весьма плачевной;
- победа Коммунистической партии Российской Федерации – с ней настанет победа «народно-патриотических сил», а с этим у страны появится возможность возродить свой прежний уровень на мировой арене как одной из могущественнейших сверхдержав. В России начнется строительство нового социализма, а граждане станут жить совершенно по-другому.

Естественно, в большей степени КПРФ надеялась во второй вариант развития событий, так как считала его единственно верным, а свою политику – сбалансированной и эффективной.

В своей политике КПРФ пытаются обратить внимание на то, что большое количество граждан России считают, что в стране кризис, с которым в страна справиться с прежним составом Государственной Думы попросту не в состоянии, что возвращает нас к поиску новых путей решения проблемы – политике КПРФ.

А политика КПРФ предлагает вкладывать запасы денег государства в экономику, науку, образование, создание рабочих мест – достаточно хорошо звучащая идея, в которой нуждается народ в сложившихся экономико-политических обстоятельствах.

Поэтому логично ожидать, что и КПРФ, и ее соперники не сомневаются, что успех партии, какое бы она место ни заняла, все равно обеспечен.

КПРФ ожидает от выборов 2016 года победы, победы и только ее.²⁵

Таким образом, подводя итог всему вышесказанному, мы можем сделать вывод, что лидером по итогам выборов, практически все крупные политические силы единогласно признали Единую Россию. У нее большое количество преимуществ в избирательном и административном плане.

Далее идет борьба между двумя противоборствующими партиями: КПРФ и Справедливой Россией. У каждой есть свои достоинства, недостатки, но следует учесть, что именно КПРФ по итогам голосования 2011 года получило второе место. Однако и Справедливая Россия тоже не стояла на месте, вводя некоторые новшества и резко контрастируя с Единой Россией, поэтому шансы выигрыша тоже были высоки. ЛДПР, по предварительным мнениям не должно было даже войти в тройку лидеров, но это связано с тем, что партия решила сделать ставку на следующие выборы в 2021 году.

Таким образом, в программах политических партий существуют как сходства, так и значительные различия. Каждая политическая партия имеет свои основные ценности и свой взгляд на все сферы жизни. Коррупцию практически все партии считают одной из главных проблем, и делают акцент на том, что деятельность российских чиновников должна четко регулироваться, а сведения о доходах должны иметь публичный характер и быть доступными для народа. В сфере внешней политики одним из приоритетных направлений программ считается сотрудничество с Евросоюзом и странами СНГ. Социальной сфере огромное влияние уделяют все без исключения партии и их подходы к распределению бюджетных денег почти неотличимы друг от друга.

«Единая Россия» в своей программе ключевой упор делает на следующие социальные категории: пенсионеры, работники бюджетной сферы, матери с детьми - всем им обещан рост выплат. КПРФ, в первую

²⁵ Официальный сайт партии КПРФ [Электронный ресурс]. – URL: <https://msk.kprf.ru/2016/06/25/11210/>

очередь, предлагает «восстановить льготы для многодетных семей, воссоздать сеть общедоступных детских садов, обеспечить жильём молодые семьи».

За рост зарплат бюджетников выступает и «Справедливая Россия»: партия предлагает «поднять пенсии на достойный уровень», «установить нижний предел заработной платы, исходя из величины социального стандарта потребления». Самый внушительный список, тем не менее, у «Справедливой России».

Как и коммунисты, «справедливороссы» выступают за бесплатность медицины и образования. Программа ЛДПР в данной сфере оказалась самой обширной. Партия после прихода к власти обещает «установить социальные пенсии, превышающие размер прожиточного минимума не менее чем в 3 раза», «приравнять учителей муниципальных школ и преподавателей государственных вузов и техникумов к служащим исполнительной власти» и многое другое.

Также можно рассмотреть использование аудиовизуальных агитационных материалов и использование телевидения в период 18 июня – 17 сентября 2016 года. Распределение эфирного времени во время Думской избирательной кампании на пяти федеральных телеканалах: «Первый», «Россия», «НТВ», «ТВЦ», «РЕН-ТВ». (Таблица 1.)

Максимальную долю эфирного времени КПРФ получила на «Первом» канале (19%). Наименьшее количество эфирного времени Компартии выделил НТВ (5%). «Единой России» была предоставлена наибольшая доля телеэфира на НТВ, ТВЦ и Рен-ТВ (69, 63 и 60%). «Справедливая Россия» заняла максимум эфира телеканала Рен-ТВ (18%), а ЛДПР отдали предпочтение НТВ и «Россия» (22 и 21%).

Таблица 1.

Распределение эфирного времени во время Думской избирательной кампании на пяти федеральных телеканалах ²⁶

Телеканал		КПРФ	«ЕР»	«СР»	ЛДПР
«Первый»	<i>мин</i>	69	187	40	65
	%	19	52	11	18
«Россия»	<i>мин</i>	143	574	140	223
	%	13	53	13	21
НТВ	<i>мин</i>	8	121	7	39
	%	5	69	4	22
ТВЦ	<i>мин</i>	74	299	41	61
	%	16	63	9	13
Рен-ТВ	<i>мин</i>	3	17	5	4
	%	9	60	18	13

В течение трёх месяцев сектор политического мониторинга Отдела по информационно-аналитической работе и проведению выборов кампаний ЦК КПРФ проводил мониторинг федерального политического партийного телеэфира. За период избирательной кампании 2016 года на пяти федеральных телеканалах четырём парламентским партиям было посвящено 35 часов 19 минут новостного партийного эфира, что в 2 раза меньше, чем было во время избирательной кампании 2011 г. «Единая Россия» получила 19 часов 58 минут, что составило 57%. На долю ЛДПР пришлось 18% эфирного времени, «Справедливую Россию» показывали 11% от суммарной продолжительности политических телепередач. Коммунистической партии

²⁶ Таблица взята с официального сайта КПРФ <https://kprf.ru/>

досталось 4 часа 56 минут общего партийного эфира, или 14%, что в 4 раза меньше, чем «Единой России» и на треть меньше, чем ЛДПР. (Таблица 2.)

Таблица 2.

Структура суммарного партийного эфира во время Думской избирательной кампании 2016 года.

Структура суммарного партийного эфира во время Думской избирательной кампании 2016

Партия	Продолжительность эфира, мин	%	Продолжительность синхрона (прямой речи) партийцев, мин	%
КПРФ	296	14,0	143	11,9
«Единая Россия»	1198	56,6	692	57,6
«Справедливая Россия»	233	11,0	134	11,1
ЛДПР	391	18,4	232	19,3

2.2. Партия «Справедливая Россия»: анализ избирательной кампании и методов агитации

В процессе изучения значения политической партии, которое она имеет в политической системе государства, мы непременно должны указать, что её роль для развития современного общества огромна.

Научная литература говорит о политической партии, как об «организованной группе единомышленников, представляющей потребности части народа (населения) и стремящейся осуществить эти интересы с помощью демократического завоевания институтов государственной власти или участия в ее реализации».

Также достаточно важен факт того, что политические партии, по своей сущности, во многом, отвечают за отношение общества к политике, просвещение граждан в политической и гражданской сфере.

Для политической системы, которая действует в настоящий момент на территории России, характерно становление политических партий одними из наиболее важных субъектов электорального процесса.²⁷

Рассмотрим избирательный процесс и мероприятия агитации на примере Санкт-Петербургского отделения партии Справедливая Россия в период выборов в Государственную думу в 2016²⁸ году.

В 2016 году от партии Справедливая Россия в Санкт-Петербурге было выдвинуто 9 кандидатов:

- Нилов О.А.;
- Драпенко Е.Г.;
- Волчек Д.Г.У;
- Ушаков Д.В.;
- Алексашин А.А.;
- Ковалев А.А.;
- Попов С.А.;
- Фесик Е.В.;
- Плотников А.И.²⁹

Основой любой избирательной кампании политической партии является ее программа, так как именно в ней содержатся идеи и конкретные предложения, с которыми партия выходит на выборы и которые будет реализовывать в случае избрания.

Сравним, какие избирательные программы партии Справедливая Россия были выдвинуты за период выборов 2016 и 2011 годов³⁰ и сделаем

²⁷ Молокова М.А. Программные требования партии «Справедливая Россия» в современных условиях // Власть. - № 1. 2010. С. 38

²⁸ Официальный сайт партии Справедливая Россия [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.spravedlivo.ru/index.html>

²⁹ Официальный сайт партии Справедливая Россия [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.spravedlivo.ru/index.html>

вывод о том, какие изменения в них произошли.³¹ Обратимся к предвыборной программе партии Справедливая Россия 2011 года (см. Приложение 2).

Так, основные направления предвыборной программы 2011 года, в которых предполагала проводить свою работу Справедливая Россия, связаны с социальной работой и улучшением положения жизни граждан. Они были сформулированы в соответствии с наиболее «острыми» и наболевшими для населения проблемами.

Следует также отметить, что основной проблемой, на которой базируется вся избирательная кампания, является борьба с социальным неравенством.

В условиях кризиса того времени в особенности данная позиция была достаточно привлекательной для избирателя, который хотел стабильности и равенства в том объёме, в каком это в принципе возможно.

Далее обратим внимание на предвыборную программу партии Справедливая Россия 2016 года, которую она выдвинула для выборов в Государственную Думу в 2016 году. Так, новая программа затрагивала уже более широкий спектр вопросов.

Её особенностью также стало разделение всей программы на несколько секторов. Был существенно расширен список проблем, а с ними пунктов программы, которые взяла для себя на этот избирательный процесс исследуемая партия.

По этой причине целесообразным будет рассмотрение всей избирательной программы не по пунктам, а по секторам, в которые они объединены. (Приложение 3)

³⁰ Интернет-приемная С.М. Миронова [Электронный ресурс]. – URL: <http://mironov.ru/vystupleniya/vystuplenie-na-vi-sezde-politicheskoy-partii-spravedlivaya-rossiya-itogi-obsuzhdeniya-predvybornoj-programmy-partii-24-sentyabrya-2011-goda-g-moskva/>

³¹ Выборы 2011-перед стартом // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. - №38. 2011. С. 2-11

Таким образом, можно сказать, что предвыборная программа 2011 года представляет собой основу, на которой была создана расширенная программа, которую СП представили в 2016 году.

В 2016 году появился широкий перечень новых положений, но самый подробно регламентированный из них — социальный. Это связано с тем, что лейтмотивом партии является борьба с социальным неравенством.

Основным информационным ресурсом партии «Справедливая Россия» в интернете является сайт - <http://www.spravedlivo.ru>.



Рис. 2. Главная страница сайта партии «Справедливая Россия»

На сайте предоставлена информация о деятельности партии. Представлены следующие разделы: «События», «Партия», «Программа», «Депутаты», «Фракция в ГД», «В Сети».

Кроме сайта, интернет-представительства партии представлены в социальных сетях, ссылки на указанные страницы находятся в разделе «В Сети»:

- https://vk.com/spravo_ross;
- <https://www.facebook.com/spravoross/>;
- <https://ok.ru/spravoross>;
- <https://www.youtube.com/channel/UC8ruQ9ENXgu9MBV8E5e3KBg>;
- <https://www.instagram.com/spravoross/>;
- <https://twitter.com/spravoross>.

Таблица 3.

Анализ партии «Справедливая Россия» в социальных медиа

Ресурс	Количество подписчиков
Сайт – http://www.spravedlivo.ru	нет
ВКонтакте – https://vk.com/spravo_ross	4359
Facebook – https://www.facebook.com/spravoross/	4838
Twitter - https://twitter.com/spravoross	1289
Instagram – https://www.instagram.com/spravoross/	4084
Одноклассники – https://ok.ru/spravoross	2480
YouTube https://www.youtube.com/channel/UC8ruQ9ENXgu9MBV8E5e3KBg	3855

Как видно из вышепоказанного списка, страницы партии «Справедливая Россия» представлены в следующих социальных сетях:

- ВКонтакте;
- Фейсбук;
- Одноклассники;
- Ютуб;
- Инстаграмм;

- Твиттер.

На рис. 3 – 8 показаны главные страницы партии «Справедливая Россия» в указанных социальных сетях.

Как видно из указанных рисунков, страницы в социальных сетях партии «Справедливая Россия» регулярно обновляются, предоставляют возможность оставлять комментарии, рассказывать друзьям, ставить отметки «Мне нравится».

Сайт партии «Справедливая Россия» является наиболее важным источником информации для посетителей сайта. На сайте можно почитать программу партии (рис. 3), а также ознакомиться со множеством других материалов.

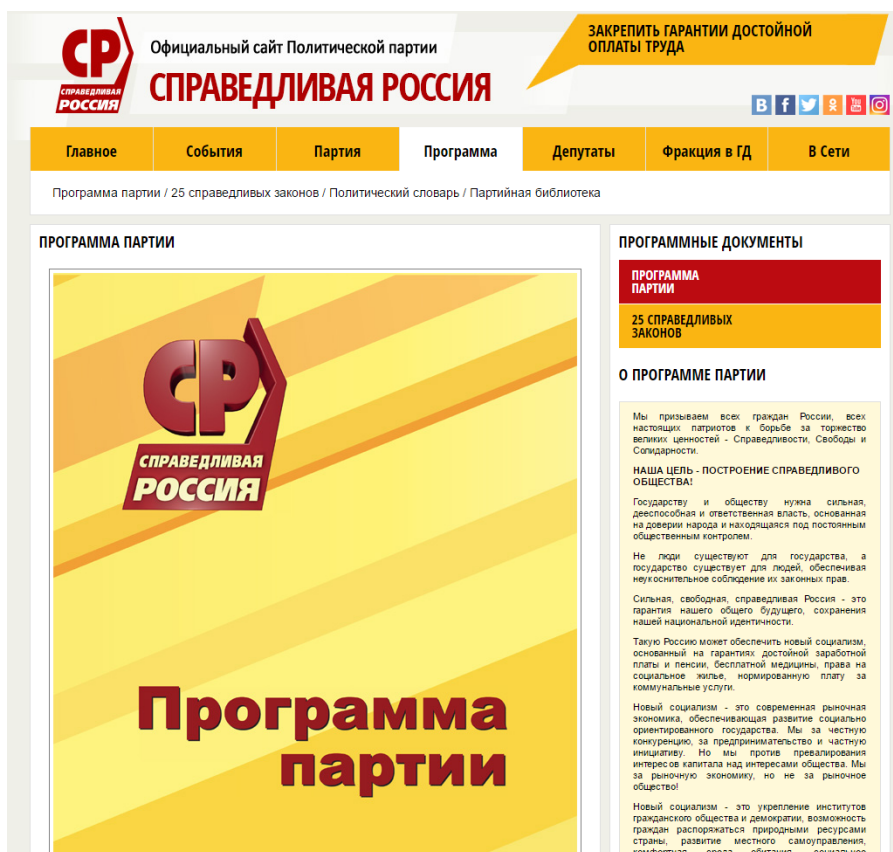


Рис. 3. Страница сайта с программой партии «Справедливая Россия»

Сайт партии «Справедливая Россия» позволяет пользователям познакомиться с широким перечнем информации о деятельности партии, а также там предоставлена информация с агитационными материалами кандидатов в депутаты от «Справедливой России».

В предвыборную кампанию входит, помимо составления и установления программы также конкретные агитационные мероприятия (рис.4).

В первую очередь, среди методов проведения агитационных мероприятий следует выделить создание предвыборных видеороликов.



Рис.4. Раздел сайта с информацией о выборах 2016 года

Санкт-петербургское отделение партии Справедливая Россия создало несколько роликов, в которых наглядно проиллюстрировало все пункты, которые были предложены их предвыборной программой: сцены противоборства коррупции, социальных проблем, снятые с демонстрацией

ярких, простых и понятных лозунгов, отражающих кратко политику партии и основные пункты избирательной программы.³²

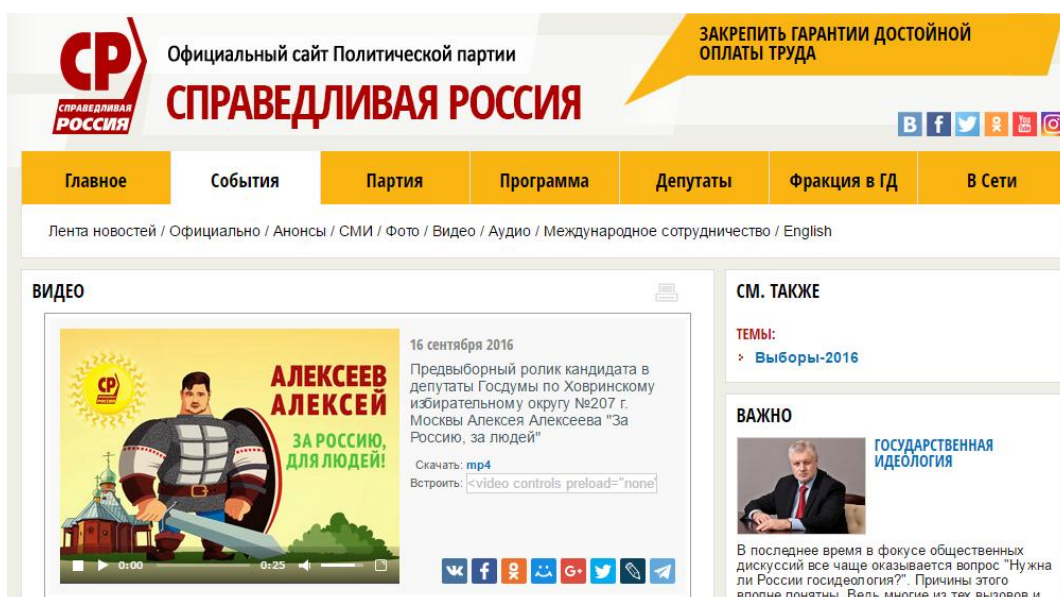


Рис. 5. Предвыборный ролик А. Алексеева на сайте

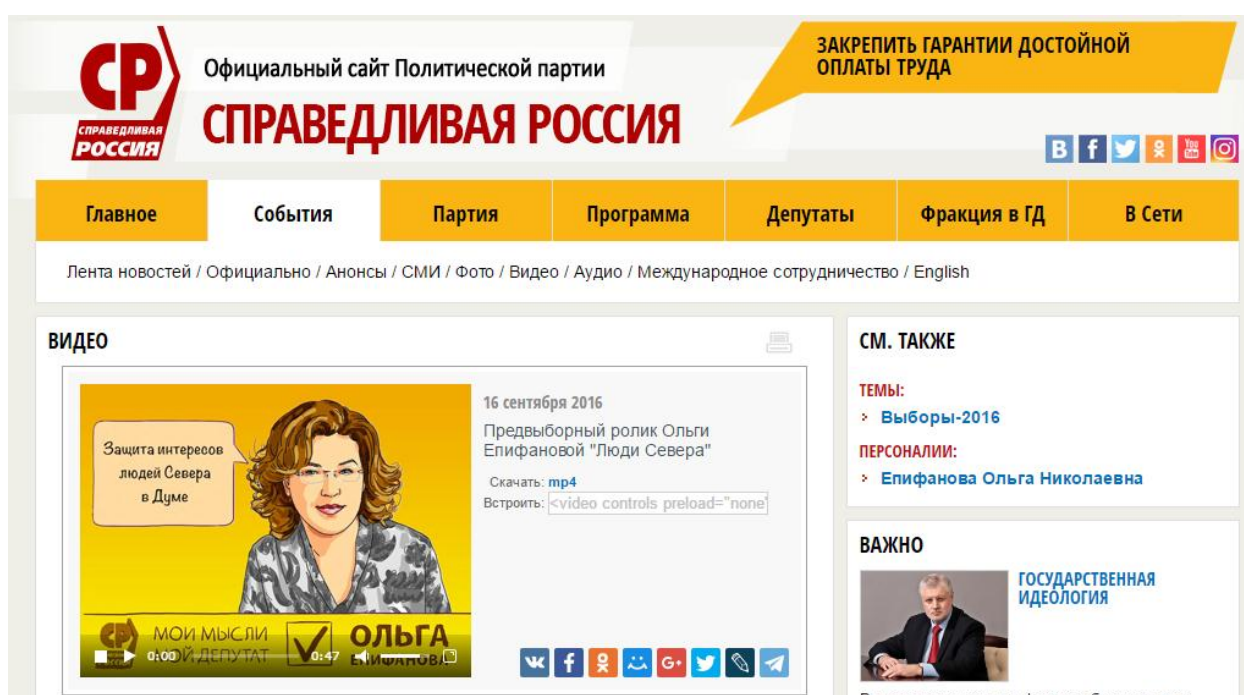


Рис.6. Предвыборный ролик О. Елифановой на сайте

³² Официальный сайт партии Справедливая Россия в Санкт-Петербурге [Электронный ресурс]. – URL: <http://spb.spravedlivo.ru/index.html>

Помимо видеоматериала партия Справедливая Россия активно распространяла в Санкт-Петербурге агитационные материалы – печатные издания. В этот перечень входили: газеты, листовки, агитационные плакаты как партии, так и её кандидатов по одномандатным округам.

Также активно использовались социальные сети, ведь социальные сети являются одним из наиболее актуальных современных средств коммуникации. Обусловлено это тем, что практически каждый человек имеет доступ к одной, или нескольким социальным сетям.

Сообщения на страницах в социальных сетях в период предвыборной кампании 2016 показаны на рис. 7- 15.

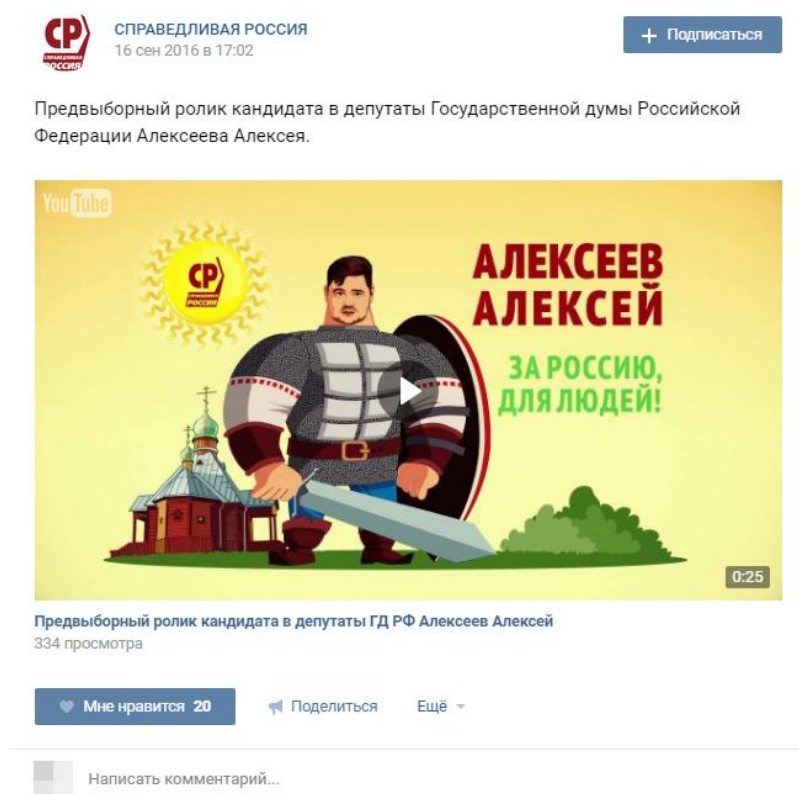


Рис. 7. Предвыборный ролик А. Алексева на странице Вконтакте партии «Справедливая Россия»

На рис. 8 показаны 5 причин голосовать за Олега Нилова, которые размещены на странице «Справедливая Россия» в социальной сети Вконтакте.



Рис. 8. Агитационные материалы О. Нилова на странице Вконтакте

Страница «Справедливой России» в социальной сети Вконтакте с предвыборным роликом кандидата в депутаты от «Справедливой России» Ольги Епифановой показана на рис. 9.

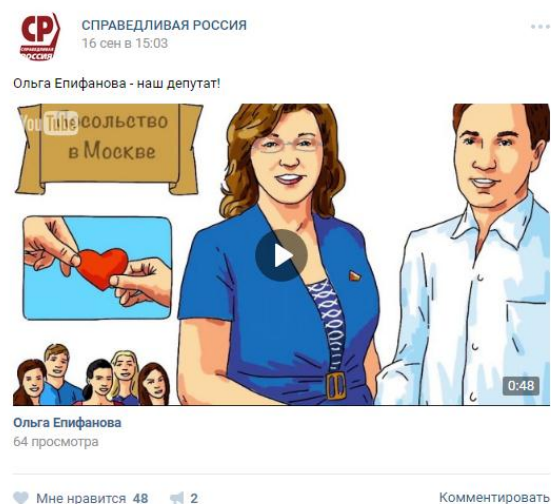


Рис. 9. Предвыборный ролик О. Епифановой на странице Вконтакте

Далее будут показаны сообщения, которые относятся к выборам 2016 в социальной сети «Фейсбук» (рис.10-11).

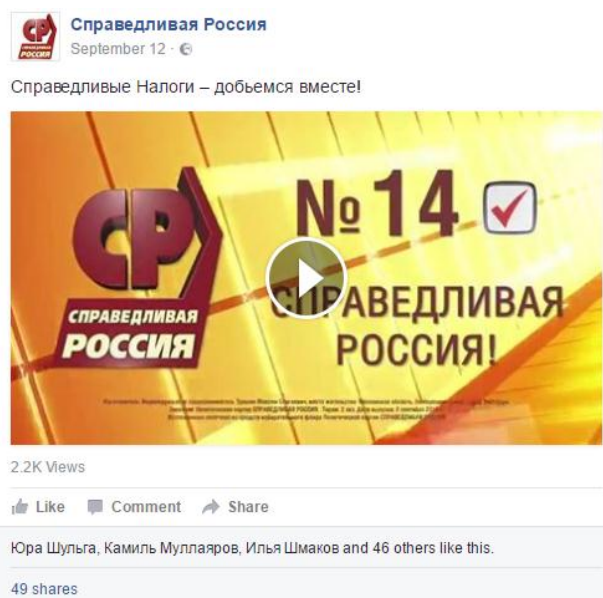


Рис. 10. Агитационный видеоролик №1 «Справедливой России»

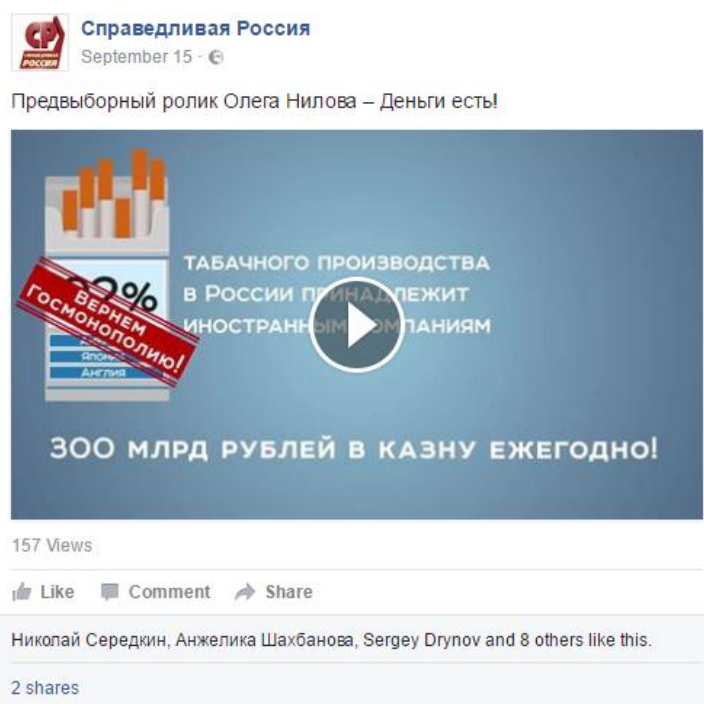


Рис. 11. Агитационный видеоролик №2 «Справедливой России»

Сообщения, в еще одной очень популярной социальной сети на просторах российского интернета – Одноклассники, показаны в следующих изображениях (рис. 12 – 13). Актуальность использования «Одноклассники» в качестве агитационной площадки обоснована более зрелой аудиторией данной социальной сети, а также политикой защиты администрации от наличия в ней анкет ненастоящих людей (ботов), которые очень быстро блокируются в системе.

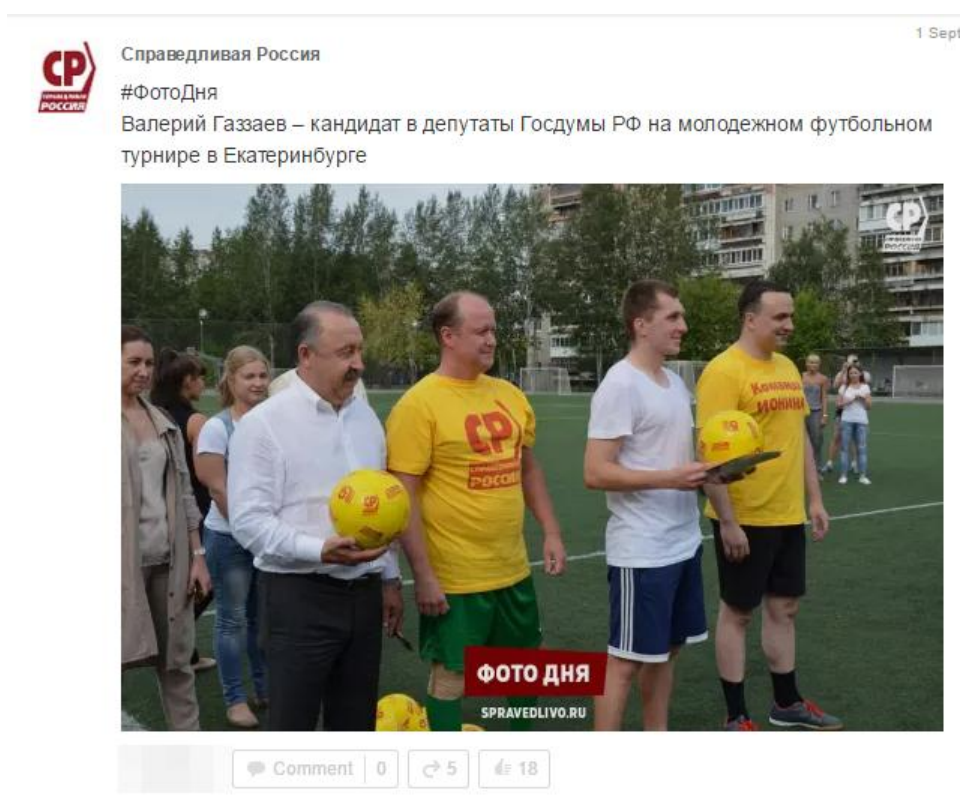


Рис.12. Сообщение с деятельностью кандидата в депутаты Госдумы РФ от «Справедливой России»

На вышеуказанной фотографии изображен один из моментов участия Валерия Газзаева в молодежном футбольном турнире в Екатеринбурге.

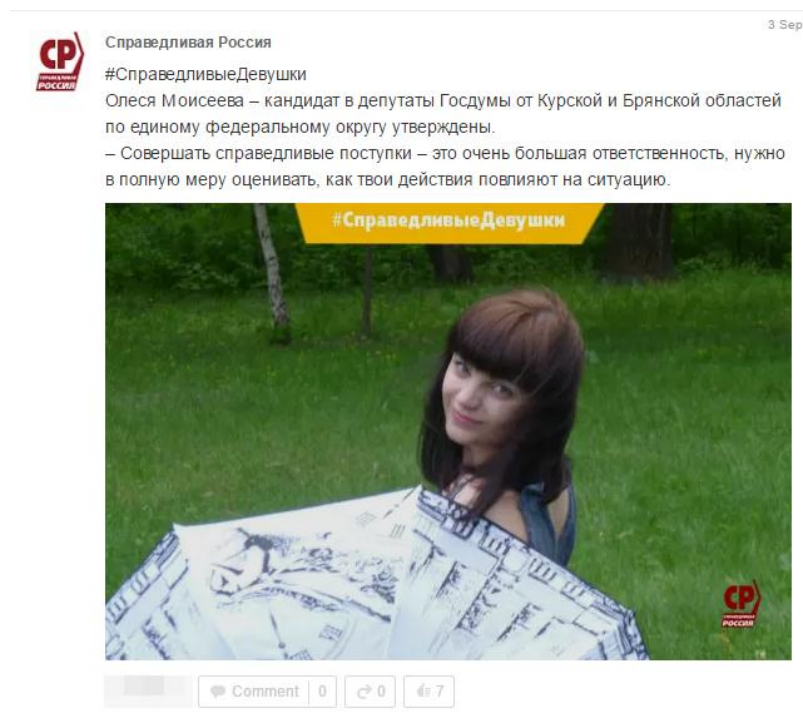


Рис. 13. Сообщение о кандидате в депутаты Госдумы от «Справедливой России» Олесе Матвеевой на странице в Одноклассниках

Инстаграмм является бесплатным приложением с элементами социальной сети для обмена фотографиями и видео пользователей. На рис. 14 – 15 показана информация о кандидатах в депутаты от «Справедливой России» на страницах в Инстаграмм.



Рис. 14. Агитационный пост кандидата в депутаты Государственной Думы Владимира Шарпатов



Рис.15. Агитационный пост в депутаты Государственной Думы от «Справедливой России» Галины Хованской

Также «Справедливая Россия» выпустила мультипликационные ролики с персонажами OxiMironov, где проводит «дебаттл» с ZuGGano и G-Rick, в котором победу одерживает, естественно, OxiMironov.



Рис.16. Мультипликационный ролик с персонажами OxiMironov и G-Rick

Данные ролики направлены на молодых избирателей и неоднозначно пользовались популярностью в период избирательной кампании. Лозунг гласит: «Голосуй за победителя!»³³



**Рис.17. Мультипликационный ролик с персонажами
OxiMironov и ZuGGano**

Таким образом, как видно из вышеуказанной информации и фотографий, партия «Справедливая Россия» в период предвыборной кампании 2016 года активно использовала возможности социальных сетей для освещения деятельности своих кандидатов.

Рассмотрим яркие примеры наружной рекламы и агитационных материалов на билбордах и плакатах.

Партия также успела поругаться на почве справедливости с ЖКХ, которое получило красную метку «несправедливо». В частности Фонд капитального ремонта был недоволен размещением в Перми огромного политического баннера, призывающего отменить выборы на капремонт. А кандидаты-эсеры даже призывали рассказать о несправедливости в сфере ЖКХ

³³ https://www.youtube.com/watch?v=v_IWzKf0VPY

самому Путину. В Санкт-Петербурге реклама строилась вокруг поддержки кандидата со стороны лидера партии – Сергея Миронова (Рис.18).



Рис. 18. Пример наружной рекламы партии «Справедливая Россия» в Санкт-Петербурге

Но, несмотря на такие агитационные материалы, по итогам выборов происходит ослабление позиций «Справедливой России» и КПРФ за счет роста популярности ЛДПР среди избирателей, низкая явка на выборы в Москве и Петербурге, а также снижение числа нарушений в ходе голосования. «Справедливая Россия» - 23 мандата (5,11% мест).

Далее, следует вспомнить о таком высокоэффективном способе агитации, как проведение акций на «острые» социальные темы. Путём проведения акций, участия в акциях других общественных организаций, СП продемонстрировала неравнодушие к особо «наболевшим» проблемам города и его жителей.

Справедливой Россией проводились такие акции, как «Измени Петербург к лучшему!»,³⁴ парад на день Военно-морского флота,³⁵ митинг в поддержку спортсменов-параолимпийцев,³⁶ проект «Скорая справедливая помощь».³⁷

Данные проекты в некоторой степени отражают ещё один инструмент агитации, которым, к слову, в большей степени и пользовалась Справедливая Россия в Санкт-Петербурге. Данным методом агитации является общение с избирателями, что очень важно, так как живое общение с представителями политической силы формирует высокую степень доверия к ней.

Следуя выше изложенному принципу, представители партии ради агитации «ходили в народ».

Ради этого заместитель руководителя фракции Справедливая Россия в Государственной Думе Олег Нилов и лидер фракции Справедливая Россия в Законодательном собрании Санкт-Петербурга Алексей Ковалев проводили специально организованные пресс-конференции для своих избирателей по вопросу решения социальных проблем горожан, а также работы интернет-проекта «Измени Петербург» (izmenispb.ru), угрозах городу, итогах предвыборной гонки и «чёрном» пиаре против партии.³⁸

В процессе агитации очень важна каждая нотка отношения избирателя к кандидатам в депутаты. Больше всего, естественно, гражданам, как правило симпатичны те, которые не участвуют в выборных махинациях сами и не позволяют этого делать другим. Для Справедливой России, даже по названию которой можно сказать, что для партии в приоритете, это имеет особенное значение.

³⁴ Официальный сайт партии Справедливая Россия в Санкт-Петербурге [Электронный ресурс]. – URL: <http://spb.spravedlivo.ru/index.html>

³⁵ Официальный сайт партии Справедливая Россия в Санкт-Петербурге [Электронный ресурс]. – URL: <http://spb.spravedlivo.ru/index.html>

³⁶ Официальный сайт партии Справедливая Россия в Санкт-Петербурге [Электронный ресурс]. – URL: <http://spb.spravedlivo.ru/index.html>

³⁷ Официальный сайт партии Справедливая Россия в Санкт-Петербурге [Электронный ресурс]. – URL: <http://spb.spravedlivo.ru/index.html>

³⁸ Официальный сайт партии Справедливая Россия в Санкт-Петербурге [Электронный ресурс]. – URL: <http://spb.spravedlivo.ru/index.html>

Так, борьба с подлогом становится ещё одним методом агитации и положительным пиар-ходом. Естественно, Справедливая Россия не могла не использовать борьбу с обманом на выборах честно и в свою пользу.

Например, ситуация в Приморском районе, на конференции в больнице, где, как выяснилось, на одном из мероприятий кандидаты в депутаты от «Единой России» присутствовали и всячески намекали на собственное влияние в данном лечебном учреждении. Есть вероятность, что они могли использовать собственное положение для получения голосов, что недопустимо. Справедливороссы подали по данному факту заявление в прокуратуру.³⁹

Заявления в полицию и прокуратуру были направлены партией Справедливая Россия ещё и по вопросу того, что было испорчено около 20 билбордов партии различными надписями.⁴⁰

Санкт-Петербургская избирательная комиссия рассмотрела обращение руководителя аппарата регионального отделения политической партии «Справедливая Россия» в городе Санкт-Петербурге Надежды Тихоновой о незаконной предвыборной агитации. Как сообщили в пресс-службе комиссии, по итогам заседания жалоба на распространяемую в городе газету «Сожрем Россию» была признана обоснованной, Горизбирком обратится в правоохранительные органы с просьбой пресечь распространение незаконной агитации.⁴¹

Евгений Марченко баллотируется в Государственную думу от партии «Единая Россия», а его однопартиец Елена Рахова – в Законодательное собрание. Согласно закону, начинать агитацию в СМИ можно не раньше, чем за 28 дней до выборов.

³⁹ Петербургская интернет-газета Фонтанка [Электронный ресурс]. – URL: <http://m.fontanka.ru/>

⁴⁰ Петербургская интернет-газета Фонтанка [Электронный ресурс]. – URL: <http://m.fontanka.ru/>

⁴¹ Петербургская интернет-газета Фонтанка [Электронный ресурс]. – URL: <http://m.fontanka.ru/>

Таким образом, по закону возможная дата публикаций – 20 августа. Но уже 20 июля на территории Санкт-Петербурга появилась газета «Слово и дело Евгения Марченко» – зарегистрированное периодическое издание, материалы которого посвящены работе и предвыборным обещаниям кандидата. К тому же, вести агитационную кампанию могут лишь зарегистрированные кандидаты, но на момент подписания агитационных материалов в печать ни Евгений Марченко, ни Елена Рахова таковыми не являлись.⁴²

Конкуренция для Справедливой России на период всей избирательной кампании и агитационных действия действительно, как и предполагалось, была жесточайшая. Обратимся к результатам проведения выборов и избирательных кампаний основных политических сил в Санкт-Петербурге. Для наглядности, сравним их с предыдущими выборами в Государственную Думу (см. Таблица 4).

Таблица 4.

Итого голосования выборов в Государственную Думу 2011 и 2016 годов для партии Справедливая Россия по городу Санкт-Петербургу (по избирательным комиссиям)⁴³

Избирательная комиссия	Процент голосов в 2011 году	Процент голосов в 2016 году
Восточная	21,97%	5,94%
Западная	21,81%	7,62%
Северная	24,21%	6,37%
Северо-восточная	-	8,91%
Северо-западная	-	8,17%
Центральная	26,46%	4,82%
Южная	23,75%	6,68%
Юго-восточная	-	6,40%

⁴² Официальный сайт партии Справедливая Россия в Санкт-Петербурге [Электронный ресурс]. – URL: <http://spb.spravedlivo.ru/index.html>

⁴³ Санкт-Петербургская избирательная комиссия [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.st-petersburg.izbirkom.ru/>

Так как выборы в 2016 году проходили по смешанной системе, - столь резкое падение процента голосов понятно, однако, даже несмотря на это, показатели голосующих за Справедливую Россию снизились.

В большей части избирательных округов исследуемая партия не вышла даже на 3 место.

Таким образом, можно говорить о том, что проведённые в 2016 году избирательная кампания и агитационные мероприятия Санкт-Петербургского отделения партии Справедливая Россия не в полной мере способствовали высокому показателю голосующих.

Конечно, нельзя не обратить внимание и на внешние факторы: сильная конкуренция, применение смешанной системы выборов, «чёрные» действия оппозиционных политических сил и мн. др.

Но, так или иначе, совершенствование инструментов и методов реализации избирательной кампании в целом, агитации, - в частности, необходимо для исследуемой нами политической силы в региональном масштабе.

2.3. Разработка мероприятий по улучшению показателей на следующих выборах в отношении партии «Справедливая Россия» в г. Санкт-Петербург

Проведённое нами исследование форм и методов избирательной кампании Санкт-Петербургского отделения партии Справедливая Россия показало, что их реализация на практике не приводит к должному результату. Это обуславливает необходимость совершенствования избирательных и агитационных мероприятий.

Политическая программа партии, как уже было выявлено, содержит в себе глубоко сформулированные духовные ценности и «острые» социальные проблемы российского общества. Так, например, это затрагивает сферу ЖКХ, медицинского обслуживания, образования. Одновременно с этим, партия предлагает сохранить наиболее ценные российские традиции.

В настоящее время Россия обладает существенными проблемами, связанными с внутригосударственной жизнью. В первую очередь это касается социальной сферы. В предвыборной Программе партии 2016 года, а, как следствие, и в агитационных мероприятиях того же периода, заметно появление положений относительно внешней политики.

Это представляется не совсем верным, ведь современный российский избиратель уже определённо устал от малообеспеченной жизни и не самых благоприятных условий труда, не всегда гарантированной реализации прав и свобод.

Программа 2011 года была более сфокусирована исключительно на проблемах и трудностях бытовой жизни каждого гражданина, что, во многом, утратила Программа 2016 года. Необходимо возвращение к истокам и пересмотр предвыборной программы с большим уклоном в социальную сферу.

Кроме этого, что уже начала делать Справедливая Россия в Санкт-Петербурге и что необходимо усилить, - борьбу и противостояние с правящей партией. Так, законные методы борьбы в 2016 году (обращение в правоохранительные органы) во многом охарактеризовали партию как представителя честной агитации и честных выборов. Оппозиционные методы должны присутствовать в арсенале партии постоянно, ведь в последние годы недовольство политикой Единой России выросло в разы. Это является условием формирования ярко выраженной конфронтации и, как следствие, привлечения избирателя, не желающего более видеть Единую Россию в статусе правящей партии.

Активное использование средств массовой информации. В прошедший избирательный период агитации посредством средств массовой информации у Справедливой России в Санкт-Петербурге практически не было. Все агитационные материалы были изготовлены партией самостоятельно и самостоятельно распространялись. В век информационных технологий этого недостаточно: необходимо массовое привлечение СМИ.

Для улучшения показателей на следующих выборах в отношении партии «Справедливая Россия» в г. Санкт-Петербург, необходимо будет использовать новые методы агитации. Ведь старые политические технологии и формы предвыборной агитации практически перестали работать. На выборах 2016 года традиционные технологии фактически потерпели поражение от новых форм и носителей агитации. Наглядная агитация сейчас воспринимается избирателем как некий безликий фон, белый шум, сопровождающий предвыборную кампанию. И даже отдельные выделяющиеся из общей массы примеры скорее служат повышению узнаваемости кандидата, но вряд ли добавляют ему электоральный процент. Да и сами кандидаты уже воспринимают свою агитацию больше не как инструмент, а как некий «must have» - некий обязательный, но не очень важный элемент кампании. Многие делают ставку на Интернет, не учитывая, что активная часть пользователей сети уже имеет свои сформировавшиеся предпочтения.

Да и на выборы значительная часть виртуальной аудитории не ходит. Агитация должна быть в первую очередь направлена на так называемых не определившихся избирателей, процент которых обычно колеблется от 20% до 40%. Например «вирусная реклама» получает все большее распространение. Это ролики или плакаты, которые после запуска начинают распространять «сами себя». Наглядный пример – этот «Суровый Дисней»⁴⁴. Очевидно, что ролик постановочный и направлен на повышение явки в день выборов.

Новые методы предвыборной агитации пока только нащупываются технологами. Возможно, развитию рынка послужит либерализация избирательного законодательства и резкое увеличение числа участников политического процесса. На мой взгляд, будущее за теми, кто в разработке агитационно-печатной продукции будет опираться на реальную социологию.

⁴⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=K9wKp9Q5oJM>

Даже при ограниченных ресурсах можно выигрывать выборы, если агитация будет работать по критическим точкам: антирейтинг конкурентов, ключевые проблемы электората, злободневные темы и т.д.

Это, конечно, обуславливает необходимость мобилизации финансовых средств. Осуществление этого возможно путём широкой поддержки общественности. В исследуемом нами случае это может быть работа с профсоюзным движением, различными категориями работников бюджетных учреждений, с пенсионерами и социально незащищёнными категориями граждан, интересы которых традиционно представляет «Единая Россия».

Утверждение партии в регионе как сильной политической силы, поддерживающей граждан. Всё это должно производиться путём организации широко общественного приёма населения по различным социальным и юридическим проблемам. Партия должна становиться отдельной сильной единицей. Ведь, как правило, её олицетворяют с лидером Мироновым. «Справедливой России» потребуется время, чтобы утвердить себя в качестве полноценного и полноправного не просто субъекта, а лидера гражданского общества.

Деятельность в современных условиях направлена на недопущение монополии «партии власти» - «Единой России», что в итоге привело к полному разрыву их отношений и переходу «Справедливой России» на позицию оппозиционного движения. Перед партией стоит задача стать авангардом гражданской оппозиции и вытеснить внесистемных лидеров с политического поля.

Находясь в реальной системной парламентской оппозиции, партия должна приложить максимум усилия, чтобы закрепить и приумножить доверие избирателей и привлечь новых сторонников, расширить свой ядерный электорат, и обрести массовый социальный фундамент в лице гражданского общества.

Заключение

Избирательная кампания есть неотъемлемая часть в целом политического процесса и регионального, - в частности. Эффективность её реализации обуславливает итоговый результат выборов для конкретной политической силы.

Помимо непосредственной реализации стратегии избирательной кампании и достижения её ключевых целей, необходимо помнить и о затратах: как объективно измеряемых, так и «затратах цены победы». Учёт и этого фактора даст возможность скоординировать деятельность сотрудников и на выходе получить результат, который удовлетворит политическую силу или кандидата.

Предвыборная агитация является важнейшим структурным элементом любой политической кампании.

Перечень методов предвыборной агитации широк, а его формирование напрямую зависит от стратегии избирательной кампании политической силы, а также иных внешних и внутренних условий её реализации. Законодательство в этом отношении формирует строгие временные рамки, а также предоставляет перечень возможных видов агитационных действий, однако, так или иначе, оставляет за субъектами агитационной деятельности выбор в отношении её средств.

Политические партии представляют собой важнейший субъект избирательного процесса в Российской Федерации, в итоге формирующий Государственную Думу. Политическая партия обладает собственной особой структурой, принципами деятельности и функциональными особенностями. Кроме того, партия позволяет своим существованием реализовать гражданам свое право на выбор управленческого аппарата в государстве.

Справедливая Россия – одна из наиболее оппозиционных партий по отношению к Единой России в Санкт-Петербурге, так как, по утверждению

обеих сторон, именно друг друга они считают конкурентами в связи со схожестью предвыборных мероприятий. В прошедших выборах для Справедливой России преодоление электорального минимума, который партия установила для себя, было – «не условным рубежом, а делом принципа».⁴⁵

Проведённые в 2016 году избирательная кампания и агитационные мероприятия Санкт-Петербургского отделения партии «Справедливая Россия» не в полной мере способствовали высокому показателю голосующих. Конечно, нельзя не обратить внимание и на внешние факторы: сильная конкуренция, применение смешанной системы выборов, более эффективные действия оппозиционных политических сил и многое другое.

Предложенные мероприятия по улучшению показателей следующих выборов Санкт-Петербургского отделения партии «Справедливая Россия» позволят улучшить в перспективе положение партии в Законодательном Собрании Санкт-Петербурга.

⁴⁵ Официальный сайт партии Справедливая Россия в Санкт-Петербурге [Электронный ресурс]. – URL: <http://spb.spravedlivo.ru/index.html>

Библиографический список

Литература:

1. Андреева Л.А., Перетягина Л.В. К вопросу об агитации в избирательном процессе // Вопросы современной юриспруденции. - №10 (60). 2016. С. 52-64
2. Брайан О. Планирование политических кампаний // Перевод и редактирование Московского представительства Национального демократического института международных отношений (США). – М., 1999. С. 101
3. Белов С.А. Системное правовое регулирование избирательной системы // Российский юридический журнал. - № 1. 2011. С. 88
4. Бутина С.Г. Правовое регулирование предвыборной агитации и особенности её проведения // Научный вестник Омской академии МВД России. - №1 (52). 2014. С. 20-24
5. Выборы 2011-перед стартом // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. - №38. 2011. С. 2-11
6. Зелинский Я.В. Формы и методы предвыборной агитации: проблемы идентификации // Научный вестник Омской академии МВД России. - №2(49). 2013. С. 37-40
7. Лагутина О.В. Избирательные кампании и СМИ: учеб. пособие // О.В. Лагутина; Юго-Зап. гос. ун-т. – Курск, 2014. С. 152
8. Малкин Е., Сучков Е. Основы избирательных технологий. - М.: SPSL, 2002. С. 67-464
9. Молокова М.А. Программные требования партии «Справедливая Россия» в современных условиях // Власть. - № 1. 2010. С. 38
10. Никитин А.А. Классификации избирательных технологий // Грамота. - №1 (27). 2013. С. 5
11. Никитин А.А. Стратегия и тактика в избирательных кампаниях / А. А. Никитин. – Казань, 2007. – С. 202
12. Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в

референдуме граждан Российской Федерации: федеральный закон от 19 сентября 1997 г. № 124-ФЗ (утратил силу) // Собрание законодательства Российской Федерации. 1997. № 38, ст. 4339. С. 7448–7518

13. Янучков А.И. Выборы Государственной Думы РФ и «партии власти» в условиях современной политической реформы // Ученые записки Санкт-Петербургского им. Б.Б. Бобкова филиала российской таможенной академии. - № 2 (34). 2009. С. 130

14. Собрание законодательства Российской Федерации. 2003. № 2, ст. 171. С. 359–492; 2005. № 21, ст. 1919. С. 5194–5352; 2002. № 24, ст. 2253. С. 6074–6216.

15. Кривоносов А.Д., Филатова О.Г., Шишкина М.А. Основы теории связей с общественностью. – СПб.: Питер, 2010. — 384 с.

16. Федеральный закон от 19.09.1997 № 124-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации»

17. Смирнов В.В. Концепции проектов Федерального закона о политических партиях // Гос. и право - 2001. - №9. - С.99-107.

18. Соловьев Э.Г. Российские партии власти: в поисках внешнеполитической стратегии // Вестн. МГУ - 2005. - №2. - С. 37-56.

19. Телков А.С. К вопросу об особенностях становления российских политических партий и партийной системы в XX в. // Вестн. МГУ - 2002. - №5. - С.63-69

20. Торопов С.В., Маркелов Ф.В. Комментарий к Федеральному закону Российской Федерации "О выборах Президента Российской Федерации". - М.: Эксмо, 2004. - 320с.

21. Устименко С.В. Российская многопартийность и место «партии власти» в партийной системе // Власть - 2005. - №4. - С.22-29.

22. Хабриева Т.Я. Новые законопроекты о порядке формирования Государственной Думы и органов исполнительно власти Субъектов РФ // Журнал рос. права - 2008. - №1. - С.3-10.

23. Хропанюк В.Н. Теория государства и права: Учебное пособие / Под ред. Стрекозова В.Г. - М.: Интерстиль, 2005. - 416с.
24. Чиркин В.Е. Конституционное право России. - М.: Юристъ, 2008. - 448с.
25. Чиркин В.Е. Оптимальная избирательная система для России (субъективные заметки) // Журнал рос. права - 2008. - №11. - С.11-15.
26. Чуров В.Е. Итоги выборов 2007 года в цифрах и размышлениях // Конституц. и муницип. право - 2008. - №6. - С.15-17.
27. Шемелин А.В. Генезис политических партий в России и электоральные предпочтения граждан РФ (политико-правовые аспекты) // История гос. и права - 2008 - №1 - С.5-8.
28. Янчуков А.И. Политические партии в современном избирательном процессе России // Вестник РУДН. - 2004. - № 1. С.124.
29. Зотова З.М. Власть и общество: Проблемы взаимодействия / Под общ. ред. С.А. Попова. - М., 2001. - 290с.
30. О политических партиях: ФЗ от 11.07.2001 г. № 95-ФЗ (с изм. и доп. от 08 ноября 2008 № 200-ФЗ) Собр. законодательства - 2008 - №45. - Ст.5146.

Электронные ресурсы:

31. Нам предстоит самая конкурентная борьба за всю историю выборов [Электронный ресурс]. – Режим доступа:<http://spb.er.ru/news/2015/11/8/nikonov-nam-predstoit-samaya-konkurentnaya-borba-za-vsyu-istoriyu-vyborov/>
32. Интернет-приемная С.М. Миронова [Электронный ресурс]. – URL: <http://mironov.ru/vystupleniya/vystuplenie-na-vi-sezde-politicheskoy-partii-spravedlivaya-rossiya-itogi-obsuzhdeniya-predvybornoj-programmy-partii-24-sentyabrya-2011-goda-g-moskva/>
33. Официальный сайт партии Единая Россия в Санкт-Петербурге [Электронный ресурс]. – URL: <http://spb.er.ru/>
34. Официальный сайт партии Справедливая Россия [Электронный

- ресурс]. – URL: <http://www.spravedlivo.ru/index.html>
35. Официальный сайт партии Справедливая Россия в Санкт-Петербурге [Электронный ресурс]. – URL: <http://spb.spravedlivo.ru/index.html>
36. Официальный сайт партии ЛДПР в Санкт-Петербурге [Электронный ресурс]. – URL: <http://ldprspb.ru/>
37. Официальный сайт партии КПРФ [Электронный ресурс]. – URL: <https://msk.kprf.ru/2016/06/25/11210/>
38. Петербургская интернет-газета Фонтанка [Электронный ресурс]. – URL: <http://m.fontanka.ru/>
39. Санкт-Петербургская избирательная комиссия [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.st-petersburg.izbirkom.ru/>
40. Федеральный закон от 19.09.1997 № 124-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» // – [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_16172/
41. Единая Россия единственная из партий пойдет с правой повесткой [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://spb.er.ru/news/2015/12/24/volodin-edinaya-rossiya-edinstvennaya-iz-partij-pojdet-na-vybory-s-pravoj-povestkoj/>
42. Газета «Известия» <http://izvestia.ru/> [Электронный ресурс]

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1.

Форма для составления стратегического плана кампании

Шаг первый. Исследования.

Кратко опишите избирательное законодательство, под действие которого подпадают данные выборы. _____

Кратко опишите округ, в котором вы будете баллотироваться. _____

Кратко опишите электорат округа. _____

Кратко опишите ход и итоги прошлых выборов в округе _____

Кратко опишите факторы, которые повлияют на данные выборы _____

Кратко опишите вашего кандидата _____

Кратко опишите всех реальных соперников _____

Шаг второй. Постановка цели

Население округа в целом составляет: _____

Общее число избирателей составляет: _____

Ожидаемая явка на этих выборах: _____

Нам обеспечена победа, если мы получим _____ голосов.

Чтобы обеспечить такое число голосов, нам необходимо донести наш месседж до _____ домов (квартир).

Шаг третий. Выбор адресных групп

Географическое «прицеливание»

По опыту прошлых выборов можно ожидать, что наш кандидат получит большое число голосов в следующих районах округа (наш базовый регион):

По опыту прошлых выборов можно ожидать, что наш соперник получит большое число голосов в следующих районах округа (их базовый регион):

Демографическое «прицеливание»

Можно полагать, что наш кандидат пользуется поддержкой следующих демографических групп (наш базовый электорат): _____

Можно ожидать, что следующие демографические группы также поддержат нашего кандидата, _____ по _____ следующим _____ причинам:

Все эти демографические группы составляют _____ процентов населения.

В абсолютных цифрах это _____ голосов.

Мы можем рассчитывать получить _____ процентов этих голосов.

В абсолютных цифрах это _____ голосов.

В случае необходимости мы можем привлечь на нашу сторону также голоса следующих смежных групп: _____

Наши соперники могут рассчитывать получить голоса следующих демографических групп: _____

Анализ поведения электората Избиратели, входящие в наши адресные группы, разделяют следующие ценности: _____

Избиратели, входящие в наши адресные группы, разделяют следующие убеждения:

Избиратели, входящие в наши адресные группы, разделяют озабоченность следующими вопросами: _____

Избиратели, входящие в наши адресные группы, разделяют следующие представления о том, _____ каким _____ должен _____ быть _____ лидер:

Шаг четвертый. Месседж кампании

Таблица месседжа

Что мы говорим о себе	
Что мы говорим о них	
Что они говорят о нас	
Что они говорят о себе	

Месседж кампании

Ниже следует максимально краткое заявление, которое отвечает на вопрос: «почему наш кандидат _____ добивается _____ избрания _____ на _____ эту _____ должность?»:

Проверка месседжа

Убедитесь, что месседж отвечает следующим требованиям:

- _____ Он краток.
- _____ Он правдив и вызывает доверие.
- _____ Он убедителен и будет важен избирателям.
- _____ Он обозначает контраст с вашими соперниками.
- _____ Он понятен и доходит до самого сердца.
- _____ Он рассчитан на ваши адресные группы. Согласуются ли следующие элементы с вашим месседжем?
 - _____ Биография кандидата.
 - _____ Рассказы о кандидате.
 - _____ Лозунг кампании.
 - _____ Логотип кампании.
 - _____ Публичные заявления о поддержке кандидата.
 - _____ Общенациональный месседж вашей партии.

Проблемы, наиболее важные для электората Следующие вопросы являются наиболее важными для наших адресных групп:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

Мы лучше всего подготовлены для того, чтобы сфокусироваться на следующих вопросах, и внесем их в месседж кампании в такой форме:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

Шаг пятый. Работа с избирателями

В общем мы намерены довести наш месседж до избирателей, используя следующие методы: Демографическая группа

Метод доведения месседжа

Ниже перечисляются конкретные цели работы с избирателями.

Их достижение гарантирует победу. Описание первого метода работы, с исчисляемым итогом: _____

Описание второго метода работы, с исчисляемым итогом: _____

Описание третьего метода работы, с исчисляемым итогом: _____

Описание четвертого метода работы, с исчисляемым итогом: _____

Описание пятого метода работы, с исчисляемым итогом: _____

План-график кампании

Следует план-график кампании, в который включены все запланированные вами задачи и виды работы. Для каждого вида работы указан координатор, необходимое число людей и расходы.

Шаг шестой. Претворение в жизнь

Штат кампании

Приводится список сотрудников и распределение обязанностей.

Имя	
Функция	
Телефон Бюджет кампании	

Итого стоимость всей работы с избирателями составляет:

Итого административные расходы (офис, персонал, офисное оборудование) составляют:

Итого расходы на исследования составляют: _____

Суммируя все эти статьи расходов, получаем итоговые расходы кампании:

**Основные положения предвыборной программы партии Справедливой
России в 2011 году**

Основные пункты программы	Обоснование
Восстановление политической конкуренции	<p>Власть должна бороться за права народа, отвечать за свои действия. Очень важно, чтобы у граждан был выбор, кто будет представлять их интересы в любом органе власти, а не только, скажем, в Государственной Думе.</p> <p>Власть не должна быть представляема «власть в лице ни за что не отвечающих назначенцев».</p>
Возвращение графы «против всех»	<p>Данная графа могла бы целиком и полностью продемонстрировать, каков реальный вес партий в частности и всей политической системы в целом.</p>
Изменение порядка формирования избирательных комиссий	<p>Каждая партия, участвующая в выборах, должна иметь в составе избиркома своего представителя с правом решающего голоса.</p>
Принятие федерального закона о промышленной политике и отношении к оффшорам	<p>Необходимость четкой регламентации данного сектора экономики обусловлено существующей опасностью развития коррупционной деятельности в ней.</p>
Перераспределение налоговой нагрузки	<p>Местные самоуправления должны действовать в пределах своей собственной налоговой базы, так как проводить налоговую политику, единую что для крупных частей России, что для маленьких местных самоуправлений – нерентабельно. Очевидно, что в РФ нет настолько развитой налоговой системы, чтобы она стала абсолютно универсальной хотя бы в этом аспекте.</p>
Защита прав самоуправления и	<p>Уже в четверти муниципальных образований введен пост сити-менеджера. Это подчиняет самоуправление государственной власти. Местное сообщество теряет</p>

вовлечение в него граждан	<p>самостоятельность. Как показывает опыт, региональная власть проводит на пост сити-менеджера своих людей, что превращает самоуправление в откровенную профанацию.</p> <p>Справедливая Россия выступает за прямые выборы.</p>
Новая система начисления пенсий	<p>Пенсионеры живут на сумму, которая либо приблизительно равна их потребительской корзине, либо значительно её меньше. На сумму, которая выделяется государством в качестве пенсий, очень трудно прожить, а все потому, что статьи расходов, которые официально прописаны в бумагах, сильно занижены. Индексации не исправляют данное положение.</p> <p>Необходимо провести полный перерасчет системы начисления пенсий.</p>
Налог на роскошь	<p>В обществе существует сильное социальное расслоение. Либо люди очень богаты, либо, наоборот, находятся и испытывают на себе все кризисные проблемы.</p> <p>Данное положение решает сразу две проблемы: является мерой по борьбе с коррупцией и борется с основной проблемой, выделяемой партией, а именно социальным неравенством. Если у человека есть возможность пользоваться предметами роскоши, у него будут средства, чтобы заплатить соответствующий налог на благо общества и государства.</p>
Социальное жилье	<p>У людей нет возможности в среднем приобрести квартиру на собственные средства, а единственный выход для них — ипотека. СР предлагает возобновить систему, которая существовала при СССР, когда людям «рабочих» и «социально-полезных» профессий (учителя, врачи, военные, строители и т.д.) выдавались бесплатные квартиры на определённых условиях.</p> <p>Так решалась и проблема с отсутствием работников в некоммерческой нише, и проблема с отсутствием у людей</p>

	<p>возможности приобрести жильё самостоятельно.</p>
<p>Советская система здравоохранения</p>	<p>Больше вкладывать денег в развитие медицины непосредственно, так как больницы закрываются, катастрофическая нехватка врачей, не хватает инструментов, но все отчисления идут исправно из карманов граждан. Причина такой странности — принцип страховой медицины, где теряется чуть меньше половины всех необходимых средств.</p>
<p>Решение проблем жилищно-коммунального хозяйства</p>	<p>Справедливая Россия обещает проводить строгий контроль за всеми жилищно-коммунальными тарифами, так как граждане сильно недовольны именно большим количеством мошенников в этой сфере, из-за которых ЖКХ в России находится далеко не в лучшем состоянии.</p>
<p>Борьба с коррупцией</p>	<p>Существует огромное количество различных законов, связанных именно с противодействие коррупционной деятельности. Однако они не работают.</p> <p>СР предлагает ввести специальный закон, по которому будет осуществляться контроль за доходами чиновников.</p>
<p>Реформы в образовании</p>	<p>Справедливая Россия считает, что большое количество различных нововведений не только не улучшает качество образования, но ещё и значительно ухудшает, так как оно направлено на своеобразную «интеллектуальную борьбу» между учащимися, а главной задачей должно быть именно получение качественного образования.</p>
<p>Прогрессивный подоходный налог</p>	<p>Общество находится в кризисном состоянии, но подходящий налог по-прежнему равен для всех.</p> <p>Справедливая Россия предлагает использовать опыт развитых стран, в которых налоговая система такова, что устанавливается максимальная планка для подоходного</p>

	<p>налога, а в её пределах она варьируется в зависимости от размера дохода гражданину в прямой зависимости: чем выше доход, тем выше налог.</p>
--	---

**Основные положения предвыборной программы партии
Справедливой России в 2016 году**

Основные секторы программы	Обоснование
Социальная безопасность	<p>Данный сектор был поделен на несколько составляющих:</p> <ol style="list-style-type: none">1. культура, наука, образование — здесь основной упор был сделан не на изменение системы образования, а образования личностного, поэтому приоритетным направлением становится культура и обеспечение каждого гражданина свободным доступом к ней. Внимание также уделялось развитию науки, ибо, очевидно, стало понятно, что образовательные реформы уже не остановить;

	<p>2. защита интересов труда человека — в данную часть вошёл вопрос и занятости, зарплаты и пенсионных выплат. Если в программе 2011 года был рассмотрен этот вопрос, но описан был больше на уровне социального призыва, то теперь Справедливая Россия конкретизирует меры по улучшению системы распределения пенсионных выплат. Но здесь были добавлены и совершенно новые идеи, которые касаются трудящегося населения;</p> <p>3. защита наиболее уязвимых слоёв населения — этот пункт также достаточно нов для программы СР и затрагивает тему защиты материнства и детства, а также института семьи в целом. Основными направлениями являются трудовая защита, экономическая защита, моральное воспитание;</p> <p>4. восстановление справедливости для пострадавших в ВОВ — этот пункт также не новый для программы СР и утверждает необходимость восстановления прав тех, кто родился или находился в возрасте менее 18 лет на период войны. Также этот пункт утверждает необходимость установления специального положения «ребенок войны» с особыми правами;</p> <p>5. повышение качества жизни инвалидов — ещё один новый пункт в программе СР. Улучшает положение инвалида в обществе;</p> <p>6. молодежь — новое направление в работе партии, на котором, забегая вперёд, основывалась большая часть всего агитационного процесса. Задача — воспитание молодого поколения;</p> <p>7. здравоохранение — известное ранее направление работы СР, которая предлагает убрать из нынешней системы охраны здоровья коммерческую составляющую. Представлена более конкретизировано;</p> <p>8. жилищно-коммунальная политика.</p>
<p>Справедливая экономика</p>	<p>1. индустриальное развитие;</p> <p>2. налогообложение и бюджетная политика;</p> <p>3. профсоюзы; малый и средний бизнес;</p> <p>4. продовольственная безопасность.</p>
<p>Справедливая власть</p>	<p>1. совершенствование деятельности органов власти;</p> <p>2. развитие местного самоуправления;</p> <p>3. реальная многопартийность;</p>

	<ol style="list-style-type: none">4. гражданское общество и власть;5. национальная политика;6. борьба с коррупцией;7. независимость судебной ветви;8. правопорядок.
Россия в глобальном мире	<ol style="list-style-type: none">1. национальная безопасность;2. национальные интересы России;3. национальные интересы левых сил.