

Стратегия и тактика предвыборной кампании

Свистунович Илья, студент группы 10301314, МСФ

Руководитель: доц. *Акимова Л.В.*, канд. филос. наук, доцент

Избирательные технологии - достаточно сложный комплекс методов и приёмов организации и проведения избирательных кампаний. Они используются практически на всех современных выборах разных уровней. Однако только лишь полноценное применение всех направлений избирательных технологий может обеспечить победу. В данной теме раскрывается содержание понятий «стратегия» и «тактика», а также определяется их место в структуре избирательных технологий.

Избирательная стратегия – это совокупность информационных тем, раскрытию содержания которых будет подчинена вся избирательная кампания. Выработка стратегии начинается с поиска ответа на вопрос: какая информация может повлиять на мотивацию людей и изменит их электоральное поведение в соответствии с целями организаторов избирательной кампании. Например, что должно быть в действиях, облике, программе кандидата такого, что заставило бы избирателей проникнуться к нему доверием и отдать за него свои голоса? Избирательная стратегия всегда включает несколько обязательных элементов: а) рекламу позитивной программы, б) оборону там, где кандидат наиболее уязвим, в) разоблачение недостатков оппонентов.

В ходе выработки стратегии вопрос о нахождении баланса между этими основными элементами наступления, обороны и рекламы является ключевым.

Расчет времени. При проведении избирательной кампании важно также правильно рассчитать время.

Лозунги. Лозунги, безусловно, являются сердцевиной кампании. В стратегии нет ничего важнее, чем то, что кандидаты скажут избирателям. Лозунги должны быть простыми, запоминающимися, и их нужно постоянно повторять. Важность лозунгов для успешного проведения кампании трудно переоценить. Без выдвижения правильно подобранных лозунгов, которые бы постоянно повторялись и доходили до адресата, кампанию выиграть нельзя.

Общая стратегия кампании может и должна быть дифференцирована по временным интервалам, например, таким образом:

12-8 месяцев - завоевание политического пространства и закрепление на нем безотносительно к категориям избирателей.

8-4 месяца - изучение избирательного рынка, анализ своих организационных возможностей. Определение целей и приоритетов кампании, ее тем и лозунгов. Подготовка предвыборной программы.

3 месяца - выдвижение кандидатуры и мобилизация потенциальных сторонников, начало кампании по сбору средств.

3-1 месяц - реализация стратегии, сконцентрированная на завоевании “критической массы”, избирателей “болота”.

2 месяца – день до голосования - реализация стратегии по нейтрализации кампании соперников, укрепление позиций среди завоеванного электората.

После того, как стратегия избирательной кампании утверждена кандидатом и группой по стратегии и доведена до ограниченного круга ответственных лиц команды, наступает этап ее осуществления – разрабатываются планы и графики кампании.

Разработка тактических шагов обычно жестко привязывается к стратегическим этапам кампании: а) предкампания (за 12-6 месяцев до выборов), б) Выдвижение кандидата и организационные мероприятия (за 6-4 месяца до выборов), в) собственно избирательная кампания (за 3 месяца до выборов – день выборов). В целом, тактические цели, на решение которых направлен тактический план, – это набор отдельных промежуточных результатов, суммирование которых позволяет достичь стратегической цели.

Степень детализации таких планов произвольна, однако здесь действуют те же правила, что и при любой целенаправленной деятельности – чем больше тратится времени на планирование – тем меньше времени приходится тратить на устранение недостатков.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что стратегия и тактика являются базовыми элементами любой избирательной кампании, а избирательные технологии являются многоплановым явлением, прошедшим долгий путь развития – от примитивных агитационных высказываний до целого информационно-коммуникативного комплекса. Особо хочется отметить, что основное направление современных избирательных технологий – разработка стратегии и тактики предвыборной кампании. Грамотное стратегическое и тактическое планирование – основа успешной кампании. В то же время даже блестяще спланированная тактика не всегда в состоянии покрыть ошибки, допущенные при планировании стратегии. Многообразии тактических приемов, используемых в рамках одной избирательной кампании, требует их координации. Тем самым ещё раз подчеркнём, что избирательные технологии – сложный комплекс приёмов и способов проведения избирательных кампаний, неправильное использование которого может привести к нежелательным результатам. Использование тех или иных методов и приёмов полностью зависит от ресурсов кандидата, а также его морально-этических ценностных установок и др.