

Семинар-совещание руководителей комитетов региональных отделений КПрФ



ЦЕНТРАЛЬНЫЙ КОМИТЕТ КПрФ

ВЕСТНИК

ОРГАНИЗАЦИОННО-ПАРТИЙНОЙ
И КАДРОВОЙ РАБОТЫ

ВЫПУСК №3 – 4 (271 – 272): март 2016 года

В НОМЕРЕ



Г.А. Зюганов, Председатель ЦК КПрФ:
«О политической ситуации в России и задачах партии на современном этапе»



В.Ф. Рашкин, зам. Председателя ЦК КПрФ:
«Задачи организационно-партийной и массово-политической работы партии в условиях обострения предвыборной борьбы»



Экспертные выступления,
мастер-классы и обмен мнениями

Москва – 2016

Центральный Комитет КПРФ

ВЕСТНИК

ОРГАНИЗАЦИОННО-ПАРТИЙНОЙ
И КАДРОВОЙ РАБОТЫ

ВЫПУСК №3 - 4 (271 – 272): март 2016 года

В НОМЕРЕ:

ИНФОРМАЦИОННОЕ СООБЩЕНИЕ

ИЗ ДОКЛАДОВ И ВЫСТУПЛЕНИЙ СЕМИНАРА-СОВЕЩАНИЯ

ЭКСПЕРТНЫЕ ВЫСТУПЛЕНИЯ, МАСТЕР-КЛАССЫ И ОБМЕН МНЕНИЯМИ

ОТДЕЛ ОРГАНИЗАЦИОННО-ПАРТИЙНОЙ И КАДРОВОЙ РАБОТЫ

Заместитель Председателя ЦК КПРФ **В.Ф. Рашкин**

127051, г. Москва, Малый Сухаревский пер., д.3, стр.1

Ответственные за выпуск – **С.И. Васильцов, С.П. Обухов**

Литературный редактор – **Р.И. Тхагушев**

Технический редактор – **Ю.П. Ляшук**

Оформление, верстка – **Ю.П. Ляшук, Е.С. Морозова**

Корректор – **Н.Г. Веселова**

Подписано в печать 18 марта 2015 года

Тираж 2500 экз.

«Вестник» подлежит тиражированию в региональных Комитетах КПРФ для использования в горкомах, райкомах, крупных первичных организациях КПРФ.

В «Вестнике» использованы фотоматериалы региональных отделений КПРФ, агентства «Медиалогия», интернет-сайтов «Regnum.ru», «KPRF.Ru», «NEWSRU.COM», телекомпаний, «Gazeta.Ru», региональных интернет-порталов, газет «Правда» и «Советская Россия», пресс-службы ЦК КПРФ С. Сергеева, фотокора Отдела ЦК КПРФ по агитационно-пропагандистской работе И. Казакова, коллажи С. Наумовой и Д. Малкина



I. ИНФОРМАЦИОННОЕ СООБЩЕНИЕ

Участникам семинара-совещания, который открылся **29 января** в Истринском районе Московской области, были представлены материалы выборной методологии КПРФ.

Основными слушателями стали секретари комитетов региональных отделений КПРФ и потенциальные кандидаты от КПРФ в депутаты Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации седьмого созыва.

Большой вступительной речью семинар открыл лидер КПРФ **Г.А. Зюганов**.

В первую очередь получили освещение следующие темы.

Доклад «Проект концепции общенациональной избирательной кампании КПРФ – 2016 и её сопряжение с концепциями кампаний кандидатов КПРФ, выдвигаемых КПРФ в одномандатных избирательных округах» сделал член Президиума, секретарь ЦК КПРФ **С.П. Обухов**.

«Законодательные особенности организации выборов депутатов Государственной думы Федерального собрания Российской Федерации седьмого созыва» (доклад члена

ЦК КПРФ, члена Центральной избирательной комиссии Российской Федерации с правом решающего голоса, доктора юридических наук **Евгения Ивановича Колюшина**) и «Опыт победы в одномандатном избирательном округе» (выступление члена Президиума ЦК КПРФ, руководителя фракции КПРФ в Московской городской думе **Андрея Евгеньевича Клычкова**).

Кроме того, собравшимся была озвучена тематическая информация «Особенности финансирования избирательной кампании в одномандатном избирательном округе в ходе выборов депутатов Государственной Думы ФС РФ седьмого созыва» (**Е.В. Никулина**, зам. главного бухгалтера ЦК КПРФ) и «Перемены в массовых настроениях и их учёт в избирательной кампании. Специфика российского электората» (**А.Н. Васильцова**, замзавотделом ЦК КПРФ по информационно-аналитической работе и проведению выборов кампаний).

Далее вниманию участников были представлены экспертные сообщения и презентации:

- «Информационный портал Центрального штаба КПРФ по выборам (2016кп.рф) – основная коммуникационная платформа, обеспечивающая организационно-технологическое и методологическое сопровождение избирательных кампаний»;



- «Роль федеральных и региональных СМИ в избирательной кампании – 2016 в одномандатном округе»;

- «Особенности подготовки документов, связанных с выдвижением и регистрацией кандидатов: что нужно знать кандидатам»;

- «Реализация избирательной стратегии, технологическая карта эффективной избирательной кампании».

Получили отдельное освещение «Актуальные (современные) выборные технологии и их встраивание в избирательную кампанию».

В рамках этого семинарского раздела прошли мастер-классы по темам: «Создание информа-

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

ционных поводов», «Применение современных интернет-технологий в избирательных кампаниях», «Передовой опыт ведения листовочной кампании и «агиткубов», «Предвыборная газета в округе. Новый опыт и новые тенденции», «Сопровождение контр-кампании. Работа с партиями-спойлерами и кандидатами-спойлерами».

В завершение дня состоялись выступления специалистов по теме «Подготовка ко дню голосования. Организация работы штаба кандидата по контролю за ходом голосования и подсчётом голосов избирателей. Формы и методы контроля. Защита результата».

Спикерами семинара-совещания стали сотрудники отдела ЦК КПРФ по информационно-аналитической работе и проведению выборов кампаний, других структурных подразделений ЦК КПРФ, а также приглашённые эксперты-консультанты.

Все представленные в ходе семинара-совещания методические материалы будут размещены в закрытой части нашего портала 2016кп.рф, доступной авторизованным пользователям.

30 января в подмосковных Снегирях продолжился семинар-совещание первых секретарей комитетов региональных отделений КПРФ и кандидатов в депутаты Государственной думы ФС РФ седьмого созыва.

Перед началом семинара для его участников на большом экране демонстрировался документальный фильм о результатах первых ста дней работы **С.Г. Левченко** на посту губернатора Иркутской области.

С докладом «О политической ситуации в России и задачах партии на современном этапе» выступил Председатель ЦК КПРФ **Г.А. Зюганов**.

Затем с докладом на тему «Ключевые задачи в предвыборной кампании 2016 года» выступил первый заместитель Председателя ЦК КПРФ **И.И. Мельников**.

Также в программе семинара-совещания были выступления заместителя Председателя ЦК КПРФ **В.И. Кашина** (тема: «Развитие протестного движения – залог наших побед»), заместителя Председателя ЦК КПРФ **Д.Г. Новикова** (тема: «Идеологическая борьба в год нарастания социально-экономических проблем и парламентских выборов: задачи КПРФ»), заместителя Председателя ЦК КПРФ **В.Ф. Рашкина** (тема: «Задачи организационно-партийной и массово-политической работы партии в условиях обострения предвыборной борьбы»), члена Президиума, секретаря ЦК КПРФ **Ю.В. Афонина** (тема: «Укрепление организационно-партийной и кадровой вертикали в преддверии федеральных выборов 2016 года»), секретаря ЦК КПРФ **М.С. Кострикова** (тема: «Задачи агитационно-пропагандистской работы отделений КПРФ в свете избирательных кампаний 2016 года»).

II. ИЗ ДОКЛАДОВ И ВЫСТУПЛЕНИЙ СЕМИНАРА- СОВЕЩАНИЯ

Г.А. ЗЮГАНОВ,
Председатель ЦК КПРФ:
**«О политической ситуации в
России и задачах партии на
современном этапе»**

Считаю, что главным девизом нашей выборной кампании должен быть девиз: «Мы правы! Мы сможем!». «Наше дело правое! Мы победим!», – не случайно И.В. Сталин произнёс такие слова в начале войны, и мы обеспечили эту победу.

Я ещё раз хочу вам напомнить о бессмертной гениальной логике и политической практике В.И. Ленина. Неслучайно на него сегодня идёт самый мощный накат. Начали со Сталина, разрушили СССР, а теперь добрались и до гениального ленинского наследия.

Ленин оказался на 300% прав. Почему его преследует вся эта свора, вся сволочь мира ненавидит Ленина и Сталина? Потому что они предложили выход из исторического тупика. За 200 лет капитализма было 12 тяжёлых финансово-экономических кризисов, все они заканчивались, как правило, войной. Два последних закончились мировой войной. Ленин сделал этот вывод уже в своих первых работах и заявил, что мы построим новый мир, мы пойдем другим путём. Мы создадим царство небесное на земле, где труд, справедливость и дружба будут править. Ленин сумел убедить, объяснить своим коллегам и товарищам, что капитализм в любой случае ищет выход в войне. И сегодня он ищет выход в войне, чем закончится этот системный кризис, на мой взгляд, и Всевышний до конца не знает.

Ленин заявил, что царская Россия не может выиграть мировую войну, она в финансово-экономическом отношении слабее, она продала Крымскую, продала русско-японскую с потерей территорий и унижением, она отказалась принимать предложение Столыпина о всеобщем начальном образовании, которое он внёс сразу после японской войны. Она не может выиграть эту войну. И, несмотря на Антанту, после того, как они раздербанят Германию,

следующая очередь придёт за Россией. И как только они помогли свергнуть Николая II – его буржуазное правительство скинуло и буржуазные царские генералы, – так принялись делить Российскую империю. Вудро Вильсон, президент США, написал проект: разделить её на двадцать кусков и приватизировать по частям. Сегодня вы видите одну и ту же политику, под санкциями, другими предложениями, но она реализуется беспощадно.

В этой связи Ленин, Сталин, большевики сказали: или мы создаем мощный, принципиально новый народнохозяйственный комплекс, который будет самостоятелен, строим социализм в одной отдельно взятой стране и решаем эту историческую задачу, или нас в любом случае сомнут. Никаких

других вариантов нет. Более того, он сказал Сталину: мы не можем решить эту задачу в отдельной эрэфии, не можем в Российской Федерации, мы обязаны создать союз – союз равноправных народов. Сталин возражал, что надо на правах автономии. Попробовали

– Украина ещё в марте 1917 года под руководством Мельниченко и Петлюры ушла, уже Туркестан, уже Закавказье отвалилось, уже Финляндия ушла.

Ни на православной религии, ни на имперской идее невозможно было объединить народы, и невозможно было силой оружия загнать их в единое государство.

Ленин предложил гениальную идею равноправного союза на основе справедливости и дружбы, и согласились слушаться его главных бессмертных лозунгов, и идею реализации союзного государства.

За пять-семь лет четыре варианта политики опробовано, от распавшейся страны до союзного государства, от парализованной промышленности до плана ГОЭЛРО, от обвалившегося, уничтоженного рубля до золотого червонца. Сталин продолжил эту гениальную линию, создав за десять лет шесть тысяч лучших на ту пору предприятий.

Мы правы, наше дело правое. И победа, которая была обеспечена в 1945, Знамя

Октября, водружённое над рейхстагом, есть триумф выдающейся ленинско-сталинской политики.

Идя в аудиторию сегодня, готовясь к 100-летию Великого Октября, к 100-летию Ленинского комсомола, к 100-летию образования СССР, мы обязаны, особенно молодёжь, изложить эту бессмертную логику политического поведения и решения задач.

Как только были преданы идеи Октября, принципы социализма выродившейся советской элитой в лице горбачёвых, яковлевых, шеварнадзе, спившегося Ельцина, так всё и покаталось в сторону. Отказались от идеи создания самостоятельного полноценного государства и самодостаточной экономики.



И последнее. Путин произнес свою классическую фразу в ООН: «Вы хоть понимаете теперь, что вы натворили?». Я, выступая в Думе, сказал, что американцы давно поняли, что они творят. Им не нужны оппоненты и противники. Они решают две главные задачи. Первая задача – чтобы не появился конкурент в виде СССР. И вторая задача – продиктовать всему миру финансово-экономические условия. Никаких других у них стратегических задач нет.

В первом случае в военно-политическом плане мы конкуренты, а в финансово-экономическом – китайцы. И как бы они вас ни хлопали по плечу, чем бы ни угощали, они будут вас душить беспощадно. Половина ресурсов планеты исчерпана. На остальные претендуют они и их главные сателлиты. Поэтому можете вы улыбаться, встречаться, беседовать, но внутри вы должны всегда помнить эту гениальную классическую формулу. Противостоять вы им на основе рынка свободного не можете,

ДОКЛАД

Г.А. ЗЮГАНОВА

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

абсолютно невозможно. Тогда вы или тоже будете сателлитами, или вы поймёте логику ленинско-сталинской политики, откажетесь от десоветизма, русофобии и начнёте проводить нормальную национально ориентированную политику, в основе которой будет лежать то, что спасло распавшуюся империю и позволило создать союзное советское государство. В этом отношении никакого другого у вас варианта на сегодня, кроме левоцентристской политики, той, которую проводили Примаков, Маслюков, Геращенко, нет. Тогда баррель нефти стоил 12–15 долларов. Когда Путин пришел к власти, стоил 28 долларов, потом он долез до 140 долларов. Дали 7–8 процентов прироста. А потом обвалился к чёрту, всё опять вернулось на круги своя. И у вас в прошлом году примерно то же самое, что и тогда было. Или вы отвязываетесь от нефтегазовой трубы и вкладываете деньги в мозги, в современные технологии – у вас денег много, – или мы обречены. Но я не хочу в третий раз падать, уже дважды падали с Горбачёвым и Ельциным.

Поэтому в стране всем деловым людям надо объяснить, что выход есть, мы его предлагаем. Он реальный, он мирный, он демократичный. И нечего отсиживаться. Приходите, берите бюллетень и голосуйте за список КПРФ, за кандидатов от КПРФ. Даже если вам не нравится нос Зюганова, напористость Кашина или интеллигентность Мельникова. Приходите и голосуйте. Вы голосуете за себя, за своих детей и за своё будущее.

Вот такая логика должна присутствовать в пропагандистской, агитационной работе.

Вот вчера приводили пример. Встаёт женщина и говорит: слушай, у меня один выход, уходя с твоей встречи. Какой? Прийти домой, подняться на табуретку, надеть верёвку на шею и удавиться. Я пришла за надеждой. Что ты мне рисуешь? Я холодильник открою – он пустой. Я сына выучила, платила за учёбу, а он на работу не может устроиться. Меня саму гонят в шею. Мне 50 лет, а мне сказали, что старше 35 не берём. Что ты мне рисуешь? Ты покажи, что вы можете, с кем вы можете и как вы можете.

Когда говорят, что у нас ничего нет, я с этим абсолютно не согласен. Всё у нас есть. Мы имеем партию с историей в сто с лишним лет. Двадцать лет пробивались к власти. Управляли, добившись потрясающих результатов. Только за Победу в 1945 году, за космический прорыв, ракетно-ядерный паритет нам поставят памятник на любом суде истории, на любом без исключения. Мы 22 года в оппозиции. Мы начинали с

одного телефона, одного кабинета и бесконечных судебных преследований. Меня триста раз судили и сейчас продолжают судить. Но никто не поднял руки, не сдался, и мы продолжаем. Когда тут всё перекрыли на два года, по 150 суток командировок было, объехали города и веси. Когда приоткрыли возможность, стали более эффективно вести эти кампании.

У нас есть партия и государственно-патриотический союз. Левченко не случайно показал результат. Он сказал: услышу каждого. Это было ключом к его выборной кампании. Услышали и те, кто работает в лесу, и те, кто работает в сельском хозяйстве.

У нас с вами есть Бессмертный полк. Внутренняя психология у граждан – быть гражданами достойной страны-победительницы, а не пьяниц, воров и наркоманов. 12 миллионов вместе с портретами живых и мёртвых, молодых и старых встали и прошли по всей стране.

У нас есть Крым и Севастополь. Есть Донбасс, который поднялся против нацизма, фашизма и бендеровщины. У нас с вами есть движение «Знамя Победы», 10 тысяч уроков в каждой школе, что раньше было немыслимо. У нас есть Артек, который за год мы отремонтировали, построили 40 объектов, 17 тысяч детей приняли в прошлом году, 30 тысяч примем в этом году. Это наш проект. У нас с вами есть конкурс «Земля талантов». Мы провели для малоимущих детей во всех регионах конкурсы, и на этой сцене подводили итоги, 110 кубков было вручено. У нас есть спортклуб. Сейчас готовим спортивные соревнования. Наша молодёжная команда по мини-футболу стала чемпионом Российской Федерации. Мы завоевали Кубок Москвы. Наши лучшие спортсмены стали победителями на мировых соревнованиях. У нас 45 команд сейчас претендуют на первенство, посвящённое 100-летию Октября, в ходе выборной кампании. Мы ищем два больших поля, где провести этот конкурс. У нас великолепные ребята. Мы новый год начали с соревнования в Улан-Удэ, где были китайцы, монголы и наши чемпионы России. Команда КПРФ выиграла золотые медали этого турнира.

У нас с вами есть БРИКС. А в БРИКС входит Китай, где компартия главная, входит Индия, где компартия сильная, входит ЮАР, где компартия очень влиятельная, Бразилия, где, по сути дела, компартия у власти вместе с Национальным фронтом. У нас есть основы для того, чтобы этой власти ткнуть в нос: ваш антикоммунизм, антисоветизм, во-

ДОКЛАД
Г.А. ЗЮГАНОВА

обще говоря, подрывает геополитические интересы России.

У нас есть уникальный белорусский опыт. Пять фильмов, созданных об опыте Белоруссии, для любого из вас будут великолепным материалом. Мы договорились, что проведём Всемирный фестиваль молодёжи в следующем году. На следующей неделе состоятся встречи с руководством Всемирной федерации демократической молодёжи, которая во многом разделяет наши ценности.

У нас есть целая серия народных предприятий, уникальных предприятий. Есть потрясающий Алфёровский научный центр, где школа, вуз, Академия наук и опытное производство объединены в единое целое и представляют сегодня из себя одно из лучших научно-исследовательских учебных заведений.

Мы можем на это спокойно опираться и идти к людям, чтобы сказать: мы можем решать задачи, поддерживайте нас. Не сидите, приходите, голосуйте и поддерживайте.

Это будет совершенно иная выборная кампания.

У нас с вами есть телеканал «Красная линия». Каждый дома у себя может настроиться на эту кнопку и смотреть. Мы там показываем лучшие советские фильмы, информационный обзор идёт постоянно. Мы выпускаем с вами 200 газет, вот тут полсотни уже лежат. У нас есть около сотни интернет-сайтов, молодёжные школы и так далее. То есть у нас есть база, есть опыт, есть история, есть знания, есть сильная команда. Вот на этом надо строить всю выборную кампанию.

Можете вспомнить и слова Путина: «Что вы натворили?».

Американцы в Первой мировой войне отхватили 50 процентов золотовалютных запасов мира, во Второй мировой войне – 60 процентов, после холодной войны убрали СССР, главного конкурента. Припарковали наш огромный капитал, включая и ядерный, к себе и так далее. И сейчас они продолжают душить, несмотря ни на что.

Что касается последних деятелей, начиная с Ельцина и Горбачёва, я был потрясён, когда они собрали совещание на Старой площади и стали объяснять, что надо сдать Восточную Европу. 20 миллиардов долларов платим, вроде бы дорого. Ушли. Сейчас натовцы сидят в Эстонии, до Питера 140 километров всего-навсего. Штаны надеть не успеешь, как тебе там всё обесточат и так далее.

Говорили, что нам не нужна такая армия. Потеряли армию. Теперь наращивают, не знают, что делать.

Говорили нам, что Север и Сибирь не нужны. У нас было пять полков МиГ-31, которые прикрывали небо от Мурманска до Дудинки. Десять лет мы вместе с Тарнаевым и Комоедовым уверяли, что без этих самолетов не обойдёмся, это лучшие в мире истребители. Потолок 35 километров, может сбивать спутники в принципе. У вас весь Север открыт, у вас там все кладовые. Сейчас в срочном порядке поставили на конвейер. Наша программа – МиГ-31, теперь МиГ-41, модернизированный Ту-160 и лучший пассажирский Ил-96 сейчас снова на потоке. Но опять начинают обрезать и урезать по самую ручку.

Заявляли о том, что всё будет прекрасно, если будет свободный рынок. Все вдруг увидели, что никакого свободного рынка нет, а есть бандитский базар.

А что касается нашей программы, она абсолютно конкретна и конструктивна.

Вот фон, на котором мы обязаны вести выборную кампанию. Главная задача – смена курса. Правительство народного доверия и обновленный социализм. В наших документах пленумов и последних материалах всё прописано в деталях. Ничего не сочиняйте. Я вам покажу десять брошюр, подобрал специально. Не надо выдумывать. Каждый в состоянии это освоить, если будет над собой работать.

Второе, исключительно важное: наш основной противник – «Единая Россия» и её сателлиты. Как бы они ни прикидывались, в какие бы овечьи шкуры ни одевались, они проводят эту бездарную политику. И, прежде всего, наш главный враг – фальсификация выборов. Вся машина должна быть построена таким образом, чтобы защищать голоса. Чтобы защитить голоса, Левченко пришёл ко мне, Мельникову и Кашину и сказал: ребята, нужна помощь, я иду на победу. Посидели, посчитали, посмотрели, сложились, договорились и так далее.

Насчёт борьбы, наш конкурент в Иркутской области в первом туре набрал 49,6%. Мне звонят, спрашивают: что вы там барактаетесь, ты поедешь? Я говорю: не только я поеду, со мной 32 депутата поедут и две тысячи наблюдателей. Говорят: ну что же, полпроцента мы всегда возьмем. Я говорю: вы уже приписали 15. Вы ничего не возьмёте, если мы перекроем. Вы много потеряете. Более того, как только люди поймут, что можно побеждать, они толпой пойдут на избирательный участок. Многие бросили ходить, говорят: мы ходим, ходим, голосуем за вас, а всё равно без толку. В Иркутске почти удвоилось число избирателей во втором туре. Машины в город ехали

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

толпой, очередь была большая. Мы там вели борьбу отчаянно. Надо отдать должное, все, кого мы попросили, все приехали. Доехали до Бодайбо, Усть-Илимска, Братска. В Черемхово, где был главный сатрап, который поддерживал предшественника Левченко, послали Родина, он умеет. Он сказал: не отпускайте его ни на одну минуту. Сядьте в кабинете, чтобы он в течение дня не давал команды. И он после обеда сломался. Он понял, что ему фальсифицировать, как в предыдущей избирательной кампании, не удастся. И получилось 56% на 44% во втором туре. Значит, можно, и надо себя настраивать.

Наш основной противник – пятая колонна. Хочу подчеркнуть: никакой принципиальной политической разницы между Навальным, Жириновским, Дворковичем, Улюкаевым и всеми остальными нет. Это люди, которые проводят антinationальную политику. Один опошляет, второй реализует программу образования американского типа для нашей страны, третий занимается «дурилкой» экономической, у него ни один показатель не совпал, и так далее. Поэтому их надо показать в одном пакете, как людей, которые проводят политику антinationальную, антигосударственную, и она даёт вот такие результаты.

Самых опасных угроз на сегодня для нас четыре. Это кризис, он продолжает углубляться. Можем сорваться очень быстро. Это клещи, в которых нас зажимают. Я специально писал работу, подробно описывал. Разослал её всем губернаторам, всем руководителям. Час беседовал с Путиным на эту тему. И говорю: ваши партнёры смотрят на нас как на клиентов. Мы для них не партнёры. Мы основной объект их экспансии. Они сейчас тайно подготовили трансатлантическое соглашение и транстихоокеанское. В атлантическое вас не пускают, а в тихоокеанском китайцам и нам Азию запирают. У нас с Америкой меньше 30 миллиардов долларов товарооборот, с Европой – почти 450. Если мы потеряем европейские рынки, у нас от бюджета и следа не останется. Если мы не будем развиваться и энергично продвигаться на восток в Азии, мы теряем свою перспективу. Там будут главные финансовые ветры и события. Китай стал мастерской мира, как в своё время была Англия. У нас сейчас никакого другого выхода нет, кроме как максимально противиться этим клещам, выстраивая свою политическую линию вместе с союзниками. Едет президент в ООН, выступает и говорит с трибуны: нас пытаются взять в клещи. Но правительство – ни одного слова на эту тему

и продолжает гайдаровскую политику. У нас раскол достиг сумасшедших размеров. Это главная тема в любом выступлении. Жуткая социальная несправедливость. 10 процентов самых богатых захватили 90 процентов всей собственности страны, всех богатств страны. Мы обогнали американцев в прошлом году по числу купленных суперяхт. Валовой продукт нашей страны меньше в 15 раз американского, но по суперяхтам обогнали. Суперяхта в среднем стоит 275 миллионов долларов, это 20–21 миллиард рублей. Семь суперяхт – и рассчитались бы с «детьми войны». Им надо на 12 миллионов человек 140 примерно миллиардов.

И антисоветизм и русофобия. Эта четвёртая волна, которую сейчас гонят Жириновский и вся эта свора. Именно она убила СССР, она погубила КПСС, именно она подожгла войну на Украине, именно она может быть смертельной и для современной России. Поэтому наше обращение в феврале прошлого года против антисоветизма и русофобии сегодня исключительно актуально. Особенно хорошо откликается на это молодое поколение, оно начинает чувствовать и понимать.

Итоги 2015 года, я уже говорил, они самые разрушительные. Где выход? Выход, ещё раз подчеркну, в развитии. Но тут главное образ будущего.

Наша программа – десять конкретных пунктов. Приедете, переведёте их на местный язык, и вас услышат.

Первое. Мы сделаем бюджет не 16 триллионов, а 25. Мы возьмём деньги следующим образом. Всё сырьё, которое вы продаете, мы, проведя референдум, национализируем. Вся минерально-сырьевая база будет обслуживать страну. 98 процентов проголосуют за это. Даже вся охрана олигархов проголосует за это. И сами олигархи проголосуют за это. И тогда из 20 триллионов проданных не 8 попадёт в казну, а попадёт в казну минимум 14.

Мы введём то, что было в советской и царской России: госмонополию на спиртоводочную промышленность. Введём, не задумываясь. Мы перестанем травить людей. 40 тысяч человек отравили палёной водкой за прошлый год. Потеряли больше, чем в афганской войне. Мы решим эту задачу спокойно и уверенно. Будут продавать и частные палатки, но государство будет контролировать. Сейчас из 100 рублей меньше одного рубля попадает в казну. А это живые деньги. Каждый вечер кассу можно собирать.

Мы всё сделаем, чтобы прекратить дикий отток капитала и валюты за кордон. Прима-

ков решил с Маслюковым эту задачу за 2-3 месяца, зараз сократил отток валюты, ему МВФ рекомендовал не трогать, не делать ничего и т.д. Он пригласил банкиров и сказал: кассу будем считать утром и вечером, а вы будете минимум половину валютной выручки сдавать в нашу казну. И, кстати, все согласились.

Пригласил все бензоколонки и прочее, сказал: не будете повышать цены ни на бензин, ни на солярку, в мире цена упала на нефть в 3-4 раза, во всём мире цена на бензин, солярку, керосин сократилась, у нас – ни на одну копейку. Это регулируется вполне нормальными способами, в том числе и рыночными, но это позволит развиваться нормально внутреннему рынку.

Если посмотреть, сколько неучтёнки, запущенной земли, 42 миллиона гектаров давно можно было в оборот пустить. Мы введём порядок, при котором коллективные хозяйства будут восстановлены, все формы хозяйствования – фермеры, крестьянские хозяйства – пожалуйста, как дополнение. Но основные народные предприятия будут давать главный продукт. Проведём семинар у Грудина и Казанкова и покажем, как решается эта задача и как её можно решать. И продовольственную безопасность можно обеспечить за 2-3 года. Мы можем продавать продовольствие, кормя 700-800 миллионов человек, а мы половину всякого дерьма со всего света свозим.

Мы организуем программу переработки леса, его можно без ущерба для природы перерабатывать, при глубокой переработке леса построить 150-200 заводов и получить 100 млрд долларов чистого дохода по этой статье. Мы покажем пример, как мы это делаем непосредственно в Иркутской области, где крупнейший лесопромышленный комплекс.

Мы решим проблему, связанную с жильём и коммуналкой. Будут не больше десяти процентов брать с человека. Но мы поможем отремонтировать сети. Мы поддержим ветеранов, стариков и т.д., и в первую очередь завтра рассчитаемся с «детьми войны», мы пять раз вносили соответствующий закон, последний раз 205 голосов набрали.

Мы решим проблему и отменим немедленно «пятую шкуру», которую дерут с транспортных. Но одновременно решим проблемы, связанные с техническим обслуживанием и оказанием помощи гражданам. Сейчас купил машину – переплата, поставил – переплата, выехал – переплата, остановился у магазина – переплата, выехал на дорогу – переплата, на параллельную дорогу – раздавили, параллельной дороги нет.

Мы предложим совершенно реальный образ нового образования и новой науки. Закон «Об образовании для всех» Жорес Алфёров, Мельников, Смолин и я внесли три дня назад. Этот закон впитал всё лучшее из русской и советской школы. В этом году к началу выборов мы сдадим в эксплуатацию лучшую в стране школу у Грудина. Мы покажем, каким должен быть детский сад, у Грудина будет лучший в стране детский сад.

Мы покажем, что мы не ругаемся с православными верующими. Мы с уважением относимся к свободе совести. Вот храм построил Грудин у себя в совхозе имени Ленина, Казанков в «Звениговском» и другие поддерживали строительство храмов, и Стародубцев в своё время это поддерживал, и я чуть выговор не схлопотал, когда восстановили церковь в усадьбе Спасское-Лутовиново. Мы с уважением относимся к свободе совести, но у нас есть свой взгляд на мир. И мы желаем, чтобы уважали и нашу точку зрения.

Короче говоря, у нас с вами есть реальная возможность убедить граждан прийти на выборы и поддержать нас.

Что касается общей работы, связанной с этим, она сейчас ведётся партией предельно интенсивно. Мы провели пленум, который рассмотрел концепцию выборной кампании. Мы её подробно обсудили на Президиуме и Секретариате. Мы каждую неделю собираем Секретариат, кадровую комиссию, комиссию по выборам и Штаб протестных действий. У вас график работы и план находятся в сумке, посмотрите во всех деталях.

Мы выстроили всю программу на год, исходя из плана подготовки к столетию Великого Октября, Ленинского комсомола и СССР. У нас с вами отобилированы все основные информационные, финансовые и бытовые возможности. Мы к началу выборной кампании купили и оборудовали из 85 субъектов федерации 74 офиса, насытили их оборудованием, поддерживали, как могли. Всё, что будет собрано, всё в основном будет отдано на выборную кампанию и на поддержку наших товарищей. Каждый месяц тот транш, который обещан обкомам, будет перечисляться, все депутаты имеют программы и закреплены за соответствующими округами и будут там пахать.

И последнее. Личный пример и личная работа каждого предопределят успех. Не случайно вчера мы настойчиво давали слово тем, кто уже добился успеха, и Левченко, и Локтю давали выступить, Кравцу, который является мудрецом и аксалом выборных

ДОКЛАД

Г.А. ЗЮГАНОВА

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

компаний. В самых чрезвычайных условиях он создал одну из лучших баз, которые есть в стране. Потому что занимался этим каждый день. Дали выступить нашим молодым талантливым ребятам. Берите, на сайте их опыт выставлен в полном объёме. Со всеми планами и методиками.

Ещё раз хочу обратиться ко всем: тот, кто будет регулярно проводить встречи с избирателями, тот и получит успех. Тот, кто потеряет неделю, вторую, третью, как на «Кон-Тики», догнать уже будет невозможно. Я уже приводил пример некоторых молодых, своего старшего внука отказывался поддерживать вначале, но потом, когда он полез на выборы, я сказал: «Пока ты не дойдёшь до каждого порога, каждого двора, не поговоришь с каждой бабушкой, пока ты не придёшь в каждый коллектив, пока не увидят, что ты отвечаешь на каждое письмо, записку, запрос, пока не почувствуют, что ты вместе с ними переживаешь проблемы, надеяться на успех сегодня невозможно. Против тебя идёт банкир, который на первом этапе выкинул 100 миллионов, его перебить деньгами никто не может. Но, что бы он ни делал, что бы ни орали, кого бы он ни подкупал, по нынешней жизни их потолок – 20 процентов, больше не будут за него голосовать».

Поэтому наша задача сейчас – всей командой дружно пойти на выборы. И перестаньте делить партийные округа, партийные округа будем рассматривать, когда каждый месяц пятого числа доложат о том, как кандидат в депутаты отработал прошедший месяц. Когда вчера Обухов выступал, показал картину, сложившуюся за прошедший месяц, и сказал, что 7 встреч – вроде это неплохо, я тут же сказал: это отвратительно. Клычков выигрывал, проводя 2-3 встречи на неделе, и ещё дополнительно в выходные, и потерял пуд веса потому, что он пахал, и, что бы они ни делали, они так с ним и не справились. Хотя, вообще говоря, выдвинули главного префекта против него и не справились. Сейчас пытаются запугивать и всё остальное.

Наша с вами задача – отпахать на полную катушку. Я уверен, что люди нас поддержат, если услышат. Я уверен: тот, кто проведет триста встреч, тот в любом случае выиграет эти выборы, несмотря ни на какой результат.

Я абсолютно уверен, что стране позарез нужна новая политика, обновленный социализм и новое народное правительство! Давайте ответим на этот исторический вызов!

**И.И. МЕЛЬНИКОВ,
первый заместитель
Председателя ЦК КПРФ:
«Ключевые задачи в
предвыборной кампании 2016 года»**

Уважаемые товарищи!

Несколько человек уже подходили, и Геннадий Андреевич в своём выступлении упомянул о теперь уже традиционном нашем турнире по футболу, который мы планируем проводить среди региональных команд. Я сразу хочу сказать, что мы планируем это сделать 10–12 июня, это будет уже часть нашей, если хотите, серьёзной предвыборной работы.

Уважаемые товарищи! Я постарался построить своё выступление таким образом, чтобы это было естественным продолжением того анализа, тех выводов и предложений, которые прозвучали на предыдущем октябрьском пленуме ЦК.

Прошло чуть более трёх месяцев после октябрьского пленума ЦК, на нём мы заранее и комплексно обсуждали подготовку к выборной кампании этого года, поставили стратегические и тактические задачи. Регламент не позволяет напомнить даже о части важных аспектов, поэтому сразу хочу попросить самостоятельно всё это освежить для себя.

Оглядываясь теперь на доклад Президиума, на наши решения, наши интонации, можно заметить следующее. Там был сдержанный оптимизм в сочетании с большой тревогой. Внешняя политика всё ещё глобально доминировала над внутренней, вытесняла различия между парламентскими фракциями на второстепенный план, а утвержденный порядок выборов со смешанной системой, конъюнктурной датой, хитрой нарезкой округов и культом мелких партий подсказывал, что властью реализуется курс на ослабление крупных политических сил. Ту нашу тревогу отбрасывать не нужно. Мы имеем дело с мощным административным оппонентом, который абсолютно не намерен отдавать парламентское большинство.

В то же время ситуация существенно обновилась. Быстрее и нагляднее, чем мы думали, стал оправдываться наш прогноз, что внутри нынешней модели нет ресурсов, нет резервов и воли, чтобы реагировать на перемены в мировой политике и экономике, чтобы решать острейшие вопросы экономического суверенитета, чтобы хоть как-то удержаться на плаву остатки стабильности, которыми они хвалились целое десятилетие.

Резкое ухудшение финансовой ситуации бьёт по социально-экономическому само-

чувствию граждан с силой, которая уже сопоставима с 90-ми годами. В ответственный выборный год партия власти испытывает сразу же несколько уникальных для себя политико-технологических кризисов. Первый – это кризис аргументации, содержательный кризис. Представители финансово-экономического блока правительства и «Единой России» с каждой неделей становятся, мягко говоря, всё менее убедительны. Комментарии, прогнозы, советы либеральных министров противостоят тому, что люди видят в реальной жизни и чувствуют на себе.

Третий кризис – кадровый. Мы видим, что даже тех чиновников, кто утратил свой авторитет, они не сдают, хотя вся система получает репутационный ущерб и убытки. Мы видим, что нет длинной очереди для участия в праймериз. Многие из вас это замечают в своих регионах и округах. Различные ограничения для депутатов, принятые в текущем созыве, необходимость тратиться на одномандатные кампании в условиях кризиса делают Госдуму не таким уж привлекательным вариантом для многих потенциальных единороссов.



Помимо прочего, повсеместно следует ожидать ужесточения конфликта интересов. Так бывает всегда, когда ресурсы на исходе, за них начинается жёсткая внутриэлитная борьба, которая выливается в публичное поле.

Четвёртый кризис – пропагандистский. Посмотрите, как мечется телевидение! Утерян центральный лейтмотив: то принимается тактика занять сторону общества, с позиции простых граждан

По существу, представители сегодняшней элиты говорят не о своих решениях, а комментируют происходящее вокруг, а те решения, на которые они готовы отважиться, в большей или меньшей степени являются непопулярными, причём если тот же Общероссийский народный фронт выбирает позицию поддержки президента и критики кабинета министров, то «Единая Россия» лишена такой возможности, она принимала, принимает и будет вынуждена принимать все антисоциальные меры нынешнего правительства дикого капитализма.

Второй кризис – стилистический. Сила и героизм наших военных – это одна картинка, а вот Гайдаровский форум, панельные дискуссии господ с буржуазным менталитетом, корпоративная вечеринка Чубайса – это совсем другая и очень раздражающая картинка. Что слышат люди от тех, в чьей власти вывести страну из состояния, близкого к критическому? – Игроки, рынки, риски, фонды, волатильность – вот их словарь, в нём нет ни граждан, ни народа, в лучшем случае – потребители и население, которое рассматривается как единственно оставшийся ресурс для минимизации издержек.

критиковать чиновников, олигархов, либеральных министров, а это так или иначе ведёт к подрыву позиции партии власти и росту оппозиционных настроений, то снова, словно опомнившись, возвращается к объяснению происходящего исключительно внешнеполитическими событиями.

Эти четыре кризиса на виду, на самом деле их больше. Естественно, наши оппоненты знают о своих проблемах, будут искать выход, менее уязвимую нишу, новую диспозицию для ведения пропаганды.

Тут мы можем спрогнозировать несколько главных приёмов с их стороны, чтобы самим быть готовым к контрмерам. Это будут риторические приёмы, в центре которых появится мысль, что не время менять коней на переправе, что для возвращения экономической стабильности нужна политическая стабильность. Это будут моральные приёмы, когда мы будем снова и снова слышать, что все должны сплотиться в сложных условиях, а несогласных с «Единой Россией» будут представлять избирателям как непатриотов страны. Это будут приёмы по созданию так называемых ложных

ВЫСТУПЛЕНИЕ И.И. МЕЛЬНИКОВА

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

виновных в проблемах: мировые рынки, спекулянты, ОПЕК, плохие чиновники на местах, жирующие богачи – кто угодно, только не «Единая Россия», которая годами оформляла бюджет деградации и поощряла сырьевую модель экономики.

Активно будет использоваться и приём прозрения. Раньше мы не видели, не думали, не понимали, но теперь сама жизнь заставляет перестроить экономическую систему, доверьте это нам.

При подготовке ко всем дискуссиям и дебатам все наши кандидаты по спискам и округам должны быть готовым к таким приёмам, причем отвечать нужно и можно с позиции силы. Наша партия не эксплуатирует нынешние проблемы и не играет на них. КПРФ всегда предупреждала, к чему всё идёт и к чему неминуемо придёт. Для нас происходящее в экономике – естественное развитие либерального курса, и мы должны это подчёркивать, это – естественное развитие того курса, который реализует сейчас власть. Поэтому против всей этой лирики нужно уверенно и грамотно полемизировать и набирать очки – законами, аргументами, цифрами, фактами и новыми инициативами на руках.

Сложнее будет на юридическом фронте. Совсем недавно единороссы внесли увесистые изменения в избирательное законодательство. Там есть вещи, которые мы поддерживаем, но есть, которые нет. Вторые существеннее. И самое серьёзное, на что нужно обратить отдельное внимание: в списки избирателей можно будет включать тех, кто находится в местах временного пребывания, по представлению руководителя организации. Если упростить, то на практике мы получим ещё больше участковых комиссий с голосованием по типу воинских частей и рынков. И поскольку выборы будут в сентябре, это может затронуть, например, десятки тысяч садовых товариществ. Каков будет размах таких манипуляций, даже трудно сегодня представить, тем более что представление от руководителей не имеет жёстко оговоренного срока, значит, есть опасность не успеть полноценно подготовиться к наблюдению и контролю на таких направлениях.

Таким образом, на объективное и логичное расширение колонн протестных избирателей власть готовит ответ в виде расширения армии фантомных избирателей. Кстати, вчера ещё один удар нанесли по возможности эффективного контроля за ходом выборной кампании, за работой наших наблюдателей. Вчера принят в третьем чтении законопроект, в соответствии с которым мы теперь списки наших наблюдателей в

каждую конкретную избирательную комиссию должны представлять за 3 дня до дня голосования, и только они могут принимать участие в наблюдениях. Я не комментирую, каждый может спрогнозировать, к чему всё это может привести и какие возникают новые дополнительные методы работы против наших наблюдателей и контролёров.

Надо искать противоядие против этого и помнить главное. Опыт показывает: если на фоне меняющейся социально-экономической обстановки удастся создать свежую и вдохновлённую мощную волну поддержки, её трудно остановить. Вопрос, насколько сильнее и слабее мы выйдем за ядро своей поддержки, имеет значение при плавном течении событий. Сегодня же стоит вопрос о том, чтобы раскрыть потенциал новой протестной волны на родной для нас социальной повестке, на волне вызревшей востребованности нашей программы в восприятии народа.

Значит, главная наша цель: заметно расширить ряды собственных сторонников и начать разговор о задачах надо не с того, что нам положено сделать в рамках отчёта и агитации, а с другого – каждому кандидату важно точно понимать, чего сегодня хочет избиратель, чего он ждёт и чего не ждёт.

В основе любой кампании должно лежать несколько принципов.

Принцип первый – эффективность.

Вы знаете, что Центральный штаб вместе с отделом по выборным кампаниям предложил некую форму мониторинга работы одномандатников. Мы её отшлифовали, упростили. Орготдел и отдел по выборам анализируют поступающую информацию. Мы просим сдавать её в срок.

Но ещё важнее самомониторинг и самоконтроль. Ни одного лишнего действия, ни одного холостого выстрела, ни одного мероприятия только ради отчётности. Время на самом деле очень дорого и бесценно. Нужны результативные акции, встречи, митинги, газеты, видеосюжеты. Мы должны сами смотреть, нас бы лично сагитировала наша листовка или нет. Должны чувствовать: становится больше тех, кто нас поддерживает или нет. Прощупывать почву перед каждым следующим шагом. Отслеживать, какие механизмы работают, а какие нет. А работать могут по-разному в Краснодаре, Магадане, Сыктывкаре, в Севастополе. Разные мотивации, разный менталитет. Разные нужны и подходы.

От нас требуется осознание всех острых вопросов в повестке точно в таких же красках и словах, как её видят люди на земле сегодня и сейчас. Источники этой информации для нас не только социологи, но главным образом личное общение, письма,

Интернет. Нужно стремиться пропускать народное негодование через себя. Люди в том человеке видят своего депутата, кто видит проблемы так же, как они.

Второй принцип – народность. Все мы кандидаты партии: кто-то повторно идёт в Госдуму, кто-то впервые. Сегодня и то и другое, к сожалению, в основном несёт негативные ассоциации. Конечно, в первом случае можно делать акцент на опыте, на наработках, успехах. Во втором – на том, что никогда в Госдуме не был. Но в любом случае желание идти в Думу – сегодня не лучшая характеристика. Такой имидж нам соорудила «Единая Россия» своей политикой, телевидение – своим замалчиванием нашей позиции, прозападные либералы – своим вбиванием тезиса о системной и несистемной оппозиции. Поэтому нужно в каждом шаге, в поступках и в поведении демонстрировать, что вы общенародный кандидат.

Как делают чиновники. Приезжают, выступают, обещают, уезжают. Так это видят люди. И это имеет дистанцию классового характера.

Мы должны отличить себя от них, работать без дистанции, отчитываться о сделанном и объяснять, что бы мы сделали и чего бы не допустили, будь у нас большинство. Мы не раз с вами говорили о том, что партии не хватает образа будущего, ответа на вопрос, что будет происходить, если власть будет у КПРФ. Эту тему сегодня нужно особенно активно раскрывать. Но давайте одновременно рисовать и образ того, какой прямо сейчас была бы страна, если бы за последние 10-15 лет наши инициативы не отклонялись бы, а принимались. А мы с вами знаем, с каким финансированием науки, технологий, образования, медицины, села, с какими приоритетами. Нужно этот образ умно и убедительно показывать, потому что сегодня наша программа более не конкурирует ни со стабильностью, которой нет, ни с твёрдым рублем, ни с регулярным отдыхом, ни с ценами сетевых магазинов. И не стоит делать акцент на большие монологи. Нужно давать людям выговориться. Сегодня запрос граждан на то, чтобы быть услышанными сильнее, чем желание что-то услышать от кандидата. Организуйте встречи по проблематике наших отраслевых программ в своих округах, своего рода народные сходы. Пусть идёт содержательное дополнение программ региональным, территориальным аспектом.

Больше и чаще пользуйтесь приемом свободного микрофона. Пишите указы вместе с людьми, в соавторстве, включайте в процесс своей работы, просите в чём-то

помочь. Не все за вами пойдут, но обязательно будут те, кто включатся.

Нужны народные штабы энтузиастов, которые будут работать на победу, находясь в гуще жизни.

Чем хороши были выборы мэров и губернаторов, будь-то Локоть или Левченко? Мы шли командой, создавали влиятельные союзы, когда авторитетные лица области, города, общественных организаций агитировали за нашего кандидата.

Нужно умно включить эти же механизмы и в списочных кампаниях, и в одномандатных.

Конечно, мы, как обычно, создаём пакет о согласии на агитацию от общеизвестных федеральных фигур. Кстати, уже теперь нужно этим заниматься, заранее подготовить все разрешения, чтобы потом не искать друг друга. Но не менее важно, чтобы вы имели рядом агитаторов, которые обладают весом и региональной известностью именно в вашей территории. Очень важно, если они умеют работать с разными аудиториями.

Январский социологический опрос показал, что самое большое доверие у граждан вызывают сегодня рабочие. Далее идут учителя и военные. Чиновники бизнесмены и политики – наоборот. Кандидат не может освоить все профессии, судьбы и биографии. Если вы доктор или инженер, то вам сложнее надеяться на поддержку рабочих от станка, когда ваш конкурент по округу имеет, к примеру, трудовую судьбу. Что делать? Все указанные профессии – это социальная опора именно нашей партии. Значит, нужно заручиться поддержкой рабочего, военного человека, который будет вашим полномочным идейным представителем в ходе кампании. Нужно расширять и укреплять свой личный авторитет за счёт авторитета команды своих товарищей.

В партии каждый кандидат должен подчеркивать и показывать классовый образ КПРФ как защитника и представителя трудового народа. Обращу внимание: по новому законодательству такая категория, как некандидаты, будет иметь меньше агитационных прав, чем раньше, не смогут участвовать в дебатах. Но нам нужно их главное конституционное право – говорить с людьми, строить мосты к профессиональным сообществам и союзам, их влияние, а не просто фотографии и цитаты в агитгазете. Всё это надо выстраивать уже сегодня: агитпирамиды, агитцепочки и агиткоманды.

Третий принцип – конкретность. По пунктам доступно, наглядно нужно излагать, с чем мы идём в Государственную думу. Тут важно понимать: если вы напишете большую статью или будете сложно объяснять,

ВЫСТУПЛЕНИЕ

И.И. МЕЛЬНИКОВА

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

многое будет впустую. Требуются чёткие тезисы, опирающиеся на реальные ожидания, нужды.

У нас отрабатывается федеральная программа, есть ключевые федеральные темы, главная из которых – национализация. Будет пакет отраслевых программ – обновлённых из прошлой кампании и совершенно новых. На этой неделе, Геннадий Андреевич уже сказал, мы презентовали новую программу по образованию, новый закон «Образование для всех». Это не переиздание. Помимо старой основы там появились новые пункты по ключевым проблемам последних лет.

Нужно брать самое важное для вашего округа, дополнять тем, что обострённо воспринимается на конкретной территории, находить формы изложения очного общения и заочной продукции. Сначала это творческий процесс, затем больше механический. Но на каждом этапе нужно выверять каждую букву, формулировку и каждое звено при распространении. Никаких общих соображений, лозунговости, обращённости в далекое прошлое. Только ясные ответы на вопросы: что, как и за счёт чего мы намерены реализовать. Избиратели поддержат только тех, чью логику, чью рациональность, чью полезность для себя лично они воспримут и поймут.

Эти выборы не станут конкурсом на приятность кандидатов. Люди беднеют, они будут настроены очень прагматично.

Четвёртый принцип – резонансность. Идеальная для нас цепочка – когда избиратель услышал, поддержал, запомнил, агитирует за нас. Надо стараться просчитывать свои инициативы и общение с аудиторией так, чтобы сработали все эти звенья. Если после приёма граждан, после встречи, после митинга или эфира вы выходите с ощущением, что вы сказали, что могли, а там посмотрим – это не годится. Надо настраивать самих себя на такую эмоциональную волну, на такое преподнесение своих инициатив, чтобы зарядить людей обсуждать услышанное и тем самым работать на усиление резонанса вашей идеи. Телевизор не переигрывает разговор на кухне, главное, на эту кухню попасть.

Вчера отдельно шла речь про информационные поводы. Важный вопрос. Дополню его одной мыслью. Комментирование всегда хорошо. Но это метод подсоединения к чужой повестке к чужой новости. Надо стараться идти на шаг впереди. Кандидат в депутаты не политолог и не эксперт, он политик. Нужно иметь своё предложение, которое будет сильнее и громче. Главное

тут – не сбиваться на очевидный популизм, не вызывать иронии. Тематика должна быть серьёзной и ответственной. Конечно, жёлтые новости – всегда искушение, они помогают попасть на первые полосы, ведут к известности, но далеко не всегда к поддержке, а порой наоборот. Это очень важно понимать и не поддаваться.

Неизбежно будут возникать вопросы, связанные с внешней политикой, так как интерес к ней высокий. Нам нужно выбирать из-под кивающей позиции по этим вопросам. Нужно показывать, что мы не просто поддерживаем укрепление роли страны на международной арене, а что мы в каких-то вопросах решительнее и принципиальнее власти. Признали бы сразу ДНР и ЛНР. Надо громко говорить об этом. Включили бы Южную Осетию в состав страны, надо говорить. Предложили бы новый антинатовский Варшавский договор, давайте говорить. Тут есть интересные резервы.

Наша сверхзадача: чтобы и советские патриоты, и молодые, которые имеют симпатии, к примеру, к Сергею Шойгу или к Сергею Лаврову, поддерживали именно нас, а не «Единую Россию».

Пятый принцип – технологичность. Технологий становится всё больше. Власть всё сильнее пытается взять их под контроль и ограничить использование на выборах, сузить возможность народного творчества. Недавно появилась норма, что граждане не могут сами изготавливать печатную агитацию. Так что сразу говорю, всегда советуйтесь с юристами. В то же время методично проанализируйте весь потенциал современных технологий, которые позволяют работать максимально насыщенно и многообразно. Возьмём, к примеру, то, что есть уже у всех, – мобильный телефон. Абсолютно всё, что есть внутри телефона, все приложения нужно ставить себе на службу. Даёт он возможность создавать группы и оповещать многих людей одновременно, значит, делайте рассылку в группу. Начнём с родственников, друзей, коллег. Каждый участник группы может иметь такие же свои группы, он выпустит информацию дальше. В нашей работе нет мелочей. Нужно отладить и использовать всё.

В начале 2000-х мы и представить не могли таких технологий. Есть сейчас видеоприложение? Есть. Совсем недавно появился так называемый Перископ. Сами или с помощью подкованной молодёжи разберитесь, как это работает. Транслируйте в Интернет всё, что считаете нужным, с учётом законодательства. Раскручивайте свои ресурсы в Интернете, создавайте

маховик в социальных сетях. Нет смысла и времени перечислять все технологии, в разных округах будут разные особенности и возможности. Говорю об этом к тому, что в рамках региональных штабов должны работать специалисты, которые будут помогать оптимально раскрывать технические резервы в конкретных ситуациях, в конкретных условиях.

Мы пришли к моменту, когда из печатной продукции, из больших текстов информацию получают в основном люди старшего поколения. В этой категории много наших твёрдых и возможных сторонников. Поэтому мы продолжим серьёзно работать на этом направлении.

Недавно, вы знаете, большим тиражом вышло несколько спецвыпусков «Правды», будут ещё тиражи. Но полагаться исключительно на печать нельзя. Самая заметная борьба развернётся в наружной и малоформатной агитации, в формах и типах уличной агитации, на телевидении и в Интернете. И для всех каналов агитации нужно создавать выстреливающие материалы. Приведу один пример. Недавно в Государственной думе обсуждался в очередной раз закон о «детях войны». Представители «Единой России» вели дискуссию в таком ключе, что разницу между нашим и их отношением к детям войны можно очень эффектно показать в двухминутном ролике. При правильной подаче этой дискуссии с ярким монтажом такой сюжет может собрать миллионы просмотров. Вот давайте попросим наши видеогруппы подготовить сюжеты и внедрим эту практику. В целом нужно искать самые разные формы, чтобы иллюстрировать градус полемики пленарок для широкой аудитории.

Уважаемые товарищи, мы единственная сегодня партия, которая может прямо смотреть в глаза избирателям. С одной стороны, нам как никогда легко доказывать, что все наши прошлые оценки, предложения были верны. С другой стороны, теперь существенно легче говорить о своей программе. Она уже никому не кажется оторванной от каких-то реалий. Это программа спасения. В то же время «Единая Россия» будет ассоциироваться с кризисом и с либеральным блоком правительства. Их слабое место – очевидный груз ответственности, который теперь нечем прикрыть.

«Справедливая Россия» и ЛДПР боятся сделать что-то без отмашки сверху. Одновременно давят и на газ, и на тормоз. Их слабое место – чрезмерная осторожность и зависимость. Мелкие партии вряд ли получают много финансовых ресурсов при таком состоянии экономики. Их слабое

место – отсутствие имени, лидера, актива и идеи. Прозападные либералы кроют всё на свете, их радикализм и американизм отпугивают людей. Их слабое место – анти-российская позиция.

Мы в наилучшем положении. Большинство наших граждан всё лучше понимают теперь ошибочность курса последних лет. Ровно так же, как и мы, приветствуют курс на самостоятельную внешнюю политику. Ровно так же, как и мы, негативно оценивают социально-экономическую политику. Ровно так же, как и мы, понимают, что нужна реальная модернизация на базе государственного мышления, наука, вложение средств в точки роста, в реальный сектор, в поддержку граждан. Очень многое сегодня в наших руках. Но многое пока на бумаге. Без самой активной и самоотречённой работы оно может там и остаться. Вот этого допустить нельзя.

В.И. КАШИН,
заместитель Председателя ЦК КПРФ:
«Развитие протестного движения
– залог наших побед»

Уважаемые товарищи, Компартия Российской Федерации, как партия, защищающая интересы трудового народа, в конечном итоге отвечающая за судьбу страны, не может переоценить значение протест-



ного движения. А это многогранная системная работа, в которой участвуют не только члены КПРФ, но и наши союзники. Это очень важно. Мы понимаем, что в этой

работе нет мелочей. Даже наше обращение – это уже альтернативный процесс к тем, кто обращается к любой аудитории: господа. Или другие в этом плане существуют обращения.

Наш значок красного цвета – или депутатский, или партийный – олицетворяет наше отношение к прошлому и к будущему. Вот почему мы к протестному движению относимся планомерно, системно

ВЫСТУПЛЕНИЕ
В.И. КАШИНА

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

и как к большущей серьёзной работе, без которой невозможно решить ни один вопрос, которые мы сегодня обсуждаем. Вот почему мы говорим, что это и опасная работа. И обращаем внимание на то, чтобы организаторы протестного движения были защищены. И в первую очередь, естественно, депутатским мандатом – федеральным, региональным, муниципальным.

Мы много с вами сделали для того, чтобы во всех наших регионах функционировали штабы протестного движения. Пример в этом плане показывает Центральный штаб, куда входят 39 организаций, общественных и политических. Это и молодёжные, женские, военные, и «Дети войны», и профсоюзные организации. И этот процесс нарастает. И мы приветствуем, когда партия беспокоится о каждом движении, о каждой организации, которые пришли в наш штаб. Мы помогаем в планировании их работы, мы помогаем в организации их протестных акций, мы всё делаем для того, чтобы выступать единым монолитом. Нам приятно осознавать, когда во многих наших регионах также эта система имеет рабочий режим действия. Точно также и 10, и 12, и 20 различных организаций есть в региональных штабах. Точно так же идёт плановая системная работа с учётом, безусловно, и политического, и экономического, и социального блока развития страны, необходимости решения на этом направлении поставленных партией задач.

Конечно, местные задачи в этом направлении должны всё больше и больше занимать места в объёме протестного движения. Как защитить на политическом направлении те заявления, которые сегодня ещё раз озвучил председатель? Ленинизм, всё, что связано со сталинским наследием, те вопросы, которые мы обязаны защищать, когда говорим и боремся против антисоветизма, русофобии, а, по большому счёту, и антикоммунизма. Мы видим, как сегодня мировая олигархия всё делает для того, чтобы, вскормив отряды фашиствующих молодчиков, громить эти созидательные направления мирового благополучия и мирового устойчивого развития.

Пример тому, пожалуйста, Украина, наша братская Украина, и мы переживаем все с вами за то, что сегодня происходит на Украине. А что происходит? Уничтожена Компартия Украины, уничтожено всё советское наследие, даже те памятники, которые спасали в Великой Отечественной

войне те люди, кто спасал братскую Украину. И они сегодня все сжигаются, сносятся, т.е. уничтожаются и перерисовывается история.

И когда мы иногда слышим вопрос, правильно ли делает партия, когда отправляет гуманитарные конвои, и на этом направлении ведёт самую серьёзную работу, то, конечно, мы имеем полное право отвечать, что правильно, мы защищаем наши границы, незыблемость завоеваний наших отцов и дедов и ту жертву, которая была принесена Советским Союзом. Вот почему мы сегодня отмечаем те регионы, которые активно работают по гуманитарным конвоям, те регионы, кто направил добровольцев и беспокоится о семьях этих добровольцев, помогает раненым и т.д.

Более семи с половиной тысяч тонн продовольствия, различных грузов мы направили в Донецкую и Луганскую области. Это огромная работа, в которой участвует абсолютное большинство наших регионов. Да, есть лидеры, они получили награды. Более 50 процентов в этом грузе – это груз Московской областной партийной организации, Подмосковья. Это огромная работа, которую проводит областная организация, и не потому, что я состою в ней на учёте. Здесь присутствует Волков – секретарь Серпуховского района, и мы, организаторы этой работы, знаем, что во всех конвоях он присутствует со своим большим отрядом, больше всех добровольцев из этого района защищают наши рубежи. От 6 до 13 тонн в каждом конвое, один район.

Нам приятно сегодня не только называть Северную Осетию, или Ставрополье, или Кабардино-Балкарию, или Карачаево-Черкесию, или наши Тульские, Липецкие, Курские и Воронежские регионы, мы уже часто их называли, или Казанкова Ивана Ивановича, но я хотел особо обратить внимание, вот Виктор Николаевич Губарев сидит, якуты. Якутия наша четыре миллиона направила средств, и последний, восьмой, конвой формировали вместе с Ростовской организацией. Это же подвиг! Он даже вытряс деньги с президента АПРОСА, тот из кармана вытащил и на конвой дал денег. У нас многие организации на этом усилились и создали первичные отделения. Это хорошая серьёзная работа, которой мы и дальше будем заниматься.

В экономическом плане. Геннадий Андреевич сегодня, по существу, озвучил новый бюджет развития нашей страны.

ВЫСТУПЛЕНИЕ
В.И. КАШИНА

Этого бюджета, который уходит за 20 триллионов, сегодня, безусловно, хватило бы и на бесплатное образование, и на хорошее бесплатное здравоохранение, и чтобы дать промышленности, сельскому хозяйству и науке необходимые средства для развития. Мы создали по всем этим направлениям при формировании бюджета законопроекты. Это не просто «алалы», это законы, которые лежат, которые мы защищали с трибуны Государственной думы. У нас даже закон о национализации, деприватизации комитет по собственности поддерживал. Но, понятно, есть партия большинства, которая не даёт принять эти законы и формировать бюджет соответствующим образом. Это наша база для того, чтобы протесты развивать, исходя из могущества России, её богатых, несметных сокровищ, природных в первую очередь, которые должны работать на каждого из нас, на наши промышленные и сельскохозяйственные предприятия.

Ведь, в самом деле, по Конституции недра принадлежат народу, их не надо национализировать, они народу принадлежат по Конституции, но ренту природную присваивают и изымают как раз эти олигархи.

Формирование подобного бюджета – это один вариант, но мы с вами имеем и те законы, которые мог бы эффективно использовать и сегодняшний бюджет, и тогда нам, может быть, меньше пришлось бы трудиться на улице. Мы сегодня теряем триллион только из-за того, что утаиваем количество в объёмах импорта товаров и занижаем тем самым качество, около триллиона – данные Центробанка. Мы сегодня 1,6 триллиона имеем только лишь дебиторской задолженности с тех платежей, которые имеем право получать. И если посчитать сегодня эти коррупционные издержки, то даже этот бюджет, который сегодня реально мог бы работать, многие проблемы бы нам решил.

Но мы видим, что власть сегодня имеет настолько коррупционную составляющую, что целыми кланами судятся и уходят в отставку команды то одного, то второго, то третьего губернатора.

Уважаемые товарищи! На социальном направлении аналогичная ситуация. Эта политика привела к обнищанию народа. У нас сегодня даже официальная статистика говорит, что 25 миллионов человек проживает ниже черты бедности. 25 миллионов! А если сюда добавить 37 миллионов пенсионеров, а если сюда добавить скрытую безработицу, которая у нас на Северном Кавказе зашкаливает за 70 процентов, то

совершенно другая цифра получается. И мы понимаем, что эта политика привела страну в никуда, она снова начинает вымирать. Но зато она создала огромное количество олигархов.

Сегодня мы увидели новые законы, которые эта власть придумала для того, чтобы последнюю шкуру снимать с нашего населения, это в том числе и налог на землю. Крестьяне, которые имеют, как говорится, свои 30–40 соток и выращивали картофель, овощи, на 85 процентов в целом от общих заготовок кормили страну этими продуктами питания, как они сегодня будут такой налог поднимать?! И уже сейчас наметилось огромное сокращение.

Смотрите, капитальный ремонт. Это то же самое опять изъятие денег, да хоть бы на бюджет. Но это ведь снова по карманам всевозможных компаний и т.д., в том числе однодневок.

Налог на собственность. Это всё как раз бремя, против которого восстаёт наш народ, и мы на протестном направлении эти вопросы решаем.

Уважаемые товарищи! Прошёл 2015 год, мы очень неплохо потрудились с вами. Только всероссийских акций было 11. В марте, июле, августе мы провели акции против этой социально-экономической политики, где мы восстали против обнищания народа, против обвала рубля, против доходности у сверхбогатых, против развала науки, за поддержку села, за видение нашего бюджета. То есть весь этот комплекс был только на трёх всероссийских акциях, но мы и 23-го февраля, и 1-го и 9-го мая, и 7 ноября, и 3-4 октября всё равно в выступлениях наших руководителей в регионах, нашего Председателя партии слышали однозначные характеристики и подходы к этим сегодняшним проводимым реформам социально-экономического характера, этому антикризисному плану, который выдает власть на-гора, и наши предложения звучали как локомотив развития, а не как их паровозик, ушедший столетие назад.

Я хотел отметить, конечно, лучшие наши регионы. И вчера мы об этом говорили. Я хочу сказать, конечно, главный эффект – это победа. И 46-ая конференция, которая выдвигала Сергея Георгиевича Левченко, определяла и на первом этапе те вопросы протестного движения, и на втором те вопросы, которые они должны были решать, и они их решали, и набирал ход массовый протест от агитации до выстраивания тех предложений программных, которые поступали по мере

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

развития, законодательного оформления и возможностей вести агитационную работу.

Мы вчера говорили, сегодня хочу ещё раз сказать: 384 митинга и пикета провели в Кировской области, они являются лидерами, но не просто провели, а эффективно провели. У них акции проходят сегодня, например, 26 января или 23 января по 5 тысяч человек, в регионе, где меньше миллиона человек, имеющих выборный статус. Это достаточно большое количество людей, и они многие вопросы решили, в том числе сохранили центральный рынок, дав рабочие места многим и многим людям. Самое мощное выступление по дальнобойщикам, по несколько тысяч человек. Они спасли несколько предприятий, в том числе оборонного характера, они спасли малый бизнес, 150 малых предприятий в лесном комплексе. Мне пришлось туда тоже выезжать, и изменили мы ситуацию, приняв соответствующий закон.

Хочу пример по Москве привести. «Молния» – известное предприятие. Активность депутатов Родина, Потапова, других товарищей, Валерия Фёдоровича Рашкина позволила в судебном плане вместе с профсоюзами, активом этого оборонного предприятия, которое вошло в Ростех (а Ростех хотел его отправить в небытие), защитить его. Шереметьевские профсоюзы миллиард рублей (!) отсудили на заработную плату.

Вот Светлана сидит, одномандатник, которая победила в Мытищах. В Мытищах 300 тысяч человек, район Подмосковья, немалый район. У меня есть справка на нескольких страницах, что она сделала в своей партийной организации, включая снижение налога на собственность с 0,3 до 0,1, т.е. по существу в 3 раза сократила этот налог. Люберцы – аналогичная ситуация, но связанная с улучшением работы транспорта, через митинги и прочее. Щёлковский район – это новое движение «Чистая Клязьма», это точечные застройки и т.д. Я хочу показать итоговую таблицу, которую мы сегодня имеем, здесь тысячи примеров конкретных дел, где мы защитили заводы, фабрики, больницы.

Ульяновская область, хотели закрыть женскую консультацию и поликлинику. Поднялись, всё сделали, несколько митингов, защитили. Могу по каждому региону приводить примеры, потому что это, действительно, конкретная большущая работа.

Уважаемые товарищи! Конечно, протесты и выборы – это особая статья. Весь

протест, безусловно, помогает партии быть на слуху, помогает партии чувствовать себя уверенно, но выборы – это особое явление. Хорошо, что мы укрепили материально-техническую базу, Геннадий Андреевич об этом говорил. Мы имеем сегодня ту инфраструктурную систему от формирования большого митинга, автопробега или агитпрохода до одиночного пикета. Мы имеем всё для того, чтобы прохожий человек только посмотрел и увидел, что это наши стоят, «Красные в городе», что это коммунисты, это защитники людей труда, и мы дальше на этом направлении должны набирать.

Газета, правильно сегодня говорили. С хорошей газетой агитатор, хорошо экипированный, и чувствует себя хорошо, с листовкой, с календарём или с другой любой литературой, которую необходимо вручить тому или другому слою населения.

Встречи. Наши встречи на предприятиях, по месту жительства – это всё системные протестные мероприятия, но к ним нужно готовиться. Надо знать, что сегодня решается таким образом судьба этого предприятия, или с выпускающимся товаром на производстве, или с сырьём, или с реализацией этого товара, нам пришлось защитить тысячи предприятий. В этом плане, конечно, Председатель подаёт пример.

К примеру, «Берег» в Подмосковье, градообразующее предприятие в Павлово-Посадском районе, единственное в стране, делающее пожарную систему, включая шланги противопожарные и многое другое с оснасткой. Уговорили двух министров, прорешали вопрос, предприятие работает. Я не говорю о Кировском заводе, о других флагманах, где лично председатель занимался этой работой, но это всё наши с вами протестные мероприятия, и они должны быть тем инструментом в агитационной работе, которые неотвратимо на нашу сторону призывают избирателей.

Вот Гончаров, сколько он делает по оказанию помощи сегодня градообразующим предприятиям! Он обошёл все министерства, ведомства, он не раз с трибуны Государственной думы требовал и просил помощи и т.д. Это дело благородное – защищать наши предприятия, защищать наши заводы, сельскохозяйственные предприятия, инфраструктуру социальных институтов. Этим как раз, уважаемые товарищи, мы с вами занимаемся и будем заниматься.

**ВЫСТУПЛЕНИЕ
Д.Г. НОВИКОВА**

В заключение я ещё раз хочу, уважаемые товарищи, поблагодарить вас, поблагодарить за ту работу, которую вы проводите. Она нужна партии, она небезопасна, поэтому давайте всё делать так, чтобы плечо друг друга мы с вами чувствовали. На выборах будут не только одномандатники, которые добавляют протесту свою энергию, но будут и округа, и там очень системно снова надо показать сплочённость. Об этом говорили вчера. Как в своё время мы помогали Ивану Ивановичу Казанкову и Харитонову, со всего Поволжья людей привезли. Ставился вопрос так: не участвовать в выборах, но именно за счёт протеста, за счёт подтягивания людей, нашей настойчивости тогда был решён вопрос.

Говорилось о Левченко, мы выделяли Новосибирск как лучшую протестную организацию, и это всё в итоге нам помогает.

Поэтому здоровья вам, хорошего настроения и всем нам победы!

**Д.Г. НОВИКОВ,
заместитель Председателя ЦК КПРФ:
«Идеологическая
борьба в год нарастания
социально-экономических
проблем и парламентских
выборов. Задачи КПРФ»**

Уважаемые товарищи, мы ежегодно проводим такие семинары с целью планирования работы. Невозможно планировать,

двух месяцев. Ещё в декабре и Путин, и Медведев проводили пресс-конференции, Путин выступал с посланием Федеральному собранию. И всё это ещё дышало изрядным оптимизмом. Будто бы основные экономические трудности уже позади, а серьёзность положения не так велика. Общество убеждали в верности курса, в стабильности ситуации. Путин даже похвалил правительство Медведева за работу.

На конец года ещё вполне работала методика двух последних лет, суть которой – безраздельное господство внешнеполитической тематики, военно-политической повестки дня в информационном пространстве России. Сначала украинский Майдан, потом возвращение Крыма и Севастополя, затем война на Донбассе, потом война в Сирии. Эти события помогали переключать внимание населения с внутренних социально-экономических проблем.

Однако ситуация экономическая стала обостряться быстрее. В начале года – новый обвал. Проблему игнорировать уже нельзя. Ослабевает возможность ухода в сферу внешней политики. Сейчас, конечно, в силу той атаки, которую развернули власти США на Путина, она вновь вернулась в информационное пространство. Но тем не менее в последние недели были предприняты такие специальные усилия по поиску новых ракурсов для отвлечения внимания граждан от социально-экономической проблематики. Причём возрастает как бы такая искусственность формирования информационного поля. В ход идут уже даже не сюжеты, а сериалы

про козла Тимура и тигра Амура, над чем вчера тут иронизировал справедливо Сергей Павлович Обухов. Криминала в российских СМИ всегда хватало и хватает, но было время, когда крупные федеральные каналы считали неприличным увлекаться криминальной хроникой, Теперь они выводят «жареные», скандальные новости в число главных, о них сообщают, их обсуждают и к ним даже возвращаются.



не учитывая особенностей текущего политического момента. Политическое поле страны подвижно, существенные перемены произошли даже на протяжении последних

Коротко освежим в памяти некоторые характерные сюжеты. Врач-убийца из Брянска, калининградская воспитательница детского сада, оказавшаяся проституткой,

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

смерть младенца в перинатальном центре Орла, избиение девочки в училище, застреленная в Москве девушка с мегафоном, жуткий случай с ребёнком, который пострадал от рук коллектора и так далее.

Под этим шумовым прикрытием произошла смена риторики официальных лиц, комментирующих экономическое положение. Либеральная команда, видимо, оценила всю серьёзность ситуации и сама же заняла позицию обличителей. Для этого использовалась трибуна Гайдаровского форума, вне его рамок тоже сделан целый ряд заявлений. Вот тут у меня целая подборка. Одно заявление Силуанова, другое заявление Силуанова, заявление Грефа, заявление Кудрина, цитаты из документов Центробанка и уже теперь знаменитое заявление Германа Грефа о том, что мы конкуренцию проиграли, Россия находится в состоянии технологического порабощения.

Контроль над СМИ позволяет либералам довольно быстро, когда это нужно, менять риторику. Ещё недавно вещали о том, что дно кризиса преодолено. Сегодня эти господа соревнуются уже в том, кто даст более страшный прогноз и кто сильнее обличит недостатки нынешней экономической системы.

Возникает вопрос. Если такой поворот произошел, то в чем замысел либералов? Ответ. Либералы в правящей верхушке понимают, что не могут в полной мере уже овладевать ситуацией. Если критику растущих проблем побороть нельзя, её нужно возглавить. Поэтому сами же либералы, в том числе либералы в правительстве, пытаются быть главными критиками либеральной политики правительства. Эта критическая волна используется, чтобы предложить лжеальтернативу. У нас кризис? Да, разумеется. Что делать? Принимать антикризисные меры. Какие? И тут проталкивается: новая волна приватизации, повышение пенсионного возраста, снижение зарплат, увеличение поборов с граждан и так далее. Если посмотреть внимательно, то, по сути, предлагается новый виток шоковой терапии, тотальное ограбление населения и передел остатков госсобственности.

И, конечно, для либералов это ещё возможность побороться с широкими патристическими настроениями и навязать обществу настроения панического характера. Россия не просто отстала, она отстала безнадежно. Да, может быть, и жаль, что так получилось, но уже сделать ничего нельзя. Не надо рыпаться, всё, что мы можем, — это встроиться в колесницу Запада. Позаботиться стоит только о том, как можно продаться подороже.

Раздвоение либералов дает им возможность разделить роли. Если одна часть либеральной команды неизбежно готова на роль козлов отпущения, то другие в любом случае надеются укрепиться у власти.

Что может помешать такому милому междусобойчику, где разница между Дворковичем и Навальным, между Улюкаевым и Касьяновым, между Шуваловым и Кудриным чисто стилистическая, но, конечно, не сущностная? Помешать, конечно, может та сила, которая предлагает альтернативу, предлагает другой путь развития. Мы с вами эту силу знаем и сами её представляем — это Коммунистическая партия Российской Федерации. Поэтому против партии неизбежны разного рода кампании. Грубо эти кампании можно разделить на два вида. Один вид — это карауловщина, когда будет использоваться откровенная грязь и откровенная ложь. И вторые кампании более высокого уровня — это идеологические диверсии.

Владимир Владимирович Путин, конечно, хорошо понимает своё положение. Опускаться до карауловщины он не будет. Но, как нормальный бонапартист, он стремится играть сразу на нескольких политических полях, в том числе хочет быть своим и для части либеральной публики. Это, можно считать, вероятная причина его недавнего антиленинского выплеска. Многие средства массовой информации естественно, эту тему охотно подхватили. Ленинская тематика выведена сейчас, таким образом, на информационную повестку дня. Но нам ли этого бояться? Нужно, наоборот, использовать это для того, чтобы дать свои оценки, представить свою точку зрения. Геннадий Андреевич показал, как это можно делать, сегодня, и очень важные вещи сказал вчера на открытии семинара. Просьба, конечно же, этой аргументацией пользоваться, как и той, которая высказывалась ранее.

Можно добавить к этому некоторые интересные вещи, которые на известной дискуссии с Жириновским озвучивал Проханов. Можно посмотреть статью Вахитова в свежем номере «Советской России». Они все помогут вам нарастить аргументацию в защиту Ленина.

Вспышка Путина в ответ на цитату Ковальчука из Пастернака была, конечно, либеральная по духу. Она не соответствует государственной патристической позиции. Большинство россиян не это хотят слышать от президента. На это масса социологических исследований указывает. Но тем не менее откуда-то эта эмоциональная реакция взялась, что-то за ней скрывается, потому что это был всплеск не рядового гражданина, а человека, который представляет власть. Следовательно, власть

**ВЫСТУПЛЕНИЕ
Д.Г. НОВИКОВА**

сама ощущает нарастание экономических сложностей, нарастание возможного политического противостояния в стране и даёт в том числе и такой ответ на это. Конечно, она будет всячески профилировать возможность для КПРФ стать лидером новых протестов. Наша ответственность здесь и перед трудящимися, и перед страной состоит в том, чтобы протест носил осмысленный характер, имел правильное целеполагание. Наша миссия состоит в том, чтобы не допустить либералов-разрушителей этот протест возглавить. Поэтому надо не уступать никому в решительной критике либерального курса власти, с одной стороны, а, с другой стороны, настойчиво предлагать нашу конструктивную инициативу. В ближайший период мы будем делать это через формирование нашей предвыборной платформы, через активную агитацию на выборах.

Конечно, нам ещё предстоит завершить выработку основного лозунга избирательной кампании, но стержневая идея нашего подхода может выглядеть так: национализация, независимость, народный контроль. Если расшифровать. Национализация – понятно, это возвращение природных богатств страны, банковской системы и флагманских отраслей промышленности в общенародную собственность, их постановка на службу народным интересам.

Независимость, обретение подлинной государственной самостоятельности на базе роста наших экономических возможностей. И народный контроль, установление учёта и контроля со стороны граждан России за деятельностью власти в сфере экономики, в сфере политики.

В преддверии семинара позавчера Геннадий Андреевич инициировал специальное заседание Президиума ЦК. Мы на нём ещё раз провели ревизию наших аналитических материалов, убедились в том, что глубоко проработаны очень многие вопросы. И, в общем-то, мы хорошо знаем, какова наша тактика и стратегия в борьбе за власть. Причём есть задачи действительно тактические: собрать как можно больше голосов на выборах и получить как можно более широкое представительство в Государственной думе. И задачи стратегические: обеспечить переход России на рельсы социалистического развития. Здесь дело в серьёзном отличии КПРФ от других участников избирательного процесса, от наших оппонентов. Для них голоса на выборах – это и есть стратегия. Для нас – это тактика. Это лишь элемент решения стратегической задачи – борьбы за социализм. В этом смысле у нас и целеполагание с буржуазными партиями разное.

Документы КПРФ чётко определяют, что для нас участие в выборах, как и вообще участие в парламентской деятельности, – это мирная форма классовой борьбы, мирная форма революционной борьбы.

Над темой социализма, социализма XXI века, мы обязаны работать и будем работать. Председатель дал соответствующее поручение группе членов Центрального Комитета.

Мы недавно проводили форум выпускников Центра политической учёбы. Это был конкурс проектных идей, в том числе было интересное предложение ребят из Санкт-Петербургской партийной организации. По итогам рассмотрения их проекта мы подготовим книгу «Социализм и Россия: острые вопросы, честные ответы». Я думаю, она поможет в работе наших партийных агитаторов и пропагандистов.

Выборы – не только время сбора голосов. Как я уже сказал, на мой взгляд, это движение, конечно, наших программных идей. Это работа не только на сегодняшние задачи, но и на задачи завтрашние. Мы хорошо видим, как в этом отношении сработала тема национализации. Мы семь лет назад эту тему обострили. Некоторые наши товарищи сомневались, говорили: давайте никого не пугать. Но мы не только никого не испугали, но и сделали эту идею, идею национализации, по-настоящему популярной в обществе. Здесь есть три угрозы, которые мы должны видеть. Одна угроза – это опасность перехвата лозунга, и Жириновский это уже пытается делать на программах у Соловьёва.

Второе – это опасность дискредитации требования, в том числе и либералами. Они сейчас активно говорят: смотрите, у нас госкорпорации, у нас и так много государства в экономике. Наша задача показать, что это госкорпорации с элементом олигархического капитализма, а никак не наоборот. Те же либералы могут и сами сказать: да, давайте будем проводить национализацию. Но это может привести к выхолащиванию идеи. Тэтчер проводила национализацию, но это была национализация частичная в интересах богатых, а не в интересах бедных. И третья проблема – это неполная проработанность тематики. Надо сказать, что по механизму национализации, по разработке этих вопросов сделано уже многое, но дальнейшая детализация необходима, и она будет осуществляться. Важно, конечно, показать, как мы видим эту работу в системе целого ряда других мер, как мы связываем национализацию с другими вопросами экономического и социального развития

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

страны. Понятно, что напрашивается и такая логика: можно провести национализацию, можно ввести подоходный налог дифференцированный, можно заработать много денег для бюджета, можно в два раза увеличить финансирование образования. Но если во главе образования будет стоять Ливанов, он с удовольствием эти деньги потратит опять на введение ЕГЭ или на что-нибудь ещё. Кстати сказать, введение ЕГЭ было очень дорогостоящей процедурой.

Поэтому, конечно, нам нужна принципиально другая власть, которая будет проводить принципиально другую политику. И нужен тот комплекс мер, который обеспечит не только национализацию отдельных экономических отраслей. По большому счёту, нам нужна национализация государства. Одно время провластные политологи много говорили про национализацию элит. Но мы, коммунисты, должны сказать, что у нас нет задачи национализации элит. Элиты – это вообще как бы не наша тема. Наша задача – вернуть государство народу, вернуть народу страну. Поэтому наша задача – национализация государства. Это не значит огосударствление всего и вся. Нет. Это создание государства, где народ, трудящиеся будут чувствовать это государство своим. И вот это важный тезис к нашему пленуму по народным предприятиям. Народные предприятия не государственные. Но мы, коммунисты, выступаем за такую систему, в которой потенциал народных предприятий будет в полной мере раскрыт, использован, они получат государственную поддержку. Это будет и в интересах работников, и в интересах страны.

Мы в этом отношении, готовясь к пленуму, подготовили целый ряд новых фильмов. Вслед за активной пропагандой опыта Ивана Ивановича Казанкова, Грудинина, других наших товарищей подготовлен ещё ряд материалов. Некоторые из них также по сельским предприятиям. Например, специальный репортаж о сельхозпредприятии «Майский» в Вологодской области, специальный репортаж «Народное знамя», это предприятие из Свердловской области. Перешли к рассказу о работе предприятий, которые имеют промышленный, а не сельскохозяйственный профиль. Завершён фактически фильм о картонно-бумажном комбинате из Набережных Челнов. И есть планы по подготовке фильмов о работе промышленных народных предприятий, которые действуют в Волгоградской и Архангельской областях.

Для того чтобы помочь вооружить вас в борьбе с антисоветизмом и ксенофобией,

готовится ещё целый ряд фильмов. Сегодня мы презентуем первые две серии четырёхсерийного фильма «Модель Сталина». Название серии такое: «Модель Сталина. Индустриализация», «Модель Сталина. Слагаемые успеха», «Модель Сталина. Испытание войной», «Модель Сталина. Новые возможности». Провели вчера переговоры с Юрием Жуковым, известным историком, академиком. Он поможет нам в съёмке целого ряда фильмов. Будет фильм «Объединённая Европа против СССР» о борьбе с гитлеризмом. Будет фильм о феномене советского народа. Будет фильм, разоблачающий Солженицына. Будет ещё целый ряд других материалов.

Последнее, что хотел бы сказать. Вчера закончилась трёхдневная выставка в «Крокус Экспо», где разные телекомпании, кабельщики представляли свою продукцию. Мы впервые там выставили точку нашей «Красной линии». Несколько выводов. Использование в оформлении нашей символики не только не оттолкнуло вещателей, а, наоборот, вызвало живой интерес. Подходили, разговаривали. Провели переговоры с полсотней кабельных операторов. Те, кто уже транслирует наш канал, поделились положительными отзывами о «Красной линии», которые они от своих зрителей получают. Проведённая выставка подтвердила ранее замеченную тенденцию к тому, что больший спрос на телеканал в крупных промышленных центрах в городах, на предприятиях ВПК, наукоградах и военных гарнизонах. Смотрят, оказывается, канал даже в Кремлёвском полку.

По информации дистрибьюторов кабельных каналов Крыма, телеканал «Красная линия» сравнялся по телесмотрению с каналами ОТР, «Мир» и приближается по просмотрам к каналу «Культура».

В ряде случаев мы ощутили, что на местах есть работа по продвижению канала. И это делают первые секретари лично. Подходил оператор из Иркутской области, который дал такой комментарий: «Мы вас давно видим. Вот теперь пришел новый губернатор, он сказал, что вас можно включать. Будем включать». Так что Сергею Георгиевичу отдельное спасибо. Из Чувашии тоже был оператор, который сказал, что пришёл на переговоры непосредственно по просьбе Валентина Сергеевича Шурчанова. Ему тоже благодарность.

К самой большой на данный момент сети в Московской области прибавится ещё с десяток городов, в том числе почти весь Реутов и Сергиев Посад. Это тоже результат

выставки. И так далее. Не буду больше за-
нимать времени в этом отношении. Мы по-
смотрим сегодня ролик 8-минутный презен-
тационный, который готовился о канале для
этой выставки. Он заслуживает того, чтобы
здесь его посмотреть. Он показывает всё
разнообразие продукции, которая делается
нашим с вами партийным телеканалом.



**В.Ф. РАШКИН,
заместитель Председателя ЦК КПРФ:
«Задачи организационно-
партийной и массово-
политической работы партии
в условиях обострения
предвыборной борьбы»**

Уважаемые товарищи!

Давайте сразу сформулируем **базисную установку**: предстоящие **выборы** в Госдуму **будут отличаться от всех предыдущих**, в том числе и от кампании 2011 года. Они будут проходить в условиях глубочайшего экономического кризиса, значительного ухудшения уровня и качества жизни людей. Позиции власти становятся слабее, а значит, она предпримет все усилия, чтобы сохранить своё положение, чтобы продолжать контролировать парламент.

Основные установки власти на будущие выборы:

1) Массированная пропаганда с использованием всех СМИ и других способов агитации.

Её основное содержание – во всём виноваты американцы, Запад и оппозиция внутри страны. Кризис-де, оказывается, спровоцирован не бездарной экономической политикой власти и близкой к ней олигархии (которые на самом деле «выдоили» страну и не дали ей сойти с нефтяной иглы), а внешними и внутренними врагами. И вот, мол, президент Путин и власть борются с этой заразой и надо им помочь, поддержать «стабильность», а заодно и партию «Единая Россия».



ВЫБОРЫ-2016 БУДУТ ПРОХОДИТЬ НА ФОНЕ ГЛУБОКОГО КРИЗИСА



ПОЗИЦИИ ВЛАСТИ – ВСЕ СЛАБЕЕ. ОНА ПРЕДПРИМЕТ ВСЕ УСИЛИЯ, ЧТОБЫ СОХРАНИТЬ СВОЕ ПОЛОЖЕНИЕ И ПРОДОЛЖАТЬ КОНТРОЛИРОВАТЬ ПАРЛАМЕНТ

В назывном порядке несколько вещей. Центр политической учёбы. Заезд 19 февраля. Профиль – организационно-партийная работа.

Обновленный сайт заработал. Будем признательны за предложения по дальнейшему улучшению.

Предлагается провести конкурс плакатов. Об этом скажет Михаил Сергеевич Костриков.

Не очень активно у нас сегодня звучит тема 100-летия Великого Октября. Мы пленум провели. План работы ЦК по этому поводу уже есть. Надеемся, что вы тоже такие планы работы приняли. Когда будете их реализовывать, просьба сообщать нам, чтобы мы могли информационно эту работу обеспечивать.



УСТАНОВКА ВЛАСТИ – МАССИРОВАННАЯ ПРОПАГАНДА



«Во всем виноват Запад и оппозиция внутри страны».

«Нужно «помочь», власти бороться с внутренними и внешними врагами, поддержать партию «Единая Россия»».

НАШ ОТВЕТ: В КРИЗИСЕ ВИНОВАТА В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ САМА ВЛАСТЬ И «ЕДИНАЯ РОССИЯ», КОТОРАЯ ПРОВОДИЛА БЕЗДАРНУЮ ЭКОНОМИЧЕСКУЮ ПОЛИТИКУ.

КПРФ не питает никаких иллюзий относительно Запада и прекрасно понимает, что без внешнего давления положение нашей экономики было бы лучше. Но не Запад виноват в том, что мы всю путинскую эпоху не проводили никаких экономических реформ, не

**ВЫСТУПЛЕНИЕ
В.Ф. РАШКИНА**

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

возрождали национальную промышленность и сельское хозяйство, не создавали прочного материального благосостояния народа. И нынешний обвал экономики – это прежде всего результат её слабости, уязвимости, нацеленности только на экспорт сырья. А значит,

• Законопроект о внесении изменений в закон об охране здоровья (о сохранении сети учреждений здравоохранения) (№ 874102-6 от 02.09. 2015).

Помимо федеральной повестки вам нужно задать **повестку региональную и локальную – в вашем округе.**

Одна из распространенных ошибок кандидата-одномандатника всегда была в том, что он стремится говорить о глобальном, мало погружаясь в проблемы своей территории. Этим дефектом, кстати, страдает несистемная оппозиция.

Давайте не будем повторять эту ошибку. Первоочередная ваша задача – собрать проблемы вашего региона и вашего округ. Изучить их досконально. Собрать статистику. ВРП, индексы падения (или роста) экономики по отрас-

лям, средняя зарплата по отраслям, размеры пенсий, проблемы с льготами и пособиями, работа транспорта, цифры по ЖКХ и т.д. и т.п. Вы должны стать в прямом смысле экспертом по всем этим вопросам, чтобы оппонировать власти, чтобы выступать в СМИ.

Соберите как блоковые, отраслевые проблемы регионального уровня, так и локальные, конкретные. О них вам расскажут избиратели, с которыми вы уже сейчас должны постоянно проводить встречи. Также нужно читать публикации в соцсетях, на местных форумах, в местных СМИ, отбирая проблемные моменты и немедленно на них реагируя



! В АГИТАЦИИ НУЖНО НЕ ТОЛЬКО КРИТИКОВАТЬ ВЛАСТЬ, НО И ПРЕДЛАГАТЬ АЛЬТЕРНАТИВУ

ОБРАЗ ПАРТИИ ДОЛЖЕН БЫТЬ ЯРКИМ, ПОЗИТИВНЫМ. ПОСЫЛ: У КПРФ И ЕЕ КАНДИДАТОВ ЕСТЬ СВОЕ ВИДЕНИЕ, КАК ИСПРАВИТЬ ПОЛОЖЕНИЕ В СТРАНЕ.

СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЙ БАЗИС:

- Программа КПРФ
- Законопроекты, внесенные депутатами-коммунистами (о стабилизации социально-экономического положения в стране, о валютном контроле, о государственной социальной помощи, о доплате к пенсиям, о капремонте, о здравоохранении)



виновата в нём в первую очередь власть и та же «Единая Россия». Я думаю, будет правильно, если вы используете этот тезис в предвыборной агитации. Считаю, не надо подыгрывать власти в её лживой пропаганде. Давайте составим правильно все акценты и поможем избирателю сориентироваться в повестке.

Но в своей агитационной работе вам необходимо **не только критиковать власть и её ошибки, но и предлагать альтернативу.** Ваш образ и создаваемый вами образ партии должен быть ярким и позитивным. Вам следует говорить про то, что у КПРФ и у вас лично есть своё видение того, как исправить положение в стране. Причём на всех уровнях: и на федеральном, и на уровне вашего региона, вашего округа.

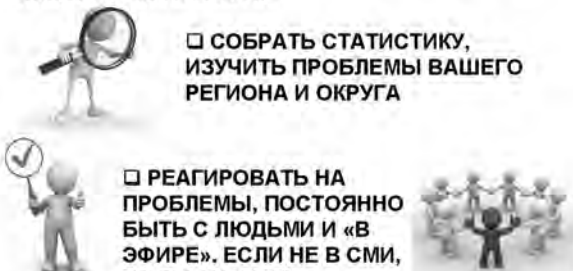
В качестве **содержательного базиса** следует использовать программу КПРФ, а также законопроекты, внесённые депутатами-коммунистами в последнее время:

- Законопроект о стабилизации социально-экономического положения в стране и переходе к государственному планированию (№ 882616-6, внесён 16.09.2015);
- Законопроект о внесении изменений в закон о валютном контроле (№ 885552-6 от 22.09.2015)
- Законопроект о государственной социальной помощи лицам, находящимся за чертой бедности (№ 983984 от 27.01.2016);
- Законопроект о федеральной доплате к пенсиям (№ 921802-6 от 05.11. 2015);
- Законопроект о внесении изменений в ЖК РФ (о порядке финансирования капитального ремонта) (№ 851708-6 от 31.07.2015);



ОТДЕЛЬНО НУЖНО ЗАДАТЬ РЕГИОНАЛЬНУЮ И ЛОКАЛЬНУЮ ПОВЕСТКУ

- **СОБРАТЬ СТАТИСТИКУ, ИЗУЧИТЬ ПРОБЛЕМЫ ВАШЕГО РЕГИОНА И ОКРУГА**
- **РЕАГИРОВАТЬ НА ПРОБЛЕМЫ, ПОСТОЯННО БЫТЬ С ЛЮДЬМИ И «В ЭФИРЕ», ЕСЛИ НЕ В СМИ, ТО В СОЦСЕТЯХ**



– публикацией, выступлением, инициативой (или внесением в вашу предвыборную программу, если проблема требует комплексного решения и является общей).

Так, например, мы поступаем в Москве с темой платных парковок. Эта же тема актуальна и для ряда других городов. К локальным также относятся самые разные проблемы: развал ЖКХ, строительство дорог, развязок, мостов, экологические вопросы и многие другие.

В целом, **вы постоянно должны быть с людьми и в эфире**. Старайтесь, чтобы местные СМИ брали у вас комментарии, сами выходите на них, активно пишите в

трудовых гарантий, своевременной выплаты зарплаты, её индексации.

Сейчас публикуется статистика, она говорит о росте в стране безработицы.

Посмотрите в своём округе, **на каких предприятиях возможны увольнения**, сокращения заработной платы. Поработайте с трудовым коллективом, если возникнет проблемная ситуация – встаньте на его защиту, предложите свои меры по оздоровлению предприятия (они могут быть как федеральными – изменение экономической политики, так и локальные).

Установите контакт с **профсоюзами**, найдите с ними общий язык. Так же и с другими общественными органи-

зациями, ориентируясь, прежде всего, на наиболее широкий охват социальных сред.

Отдельное направление работы – **средний класс, малый и средний бизнес**, самозанятые граждане. Здесь блок вопросов, о которых партия пока что говорила меньше, чем о социальных гарантиях малоимущим и о трудовых правах работников. Но этот блок вопросов сейчас нужно активно поднимать, потому что в этом сегменте образовался электорат, не имеющий никакого политического представительства. Сейчас он склонен или не ходить на выборы, или поддерживать

соцсети, выкладывая ролики на Youtube, если СМИ не хотят брать ваше мнение по тому или иному вопросу. Любой ценой компенсируйте доминирование в СМИ представителей власти.

АПМ. Их следует изготавливать понятно для людей, но с максимумом содержания. В них должна быть и критика власти. и ваша позиция. Не следует перебарщивать с символикой (хотя она чётко должна присутствовать). Во всяком случае, она не должна заменять содержание, именно на него надо делать основной упор.

При проведении работы в регионе, в округе необходимо **ориентироваться на все социальные группы**.

КПРФ имеет свой **базовый электорат** – это избиратели, готовые проголосовать за партию. В среднем в предыдущие периоды он составлял около 20%, где-то меньше, где-то больше. В последнее время, думаю, он стал расширяться, но в любом случае этой цифры недостаточно, чтобы иметь гарантии победы в одномандатном округе. Вам надо добиваться поддержки как минимум половины избирателей.

Да и 20% – это не то, что вам принесут на блюдечке. За них тоже надо бороться. В целом, у вас есть стартовая ступенька, с которой нужно начинать строить кампанию. Но это **лишь ступенька**, а не готовый результат.

Каждому из вас необходимо будет сформировать свой набор предложений, посылов, сигналов для каждой социальной группы. Так, для социально незащищённых групп это вопросы государственной социальной политики. Для наёмных работников, основу семейного бюджета которых составляет заработная плата, это вопросы



другие силы – например, несистемную оппозицию. Также есть вероятность, что средний класс вновь поддержит «Справедливую Россию», как это было в 2011 году.

Однако это потенциально наш с вами электорат, электорат КПРФ. Только КПРФ сейчас является по-настоящему оппозиционной партией, а значит, есть почва для консолидации на её площадке всех социальных групп, пострадавших от кризиса и испытывающих давление со стороны олигархии и власти. И у наёмного работника, и у пенсионера, и у бизнесмена из малого бизнеса сейчас **один общий враг** – олигархическая, авторитар-

ВЫСТУПЛЕНИЕ В.Ф. РАШКИНА

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

ная власть. И нам просто необходимо сейчас объединить эти социальные группы.

Основная повестка малого и среднего бизнеса – административные барьеры, фискальная и коррупционная нагрузка, беспредел контрольно-надзорных органов. Посмотрите эту повестку, погрузитесь в неё и сформируйте набор предложений, с которыми вы выйдете к предпринимательскому сообществу. Уверен, вы сможете найти среди них поддержку, потому что сейчас, в кризис, их кинули все: и власть, и бизнес-ассоциации, и разного рода омбудсмены. Здесь я вижу реальные возможности для расширения электората партии.

При формировании повестки работайте особо с **недовольными** (которые сейчас ищут, за кого голосовать, потому что не хотят голосовать за власть) и с **теми, кто не ходит на выборы**.

Недовольным, нелояльным к власти нужно предложить альтернативу, нужно стать для них альтернативой. Именно альтернативой, позитивной силой, за которой они готовы будут пойти.

Вам нужно **консолидировать электорат**. Поэтому **в вашей программе не должно быть противоречий**. Например, если вы говорите об увеличении социальных выплат, то вы должны иметь ответ на вопрос, откуда вы возьмёте на это деньги. Если это будут налоги с бизнеса, то он вас не поддержит.

а на крупный капитал. На этом надо делать акцент, не забывать говорить об этом.

Также, если вы говорите про ответственность за невыплату зарплат, не просто требуйте сажать и штрафовать руководителей предприятий, а смотрите глубже. Ведь многим из них, например, государство задерживает платежи по госконтрактам. Значит, отвечать



**! ВЛАСТЬ БУДЕТ ПРИМЕНЯТЬ
! АДМИНИСТРАТИВНЫЙ РЕСУРС, ОБМАН, ПОДКУП**



**ПРИНЦИП ВЛАСТИ В ЭТОЙ КАМПАНИИ:
«ЦЕЛЬ ОПРАВДЫВАЕТ СРЕДСТВА»**

должны и чиновники, а не только предприниматель. Если вы пренебрежёте этими деталями, вы потеряете часть своего электората.

Будьте аккуратнее и с идеями сокращения чиновников и борьбы с ними. Да, нужно сократить контрольно-надзорные органы. Но в целом чиновничество – это также не менее, чем другие наёмные работники, обиженное сословие, которое сейчас впадает в нищету. Не начальство, а рядовые чиновники, я говорю про них. Поэтому проводите грань: вот жирующее начальство, коррумпированное

и неэффективное, а вот рядовые исполнители – для них нужны свои меры поддержки, социальной защиты. Если вы грамотно постройте агитацию в этой сфере, то можете получить дополнительные голоса со стороны этой социальной группы. Она в последнее время проявляет всё большую оппозиционность.

Что касается **тех, кто не ходит на выборы**, вы можете мобилизовать дополнительный электорат. Необходимо, однако, не просто провести мобилизацию, но и сделать этот электорат своим. Здесь важно дать максимум позитива. Помните: те, кто игнорирует выборы, часто настроены нигилистично по отношению ко всем партиям. Вам надо убедить их проголосовать именно за вас, а не за «любую партию, кроме партии власти».

2) Власть будет всеми силами стараться получить большинство, и она будет применять административный ресурс, а также обман, подкуп и т.д. Принцип власти в этой кампании – цель оправдывает средства.



**НУЖНО ГОТОВИТЬСЯ К ЖЕСТКОЙ БОРЬБЕ И ДЕРЖАТЬ
УДАР**

☐ **ОЧЕНЬ ВАЖНА ХОРОШАЯ КОМАНДА
– ЛОЯЛЬНАЯ И ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ**



☐ **НУЖНО ИМЕТЬ НА УЧАСТКАХ
МАКСИМУМ СВОИХ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ
– НАБЛЮДАТЕЛЕЙ, ЧЛЕНОВ
ИЗБИРКОМОВ**

☐ **ВСЕ НАРУШЕНИЯ НАДО
ФИКСИРОВАТЬ, ПЕРЕДАВАТЬ В СМИ,
ВЫКЛАДЫВАТЬ В СОЦСЕТИ**

И все разговоры про снижение фискальной нагрузки с бизнеса просто уйдут в песок. Платить должны сверхбогатые, нужно сократить избыточные расходы на бюрократию, силовиков, военные акции и т.д., подавить коррупцию. Вот источники расходов. И надо аккуратно говорить, например, про прогрессивную шкалу налогообложения – она должна увеличивать нагрузку не на мелких и даже средних предпринимателей,

Поэтому надо сразу избавиться от каких-либо иллюзий. Перед вами не респектабельный оппонент, а циничная и грубая сила, которая пойдёт напролом, которая вас в любой момент

возможности, чтобы ваши люди были на участках и могли поймать за руку фальсификаторов. Без этого ваша победа может быть украдена.

Все нарушения надо фиксировать по

возможности на камеру, на телефон, планшет и т.д. Фотографировать, снимать видео. Лучше сразу максимум информации, в рамках закона, **выложить в соцсети**. Пусть это делают как члены вашей команды и вы лично, так и избиратели, подготовленные заранее.

Договоритесь с активистами, что они будут «разгонять» по сети все нарушения, выводить их в топы через хэштеги и другие инструменты расширения аудитории, **сразу передавать в СМИ**. Это может оказать сильное воздействие на власть, не

нужно недооценивать этот фактор.

Привлекайте максимум независимых общественных структур, максимально задействуйте правоохранительные органы (даже притом, что им могут быть даны установки покрывать нарушения). Помните: когда нарушение очевидно и оно зафиксировано, и полиция не сможет просто так от него отвернуться.

2.2. Помните: надо постоянно контролировать свою команду. Среди ваших людей

НЕЛЬЗЯ ДОПУСКАТЬ НИКАКОЙ ИГРЫ «В ПОДДАВКИ» С ВЛАСТЬЮ, НИКАКОГО СОГЛАШАТЕЛЬСТВА ИЛИ УСТУПОК



МЫ И ВЛАСТЬ – КОНКУРЕНТЫ. «КОМПРОМИССОВ» БЫТЬ НЕ МОЖЕТ, ВЛАСТЬ НЕ БУДЕТ ИГРАТЬ ЧЕСТНО

ДОГОВАРИВАЙТЕСЬ ТОЛЬКО В СВОЮ ПОЛЬЗУ. ПУСТЬ ВЛАСТЬ ИДЕТ НА УСТУПКИ, НО НЕ ВЫ!



кинет, подставит, лишь бы не дать победить.

Отсюда **несколько важнейших установок:**

2.1. Сразу подготовьтесь к **жёсткой борьбе**, к тому, что вам нужно будет держать удар. Поэтому надо запастись не только волей к победе (без неё не надо и начинать), но и **хорошей командой**. Люди, вас окружающие, должны быть вам верны и они должны быть профессионалами. Юристы, агитаторы, наблюдатели, члены комиссий с совещательным голосом – все должны знать своё дело и избирательные законы. Они не должны подставляться и подставлять вас.

Проведите обучение своей команды. Людей, которых вы будете приглашать в кампанию, нужно заранее плотно инструктировать. Особенно это касается наблюдателей – вам нужно сразу подготовиться к тому, что выборы будут фальсифицировать, будут нагло подменять списки избирателей, вбрасывать бюллетени, переписывать протоколы. К наблюдателям может быть применена сила, их могут обманывать, пользоваться любыми их слабостями. Значит, это должны быть подготовленные люди, уверенные в себе и хорошо знающие, где могут быть нарушения и как действовать, хорошо знающие свои права и готовые их отстаивать.

Надо закрыть **наблюдателями** максимум участков, а лучше все участки, и иметь на них максимум своих представителей: наблюдателей, членов комиссии с правом совещательного голоса. Власть сейчас вводит ограничения по количеству наблюдателей, поэтому ваша задача использовать все



БУДУТ СПОЙЛЕРЫ!



✓ **ЮРИСТАМ – РАБОТАТЬ НАД ИХ СНЯТИЕМ С ДИСТАНЦИИ В СВЯЗИ С НАРУШЕНИЯМИ**



НО НЕ УДЕЛЯЙТЕ ИМ СЛИШКОМ МНОГО ВНИМАНИЯ. ВЕДИТЕ СВОЮ КАМПАНИЮ, НЕ ДАЙТЕ ИМ НАВЯЗАТЬ СВОЮ ИГРУ!

ИЗБИРАТЕЛЬ ПОЙМЁТ, КТО РЕАЛЬНЫЙ, А КТО МНИМЫЙ ИГРОК



могут быть те, кто перекуплен властью, вашими оппонентами. Будьте готовы к этому сценарию и очень грамотно распределяйте информацию.

2.3. Следующая установка – **никакой игры в поддавки с властью**. Никакого соглашательства, никаких уступок. «Вы сейчас нам это, а мы вам завтра то» – это чистый обман, кидалово.

Нужно уяснить одну принципиальную вещь: отношения между вами и властью никак и никогда не будут дружескими, потому что вы – конкуренты.

**ВЫСТУПЛЕНИЕ
В.Ф. РАШКИНА**

СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ

На выборах побеждает кто-то один, всё остальное – от лукавого. Если вам предлагают какие-то компромиссы, то хотят

но настроены на победу. В тех условиях, которые есть. Других условий у нас с вами не будет. Никаких честных, конкурентных выборов не ждите. Готовьтесь к борьбе.

Отдельно **несколько слов хочу сказать руководителям региональных отделений партии.** Ваша задача – провести максимум своих кандидатов. И только своих кандидатов. Не слушайте посулов со стороны власти. Боритесь за своих и старайтесь грамотно распределить работу: приоритет отдать тем округам, где сильные, узнаваемые кандидаты.

У нас есть наилучшие шансы там, где сильнее поддержка избирателей (по этому поводу нужна независи-

мая и полноценная социология), где уже побеждали наши кандидаты, где «красные» регионы и территории. Здесь необходимо сконцентрировать материальные, человеческие ресурсы, оказывать максимальную поддержку кандидатам.

Необходимо обмениваться информацией, оказывать друг другу помощь, направлять наблюдателей, специалистов. Это касается в первую очередь соседних регионов.



ГЛАВНОЕ – МАКСИМАЛЬНО НАСТРОИТЬСЯ НА БОРЬБУ И ПОБЕДУ



БОРИТЕСЬ ЗА СВОИХ!

ПРИОРИТЕТ – «КРАСНЫМ» РЕГИОНАМ И ОКРУГАМ, СИЛЬНЫМ КАНДИДАТАМ

ПОМОГАЙТЕ ДРУГ ДРУГУ, ОБМЕНИВАЙТЕСЬ ИНФОРМАЦИЕЙ, НАПРАВЛЯЙТЕ СПЕЦИАЛИСТОВ И НАБЛЮДАТЕЙ



кнуть или вас, или партию: ведь не будет же власть сама ухудшать свои позиции? А её усиление вам в любом случае не на руку.

Встречайтесь, обсуждайте, но договаривайтесь только в свою пользу. Пусть власть идет на уступки, но не вы.

Поверье, это не просто слова. Многие вот так шли на компромисс, а потом им говорили: «Простите, ничего личного, только бизнес». Это излюбленная тактика администрации президента, вы должны быть к этому готовы. Готовы к тому, что никто не собирается играть с вами честно.

2.4. Спойлеры. Они у вас будут: и от партий-спойлеров типа КПСС, Коммунистов России, и в виде однофамильцев и прочих двойников. Поставьте своим юристам задачу поработать над их снятием с дистанции в связи с нарушениями. Но слишком много внимания им уделять не надо, особенно не надо заниматься постоянным отбиванием чернухи, которую они могут против вас распространять. Вы на этом только потеряете время и сами же поможете распространению негатива. Какими бы ни казались обидными обвинения, вам нужно держать позитивную повестку и ни за что не надо оправдываться. Избиратели не так глупы, чтобы на слово верить проходимцам.

Также не надо конкурировать со спойлерами. Ведите свою кампанию, не позволяйте загонять вас в чужой фарватер. Пусть они выходят со своими инициативами, у вас должны заведомо быть свои, и на них вам и нужно сосредоточиться. Помните: избиратель способен понять кто реальный, а кто мнимый игрок. Не давайте навязывать вам чужую игру, играйте в свою.

Главное – вы должны быть максималь-



МЫ МОЖЕМ ПОБЕДИТЬ, А ЗНАЧИТ – ДОЛЖНЫ!



ПОБЕЖДАТЬ НУЖНО ЗДЕСЬ И СЕЙЧАС. ВСЕ ПРЕПЯТСТВИЯ ПРЕОДОЛИМЫ. У НАС ПРЕКРАСНЫЕ ШАНСЫ!

ОТ ВАШЕЙ АКТИВНОСТИ, СИЛЫ, УВЕРЕННОСТИ ЗАВИСИТ ВАША ЛИЧНАЯ СУДЬБА, СУДЬБА ПАРТИИ И СУДЬБА СТРАНЫ



УДАЧИ НАМ, УСПЕХОВ И ПОБЕДЫ!

В целом у КПРФ и у вас лично в этом году хорошие шансы получить поддержку избирателей. Все препятствия, которые стоят перед нами, преодолимы. Будет нелегко, но победить мы можем. А значит, должны.

Возьмите на вооружение правило – **«здесь и сейчас».** Нам надо победить не когда-то, а здесь и сейчас. **Больше шансов у нас не будет, но сейчас у нас прекрасные шансы.** От вашей активности, силы, уверенности зависит ваша личная судьба, судьба партии и судьба страны, потому что, победив, мы сможем инициировать перемены. Никто другой их реализовать не сможет. А ещё пять лет такого режима, как сейчас, страна не выдержит.

Удачи нам, успехов и победы!

Ю.В. АФОНИН,
член Президиума,
секретарь ЦК КПРФ:
«Укрепление организационно-партийной и кадровой вертикали в преддверии федеральных выборов 2016 года»

Уважаемые товарищи, мы все с вами прекрасно понимаем, что успех любой избирательной кампании – это слагаемое



целого ряда факторов, слагаемое нашей работы. Но очень многое будет зависеть от того, как сработает на этой избирательной кампании наша с вами организационная вертикаль, которая выстраивалась десятилетиями и совершенствованию которой уделяется серьезное внимание руководства партии, Председателя партии и Президиума.

Необходимо отметить, что в этом зале присутствуют не только первые секретари, но и кандидаты в депутаты Государственной думы. Каждый из них должен понимать, что во многом работа по округам будет исходить из той команды, тех партийных комитетов, которые будут работать и в рамках пропаганды наших идей, и в рамках популяризации Коммунистической партии Российской Федерации, но работать на каждого одномандатника. Поэтому хотелось бы, чтобы по итогам выборной кампании мы не только серьезно увеличили своё представительство, но и укрепили наши структуры.

Надо сказать, что 2015 год был годом достаточно активного развития наших организаций. Мы приняли в партию более 15,5 тысяч человек. Рост на 2 тысячи по сравнению с прошлым годом. А за последние шесть лет, несмотря на смену по-

колений, несмотря на то что, к сожалению, многие наши старшие товарищи уходят от нас, партия выросла более чем на 10 тысяч человек. Причём средний возраст партии – чуть более 55 лет, это такая хорошая энергичная команда, которая может работать на результат.

У нас самое разветвлённое в стране среди политических структур первичное звено партийных организаций – более 14 тысяч. Выполняя решения наших партийных плену-

мов и конференций, за прошлый год мы серьезно увеличили количество первичных партийных организаций на селе и, самое главное, увеличили количество парторганизаторов.

Хотелось бы также поблагодарить наши региональные комитеты, которые при очень внимательном контроле со стороны Центрального Комитета уделяли внимание укреплению

партийных структур.

Есть организации, которые уже традиционно несколько лет серьезно дают прирост и, самое главное, эффективность работы наших партийных комитетов. Тюменская партийная организация – второй год приём более 30 процентов. И мы видим эффективность работы этой организации.

Наши товарищи из Крыма, из Севастополя, которые не так давно начали работать с нами в рамках Компартии Российской Федерации, тоже показывают отличную динамику. Традиционно хорошо на этом направлении работают Омская организация, Новгородская. Активно работает Тульская организация. У нас хорошая прибавка в Ямало-Ненецком автономном округе.

2016 год – это не только выборы депутатов Государственной думы, депутатов региональных законодательных собраний, но это огромное количество выборов в органы местного самоуправления. Мы уделяем внимание и этому уровню власти. Мы должны на фоне более крупных федеральных кампаний не упустить количество выдвигаемых на эти выборы и, самое главное, борьбу за муниципальные мандаты. Потому что мы в поддержку федеральной кампании и региональным кампаниям

ВЫСТУПЛЕНИЕ
Ю.В. АФОНИНА

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

получаем большое количество агитаторов на местах.

В прошлом году мы выдвинули порядка 16 тысяч кандидатов. Это достаточно прилично. Избрали 3300 человек. У нас на муниципальном уровне порядка 10 тысяч муниципальных депутатов. Задача каждого партийного комитета не забыть про этих людей, даже если они являются не членами партии, а нашими сторонниками, и активно включить их в избирательную кампанию. Фактически они плюс их родственники, друзья и знакомые – это серьезное закрытие избирательных участков, потому что каждый муниципальный депутат иногда привязан всего лишь к одному-двум-трем избирательным участкам.

Руководство партии уделяет серьезное внимание кадровой политике, обучению и расстановке кадров. У нас с XV съезда произошли кадровые изменения в 15 региональных комитетах, где были избраны новые первые секретари. И все они очень эффективно включились в нашу партийную работу, причём, наряду с нашими молодыми секретарями, о которых уже говорили (тот же Ивачёв, Камнев, Елена Кукушкина, Олег Лебедев в Туле, который активно проводит встречи, выпускает очень яркие агитационные материалы, причём не для только Тульской области), пришли на руководящие посты очень опытные наши товарищи.

Вот мы вчера проводили собеседование по группам. В группе, в которой я проводил собеседование, была Астраханская областная организация. Её возглавляет Виктор Филиппович Вострецов. Возможно, он сегодня будет выступать. Но я хотел бы привести пример. Советский партийный руководитель, прошедший большую школу, никогда не терявший связь с партией, сохранивший партбилет КПСС и сразу восстановившийся в Коммунистической партии Российской Федерации, руководитель с двадцатилетним стажем крупной организации. Он возглавил партийный комитет, навёл порядок и в оргработе, и в работе других структур и окружил себя яркой молодой командой.

Халит Аитов, секретарь по организационно-партийной работе, 29 лет, лидер нашего астраханского комсомола. Создал спортивный клуб при поддержке Геннадия Андреевича Зюганова и Центрального Комитета партии, более 12 направлений. Сейчас занимается серьёзной партийной работой.

Илья Репин, протестное движение, 30 лет. Александр Токарев, 37 лет, геолог, главный редактор газеты.

Есть секретарь по молодёжной политике.

Кстати, все эти ребята – выпускники Центра политической учёбы при Центральном Комитете партии. Нам необходимо этот резерв максимально использовать в ходе проводимых у нас на местном и региональном уровне отчётных и выборных конференций.

Похожая ситуация во Владимире. При опытном Анатолии Владимировиче Боброве работает эффективно молодая команда, которая ставит тоже серьёзные, амбициозные задачи.

Отчётно-выборная кампания, которая у нас с вами идёт. У нас практически в большинстве регионов прошли собрания в первичных организациях, начинаются в местных. Нам с вами предстоит провести региональные конференции, на которых будем отчитываться о работе и избирать делегатов на съезд партии. У кого-то вторым этапом пойдёт выдвижение в законодательные органы власти. Надо активно использовать это для того, чтобы молодёжь, с одной стороны, получила доверие, но, с другой стороны, получила возможность участия в работе по этому направлению.

Кстати хочу сказать, что власть, понимая значение молодёжи, уделяет серьёзное внимание этому. Есть Федеральное агентство по делам молодёжи. Оно реализует ряд молодёжных проектов. Но хотел бы подчеркнуть следующее. Это одно из единственных ведомств, которое серьёзно увеличило финансирование по итогам принятия бюджета. С другой стороны, несмотря на то, что оно находится в формальном подчинении Министерства образования, многие руководящие вопросы принимаются в управлении внутренней политики администрации президента, которая фактически варит политическую кухню и пытается через такие инструменты воздействовать на современную молодёжь.

Уважаемые товарищи, нам очень важно в подборе кадров не допустить ошибок при выдвижении в органы местного самоуправления и в региональные законодательные собрания. Кадровая комиссия при Президиуме ЦК провела большую работу, и мы здесь с вами не просто встречаемся, а уже начали на местах активную работу при подготовке к выборам в Государственную думу. Но у нас, к сожалению, в 2015 году в ряде организаций, в

**ВЫСТУПЛЕНИЕ
Ю.В. АФОНИНА**

частности, в Калужской, были ошибки по выдвижению кадров, которые привели к определённым результатам. Нам удалось решить эти вопросы, но мы не должны допускать таких ошибок. С другой стороны, мы сами должны понимать, что в условиях подготовки к выборам и к избирательной кампании внимание к каждому из нас будет предельно серьёзное. Будут провокации. Но и мы своим поведением должны показывать, что не можем подставлять партию, и каждый свой поступок, даже в частной, личной жизни, соотносить с интересами партии и задачами в ходе избирательной кампании.

Ещё один вопрос хотел бы отметить. В этом вопросе не только идеологическая составляющая, но и серьёзная организационная борьба. Валерий Фёдорович Рашкин об этом говорил, о партийных спойлерах. На самом деле те партийные комитеты на прошлых региональных выборах в 2015 году, которые внимательно отнеслись к их выдвижению, смогли отбить их возможность юридически зарегистрироваться. Потому что реально 15–18 тысяч подписей честных собрать на региональных выборах невозможно. Пошли в суд в Татарстане. Добились, их не было. Пошли в суды и в правоохранительные органы в Челябинске, были возбуждены уголовные дела против горбачёвых и так далее. То же самое на Ямале. Давайте внимательно к этому относиться. Ивачёв вчера выступал. В Свердловской области будут в марте выборы в Реже, в населённом пункте. Мы знаем, что «Коммунисты России» постараются бросить туда силы, чтобы добиться без сбора подписей права участвовать в выборах в Законодательное собрание Свердловской области. Нашим товарищам надо активно отработать и не допустить этого.

Пермский край, шесть бюллетеней будет. Одномандатник в Госдуме, списочник в Госдуме, одномандатник в заксобрании, список в законодательное собрание и в муниципальную городскую. Жеребьёвка будет разная. У нас номера разные. Полная путаница и так далее. Поэтому мы должны на региональном уровне это отбить, а на федеральном уровне показать принципиальную разницу и добиться того, чтобы избиратель не путал нас с этими проходимцами.

Ещё одна из важнейших задач – это, конечно, задача контроля. Наши организационные структуры нацелены на неё. Я хотел бы вам пример привести. В 2015 году было выпущено Институтом развития

избирательных систем несколько интересных материалов, в том числе и доклад, связанный с итогами сентябрьских выборов 2015 года. Там была определённая процедура. Выбраны были участки, где средний результат за «Единую Россию» аномально высокий, 74 процента. Когда стали проводить предметные исследования, соцопросы, сбор информации, корреляцию предыдущих результатов, оказалось, что реально на этих участках голосовали 35 процентов. Кроме того, был проведён серьёзный анализ статистического распределения результата партии власти по участкам.

На основании всех полученных данных был сделан чёткий научный вывод, который большинство социологов и политологов не отвергают, что реальный результат «Единой России» по этим регионам, а там, кстати, была Кемеровская область и ряд других регионов, составил 39 процентов. Притом, что официально был начислен 61 процент в массе этих регионов. То есть фактически защитой своего результата мы могли бы добиться не менее чем в полтора раза увеличения результатов нашей партии и, наоборот, уменьшения результата «Единой России».

Нам очень важно заходить в разные аудитории. У нас прекрасно развивается организация «Дети войны», Женский союз, Союз советских офицеров, работает молодёжная организация. Но я хотел бы заострить внимание на категории избирателей от 18 до 35 лет. Их сейчас в России, по данным переписи населения, порядка 34 миллионов. Это фактически треть избирателей Российской Федерации. Эта категория очень своеобразная. С одной стороны, она очень критически относится к действующей власти, потому что мало кто из этих ребят имеет серьёзную жизненную перспективу. Они раздражены. С другой стороны, они достаточно политически дезориентированы и не имеют советского опыта. Во время некоторых дискуссий, которые происходят, молодёжь слушает со вниманием, но с непониманием сути. Поэтому, конечно, одной из основных задач работы с этой аудиторией стоит задача просвещения. Я знаю, что многие организации в этом направлении работают. С другой стороны, мы должны реализовать целый ряд ярких молодёжных проектов. Геннадий Андреевич говорил об этих крупных проектах, и спортклуб, и «Знамя Победы», и «Земля талантов». Давайте активнее в них будем принимать участие. Там, где в регионах заработали спортклубы, у нас колоссальный приток

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

молодёжи в комсомол и в партию. Там, где мы прошли с уроками «Знамя Победы», у нас тоже есть серьёзный эффект. В разных регионах, к сожалению, внимание к этому разное. Некоторые говорят: мы в школу не пойдём. Не было ещё ни одного отказа, если потребовалось вмешательство Геннадия Андреевича Зюганова в эти процессы и напрямую обращение губернаторов. Но, с другой стороны, эта аудитория получает информацию совершенно не из телевидения, не из радио, не из газет. И даже на сайты они заходят только после того, как получают информацию об этих сайтах из социальных сетей.



Вот работа в социальных сетях с этим заведомо протестным электоратом – одна из наших принципиальных задач. Потому что на этом поле «Единая Россия» набрать ничего серьёзного не может, несмотря на усилия. Бюджеты разворачиваются, молодёжь чувствует искусственность этой информационной кампании власти в социальных сетях, а Навальный пытается этот протестный электорат вытянуть на себя. И, кстати, многие тезисы в молодёжную среду, что, дескать, мы с вами являемся чуть ли не теми, кто соглашается с действующей властью, идут не от власти, а от господина Навального, который пытается на эту 30-миллионную аудиторию активно работать. Это мы должны понимать.

Уважаемые товарищи, у нас есть много различных общественных проектов. У нас интересно работают региональные структуры. Но мы должны все эти проекты, всю нашу работу, всю организационную вертикаль в этот раз чётко подчинить одной цели – успешному, эффективному результату на выборах. Время играет на нас, но всё будет зависеть от того, как эффективно, грамотно и целенаправленно мы с вами поработаем.

**М.С. КОСТРИКОВ,
секретарь ЦК КПРФ:
«Задачи агитационно-
пропагандистской работы отделений
КПРФ в свете избирательных
кампаний 2016 года»**

Уважаемые товарищи!

Последние два года на наших семинарах мы неоднократно поднимали вопросы сохранения политической идентичности нашей партии, и сегодня, накануне предвыборного марафона, эта задача встала перед нами во весь рост.

Стратегия власти в борьбе с нашей партией

на выборах уже вполне отчетливо просматривается. Нас будут стараться растворять в массе партий-обманок. Наши лозунги будут перехватывать наши прямые конкуренты, и на фоне кризиса и обвала уровня жизни населения происходит откол голосов от «Единой России», что уже было подмечено справедливо в этой аудитории. Но провластные политтехнологи, с одной стороны, рассчитывают компенсировать его чисто административно в одномандатных округах, а, с другой стороны,

за счёт деятельности спойлеров, задача у которых одна – это запутать избирателя вплоть до того, чтобы просто заставить совершить ошибку в бюллетене, просто поставить галочку не за ту компартию.

Отдел по агитации и пропаганде пристально следит за ситуацией с партиями-спойлерами и не раз уже направлял в региональные комитеты свои материалы. Последней была подробная записка о партии «Коммунисты России», я вас призываю не забывать о том, что у нас есть постоянная задача получать из регионов информацию о деятельности партий обманых, их региональных отделений, у вас и, пока, к сожалению, эта обратная связь работает не слишком хорошо.

Ситуация между тем развивается весьма динамично. Буквально только что, на днях, создана очередная обманка для патристически настроенных граждан, для тех, кто воспринял близко к сердцу «Русскую весну». На базе движения «Новороссия» создан некий «Комитет 25 января», ещё он себя именует «третьей силой». Если кто забыл, то в период предыдущей федеральной избирательной кампании 2011–2012 годов

**ВЫСТУПЛЕНИЕ
М.С. КОСТРИКОВА**

так себя называло движение Кургиняна «Суть времени», они тоже себя именовали третьей силой.

Кто же вошёл в «Комитет 25 января»? Вот наиболее известные личности. Это Владимир Кучеренко, известный под псевдонимом Максим Калашников, тот самый, который вовсю эксплуатировал в своих книгах тему ностальгии по советскому наследию. Игорь Гиркин, он же Стрелков. Анатолий Несмеян – это известный блогер Эль Мюрид. Эдуард Лимонов, Кунгуров, радикальный националист Просвирнин. Сами о себе они говорят, что объединили в своем Комитете и красных, и белых. Излишне указывать, что все представленные личности известны своими метаниями, прежде всего, по политическому полю – от обличения Путина до его горячей поддержки и вплоть до скатывания, в случае с Просвирниным, в откровенный фашизм. Естественно, все эти личности являются принципиальными борцами, борцами за денежные знаки, и желательно в твёрдой валюте.

В блоге Кучеренко (Калашникова) содержится нечто вроде декларации этого Комитета. Его создатели сошлись во мнении о том, что, цитирую: «Положение в России скатывается к системному краху, что прозападные либералы уже не скрывают своего злорадства и заранее примеряются к власти и что сама власть делает всё для своего падения. Ситуация сильно напоминает канун Майдана на Украине, при этом в стране нет здоровой третьей силы, противостоящей как тупиковым обанкротившимся охранителям, так и прозападным белоленточным».

Обратите внимание, коммунистов здесь вообще нет, есть третья сила в виде «Комитета 25 января», есть «обанкротившиеся охранители» и есть «прозападные белоленточные». Вектор просматривается более чем чётко.

Какие цели продекларированы этими комитетчиками? – Сохранить страну в границах РФ и не допустить её распада, как в 1991 году, а в дальнейшем вести политику на воссоединение русского народа в одном государстве. Равноправие русского народа со всеми прочими народами. Государство воссоединения русского народа должно быть справедливым, суверенным во всех отношениях, развитым научно, индустриально и аграрно, что потребует совсем не либерально-монетаристской политики и, наконец, сильная центральная власть должна сочетаться с сильным же местным самоуправлением. То есть за всё хорошее, против всего плохого, и главная цитата из этого документика: «Наша позиция в отно-

шении действующей власти – нейтралитет», т.е. на Путина они наезжать не будут.

Идёт информационная накачка и ранее созданных структур-спойлеров. Сурайкинские «Коммунисты России» недавно выступили с инициативой вернуть нашей северной столице имя Ленина, и будьте готовыми к тому, что и эта структура, и другие партии-обманки будут подобные крикливые инициативы пропихивать в средствах массовой информации, потому что накачивают информационно и финансово и КПСС, которая почти наверняка примет участие в выборах, и даже карликовую ОКП с ренегатом Лакеевым.

Активизировался Кургинян со своим движением «Суть времени», и многие, к несчастью, наши сторонники партии и даже члены партии говорят, что с Кургиняном-то можно и посотрудничать, как же, ведь он тоже за Сталина, за народные республики Донбасса, за проект «СССР 2.0».

Друзья мои, то же, да не то же. Позвольте мне привести одну цитату, извините заранее за то, что она несколько длинновата, но я специально не стал ничего из неё выкидывать, чтобы не было впечатления, что это что-то вырванное из контекста. Итак, цитата: «К концу 40-х годов индустриальность в СССР из радужной перспективы превратилась в прозаический факт. Перед страной во весь рост встала проблема «нового» будущего. Решить её маразмизирующий сталинизм, естественно, не мог. На Хрущёва и пришедшую с ним команду «шестидесятников» была возложена сложнейшая историческая миссия – реформировать, вывести из кризиса индустриальный социализм и – одновременно – дать стране будущее.

Итак, Хрущёв, понимаемый сегодня в основном лишь через призму либерализации, должен был решить многие задачи помимо разоблачения «культа». Само по себе такое разоблачение могло лишь «поджечь» начинающее окостеневать советское общество на сравнительно недолгий срок – за счёт высвобождения негативной энергии по отношению к действительно чудовищным злодеяниям сталинизма.

«Сжигая» сталинизм, можно и нужно было разогреть общество прежде всего для антикризисной реформы индустриального социализма».

Знаете, чьи слова? Сергея Ервандовича Кургиняна. Книга, которая эти слова содержит, – это сборник его работ, вышел он в 2010 году, буквально за несколько месяцев до того, как он триумфально стартовал на нашем телевидении в программе «Исторический процесс». И там, в «Историческом процессе», уже был прозревший Кургинян, который яростно

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

защищал Сталина, Советское государство, громил Сванидзе на радость нашей левопатриотической общественности.

Комментарии, по-моему, излишни, но я могу ещё одну цитату привести из этой же книги. Буквально черед 9 страниц Кургинян пишет: «Перестройка дала мне, как творческому человеку, – всё. Защита перестройки – для меня не социальный заказ, а жизненная необходимость». Эту книгу, её электронный вариант и сейчас можно найти на официальном сайте Сергея Ервандовича.

Что можно этому противопоставить? Прежде всего, надо признать, что власть не даст подробно обсуждать положения нашей антикризисной программы. Отсюда нам предстоит сконцентрироваться на нескольких центральных лозунгах и взять именно те темы, которые политические силы и прочие трогают крайне неохотно. Самая болезненная социальная язва сегодня – это стремительное обнищание населения. Многие чувствуют себя буквально выброшенными из жизни. Они потеряли работу, не могут оплатить жильё, лишились доступа к медицинской помощи и к образованию, и ответ у нашей партии есть уже давно. И мы его можем формулировать в лозунге, например, «В России нет лишних людей», «Работа для всех», «Медицина для всех», «Образование для всех». Это всё, что у нас уже сформулировано в наших программах: в России нет лишних людей. Мы не позволим никого выкидывать из жизни.

Ключевая позиция нашей программы, которую очень мало кто у нас сможет перехватить, потому как это в значительной степени табу – это национализация. В силу того, что для олигархии это равносильно смерти, говорить об этом очень мало кому дозволено, разве что Жириновскому. Даже в пресловутом плане Глазьева вопросы национализации старательно обойдены стороной, поэтому нам нужно сполна отыгрывать пропагандистский эффект от этого требования, и этот трёхзвенный лозунг, который уже фигурировал в выступлении Дмитрия Георгиевича Новикова, нам надо брать на вооружение: «Национализация. Независимость. Народный контроль».

Есть локальные темы, которые нужно тщательно отслеживать и оперативно перестраивать пропаганду, используя их в агитации. Сейчас новости пестрят сообщениями о преступлениях коллекторов, выбивающих долги из населения, одно за другим. Смотрите, статистика на конец 2015 года говорит нам о том, что закредитованность граждан России перешагнула все возможные пределы. Заёмщиков в стране 35 млн. 35 млн эта тема

затрагивает практически напрямую. Каждый пятый просрочил платеж. У 6 млн человек так называемые плохие долги с просрочкой 60 суток и более. Все 6 млн. – жертвы коллекторов, и мы должны с ними работать и не отдавать другим партиям на откуп эту тему.

Посмотрите на применяемые современными мытарями методы. – Запугать, сломать, довести до самоубийства, ребёнка в кроватке сжечь. Пугают у нас народ власти тем, что вернутся лихие 90-е. А мы разве не можем сказать, что этот узаконенный государством рэкет – коллекторы – это и есть вернувшиеся бандюганы из 90-х? КПРФ не имеет права, повторюсь ещё раз, отдавать эту тему.

Способы работы. Практика говорит о том, что наибольшего эффекта наша партия достигает тогда, когда присутствует на улице. Это не отменяет того, что мы должны работать в средствах массовой информации, в социальных сетях и в Интернете в целом. Но максимальный эффект получаем, когда человек имеет дело с нашим агитатором и непосредственно получает не через ящик, а из рук в руки агитационную продукцию.

С февраля силами ЦК начинается все-российская агитационная кампания на баннерах. Макет такого баннера вы можете найти в агитпункте на сайте политического просвещения, там он уже готов для передачи в рекламные агентства. У нас есть козырь. Партии-обманки практически не имеют актива, поэтому на улице они нам конкуренции не составят. И они ничего не смогут противопоставить таким нашим акциями, как «Красные в городе». Свою модификацию, кстати говоря, этого метода работы под названием «Красная карусель» предложили в ходе форума выпускников Центра политической учёбы молодые коммунисты из Саратова, и мы готовы этим опытом делиться.

Помимо непосредственной раздачи агитационной продукции из рук в руки, такие акции дают возможность демонстрировать на улице свой флаг, создать у граждан ощущение присутствия многочисленной и мощной силы, а это важно для многих, т.к. многие граждане привыкли держать сторону сильного.

Но, хоть у нас работа в социальных сетях и подвергалась определенной критике вчера, эту тему, я считаю, соглашаясь и с другими нашими товарищами, тоже забрасывать не нужно. Год назад, в январе 2015 года, отдел по агитации и пропаганде запустил всероссийскую акцию «Ленин жив». Тогда это делалось, прежде всего, в знак протеста против сноса памятников Ленину на Украине. Акция

заклучалась в том, чтобы сфотографировать рядом с памятником в своём городе и разместить эту фотографию на своей страничке в социальной сети под соответствующим хештегом. Мы выбрали на английском языке #LeninLives – «Ленин жив». При этом мы просили участников не просто размещать свои фотографии в сетях, но отмечать на фото своих товарищей, делать репосты на своей странице и т.д. Уже тогда нам удалось привлечь 14 тыс. человек к этой акции, причём помимо россиян в ней участвовали граждане Белоруссии, Украины, Донецкой, Луганской народных республик, Казахстана, а также из Мексики, Китая, Португалии и Кубы. В дальнейшем в течение года мы ещё несколько этапов этой акции провели.

Что это даёт? Наши сторонники единогласно резко повышают свою активность в социальных сетях. Сразу создавалось ощущение, что нас много. И, чтобы старшие товарищи лучше поняли эффект, социальные сети – это то же самое, что «Красные в городе» на улице, такого рода акции.

В этом году мы акцию повторили к 92-летней годовщине смерти Владимира Ильича, немножко в другом формате. Мы предлагали размещать фотографии с профилем Ленина на груди. Вы их можете видеть на стенде, часть участников акции на выставке представлена, но я предлагаю всем присоединяться к подобным акциям в будущем, потому что мы планируем на 23 февраля провести такого рода акцию тоже в социальных сетях под названием «Красная Армия всех сильнее». Я думаю, что это не менее важно сегодня, чем выйти одновременно на демонстрацию 23 февраля.

Перед выборами партии нужно мобилизовать свои творческие силы. С нами уже сотрудничают замечательные художники-плакатысты, но уверен при этом, что мы знаем, по крайней мере в Центральном Комитете, не всех, поэтому отдел запланировал проведение открытого конкурса агитационных плакатов, пропагандирующих партию, её ключевые программные установки. Определение лучших работ будет происходить в ходе интернет-голосования, и по его итогам состоится вручение призов. Но главная задача этого конкурса – выявить творческий потенциал агитаторов-пропагандистов партии. Лучшие работы конкурса могут быть применены в ходе кампании по выборам депутатов Государственной думы. В качестве участников конкурса мы рассматриваем как членов партии в первую очередь, так и её твердых сторонников – беспартийных. Площадкой конкурса станет сайт журнала «Политиче-

ское просвещение», и целевой аудиторией этого сайта как раз являются партийные агитаторы и пропагандисты. Конкурс пройдёт в феврале – апреле 2016 года. Я призываю следить за той информацией, которую будет Центральный Комитет распространять, и активно его поддерживать.

Ещё раз подчеркну необходимость полноценного использования информационных возможностей партии её региональными отделениями. С этим далеко не всё благополучно. Вопросы расширения корреспондентской сети «Правды», телеканала «Красная линия» решаются у нас медленно. Не все региональные комитеты оценили важность продвижения партийного телеканала в местных кабельных сетях.

В декабре ушедшего года Президиум ЦК рассмотрел вопрос о подписке на «Правду». С этим в целом ряде организаций дело обстоит попросту безобразно, и другого слова нет. Напомню, 2 года назад мы с вами поставили перед собой задачу увеличить число подписчиков газеты до 100 тыс. человек. К решению этой задачи мы пока даже не приблизились. Постановление, принятое в декабре 2015 года, по итогам обсуждения, вам роздано. Я прошу с ним ознакомиться, и тем, кто там упомянут, ситуацию нужно исправлять немедленно.

Многие молодые коммунисты говорят, что подписываться на бумажную газету нет необходимости, мы её в Интернете читаем. Можно, и я сам это делаю. Но, к слову, новый сайт «Правды» запущен силами редакции и нашего отдела совместно. Там есть привязка к социальным сетям, но при всём при этом что мешает коммунисту подписаться на бумажную версию газеты и отдать соседу – пожилому ветерану? Читайте её в Интернете, но выпишите при этом, если у вас есть возможности, и отдайте соседу. Я знаю людей, которые так делают. Это великолепная форма агитации и того, чтобы установить личные контакты с гражданами.

И напоследок. Многие задавали в эти дни вопросы о том, как относиться к ситуации с высказываниями президента о том, что Ленин заложил атомную бомбу под СССР. Я считаю, что мы к произошедшему должны относиться сугубо положительно, прежде всего, хотя бы потому, что спустя почти столетие после революции, через 25 лет после яростной антиленинской пропаганды простое упоминание на совещании имени Ленина заставляет некоторых, у кого в друзьях сплошь ротенберги да олигархи, заикаться по три раза на два слова. Уже само по себе неплохо. Но последовавшая реакция на это высказывание, попытка

ВЫСТУПЛЕНИЕ М.С. КОСТРИКОВА

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

всех, начиная от пресс-секретаря президента, срочно исправить ситуацию, говорит о том, что эта несдержанность – это был для Президента выстрел в ногу. Почему потребовалось срочно разворачивать целую операцию информационного прикрытия? Да ответ-то очевиден. Общество с очевидностью отрицательно восприняло этот пассаж. Я лично сталкивался с тем, что многие просто не хотели верить в то, что президент эти слова произнёс.

Теперь официальная пропаганда массу усилий прикладывает к тому, чтобы исправить положение, отмазать главу государства от его же собственного высказывания.



Риску предположить, что мы с вами только что получили свидетельство серьёзного слома в массовом сознании, который происходил незаметно, но сейчас имеет уже качественные характеристики. Вспомните, в какой-то момент перестала работать анти-сталинская пропаганда. Сегодня Сталин уже практически в защитниках в нашем обществе не нуждается. Сейчас уже в значительной степени Сталин больше работает на партию, чем партия наша на Сталина.

И вот на наших глазах в ситуации тотального раскола общества на разжиревшее крохотное меньшинство и ограбленное подавляющее большинство начинается ренессанс Ленина, уже начался. И надо поблагодарить президента за то, что он нам помог это явление вскрыть. Можно не сомневаться в том, что каждый шаг нашего зарвавшегося олигархата делает ленинские идеи ещё более актуальными и востребованными обществом и опасными для власти.

**Заключительное слово
Председателя ЦК КПРФ
Г.А. ЗЮГАНОВА**

У нас по нашей истории, в целом о нашем фундаменте есть «Модель ленинско-сталинская». Мы подготовили четыре фильма, сейчас посмотрим первые два, и подумайте, потому что нам надо сделать большую заявку. Если мы их доведём до широкой аудитории, это очень хорошо поработает на все поколения.

(Идёт демонстрация двух фильмов).

Друзья, мы посмотрели первые две серии. Ещё будет третья серия, «Испытание войной», и четвёртая, «Новые возможности». Все четыре серии подробно характеризуют великий прорыв человечества в советскую эпоху, беспрецедентный пример СССР, Ленина

и Сталина, как можно это решить на практике. Решалась эта задача на практике в стране, которая до этого испытала невиданный позор. Она проиграла подряд три войны.

Когда говорят, что был талантливый царь, была могучая империя, царская эпоха имеет очень разные измерения. В царскую эпоху был Александр Невский, который в 23 года разбил тевтонов и заложил основы русского государства. Был Иван Грозный, который впервые в 16 лет венчался на царство и за 10 лет укрепил и создал государство, с которым стали считаться в Европе. Был Пётр Великий, который в 37 лет Карла XII разгромил и заявил на весь мир, что у нас будет великая страна. Родилась могучая империя.

Были и те, кто, собственно говоря, заложил индустриальные основы. Когда Александра III убеждали не строить Транссиб, он сказал: иначе трудно в перспективе

будет удержать и уберечь страну. Бурно развивается мир на Западе и Востоке, нашу империю должны стянуть железные рельсы. Это, прежде всего, нервы – провода, сосуды, без этого мы не решим многие проблемы. Ему сказали, что невозможно в нашей стране построить семитысячекилометровую дорогу, что через Енисей, который имеет мощное течение, ещё никто не строил такие мосты, и каким образом вы будете прокладывать дорогу в сибирских городах в 40-градусные морозы? Он сказал: всё равно мы решим эту проблему. Ему заявили, что никогда не окупится эта дорога, и деньги будут выброшены на ветер. Подписывая указ, он обратился к деловым людям Российской Империи, и они сбросились – один миллиард золотом собрали в общую казну, и 400 миллионов золотом выделил царь. Строили дорогу киркой, тачкой и лопатой. Строили по 400 км в год и построили.

Она окупилась в 1941 году, я думаю, авторы фильма покажут, ровно за 3 месяца. Если бы не перебросили шесть дивизий из Сибири и Дальнего Востока под Москву (а тут рядом в четырёх километрах стоит памятник великолепный сибирским дивизиям, на этой горке полегли 2 батальона морпехов), я думаю, судьба Москвы могла бы быть другой. За 3 месяца за Урал была переброшена тысяча с лишним заводов. За Первую мировую войну – ни одного. Тогда господствовала точка зрения, что немец до Урала не дойдёт, но Транссиб окупился, и в этом году мы будем отмечать ровно 100 лет, как он вошёл в строй.

Но были и деятели типа Николая II, о котором его отец Александр III, талантливый государь, говорил: «Николашка к царству не готов, ему Бог не дал ни ума, ни воли». И тут начались большие беды, начиная с Ходынки, где затоптали полторы тысячи человек, а Николай II сидел во французском посольстве, пил шампанское и даже не подумал о своих поданных. Начались революция 1905 года и позорный проигрыш Русско-японской войны, когда Столыпин посчитал и посмотрел – каждый второй наш солдат не умел читать и писать, а в японской армии были все грамотные, и внёс предложение ввести в России начальное всеобщее образование. Но царскому двору времен Николая II – это уже не Петр Великий был и не Иван Грозный – не нужны были образованные люди, нужны были Распутины и кадровая чехарда, отказались. Попытались в 1916 году ввести, но уже продули Первую мировую.

Никаких оснований, никакого толку влезать в Первую мировую войну не было. Но у нас на 80–95 процентов промышленностью царской России уже владели банкиры Лондона, Парижа, Нью-Йорка. А раз ты залез в долги, в кредит по самые уши, несамостоятелен, давай вылезай и обслуживай. И вынуждены были обслуживать с самым печальным и трагическим результатом.

В 1916 году лидеры шести думских фракций, которые образовали так называемый прогрессивный блок, пришли к царю, среди них не было ни одного большевика. Пять большевиков, которые были в Думе, когда они выступили против войны, были сосланы в Турханский край. Среди этих лидеров шести фракций были одни буржуи. Почти дословно сказали: государь, империя распадается, транспорт, промышленность парализованы, армия дезертирует. У тебя Распутин с жёнушкой организовали полную чехарду кадров. Страна неуправляема. Давайте сформируем дееспособное правительство, иначе будет полная катастрофа. Царь соглашается. Через два-три дня его домашние укатали, и он отказался.

Ленин, находясь десятый год за кордоном, в январе 1917-го года собирает круг своих соратников и говорит: похоже, в России всё глухо, революции не предвидится. Человек, который всю жизнь мечтал о революции, высказал сомнение, что она наступит быстро. Она началась через сорок дней. Началась с бунта голодных женщин, которым не досталось по булке хлеба на Невском.

Можно было усмирить женщин. Но когда пришли к полицмейстеру Санкт-Петербурга, он ответил дословно: с бабами воевать не буду, всё сгнило.

Когда Николай отрёкся, то не Ленин со Сталиным приходили и требовали его отрешения. Приходили Шульгин и Гучков, октябрист и монархист, требуя отрешения.

Не Ленин, не Ворошилов с Будённым отправили Николая в ссылку. Временное правительство создало комиссию. Царь и его окружение предали. Арестовали царя вместе с семьёй, хотя семью не имели никакого права арестовывать, посадили под домашний арест. Да и сам царь, когда отрёкся, по законам российской монархии обязан был уйти в монастырь, а не сидеть и пить чай. Но пришло абсолютно масонское американо-англо-французское правительство, и только один министр путей сообщения не был

**ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНОЕ
СЛОВО**
Г.А. ЗЮГАНОВА

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

масоном. За восемь месяцев сменились четыре состава. Парализовали окончательно армию. Остановили промышленность. Грызлись за свои доходы. И похоронили великое государство. По сути дела предали и продали.

Фильм показывает, как на обломках гениальный план Ленина и Сталина реализовал великую мечту человечества. Нам нужно эти четыре фильма сделать на кассетах и максимально использовать в любой аудитории, они носят, с одной стороны, пропагандистский, агитационный, а, с другой стороны, учебно-познавательный характер. И на фоне вот такого материала наши кандидаты и вы поработаете плотно с избирателями, со своими командами и представите нашу программу. А сегодня во многом повторяется 1916 год, только 100 лет спустя, когда так же капитал рвёт жирные куски, когда российская олигархия строит себе яхты за миллионы и миллиарды. Когда, собственно говоря, простой человек начинает голодать. Когда 50 тысяч коллективных хозяйств угробили и 40 миллионов гектаров заросло. Когда каждый второй, платя большие деньги и получая образование, не в состоянии получить работу по специальности. Когда жулики, коррупция, мошенничество достигли потрясающих размеров. Это будет исключительно убедительно. И будет влиять не только на рациональное, но и во многом на эмоциональное сознание.

Поэтому давайте поблагодарим авторов, скажем, что они идут верной дорогой. Пожелаем Новикову, Кострикову, Миллеру и их команде завершить эту идею, которая им была предложена своевременно. Они отчасти её реализовали к нашему семинару.

Давайте поаплодируем. Это большой, очень непростой, творческий труд. (Аплодисменты).

Вот сделали ленинградцы шикарную открытку: «Мы вернёмся!». Я бы написал: «Мы вернулись!» или «Мы на марше!», «Центробалт!» или «Путь к Победе!».

Тут серия открыток прекрасных. Они будут выставлены на сайте, и каждый может использовать.

Можно провести общероссийскую акцию в день рождения Красной Армии. Я думаю, у вас у любой остановки, у любого магазина, у любого вокзала каждый возьмет с гордостью, да ещё поставит у себя на столе и будет ждать, когда в сентябре поддержат Компартию избиратели. И будет готовиться к 100-летию Великого Октября.

Вот подготовили – пионеры-герои. Тут у меня уже и Пётр Великий любит Россию и многое другое.

Выпустить сериал на телеканале России-1 «Герои-пионеры». С трудом, но удалось убедить Путина.

Подписан в день рождения комсомола указ о праве создавать школьные молодёжные пионерские организации.

Использовать это на полную катушку. Берите материалы и начинайте агитировать.

Передо мной библиотечка, всего десять работ, которые вам нужны для выборной кампании. Собираетесь эффективно участвовать – положите на столе. Первая и главная – «Время и рабочий класс». Рабочий человек определял и будет определять судьбу нашей страны.

Абсолютно достоверные цифры, «Эпоха Сталина в цифрах и фактах».

Даже репрессии есть по каждому году до одного человека. Не эта чушь – по 10–20 миллионов. До одного человека по каждому году.

Есть всё, что связано вот с этим прорывом. Открыл, крупно написано, таблица, посмотрел, реализуешь.

Много говорят о модернизации. Наше имя модернизации – социализм. Обновлённый социализм. Есть вся доказательная база. На один вечер работы – и можно идти в любой университет и школу.

Дальше материалы нашего IX пленума. Программа КПРФ, её выполнение – это основа. Называю точно: «Программа КПРФ – гарантия безопасности страны и социального прогресса общества». Крупным шрифтом выделено, всё структурировано. Не надо изобретать. Хорошо апробированный материал, прекрасно работает.

Работа с депутатским корпусом плюс материалы съезда. Все основные законодательные инициативы. Плюс тот блок законов, которые мы подготовили.

«Мы у вас есть», «Мы дети дома одного», «Национальный вопрос и его решение в стране» с рекомендациями. Все главные ценности, которые реализуются.

Дальше «Революционное наследие Великого Октября и задачи КПРФ». Мы с вами подробно исследовали. Описана вся методология: марксистско-ленинская изучена и современная западная.

Дальше «Дело Великого Октября и задачи молодёжной политики». Мы с вами выстроили её применительно к молодёжной политике нынешнего дня.

Обобщенно всё это есть в материалах нашего съезда, которые тоже стоит полистать.

Подробно изложено это в последних двух спецвыпусках, один посвящён бюджету, второй – отчёту фракции.

И «Новое оружие глобалистов». Вот о тех вещах, о которых говорили в Орле.

Мы завершим доработку через две недели нашей социально-экономической программы.

Больше ничего не выдумывайте. Не справитесь.

Надо это освоить и идти с хорошо подготовленными кадрами, если сформировать команды и выполнить наказ наших товарищей. Подробно об этом вчера говорил Кравец, сегодня очень обстоятельно говорили Мельников, Кашин, Новиков, Рашкин, Афонин очень подробно, Костриков.

У вас есть всё, что необходимо для старта в самой эффективной информационно-пропагандистской кампании.

У каждого должно быть набито в карманах. Вот у меня в этом кармане ваши календари: вот «Комсомол Крыма – 95 лет», вот Пономарёв в колосьях пшеницы. А тут у меня свои: с Кремлём, с Миным и Пожарским, с университетом, с серпом и молотом, с нашей знаменитой мухинской скульптурой. Я теперь не прохожу мимо ни одной проходной. Любому, кто остановится, поздоровается: спасибо, вот вам на память. Вот наши телефоны. Вот наши даты. Вот сентябрь месяц. Дома поставишь, придёшь и нас поддержишь.

Зря улыбаетесь, работает исключительно эффективно. Многие приходят и говорят: подари ещё календарик. Рассказывают: я случайно его вставил в права, полицейский открывает и говорит: а это что у тебя? – Это я с Андреичем вчера, тут, видишь, с подписью. Он говорит: да брось ты трепаться. Ну, поезжай, привет передай.

Ни одного не забрали по дороге. Попробуйте сами. *(Смех в зале).*

Ещё более того. Теперь говорю: Мельников – первый зам, Кашин – руководитель крупного комитета, Харитонов всей Сибирью, Дальним Востоком владеет.

Вот я посмотрю, сколько в этом ящике на детей Донбасса вы насдавали.

И третье. Это безотказно. Приходишь в любое кафе, в ресторан. Красный Яр, Краснодар, Краснокамск, Краснодон. Кладёшь на стол и говоришь: за золото партии. И стол накрыт. *(Смех в зале).*

Шутки шутками, но это работает.

Не зря американцы придумали: хочешь избраться президентом США, обязан пожать один миллион рук.

У нас это работает ещё сильнее. У нас если пришёл, уважил, уговорил, работает сильнее.

Герман Степанович Титов, царство ему небесное, второй космонавт. У нас Коломенский округ открылся. Говорю ему: Герман Степанович, поддержи, сходи по округу. Он говорит: Гена, какой округ, кому он нужен, ни копейки денег, кого сейчас космонавтика интересует, посмотри, какие там олигархи да бандиты. Я говорю: дайте нам согласие, мы с вами едем на первую встречу и после избрания поблагодарим. Плюнул, поехали. Провели встречу. Избрали его. Избрались с первого захода. Приехали, стоит вот такой мужичок как Щукарь, спрашиваем: ну как выборы прошли? Он говорит: Геннадий Андреевич, Герман Степанович, это не выборы были, а комедия. Там один у нас олигарх шел, деньги раздавал, кашу гречневую давал в простыне. Жириновский, его соколы с бутылками водки. Взяли две бутылки, у себя во дворе хряпнули на халяву, очень приятно. Но проголосовали за порядочного человека – Титова.

Вот если будем работать с людьми, скорее поддержат тех, кто порядочно развивал страну и решал эти задачи.

У нас вчера выступили все до единого на встрече. Сегодня мы ещё раз обсудили, вы выслушали всё: и политические установки, и методологию. У нас есть ещё группа с десятком, кого мы пригласим в ближайшее время на наши штабы, Секретариат и развёрнутое совещание и обобщим опыт.

У нас есть очень интересная работа и на крестьянском поле, и на народном предпринятии, и в малом, среднем бизнесе. Вот Иванова, наш депутат из Санкт-Петербурга, дала мне книжку. Она великолепно отработала там, у неё уникальный опыт.

У нас есть классный опыт работы с учительством.

Наш Штаб в ближайшее время продолжит обобщение и раскрытие этого опыта.

На данном этапе, считаем, достаточно коллективного обсуждения.

А дальше выезжаем на места и всё до единого слова, единой установки в течение одной недели транслируете в свои организации, в свои штабы, своим руководителям, своим организаторам. Обрастёте немедленно активом. Пригласите однокашников, друзей, родственников, пригласите всех, кто в состоянии работать с людьми. И запрягаемся в эту тяжёлую работу, в этот исключительно важный для всех нас и страны поход.

Согласны? – Да.

**ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНОЕ
СЛОВО
Г.А. ЗЮГАНОВА**

III. ЭКСПЕРТНЫЕ ВЫСТУПЛЕНИЯ, МАСТЕР-КЛАССЫ И ОБМЕН МНЕНИЯМИ

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО Председателя ЦК КПРФ Г.А. ЗЮГАНОВА

Доброе утро всем! Наступил новый год по всем основным летоисчислениям. От души поздравляем вас, желаем, чтобы он для нас был успешным.

Наш семинар-совещание состоит из нескольких этапов. Главная задача этого

Задача сегодняшнего и завтрашнего дня состоит в том, чтобы реализовать тот лозунг, под которым шли на выборы Левченко и Локоть: «Услышу каждого!». Возьмем всё лучшее, но сделаем так, чтобы было справедливое общество и все наши недра служили каждому, а не кучке упырей и олигархов!

Поэтому мы вчера на закрытом Президиуме и Секретариате в течение дня выслушали отчёты, информацию, предложения всех секретарей без исключения. Выступили все члены Президиума, изложили свой взгляд на происходящие события и определились с теми задачами, которые видит политическое руководство в лице Президиума и Секретариата ЦК партии. Секретариат, две комиссии (комиссия по выборам и Штаб протестных действий) у нас заседают каждую неделю без перерывов на каникулы, отпуска и всё остальное. Они разбирают все проблемы,



семинара-совещания – грамотно и профессионально подвести итоги и определить ключевые задачи. Всё это вытекает из принятых решений, которые мы с вами сформулировали на нашем XV съезде, на всех последних пленумах партии, которые рассмотрели базовые ключевые вопросы; из того плана мероприятий по подготовке к 100-летию Великого Октября, который одобрил пленум, из плана подготовки к выборной кампании 2016 года, который мы рассмотрели в октябре на пленуме; из задач, которые сформулировали все руководители региональных организаций и штабов.

которые ставят. Президиум политически определил задачи, контролирует ход их выполнения и своевременно дает оценку. Хотя вчера было высказано пожелание (оно вполне обоснованно), что в условиях обострившегося кризиса и крайне тяжёлой обстановки надо чаще сверяться, выстраивать общую линию и определять её, исходя из быстро меняющейся обстановки.

Сегодня мы на этой части семинара рассмотрим технологическую работу, связанную с выборной кампанией. Завтра с утра будет часовой доклад Председателя партии, выступления всех заместителей по главным проблемам направлений, ключевых секре-

тарей и обмен опытом. Сегодня после обеда будет закрытое совещание первых руководителей в этом зале. Одновременно пройдёт кадровая комиссия и наши коллеги и товарищи, которые представляют Центральную контрольно-ревизионную комиссию, наша молодёжь на своих форумах рассмотрят все базовые и главные вопросы.

Так что в течение этих трёх дней все без исключения изложат свой подход. После совещания первых секретарей комитетов региональных отделений партии, которое продлится с 14 до 16 часов, в течение двух часов будут собеседования по группам с первыми секретарями, где у каждого без исключения будет ещё возможность изложить свой взгляд и подходы и высказать свои предложения и требования и к Центральному Комитету, и к Президиуму, и к Секретариату, и к нашим штабам. Так что если есть у кого что предложить, пожалуйста, готовьтесь, все будут внимательно выслушаны, в течение выходных дней всё будет обобщено и на следующий день на Секретариате ЦК партии примем все необходимые решения в оперативном порядке для того, чтобы выправить ситуацию там, где плохо, для того, чтобы помочь и обобщить опыт там, где хорошо, для того, чтобы продвинуть лучшие идеи и примеры, для того, чтобы следовать лучшим традициям нашей партии.

Общая ситуация, в которой мы проводим нашу встречу, никогда за последние 20 лет не была такой сложной, противоречивой и опасной. Опасность Ельцина была очевидна. Опасность нынешнего курса смягчалась «золотовалютным дождём». Но с 2008–2009-х годов страну продолжает лихорадить, и в прошедший год темпы спада производства были самые высокие. Уровень жизни населения и зарплата падали самыми высокими темпами, даже выше, чем в 1998 году. Беспомощность власти оказалась настолько очевидной, что на гайдаровском форуме не было ни одного предложения, которое бы соответствовало реальному производству, реальной морально-политической обстановке и тенденциям в мире. Если сопоставлять два форума – Давосский и Гайдаровский – они отличаются как небо и земля. На Давосском форуме рассматривали четвертую промышленную революцию и говорили о том, что сегодня мир вступает в такую стадию развития, когда можно остаться без души и окончательно без совести, и компьютеризация и автоматизация могут привести не к улучшению, а к ухудшению. А две главные мировые угрозы – терроризм и экология – стали настолько очевидны, что даже темпы

роста ВВП уже не определяют нормальное состояние общества. Темпы роста ВВП в Китае были гигантские, но сейчас весь Китай покрылся смогом, и Си Цзиньпин проводит ту модернизацию, без которой на их огромной территории с большим населением скоро дышать будет нечем.

Мы предложили свою программу, свой взгляд, свои идеи. Февраль прошлого года мы начинали с моего открытого письма против антисоветизма и русофобии, которое мы опубликовали пяти миллионным тиражом, разослали три тысячи экземпляров всем, начиная от президента и всей правящей элиты в нынешней России, кончая всеми законодательными собраниями. Абсолютное большинство наших организаций опубликовали его. Там в доказательной форме было объяснено, что мы устояли в своей истории против Батыя, Наполеона, Гитлера, но могучую сильную страну с мощной партией и армией-победительницей раскололи: первое – антисоветизмом, второе – русофобией и приёмами американской либеральной экономики, которая на огромной нашей территории и при холодном климате не может быть эффективной. Она уничтожила 80 тысяч производств, разгромила нашу Красную легендарную, непобедимую армию, обобрала практически всё население, заставила зарастить бурьяном и лопухами 42 миллиона гектаров и страну-победительницу превратила в страну-побирушку. Всё это сумели сделать почти за 10 лет. Когда спохватились и освоились, то надеялись, что нас спасёт цена на нефть, но она нас не спасла. Мы снова споткнулись и сегодня стоим опять у разбитого порога, можем повторить лихие 90-е.

Казалось бы, всё очевидно: надо менять курс, надо создавать сильное народное правительство, надо определять чёткую политическую систему, надо обеспечить честные выборы, на которых наиболее талантливые и умные сумеют победить и сумеют вытащить страну. Надо научиться вести полноценный диалог. Казалось бы, это проклюнулось. И тем не менее одна антисоветская вылазка, вторая, опыт трагической Украины, вчерашняя «жириновщина», которая напоминала флакон психопатии, помноженный на его жуткую антисоветскую, русофобскую блевотину и невиданный по масштабу и накалу цинизм. Я сегодня поздравил и поблагодарил Проханова, благодарю Калашникова, который достойно держался, Константина Сёмина, который агитпроп ведёт очень достойно, учитель, историк, он давно с нами работает. Но я хочу подчеркнуть, прежде всего, суть

**ВСТУПИТЕЛЬНОЕ
СЛОВО
Г.А. ЗЮГАНОВА**

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

вчерашнего выпада против всей тысячелетней российской истории. Когда выпускают на государственное телевидение человека, который в течение двух часов несёт озверелую ахинею, сдобренную ненавистью, презрением ко всему русскому, советскому, народному, когда двух гениев, Ленина и Сталина, готов растоптать, разорвать, растерзать, да ещё в сопровождении своих трёх молодых выкормышей, которые повторяют то же самое, только внешне в более привлекательной форме, то у меня возникает откровенная мысль: во-первых, они никогда не читали Ленина. Они не понимают логику его политического поведения. Они не осознают всю гениальность его открытий и всю эффективность его политического и государственного подвига. Мы обязаны в своей выборной кампании воссоздать образ будущего, который позволит нам поселиться снова в сердца людей надежду. Партия Ленина и Сталина отличалась тем, что она давала народу перспективу, что она строила новый мир, в котором не будет эксплуатации, не будет этой кучки ожиревших империалистов, готовых всю Европу бросить на заклание в Первую и Вторую мировые войны, лишь бы нажиться, уберечь и приумножить свои капиталы. На Первой мировой войне американский империализм сколотил состояние, захавав 50 процентов золотовалютных резервов мира, на Второй мировой войне – 60 процентов. После холодной войны, разгромив СССР, захватил все наши рынки. И сегодня они опять ищут войны.

Политическая логика Ленина сводилась к тому, что можно попытаться построить царство справедливости на земле. Для этого нужна партия нового типа. Надо опереться на самый мощный, сильный класс, революционный, который нельзя подкупить и нельзя скупить. Не на масонов временного правительства, где только один министр железнодорожного транспорта не был масоном, не на этих упырей и пузырей, которые предали Россию и рвали её на части. За 8 месяцев четыре смены временного правительства Российской империю растащили на куски. Он объяснял в том числе и своим, что без Брестского похабного мира у нас не будет своего корабля, его не будет без рабоче-крестьянской Красной Армии. Царскую армию они предали, спалили империю и разбежались. Не Ленин со Сталиным ссылали царя, а отрешения его от власти требовали Гучков и Шульгин, монархисты и октябристы, главные руководители буржуазных партий. Не большевики перекрывали шедший в Петроград и Москву транспорт,

чтобы посеять голод, а именно эти буржуазные правительства.

Короче говоря, Ленин объяснил всей стране, которая истекла кровью, что, если мы будем руководствоваться его пятью лозунгами: «Мир народу!», «Хлеб голодным!», «Земля крестьянам!», «Заводы рабочим!», «Власть Советам!», – мы сумеем выправить ситуацию. Более того, он убедил страну следовать этим уникальным курсом. За пять лет предложил четыре варианта политики. Взял Россию истерзанную и разбитую. Ни имперская идеология, ни православные ценности не могли собрать под одно знамя 190 народов и народностей. Уже Винниченко с Петлюрой угнали в марте месяце 1917 года из Российской империи свой кусок. Уже Прибалтика отвалилась. Уже Финляндия отвалилась. Ни Туркестан, ни Закавказье – никто не готов был войти в единый союз. Не готовы были на условиях имперских или чисто православных. Ленин предложил гениальную идею союза равноправных народов, с полными правами. Но вместе с этим предложением заявил, что объединить и сплотить можно только на идеях труда, справедливости, дружбы и братства народов! Никаких других идей, которые могли бы заставить, не было. Никакая армия не могла согнать воедино распавшуюся Российскую империю. И собрал он её за считанные годы.

Поэтому эти мерзавцы не могут простить Ленину и Сталину, что они собрали распавшуюся империю, которую, собственно говоря, растерзала та же Антанта. Он прекрасно понимал, что никакой капитализм, никакие капиталы не в состоянии решить проблемы. Более того, он объявил всем, начиная с первых работ (они не читали, они не понимают Ленина), что капитализм в России развивается как отсталый капитализм, что капитал Англии, Франции и Америки, по сути дела, обуздал все отрасли, что нам придётся воевать за чужие капиталы, что каждые 10–15 лет капитализм приводит к кризису. И пока капитал видит выход из кризиса на одном пути – войны, что нельзя выиграть войну империалистическую, имея отсталую промышленность и полуграмотную страну. Невозможно выиграть! А, значит, вслед за тем, как они расколотят Германию, очередь будет за царской Россией. Кстати, царь отрёкся не по-человечески. В соответствии с законами монархии он обязан был уйти в монастырь, а он сидел в Царском селе и попивал чай, когда страна истекала кровью, и в каждой второй губернии уже было введено чрезвычайное положение. Какие большевики?! Последних пять боль-

**ВСТУПИТЕЛЬНОЕ
СЛОВО
Г.А. ЗЮГАНОВА**

шевики сослали в Туруханский край, когда они выступили против этой жуткой войны. Твои, взбесившийся вчера Жириновский, растащили всё это. И Ленин доказал стране, партии и миру, что можно иначе, что можно создать новое государство. Расхождения Сталина с Троцким по принципиальному вопросу были в одном. Троцкий: давай бросим Россию, как вязанку хвороста, для мирового пожара, и, если там не сгорим, что-нибудь получится. А Сталин сказал: нет, сначала свой пример покажем.

Вот мы и хотели, чтобы в Новосибирске у нас пример был, чтобы в Иркутске был пример, в Орле был пример, в Москве был пример, опыт народных предприятий у Казанкова, у Грудина, у Богачёва. Мы должны показать, что есть такой пример, чтобы у человека появилась надежда и вера. А сейчас приходят, ещё семинар не открыли, а начали брюзжать: и то не так, денег не дали и т.д.

Поэтому ещё раз хочу сказать. Если мы связались в эту борьбу, отстаивая высшие идеи Ленина и Сталина, то мы, прежде всего, должны сами хорошо понимать политическую логику. Но и не забывать, что в политике не только логика работает (особенно на выборах), но и эмоции. Логический выбор характерен для одной трети избирателей. А сорок процентов избирателей выбирают по настроению. И если вы придёте и сейчас будете говорить, что всё не так, всё не туда, все не те, скажут: да пошёл ты отсюда. Что ты мне предлагаешь? Вот вопрос предложений и решения этих проблем, он сегодня в стране самый принципиальный. Кто предложит надежду, кто предложит оптимизм и уверенность, тот на этих выборах получит результат. И люди его очень хотят услышать. Нам открыли все двери без исключения. Все открыли двери.

Ленинско-сталинская логика заключалась и в следующем: мы сумеем быстро построить новый мир, новый народно-хозяйственный комплекс, самодостаточный, самостоятельный. Но я этим идиотам объяснял в прошлый раз, что нельзя было построить самодостаточный комплекс в одной Российской Федерации, невозможно. Поэтому позарез нужен был союз – союз России, Украины и Белоруссии. И в этот союз пошли народы по принципу, который предложил Ленин. Сталин вначале не соглашался с этим. Но когда попробовали Украину за уши затянуть, они сказали: нет, уже самостоятельность почуяли и т.д. Тогда и было то предложение, которое удалось реализовать. А Сталин ещё в феврале 1931 года собрал передовиков производства и

сказал следующее. Это наши все агитаторы наизусть теперь должны выучить. Нас били монгольские ханы, били за отсталость; нас били турецкие беки, били за отсталость; нас били шведские феодалы и польские паны, били за отсталость; нас били японские бароны, били за отсталость; нас били буржуи Лондона и Парижа, били за отсталость. Или мы за 10 лет пробежим то, что прошла Европа за 50–100 лет, или нас разорвут и сомнут. И пробежали. Это следующий этап уверенности. Мы справились с этим. У нас в 1941-м году был лучший станочный парк в мире, 6 тысяч на ту пору лучших заводов. Американцы нас в 1933 году только признали. В 1933 году! Но это не мешало их буржуям поставлять нам современную технику. У нас не было «золотовалютного дождя». Все орали, что иконы распродают. Иконы не продавали! Некоторые образа золотые, серебряные ободрали, но иконы не продавали, к слову сказать.

Когда приехали к Петру Леонидовичу Капице (он был гением в области экспериментальной физики) – он сказал, что да, я перееду, но без своей лаборатории я никто. Никто! Купили за золото, последнее заплатили. Это он помог победить в значительной степени.

Когда стали болеть, работая по 20 часов, Ленин Сталину написал записку, что надо взять это золото, построить два санатория, где можно было бы поправлять здоровье. И та «Барвиха», о которой вы слышите, была первым советским санаторием, построенным в качестве эксперимента для того, чтобы знать о здоровье всех, начиная от командующих фронтов до первых секретарей. И об этом не знают даже наши нормальные агитаторы, пропагандисты.

Но одновременно вызвали всех министров и сказали, чтобы был построен санаторий «Шахтёр», чтобы был дворец. Санаторий «Шахтёр» был лучшим в мире санаторием. Дворец настоящий! В Кисловодске построили санаторий Орджоникидзе, энергетики знают, что это лучший дворец был. Имени Фрунзе был построен санаторий для армии. Создали гигантскую систему, которой можно было пользоваться каждому нормальному человеку. Вот вы и предложите гражданам, что всё это можно организовать нормально.

А когда появились болтуны горбачёвы и пьяницы ельцины, выродившаяся советская элита, безответственные и бесконтрольные комиссии по партийным организациям, то всё и поехало. Предали идеи Октября, идеи справедливости. Рабочий человек не пошёл их защищать. Не нужны такие нам!

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

Мы должны из этой эпохи сделать выводы, а не слушать блевотину, помноженную на власовщину Жириновского, которого выпустили только для того, чтобы испохабить всё, что только можно, в истории. Ленинско-сталинская практика для решения задач уникальна. Я трижды перечитывал работы Ленина, иногда удивлялся, когда читал по Великому Октябрю, зачем он одно и то же повторяет по пять раз? Надо позарез!

По русофобии я уморился повторять. А наши агитаторы об этом не говорят, даже на выборах не говорят. Хорошо, отдайте это снова Жириновскому, и вы услышите, что будет. Это будет бандеровщина вместе с порошенщиной, помноженные на жириновщину. Вот и получите этот результат, а он никому не нужен. Не нужен, никому не нужен! В том числе и нашей олигархии.

Мы должны очень ответственно подойти к этой выборной кампании. Цена её исключительно высокая. Потому что всё вернулось на круги своя. Ровно 100 лет назад, в 1916 году, была такая же картина, связанная с экологией, с терроризмом, с другими вещами. Сейчас она сложнее, но обстановка классовая один в один. Один процент богатых владеет 90 процентами собственности. Как вы знаете, было доказано в книжке на 700 страницах с помощью философской статистики, что этот процесс повторится неизбежно.

Поэтому я и писал закрытую записку Путину и Медведеву, что за 200 лет капитализма было 12 кризисов, тяжелейших кризисов, военных кризисов. Все они закончились дракой, два последних закончились мировыми войнами. Поэтому если мы собираемся из кризиса выходить, то нам нужна левоцентристская политика. У нас есть уникальный опыт Примакова, Маслюкова и Геращенко. Мы должны этот опыт реализовать обязательно. У нас есть возможность провести договор и сформировать реальную политику.

Я по Гайдаровскому форуму посмотрел материалы, ну полная блевотина. Та же жириновщина, только наизнанку, применительно к финансово-экономической политике. Всё крутится вокруг цены на нефть и газ. Но это уже 20 лет крутится! Говорят, что цена будет расти. Куда она будет расти? С какой стати она будет расти? Китайская экономика – 6-7 процентов роста, европейская экономика, даже немецкая, забуксовала, американцы 3 триллиона долларов напечатали, «зелень» влили в свою экономику, 2-3 процента, но всё равно кашляют.

Байден выступал на Давосе. Почитайте, они все говорят социалистическим языком, не говоря уже об известном нобелевском

лауреате. Он сказал, что ничего из свободного рынка не выйдет. То же самое повторяет президент Швейцарии.

А вы почитайте Медведева, Шувалова, этого «дурилку» Улюкаева. У меня возникает такое ощущение, что у них в мозгу заклинило, они ничего не понимают и ничего не видят в этой ситуации.

Мы с вами предложили реальную программу, мы её хорошо посчитали, продумали. Мы её ещё раз уточним на ближайшем Орловском форуме. Городу Орлу в этом году исполняется 450 лет, Потомский к юбилею готовится. Мы пытаемся реализовать опыт Новосибирска. Новосибирск по показателям стал лучшим городом за прошедший год. Там самый лучший показатель по жилью, ни у кого нет такого. 15 детских садов сдали, вместе с Академией наук отработали программу, открыли все двери, убрали всех полицейских. В электронной версии вывели все основные показатели, в том числе вывели и электронную очередь на жильё, она стала двигаться и стала отвечать интересам граждан. Видите, даже в этих условиях можно что-то сделать путное и полезное, не говоря уже о хозяйстве Казанкова, о хозяйстве Грудинина.

Я ходил к Путину, показывал ему, говорил, чем вам мешают народные предприятия? Воровать не дают? Руководитель не может перегонять деньги в офшоры, нет условий для этого. Не может получать 20 зарплат, в отличие от других, он ограничен. У Казанкова, с четырьмя окладами, 40 тысяч, и он получает не более сотни тысяч. Хочешь больше получать, давай 50, будешь получать до 200. Но это принцип! А не так, что у директора 700 тысяч, а у профессора с «золотой головой» 25 тысяч рублей. Так что у нас с вами есть хорошие наработки.

Я вчера до часа ночи посмотрелся на «Поединок» между Жириновским и Прохановым, к сожалению, ничего тяжёлого под руку не попало. Я хотел бросить это тяжёлое в телевизор, чтобы не промахнуться, в Жириновского. Просто позорище! Омерзительное позорище! (Аплодисменты).

Но мы должны с Новиковым найти противоядие, мы не раз с ним обсуждали эту тему.

У нас главный закопёрщик выборной кампании Сергей Павлович Обухов. Это для тебя, Сергей Павлович, такое политологическое выступление, чтобы и в тебя тоже вдохнуть чувство исторического оптимизма. Ты же всё-таки представляешь партию исторического оптимизма.

Я предлагаю Сергею Павловичу Обухову рассказать о концепции нашей выборной кампании, о её сопряжении со всеми местными выборными кампаниями.

Пожалуйста, Сергей Павлович.

**С.П. ОБУХОВ,
член Президиума,
секретарь ЦК КПРФ:
«Проект концепции
общефедеральной
избирательной кампании
КПРФ-2016 и её сопряжение
с концепциями кампаний
кандидатов КПРФ, выдвигаемых
КПРФ в одномандатных
избирательных округах»**

Товарищи! Кадровый депутатский резерв для Государственной думы находится сейчас



нять в системе координат других партий, как мы выглядим на общенациональном фоне. И каждый, включая первого секретаря, одномандатника, получит диск с методическими материалами по организационному и методологическому сопровождению выборной кампании.

Здесь представлены ключевые документы, которые будут вам предложены сегодня. Я думаю, что гоняться за презентацией нет необходимости, есть всё на диске. Если кого-то что-то заинтересует, на диске всё найдете.

Итак, «масштаб бедствия». 18 сентября пройдет федеральная выборная кампания – 225 одномандатных кампаний. Одномандатная кампания – это, по сути дела, губернаторская кампания в своём регионе. Мы давно не проводили 225 губернаторских кампаний. Будет отдельно шесть глав регионов, 38 региональных парламентов и 11 парламентов столиц регионов.

С какими мы выходим исходными параметрами, стартовыми условиями? Мы в прошлом году преодолели ниспадающий тренд.

Но если говорить, что 13 процентов, с которыми мы вышли, это большое счастье для партии, это будет неправда. Это, скажем так, очень низкий старт.

Социология последних двух месяцев. Вначале, когда ВЦИОМ представлял свой панический доклад о том, что в фокус-группах протест населения резко растёт, растёт рейтинг КПРФ, я это слушал с недоверием. Но когда наше собственное исследование (Анна Николаевна Васильцова доложит) показывает

**ВЫБОРЫ-2016:
масштаб «бедствия»**

В единый день голосования 18 сентября пройдут выборы депутатов Государственной думы Федерального собрания Российской Федерации: 225 депутатов будут избраны по партийным спискам, а ещё 225 — по одномандатным округам. Кроме того, в этот день будут избраны:

-  **6 глав регионов**
-  **38 региональных парламентов**
-  **11 парламентов столиц регионов**

здесь, в зале. Это мы с вами. От нашей работы зависит, будет ли одна треть Государственной думы состоять из людей, сидящих в этом зале, или даже половина. Посмотрим, как поработаем...

Я вначале хочу вас проинформировать о том, что вы получите в раздаточном материале. Ежегоднику «Думские партии» уже 10 лет. В нём – все измерения нашей партии: и социологические, и медиаизмерения, аналитика, контент-анализ. Здесь всё можно посмотреть и по-



**ВЫСТУПЛЕНИЕ
С.П. ОБУХОВА**

СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ

резкий рост рейтинга партии, это тоже косвенное подтверждение высказываний руководителей ВЦИОМ на совещании политологов у господина Володина. Мы с товарищем Клычковым были на этой большой встрече политологов с участием Володина в фонде господина Костина. И первый зам. Главы администрации президента Володин с озабоченностью говорил, что мы отмечаем рост активности региональной работы КПРФ. Так что, я думаю, социологические показатели нам дают небольшую надежду, хотя удержать рост рейтинга будет очень и очень не просто.

Два сценария

Инерционный сценарий, предполагающий полное сохранение статус-кво с сохранением на **чуть более низком уровне доминирования «Единой России»** по результатам голосования по партспискам и компенсация некоторого падения поддержки партии власти благодаря тотальной победе представителей ЕР и ОНФ в одномандатных округах.

Оппозиционный сценарий, предполагающий ослабление по сравнению с нынешним высоким уровнем позиций «Единой России», **усиление позиций КПРФ** и других парламентских партий и хаотизацию результата на выборах по одномандатным округам («отвязанные денежные мешки» + кандидаты других парламентских партий и «вольные» представители «Народного фронта»).



Два сценария выборов, хотя, наверное, можно говорить и о трех сценариях.

Первый сценарий – инерционный. Он предполагает полное сохранение статус-кво, низкий уровень доминирования «Единой России» по партийным спискам и тотальная победа представителей «Единой России», «Народного фронта» в одномандатных округах. «Единая Россия» и администрация президента будут биться до конца, чтобы всё шло тихо и спокойно, без всплесков. Кризиса по этому инерционному сценарию не будет.

И второй сценарий – оппозиционный. О том, что вызывает оппозиционный сценарий, говорит социология декабря и января. То есть это резкое ослабление «Единой России», усиление КПРФ и других парламентских партий и хаос по одномандатным округам. Примерно такой, какой был в 1996–1999 годах, когда отвязанные «денежные мешки» плюс кандидаты других партий сформировали весьма разношёрстную Думу. И администрации президента пришлось очень много потрудиться, чтобы всё это усмирить.

Факторы, влияющие на ход кампании.

Извините, но мне бы хотелось вернуться назад к сценариям выборов. Посмотрите, вот здесь на слайде нарисован сценарий «Чёрный лебедь». В экспертном сообще-

стве, вообще, существует мнение, что возможен и совершенно иной сценарий выборов. Он связан с резкими, неожиданными событиями, как внутривнутриполитическими, так и внешнеполитическими, либо с техногенными катастрофами, то есть это, по сути дела, перевернёт всю национальную повестку дня

Поэтому, забегаая вперед, скажу, что проблемы безопасности национальной и личной на этих выборах выходят тоже на передний план. Мы как раз должны быть готовы к возможному, гипотетическому сценарию «Чёрного лебедя».

Теперь вернусь к факторам, влияющим на ход выборной кампании.

Усиление режима ручного, авторитарного правления государством. Институты не работают, всё в государстве подвешено на крючок личного рейтинга Путина и на крючок ручного управления. Жёсткое геополитическое противостояние России и Запада второй год доминирует в политической повестке дня. Я не устаю повторять, это всё равно временно. Холодильник победит телевизор, но пока телевизор побеждает холодильник, пустой холодильник. Вследствие этого и доминирует внешнеполитическая повестка.

Противостояние с демократическим Западом резко меняет отношение к выборам

Факторы, влияющие на ход кампании

- Усиление режима ручного авторитарного управления государством. Институт выборов выполняет весьма специфические функции;
- Жёсткое геополитическое противостояние России и Запада. Внешнеполитическая повестка пока еще остается доминирующей и подавляет внутривнутриполитическую;
- Противостояние с «демократическим» Западом резко меняет отношение к выборам правящей группы. Запад держит курс на **устранение лидеров правящей кремлевской группы**, следовательно, надо не дать лишнего повода для «наката» в связи и **провести показательно честные выборы**;



правящей группы. Сейчас декларации о том, что будут честные выборы и так далее, несколько поутихли, они просто пошли напролом. Об этом говорят последние поправки в законопроект КПРФ по наблюдателям. Они, по-видимому, понимают, что одних деклараций о честных выборах уже недостаточно, нужно принимать меры.

Следующее – кризис либеральной экономической системы, он меняет полностью роль оппозиции. Именно нарастание негативных экономических процессов ставит во главу угла в развитии экономики стрессо-

вый сценарий. Сегодня обсуждают, что будет делать экономика Российской Федерации при цене нефти в 20 долларов за бочку. Двадцать долларов! Кстати, выяснились

И мы должны понимать масштабы структурного кризиса в экономике, в социальной сфере. По социологии мы сейчас пробили дно всех негативных показателей кризиса

Факторы, влияющие на ход кампании

- Кризис либеральной экономической системы, меняющий роль оппозиции в политическом раскладе;
- Нарастание негативных социально-экономических процессов - стрессовые сценарии развития социально-экономической ситуации на период до выборов становятся базовыми;
- Поляризация общественного сознания граждан (патриоты, поддерживающие Путина / западники, поддерживающие Навального)



цифры. Оказывается, себестоимость добычи российской нефти – 5-6 долларов за баррель, то есть цена добычи, а в целом, со всеми накладными расходами – 15 долларов. Маржа у нефтяных олигархов резко сокращается.

Мы одновременно проводим с вами большое количество кампаний. Резко выросло количество потенциальных участников выборов в Думу. Нам придётся сопрягать федеральную кампанию и кампании в одномандатных округах.

Факторы, влияющие на ход кампании

- Послеотпускная апатия населения и удовлетворительное социальное самочувствие после летнего отпуска ко дню голосования;
- «Пан или пропал». Нельзя исключать принятия Кремлем резких мер для удержания контроля над ситуацией;
- Структурный кризис движется к развязке. На выходе – очевидное перестроение политического и экономического пространства страны



И ещё один фактор. Пока обычный интерес к выборам, он не такой, как к общефедеральным выборам. Будем надеяться, что к федеральной кампании этот интерес вырастет. Но мы должны работать на повышение явки, на повышение интереса к выборам. Кстати, забегу вперед, это вопрос и финансового выживания партии. Мы получаем с вами бюджетные средства по количеству голосов. Низкая явка, даже если мы получим хороший процент, это низкое количество голосов. Поэтому

И следующее, что для нас крайне неблагоприятно, власть выстроила дихотомию. Есть патриоты, поддерживающие Путина, и есть «западники», поддерживающие Навального. В этой дихотомии нет КПРФ, нет оппозиции. Это тот же подлог, что был совершен, кстати, на Украине.

Следующее – на что они рассчитывают? И это мы тоже должны понимать. Послеотпускная апатия населения и удовлетворённость, социальное самочувствие после летнего отпуска. У них большой расчёт на это. Но, судя по развитию экономической ситуации, этот расчёт не удастся.

И следующий вариант – пан или пропал, то есть нельзя исключать принятие Кремлём резких мер для удержания контроля над ситуацией.

Факторы, влияющие на ход кампании

- Впервые за 20 лет КПРФ предстоит вести отдельную от президентской думскую выборную кампанию;
- Одновременное проведение большого количества кампаний разного уровня;
- Расширение количества потенциальных участников выборов в Государственную Думу ФС РФ;
- Сопряжение федеральной и одномандатной выборных кампаний;
- Отсутствие повышенного интереса граждан к предстоящей федеральной кампании. Проблема мобилизации электората КПРФ;
- Неблагоприятная ситуация для левых союзников КПРФ в мире.

мы должны мобилизовать максимальное количество избирателей.

И ещё один неблагоприятный фактор. Неблагополучная ситуация для левых наших союзников по СНГ. Компартия Украины запрещена, по последней социологии, после

**ВЫСТУПЛЕНИЕ
С.П. ОБУХОВА**

СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ

всех расколов Компартия Молдавии не преодолевает на следующих выборах 6-ти процентный барьер. То есть, по сути дела, на пространстве СНГ мы остаёмся единственной крупной коммунистической партией, которая противостоит этой либеральной вакханалии. Наши коллеги в Молдавии и на Украине допустили ряд стратегических ошибок, которые мы не должны повторить.

Стало известно вот о такой установке администрации. Это, кстати, прозвучало (и мы с Клычковым это слышали) из уст Володина: не выпустить КПРФ за 10 процентов. Это прозвучало публично: не выпустить за 10 процентов и подтянуть к этим 10 процентам ЛДПР и «Справедливую Россию». Вот картина мира, которую они себе рисуют. Мы должны разрушить эту картину. Мы не

согласны на тотальное доминирование партии жуликов и воров, олигархов и ростовщиков.

Поэтому мы должны бороться за восстановление в Думе полноценного второго полюса с блокирующим пакетом голосов. То есть должны прибегать в кабинет Зюганова все, от министров до промышленников, и ставить вопрос: поддержите это решение. То есть очередь в кабинет Зюганова должна восстановиться до 1-го этажа. Вот такая должна быть по силе фракция, тогда мы будем влиять, тогда мы будем достойным субъектом принятия политических решений.

Следующее. Если говорить о задаче-минимум – сохранение второго места по партсписку и по числу одномандатников.

Нам уже объявил г-н Володин, что они будут делать всё, чтобы по числу одномандатников второй была «Справедливая Россия», а не КПРФ. И «Справедливая Россия» заявила уже об этом. Мы должны добиться существенного отрыва от других парламентских партий – «Справедливой России» и ЛДПР. И мы должны, понятно, добиться более высокого результата, чем в 2011 году. Установка, которая прозвучала на пленуме, «не менее 50 мест в одномандатных округах», это вопрос позиции партии и возможного



Следующее, что мы должны понимать. Ключевая задача на предстоящих выборах. Мы должны ставить перед собой амбициозные задачи. Главная задача состоит в том,



что мы должны вернуть утраченный в начале 2000-х годов статус ведущей (не второй!), первой политической силы страны. И объективные условия для этого есть.

Поэтому в отсутствие революционной ситуации мы с вами должны бороться за возвращение позиции первой, ведущей политической партии страны. Если говорить про задачу, скажем так, на политологическом языке, мы должны разрушить сложившуюся полутора-партийную систему. С одной стороны, это полюс «Единая Россия», с другой стороны – парламентская периферия, не влияющая на решения в парламенте и не блокирующая их, и внепарламентские партии.

создания другого полюса в одномандатной зоне с Государственной думой. Это будет со-

Задачи
В плане решения задачи-минимум представляется необходимым поставить цели:
Во-первых, получение второго места по партспискам и по числу одномандатников, что позволит КПРФ сохранить статус второй по уровню электоральной поддержки российской партии и, что является не менее важной задачей, лидера протестного движения, ведущей политической партии, собирающей вокруг себя оппозиционно настроенный электорат.
Во-вторых, необходимо сохранить существенный отрыв от других парламентских партий («Справедливая Россия» и ЛДПР).
В-третьих, необходимо получение более высокого результата в сравнении с выборами 2011 г.
В-четвертых, необходимо завоевание не менее 50 мест в одномандатных округах для возможного формирования и кристаллизации коалиции и группы из числа депутатов-одномандатников.
В-пятых, добиться повышения явки на выборах, проходящих в летне-осенний период, с тем, чтобы увеличить абсолютное число голосов за КПРФ для сохранения и увеличения нынешнего уровня государственного финансирования партии.

всем другая Дума, если у нас будет 50 одномандатников, как у нас уже было и в 1996 году, и 1999 году. Мы можем это делать, у нас это было.

И следующий вопрос, я уже об этом говорил, – повышение явки на выборах. Дорогие товарищи, явка становится ключевым вопросом, в том числе и для грядущего финансового выживания и развития партии. Я уже это объяснил.



Внешиполитическая повестка дня, которую нам будут пытаться навязать, выявила высокую степень податливости официальным внушениям нашего общественного мнения. Я не думал, что так переформируют массовое сознание под одобрение действий властей по Украине и в Сирии. То есть все социологические параметры

якорь для оппонирования власти, в том числе и Путину.

По Сирии у нас есть решение пленума о том, что у нас будет разработана своя собственная концепция внешней политики. И мы будем оценивать действия Путина исходя из нашей концепции: соответствует – не соответствует. Договор об СНВ подписали с США – мы были категорически против. Ратифицировали отдачу огромной территории

в Баренцевом море – мы опять в Думе были категорически против. По Катыни запустили заявления и извинения – этот национальный позор – мы категорически против. Но во внешней политике есть определённые зоны, где мы поддерживаем президента. Хотя totally всю внешнюю политику режима мы не можем поддерживать.

Следующее. Настроения эйфории – «Крым наш» – теряют свое эмоциональное наполнение. Да, как они говорят, крымский консенсус существует, но он эмоционально

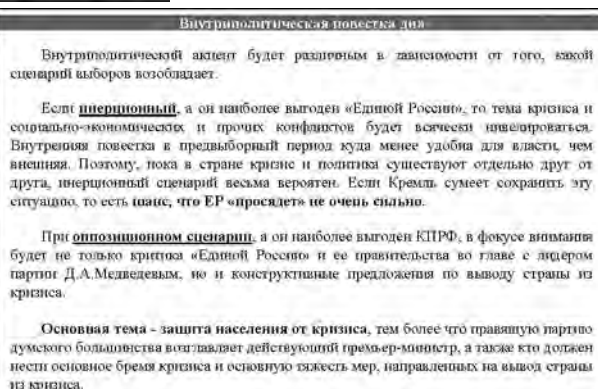
спадает. И внешнеполитическая повестка, скорее всего, будет всё больше и больше уходить, если не будет возгонки, если не будет терактов, если ничего не случится в Сирии, не начнется война на Украине. Это нам выгодно! Но это не снимает темы безопасности как национальной, так и личной. И ключевой вопрос здесь – «сильная

КПРФ – это гарантия национальной и личной безопасности». То есть без последовательной защитницы национальных и государственных интересов Россия не выживет. КПРФ – главная защитница национальных и государственных интересов России.

Следующее. О внутренней повестке дня. Инерционный сценарий, я уже говорил, выгоден «Единой России», и она у нас забудет про кризис. Вы посмотрите на средства массовой информации. Сводка последняя:



показывают, что в повестке дня Сирия полностью заменила Украину. Но, казалось бы, совершенно разноплановые вещи. Зомбоящик работает, зомбоящик показал нам свои возможности. Понятно, что Украина не Сирия, но на горизонте возник «пряник» возможного снятия санкций за почётную капитуляцию России в ДНР и ЛНР. Я думаю, что здесь позиция партии и «Пять принципов Зюганова» – это хороший



СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ

козёл Тимур подвергся нападению тигра Амура. Это сводки «боевых» действий.

Кстати, по известной полемике на «России 1» Проханова и Жириновского я бы сказал так: «красный тигр» Проханов загрыз либерального, вшивого «козла» Жириновского. Потому что, действительно, на этой передаче, которая прошла с участием наших представителей, мы отстояли в том числе и дело Ленина. Очень хорошо себя показал здесь наш товарищ – секретарь ЦК КПРФ Леонид Калашников.



Ещё раз отмечу: власти инерционный сценарий выгоден, они будут всячески замалчивать кризис. Нам будут любую информацию подтаскивать: завшивленные девочки подрались в Ульяновске – это сводки «боевых» действий. Я про тигров и козлов уже вам всё сказал. Всё, что угодно, катастрофы, но только не повестка дня, связанная с внутренней обстановкой. Мы должны это переворачивать и возвращать на грешную землю.

Оппозиционный сценарий выгоден нам. И здесь мы должны быть в фокусе, они нам подставили под обстрел свои борта. Непопулярный лидер «Единой России» гражданин Медведев во главе непопулярной партии. Всё, «стреляй на поражение», это может даже неумелый стрелок. То есть этот сценарий для нас наиболее выгоден. И поэтому, ставя вопрос о защите населения от кризиса, мы имеем возможность просто бить прямой наводкой по партии думского большинства.

Куда же уйдёт теряющийся электорат «Единой России»? Вот тут совершенно справедливо немножко пыл ряда наших экспертов охладил и г-н Володин, и г-н Костин, которые сказали: а что, вы, коммунисты, думаете, что уходящий от «Единой

России» электорат перейдёт к вам? Фигушки, мы всё сделаем, чтобы он ушёл не к вам. Сидит Богданов, сидит Сурайкин. Для этого у них есть «Родина» и для этого у них есть «Справедливая Россия».

Когда мы представили наши предвыборные подходы, я такой агрессивности в отношении КПРФ от представителя «Справедливой России» Буркова давно не видел. «СР» пошла по пути объединения образа КПРФ и «Единой России». Мол, вы, КПРФ, уходящая партия, мы успешно пропагандистски

отрабатываем все ваши лозунги. И вы будете выглядеть как жалкие плагиаторы, хотя всё наоборот: они перехватывают нашу повестку, идеи и предложения. Поэтому мы с вами столкнемся с ожесточённой попыткой «Справедливой России» перехватить уходящий от «Единой России» электорат. Объективно им легче перехватывать, они вторая нога партии власти. Помните высказывание покойного Шандыбина: «Две ноги и между ними Жириновский». Образ хороший. Но я немножко позже остановлюсь, как мы с вами будем работать с «Справедливой Россией». Нам трудно работать, но это не означает, что мы не должны дальше генерировать новые идеи.

Сильные и слабые стороны в позиционировании КПРФ
Сильные стороны КПРФ: - Идеология, программа, опора на просоветские настроения и чаяния социальной справедливости, что находит поддержку у большинства граждан; - Развитая (по сравнению с другими партиями) партийная инфраструктура (включая депутатскую вертикаль); - Многолетний положительный опыт участия в выборах кампаниях. Слабые стороны КПРФ: - Потеря четкого политического позиционирования, сокращение сферы альтернативности предложений КПРФ по мере экспансии партии власти и Президента на поле просоветских и патриотических ценностей; - Старение и изношенность партийных структур, острый дефицит кадров и ресурсов для широкой полевой работы; - Растущее недоверие населения ко всем политическим институтам, включая Кожпартию («все они там одинаковые») по мере концентрации основных рычагов власти у «военного вождя», параллели государственных институтов и усиления «ручного управления» страной.

Сильные и слабые стороны в позиционировании КПРФ
КПРФ сочетает в себе признаки провластной политической силы (в рамках «крайского консенсуса») и многолетнего присутствия в Государственной Думе и оппозиционной структуры. КПРФ – конструктивная, лево-патриотическая оппозиция. В восприятии многих российских граждан само слово «оппозиция» имеет ярко выраженную отрицательную коннотацию. «Оппозиция» воспринимается некоторыми потенциальными избирателями КПРФ как нечто антигосударственное, «финансируемое Госдепом» и т.д. Во многом само понятие «оппозиция» сознательно скомпрометировано властью через ассоциативную привязку к т.н. «белоглазотному» преступному движению, объединившему самые разношерстные прозападные силы. Именно поэтому для КПРФ крайне важно позиционирование в качестве конструктивной (т.е. в данном контексте не антигосударственной и прозападной) оппозиции, не имеющей отношения к финансируемым извне деструктивным силам. КПРФ – альтернатива действующей власти (потенциальная партия власти). Не будучи антигосударственной, внесистемной силой, КПРФ, тем не менее, выступает за смену социально-экономического курса в стране, а, следовательно, претендует на то, чтобы в рамках Конституции и действующего законодательства прийти к власти и реализовать свою альтернативную программу развития государства без разрушения его фундаментальных основ, таких как суверенитет, независимость и территориальная целостность.

Сильные стороны КПРФ. Сильные стороны мы с вами знаем. Это идеология, опора на просоветские настроения, многолетний положительный опыт борьбы за интересы трудящихся и обездоленных, развитая инфраструктура.

Слабые стороны. Мы с вами теряем чёткость политического позиционирования по многим причинам. И ключевая причина в том, что и партия власти, и президент всячески заезжают на нашу территорию. И

вые». То есть мы поддержали президента по Крыму, а вы уже все одинаковые. Поэтому альтернативность, инаковость, наш особый взгляд, наше лицо – это ключевой вопрос нашего успешного проведения выборной кампании.

Но мы не должны (и я согласен здесь с Геннадием Андреевичем) уходить от своей ответственности. Мы представлены 20 лет в Думе, мы многое сделали для народа. Мы можем решать. Я всячески призываю

не использовать тактику «а во всём виновата «Единая Россия». Да, во всем виновата «Единая Россия». Но мы выцарапали у них, мы выбили у них, мы добились, у нас есть ресурс, мы – сильная партия, мы даже в оппозиции добиваемся, мы даже в оппозиции заставляем. Вот это ключевой подход. Потому что если дальше мы начнём ныть, что во всём виновата «Единая Россия», мы будем работать на образ сильной «Единой России». Этого нам ни в коем случае не надо делать.

Мы – конструктивная левопатриотическая оппозиция. Мы – альтернатива действующей власти. Мы – потенциальная

в итоге они уже такие же, как и мы. Я уже говорил, что Рашкина не пустили открывать доску Леониду Ильичу Брежневу, у нас, оказывается, защитник Леонида Ильича Брежнева Хинштейн из «Единой России». Я не удивлюсь, что скоро они у нас станут ставить памятники и Сталину. Экспансия на нашу площадку идёт: ведьма перешла меловую черту.

Дальше. Да, у нас дефицит кадров, да, у нас идёт медленное обновление партийных структур. И ключевой вопрос, который мы должны преодолеть в этой кампании, – «а все вы там одинаковые». Те, кто начали встречи с избирателями, постоянно сталкиваются в любой аудитории (это навязывается) с этой фразой: «Вы все одинако-

КПРФ и пределы поддержки Президента

Войны на уничтожение, объявленная В.В. Путиным еще недавно лояльным Западом, является лучшим доказательством эволюции режима в сторону гораздо более прогрессивного и национально-ориентированного. В этих условиях мы не можем и не должны становиться на позиции радикального антипутинизма, который в современной России «исповедуют» только самые одиозные ультра-прозападные русофобские силы.

Но это совсем не отменяет необходимости в ходе выборной кампании более активного и содержательного оппонирования деструктивному социально-экономическому курсу президента и его правительства, потому что именно по вине В.В. Путина и его окружения Россия так угрожающе экономически слаба и социально поляризована.



КПРФ и пределы поддержки Президента

Важно помнить, что «периферия» ядерного электората КПРФ составляет часть «путинского большинства», поэтому важно, чтобы она не только потенциально была готова, но и реально проголосовала на предстоящих выборах за КПРФ. В то же время, особенно по мере приближения выборов, любая позитивная риторика в отношении В.В.Путина, как играющая на ОНФ и «Единую Россию», должна уравновешиваться критикой его поддержки антисоциальной и либеральной политики ЕР, вскрывая недостатки текущей политической системы, направляя основное острое критики на чиновничество в целом и правительство так удачно в электоральном смысле возглавляемое лидером «Единой России» и назначенное главой правящей партии.

Везде и всюду необходимо использовать тезис о том, что одно доброе дело не отменяет десятков злых. Все ошибки и преступления, совершенные властью за последние десятилетия должны всегда быть рядом на весах с единичными успехами и правильными решениями.



партия власти. И это показываем в Новосибирске, Иркутске, Орле, в Нарьян-Маре – везде, где мы стали, по сути дела, правящей партией. Поэтому здесь мы должны подчёркивать слово «оппозиция», но хотя оно уже стало ругательным в отношении белоленточной оппозиции.

Следующий вопрос. Проблема Путина стоит остро в этой кампании, хотя, конечно, не критично. Если бы это была президентская кампания, она стояла бы довольно остро. Но всё равно нам от неё никуда не уйти. Мы поддерживаем те внешнеполитические инициативы и действия президента, ко-

ВЫСТУПЛЕНИЕ С.П. ОБУХОВА

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

которые соответствуют пониманию КПРФ в национально-государственных интересах. Но мы считаем президента ответственным за тот либеральный курс, который проводит его правительство. Это его правительство, и он тоже несёт ответственность.

Поэтому отправляй в отставку Медведева, создавай правительство национальных интересов под программу КПРФ, будем поддерживать. А пока, скажем так, у нас слишком много вопросов. Поэтому о пределах поддержки президента нужно говорить. Но мы тоже здесь должны не перебарщивать.

Вообще, мы не можем перейти к антипутинизму, который исповедует либеральная прозападная оппозиция. Объективно мы заложники ситуации: сохранение национального суверенитета и государственности висит на одном крючке – на Путине. Больше ничего, скреп никаких других нет у государства. И та кампания, которая ведётся против президента, не может быть нами поддержана. Нам что же, принимать лозунг поражения собственного государства в войне? Но мы, наверное, на это пойти не можем.

Поэтому война идёт уже на уничтожение президента, хотя он раньше был очень лоялен к Западу. Но он должен делать шаги навстречу КПРФ и оппозиции. И, кстати, последнее заявление тоже в этом ряду: он вдруг вспомнил про партбилет КПСС. Это как только у какого-то губернатора дела плохи, он тут же перед ветеранами КПРФ говорит, а вот у меня есть партбилет, я его не сдал. Вот примерно так дела плохи у Владимира Владимировича, раз он сказал, что у него есть партбилет КПСС. И у него есть много хороших дел, но отрицательных гораздо больше.

И ещё один аспект. Периферия электората КПРФ – пропутинская. Я бы сейчас вообще острые контрkamпании ограничил. С одной стороны, если мы не хотим разрушить собственную периферию, мы не должны скатываться к антипутинизму. Наша периферия и электорат – пропутинские. Никуда не деться.

Следующий вопрос. Можно говорить, что там Обухов заигрывает с попами, но, если мы сейчас начнём проводить все антирелигиозные кампании, которые нам навязывают либералы, и заикливаться на проблемах в отношениях с отдельными представителями РПЦ, которые сейчас будоражатся в некоторых партийных орга-

низациях, я хочу сказать, что мы миллионов голосов не доберём. Поэтому я призываю к прагматичному подходу. Выборы – это ключевой вопрос, который мы должны решить. Мы должны прийти к 18 сентября,

Борьба с ложными альтернативами

ЗАДАЧА КПРФ: подорвать ложно бинарный выбор между действующей властью и радикальными либералами. Для этого необходимо:

1. Критиковать внешнеполитическую линию Путина как недостаточно патриотическую и непоследовательную (неспособность решить проблему Украины и Донбасса / Новороссии и др.), параллельно разоблачая антиросийскую и пораженческую внешнеполитическую линию либеральной оппозиции.
2. Разоблачать порочную ультра-либеральную внутреннюю политику правящей власти (приватизация, сокращение социальной сферы, поддержка крупного бизнеса в ущерб всем остальным), параллельно доказывая ее связь с заявленными либералами рецептом «Больше Гайдара!», который повернет страну в лице 90-е.
3. Показывать кадровую смычку путинистов и либералов (Греф, Кудрин, Чубайс, Медведев, Прохоров).

Есть и третья сила!

объединив всех недовольных властью и «ЕР», оставив в стороне частности, которые нас разделяют с большими группами потенциальных союзников и попутчиков.

Итак, ключевая проблема, перед которой мы сейчас с вами стоим. Нам нужно разрушить в ходе кампании искусственный бинарный выбор, который навязывается обществу: выбор между действующей властью и радикальными оппозиционерами от либералов. Общество должно осознать: есть реальная альтернатива и тем, и дру-



гим. Мы – иные, мы – третья сила. Мы не хотим идентифицироваться ни с теми, ни с другими. Мы критикуем политику Путина за недостаточную патриотичность. И мы разоблачаем путинских ультралибералов, которые ведут, по сути дела, разрушение нашей экономики, и показываем кадровую смычку путинистов и либералов. То есть здесь мы, как говорится, ведём речь про два фронта, хотя ключевой у нас враг на этих выборах – это «Единая Россия», которая выражает интересы олигархии.

Я показал вам слайды, где разложено

позиционирование всего нынешнего политического спектра. Хочу сказать, что здесь есть ниша для так называемых «новых социалистов». И я боюсь (не хочу это долго раскрывать), чтобы власть не реализовала молдавский сценарий с «новыми социалистами» у нас. Вполне на эти силы может переходить и «Справедливая Россия», и «Родина».

репутация партии, которая ещё выигрывает выборы, но ее слабые стороны – нет идеологии, политической субъектности. Вы беспомощны и несамостоятельны, граждане из «Единой России». У вас непопулярный лидер – Медведев. Недоверие населения к этой партии растёт. И это мы тоже должны использовать.

Основной соперник – «Единая Россия»	
Сильные стороны «Единой России»:	
-	Мощный админресурс и довольно сильные оргструктуры;
-	Наличие большого количества кандидатов-спонсоров, готовых профинансировать свои избирательные кампании;
-	Репутация партии, которая выигрывает выборы (явно все еще рассматривается преимущественно как «внештатная ситуация»);
Слабые стороны «Единой России»:	
-	Отсутствие четкой идеологии и политической субъектности (идеология и место ЕР на политической карте ситуативно определяется Администрацией Президента);
-	Непопулярный лидер (ЕР – партия Медведева, а не Путина);
-	Недоверие населения к структуре , которая считается олицетворением чиновничества и крупного бизнеса, усугубляемое растущими противоречиями внутри правящей партии и обострением борьбы его членов за место под политическим солнцем.

То есть речь идет о формировании обманок для недовольного КПРФ левого электората. Если посмотреть последние (то, что нам удалось утащить) разработки с той стороны, они все говорят, что запрос на левую политику. Это ориентировочно 36–38 про-

и публично – это разные вещи. Высмеивать её действия, и работать на поляризацию кампании. Не «Единая Россия», там, Путин и либералы, а КПРФ – «Единая Россия». Сильная КПРФ и смешная, деградирующая «Единая Россия». Вот как, там, партия «Единая Гвинея». За нас интернет уже работает в этом направлении, то есть высмеивает.

И ключевое. Мы разрушили миф (спасибо Левченко, спасибо Потомскому, спасибо Локтю) о непобедимости «Единой России». Теперь нам нужно показывать её несамостоятельность, её беспомощность и говорить о неспособности сопротивляться олигархам. Кстати, Кашин внёс законопроект «о контроле над торговыми сетями». Законопроект в Думе единороссы забили. Сказала Яровая

Контрстратегия КПРФ – ЕР	
-	Если президент не доверяет партии настолько, чтобы возглавить её партсписок, то как ей могут доверять избиратели?
-	Разрушать, а не усиливать образ «Единой России» – сильной партии. Избиратели скорее склонны поддерживать потенциальных победителей, а не их «жертв». Необходимо всечески принижать влияние и статус этой партии, высмеивать её действия и лидеров.
-	Целенаправленно работать на поляризацию избирательной кампании на противостояние «КПРФ – ЕР». Сопоставлять наши и их программы, действия, кадры, поступки.
-	Быть готовыми к отражению агитационной агрессии «Единой России».

центов граждан, твёрдо ставящих на левоориентированную политику. Вот их задача будет вклиниться в это, растащить и не допустить, чтобы КПРФ мобилизовала весь этот запрос на левую политику.

И следующее. Мы должны определить, что наш главный враг – это «Единая Россия», и бить из всех прицелов по «Единой России». Отвлекаться на другие политические силы можно только ситуативно и, скажем так, если уж есть большая необходимость. Главные калибры все «стреляют» по «Единой России».

Да, у неё мощный административный ресурс, большое количество спонсоров,

от «Единой России», что они сами внесут законопроект по контролю торговых

ВЫСТУПЛЕНИЕ С.П. ОБУХОВА

Контрстратегия КПРФ – ЕР	
-	Окончательно разрушить миф о непобедимости «Единой России» на примере Новосибирска и Иркутской области.
-	Акцентировать внимание на несамостоятельности и беспомощности «Единой России», невозможности выполнения этой партией ее предвыборных обещаний, а также «шпгофренни» партии власти, которая перед каждыми выборами вдруг начинает активно бороться с порожденными ею же проблемами, грозя самой себе «навести порядок» и «составить власть работать».
-	Обращать внимание на неспособность сопротивляться олигархам . Позиция КПРФ в отношении работы партии власти с социально-зависимыми группами проста: не отказывайтесь от «даров», но не голосуйте за «Единую Россию», покажите ей фину в кармане.



13 СЕНТЯБРЯ выборы губернатора Иркутской области

Иду, чтобы победить!

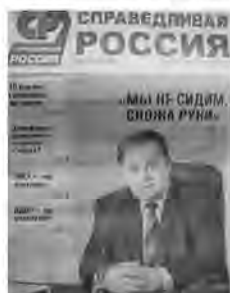
СЕРГЕЙ ЛЕВЧЕНКО

СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ

сетей. Внесли, в первом чтении приняли. И что? Там какое-то незначительное (три процента) сокращение бонуса, чтобы не росли цены. Так правительство, ритейлеры, эти торговые олигархи, дальше заблокировали этот законопроект. Эта партия не в состоянии бороться с порожденным ими олигархатом даже в решении насущных нужд. Этот элементарный пример говорит, что они популистски объявляют, что они готовы сокращать цены в торговых сетях, а мочи нету.

Контрстратегия КПРФ – СР

- «Ни мира, ни войны». КПРФ заинтересована, прежде всего, в том, чтобы «Справедливая Россия» отбирала голоса у «Единой России», выступала с ее жесткой критикой, работала на том же поле «покутаемого» «центристского» электората, раскидывала элиты и вносила смутение в их ряды. Борьба же за место самой правильной левой партии для КПРФ в данных условиях не является выигрышной.
- «Ни рыба, ни мясо» (проект Кремля, «вроде оппозиция, которая предала при первом же повороте», «вторая нога «Единой России») – развивать те оценки, которые эсеры уже получают от избирателей
- Акцентировать сходства этой партии с «Единой Россией», доказывать, что она не случайно называется второй «партией власти» и действует в интересах тех же социальных групп – чиновничества и олигархии, умело маскируя под партию социальной справедливости.



Контрстратегия КПРФ – ЛДПР

- Не замечать. На ЛДПР и на антикоммунистические выходы ее лидера лучше не обращать внимания – «не наш уровень дискуссии»;
- Развенчание сущности этой партии – выгодного власти громовода для протестных голосов. Необходимо максимально популяризировать факты антинародных голосований представителей фракции ЛДПР на федеральном уровне и в законодательных собраниях регионов. Требуется последовательно развенчивать двусмысленную сущность этой партии, которая в ключевых вопросах всегда поддерживает «Единую Россию». И в последнее время – антинародный бюджет.
- В рамках сценария поляризации «КПРФ – ЕР» коммунисты должны донести до избирателя простую мысль, что протестные голоса, отданные ЛДПР, по сути оборачиваются косвенной поддержкой действующей власти.



«Справедливая Россия». Мы должны понимать, что они будут работать против нас, но привлекать внимание к ним тоже не надо (ни рыба ни мясо). Надо акцентировать внимание на сходстве с «Единой Россией», говорить, что все они миром одним мазаны, а мы не сидим сложа руки. Вот эта блестящая фотография, их пиар-находка, рассказывающая об образе действий «Справедливой России». Этим слайдом всё сказано.

Ну и г-н Жириновский разместил замечательный баннер ЛДПР: «Наврать и не бояться». Это реальный

баннер из Ханты-Мансийска «Наврать и не бояться». То есть они даже не посмотрели, что они вывесили. Поэтому собачиться с Жириновским не надо. И правильно, что Зюганов не пошел на передачу с Жириновским у Соловьёва, а пошел Проханов, иначе мы весь негатив перехватываем на себя.

Но в рамках поляризации КПРФ и «Единой России» «присобачивать» Жириновского к партии власти надо, тем более они голосуют за бюджет вместе с «Единой Россией».

Теперь по задачам, которые решает КПРФ, и посланию избирателям.

Послание к избирателям

ЗАДАЧА КПРФ: сформулировать вытесненный идеологический концепт, предлагающий решение ключевых проблем. Таким образом, Компартия должна попытаться занять место «надежды общества» в решении ключевых проблем нашей страны.

ОСНОВНОЕ ПОСЛАНИЕ: Хватит кормить олигархов и ростовщиков! Долгой либеральное правительство «Единой России». Преодоление экономического кризиса – в смене экономического курса. Издержки кризиса и выхода из него должны оплатить олигархи и ростовщики, получающие благодаря экономической политике либерального правительства «Единой России» большую часть национального пирога. Необходимо формирование левого правительства национальных интересов, которое преодолеет возникшее социальное неравенство.



Послание к избирателям

Путь либералов во власти и оппозиции: преодоление экономического кризиса в отходе от национальных интересов и через дальнейшую распродажу страны.

Путь КПРФ: преодоление экономического кризиса в смене экономического курса в интересах большинства, а не двух десятков кланов олигархов и ростовщиков.

КПРФ идет на выборы со следующими задачами:

- отстранить от власти либеральное правительство «Единой России»;
- отлучить олигархов и ростовщиков от бюджетных ресурсов, направить их на реальное производство, импортзамещение, точки роста и прорыва и на социальную поддержку обездоленных;
- провести смену социально-экономического курса, исходя из ключевых идей антикризисной программы КПРФ (национализация, новая индустриализация, стратегическое планирование развития экономики и общества в целом);
- Сформировать лево-центристское правительство национальных интересов.



Хватить кормить олигархов и ростовщиков! Социальное расслоение достигло пика, которое подрывает вообще основы государственности! Надо гнать от кормушки либеральное правительство «Единой России! Мы тем самым выводим силовиков из-под своей критики, за скобки. Либеральное правительство «Единой России» является проводником олигархов и ростовщиков. Ростовщиков тоже, подчёркиваю, это важно. Потому что им сейчас достаётся львиная доля национального пирога. Отогнать ростовщиков

и олигархов от кормушки, от бюджетного пирога, их прикармливает «Единая Россия». Это может сделать только правительство национальных интересов – преодолеть неравенство. Это может сделать КПРФ.

Теперь задача переложить этот концепт на внятный лозунг нашей избирательной кампании. Отстранить от власти «Единую Россию», отлучить олигархов и ростовщиков от бюджетных ресурсов, произвести смену социально-экономического курса, сформировать левоцентристское правительство национальных интересов – вот это тот концепт, который мы должны широко пробивать на этих выборах.

Мы должны добиваться повышения уровня социальных гарантий. Спрашивают: «А что КПРФ может?». В конце прошлого года президент подписал законопроект, внесённый КПРФ, о том, что

Тема коррупции. Нам говорят: прекратите, КПРФ, ставить тему коррупции, её таскает Навальный. Это что же? Мы должны пускать Навального на свою поляну? Мы первыми внесли законопроект по 20-ой статье Кон-

Основные темы кампании

Повышение уровня социальных гарантий – предложения КПРФ по гарантиям выживания в кризис.

Социальные функции государство на сегодня атрофированы. Не отказываясь от их формальной декларации, российское правительство проводит планомерную политику по их фактическому свертыванию.

Позиция Правительства в этом вопросе носит вызывающий характер. Его предложения: повышение пенсионного возраста, отказ от выплат пенсий некоторым категориям работающих пенсионеров и возвращение накопительной пенсионной системы.

КПРФ ДОБИВАЕТСЯ установления реального прожиточного минимума, приведение в соответствие с ним МРОТ и социальных выплат, регулярная индексация пенсий и зарплат сотрудников бюджетной сферы не менее уровня реальной инфляции.

КПРФ ПРОТИВ разрушительной «оптимизации» социальной сферы, ЗА поддержку «детей войны», сохранение льгот ветеранам



ВЫСТУПЛЕНИЕ
С.П. ОБУХОВА

Основные темы кампании

Борьба с коррупцией и произволом чиновников.

Коррупция это не прививка, а следствие сложившегося в нашем государстве положения вещей. Крутой олигархический капитал, подчинивший себе наше государство, систематически, преследуя цели сохранения своей гегемонии, на протяжении многих лет разлагает государственные структуры. Без изменения экономической модели победить коррупцию невозможно!

КПРФ ДОБИВАЕТСЯ полного применения 20-й статьи Конвенции ООН против коррупции и введения в уголовное законодательство статьи «Незаконное обогащение чиновников», позволяющей возбуждать уголовные дела против «олуг народа», которые не могут разумным образом обосновать превышение своих реальных расходов над официально задекларированными доходами.



антикоррупционный комитет СТАЛИНА

работу, получают обязательно за период простоя среднюю заработную плату. Это наш законопроект. Мы защитили рабочих. Это, кстати, то, что применил Рашкин, когда организовывал забастовку в Мосгорстрое. Там 200 человек написали заявление о приостановке работы. И тем самым без объявления процедуры забастовки работа вся встала. Им выплатили средний заработок. И подоспел наш закон, который внесла КПРФ, подчёркиваю, 28 декабря президент подписал этот закон. Приостанавливаешь работу, если тебе не платят зарплату, – государство платит.

Мы сейчас внесли законопроект фракции о том, что будут штрафы на собственников, если будет задержка заработной платы. Я вам просто привожу примеры. Мы фракцией даём вам большую пищу и материал для того, чтобы говорить, чего мы добиваемся.

венции. Мы внесли 150 тысяч подписей.

Мы внесли законопроекты, которые требуют имплементации этой статьи в Уголовный и Уголовно-процессуальный кодексы. Синельщиков подготовил их, а они молчат как рыба. Только все пиарят Навального, который эти же законопроекты пытается внести, но они внесены фракцией КПРФ. Мы пятый раз требуем расследования дела Сердюкова, никакой Навальный этим не занимается, используя парламентские механизмы. Поэтому тему борьбы с коррупцией мы не имеем права отдавать всей этой шелупони.

Массовые увольнения, платёжеспособность в здравоохранении, коммуналка – по всем этим темам наша партия имеет соответствующие законодательные инициативы. Не буду подробно на этом останавливаться.

Основные темы кампании

Беспредел в ЖКХ

В 2013 году население России заплатило за коммунальные услуги 4 триллиона рублей. Это около 125 млрд. \$, в 18 раз больше, чем в 2000 г.

Коммерциализация медицины и закрытие больниц

ПЛАТЕЖЕСПОСОБНЫ?

Массовые увольнения и закрытие предприятий




Большой поклон нашему депутату Лазареву. Он помог сделать антиростовщическую программу, антиростовщический закон. Два миллиона граждан имеют долги под 730

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

Основные темы кампании

**Два миллиона россиян взяли кредиты
под 730% годовых**



КПРФ предлагает «кредитную амнистию» (облегчение долгового бремени населения и «реабилитацию» добросовестных плательщиков). Банкиры и власти сопротивляются...

процентов годовых. Слышите, что каждый день коллекторы делают с нашими людьми. То ребенка спалили, то детский сад грозят взорвать за невозврат долгов. Население стонет от ига ростовщиков. И наш законопроект о кредитной амнистии – это наша помощь. Эта наша программа выставлена на сайте. Мы получаем каждый день благодарности, что программе, которая выложена на сайте КПРФ, помогла отбиться от коллекторов. Нам пишут об этом. Это реальная помощь людям каждый день.

странстве, мы должны понимать, что, с одной стороны, социология показывает, что в массовом сознании правительство ассоциируется всё равно с Путиным, а не с Медведевым, хотя уже сейчас этот показатель за отставку подходит близко к 30 процентам. Но вопрос второй – мы внимательно должны смотреть за оппонентами. Миронов объявил, что он готов внести вотум недоверия правительству. Мы по-

Общеполитическое требование КПРФ – отставка бездарного правительства Медведева!



**ДОЛОЙ
временное
правительство!**

Обращение к образованным горожанам

В основе политического послания КПРФ может стать соединение двух казалось бы несовместимых идеалов – свободы и порядка.

С одной стороны, КПРФ выступает за свободное развитие личности, строгое соблюдение индивидуальных прав и свобод, невмешательство государства в частную жизнь граждан.

С другой стороны, коммунисты являются сторонниками сильного, эффективного государства, позволяющего каждому гражданину максимально раскрыть свой потенциал, быть уверенным в завтрашнем дне и с оптимизмом смотреть в будущее. Государства, которое обеспечивает достойную жизнь для всех, а не только избранных. Государства, в котором царит порядок и каждый чувствует себя в безопасности.



нимаем, зачем это делается, зачем это говорится.

Проблема свободы и порядка. С одной стороны, это свободное развитие личности, с другой стороны, за сильное, эффективное государство.

И теперь конкретные рекомендации одномандатникам, исходя из предложенного концепта, из предложенных тем.

Больше внимания медийному сопровождению. Мы не зря начинаем с вас спрашивать количество газет, которое вы распространили.

Проблема отставки правительства. Вопрос политического решения Президиума ЦК. Но мы живём не в безвоздушном про-

Меньше говорите о выборах, о наблюдениях, больше говорите о насущном. Мы провели контент-анализ публикаций по

Технологические рекомендации кандидатам и региональным отделениям

- Больше внимания медийному сопровождению избирательной кампании. В период избирательной кампании чрезвычайно важно налаживание устойчивых персональных контактов со всеми потенциально полезными СМИ.
- Меньше о выборах – больше о насущном. В любом публичном выступлении стараться как можно меньше говорить непосредственно о выборах, чтобы не попасть в информационную ловушку «Власть (партия власти) занимается конкретными делами, а (остальные) партии – только выборами».
- Меньше рутинны – больше «здорового» популизма. Граждане, как правило, судят о кандидате по хлесткости и актуальности его высказываний, а не по даже самым важным законодательным инициативам, о которых мало кто знает.
- Меньше «репрессий» – больше позитива. Избиратели Компартии не склонны поддерживать т.н. «закручивание гаек», без достижимых на то оснований сужающего сферу личной свободы и беспрерывно раздражающих граждан. В то же время позитивные социальные инициативы (повышение пенсий, сохранение льгот и т.д.) оказывают положительный электоральный эффект на обе основные (во многом пересекающиеся) категории поддерживающих КПРФ избирателей: как сторонников сильного государства и наведения порядка, так и протестный электорат.

Технологические рекомендации кандидатам и региональным отделениям

- Больше «аккуратной» благотворительности. Многие социально незащищенные категории населения гораздо охотнее воспримут в качестве апелляции за кандидата не газету или листовку, а прямую материальную помощь (в виде продуктовых наборов к праздникам и т.д.). При этом крайне важно учитывать психологические аспекты этого процесса: гуманитарная помощь не должна выглядеть уничижительной, а её вручение (доставление до избирателя) – заведомо, благотворительность не должна быть по форме представлена как откровенный подкуп, а только как социальная поддержка, иначе можно получить обратный электоральный эффект.
- Больше протестов, хороших и разных. Умение выводить людей на улицы является одним из важных конкурентных преимуществ КПРФ. В условиях нарастающей социальной напряженности протесты становятся более массовыми. Граждане все активнее готовы отстаивать свои социально-экономические и политические права. Остается только грамотно организовать их на протестные акции под флагами КПРФ и конвертировать гражданскую активность на улицах и площадях в гражданскую активность на выборах.



Технологические рекомендации кандидатам и региональным отделениям

- Больше креатива. В свое время большевики смогли завоевать власть именно за счет того, что были на тот момент новаторами, самой прогрессивной политической силой, самой креативной политической силой. Сегодня этой новизны и свежести явно не хватает современной КПРФ. Нам не хватает красочности, живости и простоты языка в АПМ, более ярких акций, таких как флэш-мобы, автопробеги и т.д.
- Больше интернета. Компартия активно осваивает интернет-пространство (включая социальные сети), но действует в этой сфере скорее экстенсивно, ориентируясь на формальные показатели присутствия, а не на качество интернет-контента. В то же время все большее число граждан воспринимает интернет не только как источник развлечения, но и как гигантское СМИ, в котором пользователи сами формируют в том числе и новостной контент. КПРФ следует использовать это огромное пространство для общения с избирателями с использованием таких доступных и понятных Интернет-пользователям видов коммуникации, как короткие сообщения (в формате Twitter), демовидеоролики, gif-анимации и т.д.



творительный проект, то это тоже будет большой плюс в условиях обнищания населения, в условиях, когда люди борются за выживание.

Больше креатива и больше Интернета. Восемьдесят четыре миллиона граждан сегодня пользуются Интернетом, дорогие товарищи. Понятно, зона нашего «красного» Интернета гораздо уже, но это не означает, что мы не должны вторгаться в более широкую часть сети, неполитическую.

Мы собрали отчёты кандидатов. Что это показало? 162 отчета из 198, наверное, за декабрь. Общественные кампании – в среднем 2,7, то есть сборы в поддержку законопроектов по конкретной защите каких-нибудь зелёных насаждений, парков. То есть вы молодцы, вы начали общественные кампании в своих округах.

темам с которыми упоминается партия в региональных СМИ. Две трети содержания в прорежимных СМИ – это наши разговоры о выборах. Это не интересно населению, вернее, интересно, но не так. Их интересуют насущные проблемы, поэтому меньше о выборах, больше о насущном. Меньше рутины, больше здорового популизма. Здорового популизма! Выборы – это тоже здоровый популизм.

И кредитная амнистия тоже в этом ряду, и закон о капремонте. Мы всё это просчитали, это всё есть, это всё реализуемо. Но мы тоже, как говорится, не лыком шиты, когда «Единая Россия» использует те же приёмы, а мы можем это сделать лучше и эффективнее.

Больше аккуратной благотворительности. Пример сбора благотворительности для Донбасса хорош, но я призываю, пока не началась выборная кампания, пока возможно привлечь каких-нибудь ваших друзей для минимальной помощи малоимущим, используйте этот канал до выборов, особенно на селе.

«Дети войны», если вы найдёте какие-то скидки в аптеках. Если нам удастся реализовать какой-то общенациональный благо-

Информационная и общественная активность лидеров КПРФ	
После общественного отбора в регионах Президиум ЦК КПРФ утвердил 198 федеральных и региональных лидеров, информационная и общественная деятельность которых в регионах теперь рассматривается в контексте предстоящих выборов в одномандатных округах.	
По состоянию на 12 января 2016 года в ЦК КПРФ поступило 162 отчета от партийных лидеров.	
СРЕДНИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ПО ОКРУГУ:	
Проведено в округе общественных кампаний - 2,7	
Собрано контактов избирателей - 4362,7	
Проведено встреч с избирателями в декабре - 7,3	
Пресс-конференций и телеэфиров - 4,9	
К декабрю выпущено персональных газет - 2,8	
Общий тираж газет на округ - 18044 экз.	
Тираж другой агитпродукции - 21844 экз.	
Публикаций за год о среднем кандидате: в федеральных СМИ - 770 в региональных СМИ - 148	



Контакты с избирателями – 4 тыс. 362. Дорогие товарищи, мы все эти контакты в электронном виде у вас будем собирать.

Я очень рад, что у товарища Миргалимова 43 или 60 тысяч контактов, но я думаю, что мы с ним внимательным образом проанализируем в электронном виде эти 60 тысяч контактов, посмотрим, как партия сможет их использовать.

Укрепление и расширение образа КПРФ	Укрепление и расширение образа КПРФ
- Сохранение образа единственной реальной оппозиции КПРФ должна сохранить статус единственной подлинно оппозиционной партии в современной России. Все действия и решения КПРФ и ее представителей во власти, депутатов должны планироваться, исходя из этой установки. - Расширение образа эффективной оппозиции Статус единственной партии, представляющей подлинную оппозицию должен быть обязательно дополнен статусом эффективной оппозиции. Главной политической и идеологической проблемой КПРФ в глазах избирателей является ее низкая эффективность с точки зрения способности оперативно добиваться решения волнующих избирателей проблем. Именно поэтому следует преподносить все положительные решения властей, направленные на решение социальных проблем или на укрепление внешнеполитических позиций России в мире, как результат давления со стороны оппозиции (одновременно показывая, что подлинная оппозиция действовала бы в том же направлении более последовательно и радикально). Не менее важно повысить эффективность работы представителей КПРФ, облеченных властью (депутаты всех уровней).	- Важнейшей задачей предстоящих выборов является переход от доказанного в Новосибирске и Иркутской области тезиса о том, что победа коммунистов «не страшна» («победил, и небо на землю не упало») к закреплению в сознании избирателей посыла о желательности и позитивности победы коммунистов. Для этого необходимо собрать, обобщить и максимально использовать в агитационных материалах информацию о положительных изменениях, которые произошли после прихода коммунистов к власти: от маленького поселка до крупного региона. 

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

Не забывайте планку – 100 тысяч контактов. В декабре встречи с избирателями – 7,3. Но, скажем, могло бы быть и лучше.

Пресс-конференции, телеэфиры – 4,9. Я не думал, что у нас есть такой доступ к региональным СМИ. Персональные газеты – 2,8 на округ, то есть по три газеты, это тоже хорошо. Общий тираж газет на округ – 180 тысяч. Но, вообще-то, мы говорили, что надо стремиться к разовому тиражу в 170 тысяч. Тираж другой агитпродукции – 22 тысячи экземпляров. Также неплохо!

В среднем наш кандидат-одномандатник за год в региональных СМИ имел 148 публика-

ного Комитета, аналитика, консультации. Мы специально привлекаем к работе на этом портале юристов, политтехнологов, которые смогут дистанционно каждого обратившегося одномандатника проконсультировать. Но не только проконсультировать, а сделать ему макет, помочь ему. То есть на этом портале будет работать целая команда.

Поэтому сейчас те, кто дал свои контакты, должны получить sms-кой пароль доступа к этому portalу. Он закрытый, то есть доступ к нему будут иметь только те одномандатники, которые зарегистрированы, которые получают соответствующий пароль.

Следующий вопрос, который я бы хотел отметить в заключении. Мы

ций, в федеральных СМИ – 770. Вы можете сказать, что это формальные показатели, но, дорогие товарищи, Центральный штаб будет отслеживать вашу активность по этим показателям, косвенно перепроверять её и делать соответствующие выводы.

В завершение хочу сказать о том, что вы ещё получите и что вам ещё будет представлено. Мы сегодня открываем портал, он называется «2016кп.рф». Это специальный закрытый портал для одномандатников Центрального штаба. Здесь будет всё: стратегия, методология, директивы Централь-



должны доказывать, что мы реальная оппозиция, мы должны на примере Иркутска, Орла, на примере Новосибирска показывать эффективность работы КПРФ. Мы должны показывать, чего мы добились. Нам очень важно добиться каких-то подвижек по «детям войны». Путин сказал на встрече с Геннадием Андреевичем, что он поддерживает, и нам нужно давить эту партию власти, чтобы она приняла хотя бы какое-то решение по «детям войны». Это будет большой успех, будет нам большим подспорьем в избирательной кампании.

Мы должны показывать положительные примеры, которые происходят после вмешательства коммунистов.

И следующее. Мы – более сильная партия, партия, говорящая о перспективе. Не бойтесь говорить о перспективе. Мы предлагаем альтернативный проект, мы говорим, что у нас есть ответы на вызовы. Мы понимаем, что конференция по климату в Париже приняла решение о том, чтобы в 2050 году отказаться от двигателей внутреннего сгорания, бензин не будет нужен в том объёме, который существует сейчас. КПРФ предлагает модернизацию и программу «Пространство и территории». Мы видим перспективу, мы понимаем геополитическую нестабильность. Мы готовы бороться за новый Союз. То есть

**Е.И. КОЛЮШИН,
член ЦК КПРФ, член ЦИК РФ,
доктор юридических наук:
«Законодательные особенности
организации выборов
депутатов Государственной
думы Федерального собрания
Российской Федерации
седьмого созыва»**

Добрый день, уважаемые товарищи!

Нужно всё время повторять и в разных аудиториях говорить о том, что формально, де-юре, это очередные выборы депутатов в Государственную думу, но фактически они являются внеочередными. И среди множества причин, почему власть перенесла выборы, я бы назвал ещё такую причину, которая часто не называется: президентские выборы в Соединенных Штатах Америки. Они будут в ноябре месяце этого же 2016 года.

Вероятность того, что американцы признают выборы депутатов Государственной думы в сентябре 2016 года невелика в нынешних условиях. Поэтому у власти теперь появляется манёвр. Если американцы не признают наши выборы или кисло-сладкую оценку дадут, что достаточно вероятно, то тогда власть будет говорить о том, что в Америке вообще нет никаких выборов президента, потому что по нашему законодательству выборы – это только прямое голосование, прямое волеизъявление, когда между избирателями и формируемым органом нет никакой промежуточной ступени.

Американского президента избирают 538 человек, 538 выборщиков, а граждане только этих выборщиков избирают. В этих условиях власть очень сильно заинтересована в том, чтобы Компартия участвовала в выборах, так же как и другие парламентские партии.

Выборы будут проходить на основе нового закона, этот закон был принят 22 февраля 2014 года, когда был подписан президентом. И предполагалось, что, если почти за два года до выборов закон принят, значит, это показатель стабильности, правовой определенности. Но уже

на сегодняшний день этот закон три раза изменён. И сейчас, буквально в декабре, Госдума была засыпана серией законопроектов, которые вносят очень большие



не забывайте рассказывать в ходе выборной кампании о нашем взгляде на перспективу и на будущее, потому что мы партия будущего.

Важен образ молодой КПРФ, обязательно. И что бы они нам ни говорили, был коммунистом Уго Чавес, Че Гевара, Гагарин. Мы опираемся на слой позитивных эмоций, нужно его развивать, повышать в этой кампании.



Будущее за коммунистами! Мы победили в 1945 году, победим и сейчас! Знамя Победы будет обязательно над Кремлём, в том числе и на этой кампании!

**ВЫСТУПЛЕНИЕ
Е.И. КОЛЮШИНА**

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

изменения в этот закон. Я о каких-то изменениях дальше скажу.

Нужно говорить о том, что само по себе поведение власти оно, с одной стороны, говорит о том, что применяется старая тактика перед выборами менять законодательство. И, конечно, это нам не выгодно. Но, с другой стороны, она говорит о том, что власть не очень уверена в исходе выборов. У Кремля 20 башен, и некоторые из этих башен игра-



ют свою особую роль. Ничего не мешало им вот эти изменения, которые сейчас будут вноситься в марте месяце, провести значительно раньше. И тогда говорить о том, что выборы проводятся на какой-то стабильной правовой основе.

Формально избирательная кампания начнётся с публикации указа президента о выборах депутатов государственной Думы. Такой Указ может быть теоретически по закону издан в период с 30 мая по 23 июня. Но вероятность того, что он рано будет издан, незначительна. Власть не заинтересована в длительной избирательной кампании, поэтому, я так полагаю, где-то в середине июня, не раньше, будет издан такой указ. Допустим, 15 июня плюс-минус несколько дней.

С момента публикации этого указа и начинается юридически избирательная кампания. Фактически она, конечно, уже давно началась.

Одна из причин, почему не будет раннего издания указа, на мой взгляд, состоит в том, что в мае «Единая Россия» проводит так называемое предварительное голосование, или, на американский манер, праймериз. Они всячески подчёркивают, что праймериз – это демократический способ поиска проходных кандидатов. Однако ознакомление с положением о праймериз, которое есть у «Единой России», и ещё одно положение, которое связано с выборами депутатов в

Госдуму, говорят о том, что праймериз не является способом отбора кандидатов для участия в выборах.

Результаты праймериз не имеют юридического значения, и руководство партии всегда может включить в список людей, которые не участвовали в праймериз или которые заняли последние места.

Поэтому, на мой взгляд, наша оценка праймериз должна сводиться к тому, что

праймериз является способом запутывания избирателей. Они отрицательно влияют на явку избирателей, потому что многие избиратели (и это уже было на местных выборах) будут думать, что они уже проголосовали. Кроме того, результаты праймериз будут очень активно использоваться в агитационной кампании для доказательства того, что уже, собственно, всё, что тут ещё выбирать. Мы уже определились с кандидатами, они и будут

депутатами. Это будет использоваться для воздействия на настроение избирателей.

Избирательная кампания, грубо говоря, состоит из трёх стадий. Первая – это выдвижение, регистрация кандидатов, вторая – это агитация и третья – голосование и определение итогов голосования, результатов выборов. На каждой из этих стадий есть свои сложности, свои какие-то проблемы.

Есть на сегодняшний день политическая установка Кремля, чтобы на стадии выдвижения и регистрации особо не чинить препятствия парламентским партиям, в том числе и Компартии. Но я уже говорил о том, что у Кремля 20 башен и есть ещё местные олигархи. То есть нам не надо расслабляться, надо аккуратно подойти к заполнению тех документов, которые необходимы для выдвижения, регистрации.

Диск с формами документов вам будет роздан, но у Кремля есть приём, он уже практиковался, и он будет практиковаться для отдельных кандидатов из списка и для одномандатников. Человека регистрируют, а затем в конце избирательной кампании конкурент (это либо «Коммунисты России», либо «Патриоты», либо, вероятно, КПСС, которые тоже будут участвовать в выборах, поскольку сейчас правые партии вливаются в КПСС, как это ни странно) подаёт заявление в суд, и суд в конце избирательной кампании отменяет регистрацию кандидата на том основании, что не было каких-то до-

кументов сдано в избирательную комиссию, не были представлены полные сведения по тем или иным кандидатам.

Вот поэтому я прошу очень серьёзно отнестись к заполнению документов. Окончательных форм этих документов ещё пока нет. Они должны быть утверждены Центризбиркомом, но Центризбирком сейчас особо не активничает, потому что стоит на пороге реформирования и потому что меняется законодательство. Меняться будут и формы.

То, что вам будет роздано, это тренировочный вариант. И надо иметь в виду, что по новому закону приоритет имеют машиночитаемые формы. Не надо писать на бумаге что-то, а надо заполнять те формы, которые будут вам розданы, а затем в апреле месяце они будут изменены, и тогда уже окончательно.

Сама по себе эта работа в значительной мере техническая, но всё-таки сами кандидаты должны смотреть, что там написали, чтобы не было, как часто на выборах бывает, когда у человека обнаруживается в десятки гектаров земельный участок, перепутали запятые и т.д., потом начинают доказывать.

Кандидаты-одномандатники должны подать заявление в окружные избирательные комиссии с приложением достаточно большого количества документов. Основные документы – это паспорт, копия которого изготавливается в самой комиссии, заявление о согласии баллотироваться по округу и три вида сведений о доходах. Я хотел бы обратить внимание на более-менее распространённые ошибки. Ещё раз подчёркиваю, что на этапе регистрации комиссия может вас зарегистрировать. И сейчас уже вот такой приём есть. А затем, с подачи той же комиссии, могут быть поданы заявления об отмене регистрации.

Неверно указывают образование. Нужно указывать только профессиональное образование. Средняя школа хотя и является образованием, но это не профессиональное образование. Учёная степень и звание тоже не являются образованием. Указывают неполный адрес места жительства.

По судимости. Надо иметь в виду, что даже в нормах, связанных с закреплением указания на судимость, проявляется классовая сущность власти. С одной стороны, есть два вида судимости. Та, которая не лишает права быть избранным, и та, которая лишает права быть избранным. Везде говорят о том, что судимость за тяжкое, особо тяжкое преступление, если человек отбыл наказание, уже как бы лишает права быть

избранным. Но закон такой, что человек может быть осужден за тяжкое или особо тяжкое преступление без лишения свободы. И в этом случае он не лишается права быть избранным. Я думаю, что у нас буквально единицы будут людей осуждённых. В «Единой России» установка вообще осуждённых не брать в списки. Но ведь разные судимости бывают. И есть такие ситуации, когда судимость можно повернуть в свою пользу в агитационном плане.

В плане перестраховки. Я бы рекомендовал всем кандидатам всё-таки запросить сведения о судимости в Главном информационном центре МВД (он находится в Москве на Новочерёмушкинской улице, туда может запрос сделать любой гражданин России) и получить справку о том, что человек не имеет судимости. Некоторые улыбаются, а на самом деле были даже такие ситуации, когда женщина – она юрист, грамотная юридически – имела судимость, она запросила сведения о судимости в областной центр. Ей дали справку о том, что у неё судимости нет. Она сдала документы, а комиссия сделала запрос и получила справку, что у неё есть судимость, и отказала ей в регистрации. А Центризбирком её восстановил, потому что она прикрылась этой справкой, что да, я имею справку, что у меня нет судимости.

Основное место работы или службы нужно писать по трудовой книжке. Бывают ошибки в изображении наименования муниципального образования. Муниципальные образования – особенно депутаты, если они указывают это муниципальное образование, даже те, которые на непостоянной основе, – сокращают. Но надо давать эти наименования по уставу.

Много ошибок бывает в трёх формах сведения о доходах и имуществе, которые должен заполнить каждый кандидат. Одна группа сведений, это формы, связанные с доходами и имуществом в России. Другая форма сведений – это доходы и имущество за рубежом. И третья форма сведений – это расходы по большим сделкам за рубежом. У многих из наших кандидатов по второй, третьей группам форм ничего нет. И они не заполняют эти формы или пишут, что, если у человека двое или трое несовершеннолетних детей, что у детей ничего нет. Надо на каждого из несовершеннолетних детей заполнять эту форму, писать «нет» или «ноль» во всех графах. Если такой формы не будет, то ещё раз подчёркиваю, что это потом может выстрелить. К этим формам никаких документов прилагать не надо. Но надо иметь в виду, что сейчас будут проверяться

ВЫСТУПЛЕНИЕ

Е.И. КОЛЮШИНА

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

сведения о доходах и имуществе. И, конечно, если какие-то разночтения обнаружатся у коммунистов, то в первую очередь это будут пиарить.

При сдаче документов нужно обязательно получить документ в окружной избирательной комиссии. Часто забывают это: не просто сдать документы, а с перечислением всего (количество листов, названия документов). Опять же, это такая тягомотина юридическая, но могут подменить документы, могут сказать, что не сдал.

Следующая стадия – это агитация. Пока что я так понял, что у нас нет ясности по тем лозунгам, которые Компартия будет ключевыми выдвигать. В этом плане я бы предложил один из ключевых лозунгов – это национализация. Его, конечно, надо прорабатывать, чтобы против нас не обернули таким образом, что коммунисты хотят забрать у нас квартиры, дачные участки и т.д. Но в целом хотел бы подчеркнуть, что агитационная кампания будет другой. Каждая агитационная кампания отличается, в том числе и с точки зрения законодательства. Законодательство проводит различия между информированием избирателей о выборах и предвыборной агитацией. Такое различие было и раньше. Но новый закон сделал очень большой подарок партии власти. Этим подарком, наверное, нам тоже надо как-то воспользоваться.

Я зачитаю эту норму, часть 3-я статьи 59 федерального закона «О выборах депутатов Государственной Думы». В ней записано, я один абзац прочитаю, ключевой. И он очень сильно повлияет на избирательную кампанию.

«Организации, осуществляющие выпуск средств массовой информации, редакции сетевых изданий вправе, на основании части 2-й настоящей статьи, публиковать, обнародовать интервью с кандидатами, представителями политических партий, выпускать в свет, в эфир иные сообщения, материалы о кандидатах, политических партиях, передачи с участием кандидатов, представителей политических партий. Организации телевидения, редакции электронных сетевых изданий вправе также организовывать совместные мероприятия с участием кандидатов, представителей политических партий и осуществлять их трансляцию, обнародование на каналах организаций телерадиовещаний, в электронных сетевых изданиях», конец цитаты.

В переводе на человеческий язык это означает, что теперь не считается предвыборной агитацией беседа на телевидении, на радио комментатора, кого-то другого

с человеком, который официально зарегистрирован кандидатом в депутаты Государственной думы. Этот человек может рассказывать всё, что он считает нужным. Он может говорить, что он кандидат по какому-то округу. Он может рассказывать о себе что-то, он может рассказывать о стране и т.д. До сих пор были сомнения в том, агитация это или нет. Ссылка на часть 2-ую этого закона о том, что вот такие вещи не должны нарушать равенство прав политических партий и кандидатов, носит дежурный характер. Дело в том, что судебная практика уже сложилась. И когда мы пытались доказать, что когда Геннадий Андреевич Зюганов сдаёт документы на выборах, процедуру сдачи документов показывают 2-3 сек., а приходит Путин или Медведев, и уже там полчаса-час телевидение показывает, они сказали, что это же не агитация, это информирование, и не обязательно, чтобы оно было равным по времени.

Поэтому я предполагаю, что сейчас «Единая Россия» скроется за Народным фронтом, задача «Единой России» только зарегистрировать список, дальше она уйдёт в тень Народного фронта, и будут всякого рода беседы. Фактически это агитация, фактически это воздействие на избирателей. Конституционный суд тоже так сказал. Но формально это будет соответствовать законодательству.

Поэтому нам, видимо, тоже надо это положение использовать активно, и нужно, мне кажется, исходить из того, что «Единая Россия» будет создавать блок антикоммунистов и беспартийных. А нам надо вспомнить о блоке коммунистов и беспартийных и использовать этот блок. И уже с сегодняшнего дня в наших средствах массовой информации, и даже когда начнётся избирательная кампания, давать материал, не называя его агитационным. Этот материал не оплачивается из избирательного фонда. Претензии о том, что нарушается избирательное законодательство, конечно, будут, но их надо будет отменить.

Новым в этом законе является то, что сетевые издания приравнены к СМИ. Раньше практика вроде шла по этому пути, а сейчас записали в законе. Но в стране более 3600 сетевых изданий, а у Компартии нет ни одного сетевого издания. Поэтому эта норма нас особо как бы и не касается.

Очень драконовский запрет гражданам – пока ещё это на стадии проекта, но это одна из тех новаций, которая, конечно, будет принята. Гражданам запрещено изготавливать агитационные печатные материалы. То есть могут этим заниматься только юридические

**ВЫСТУПЛЕНИЕ
Е.И. КОЛЮШИНА**

лица и индивидуальные предприниматели, естественно, за оплату из избирательного фонда. Раньше мы могли и с гражданами заключать договоры, которые оплачивали тоже из избирательного фонда, и не надо было заранее объявлять. В законе сказано только о печатных материалах. Поэтому надо искать способы, как обойти это положение. Рисованные материалы, какие-то другие агитационные материалы гражданам не запрещено изготавливать. Поэтому давайте будем как-то выкручиваться.

Очень драконовская норма о том (опять же это проект, но он точно будет), что нужно вместе с каждым агитационным материалом представлять копию об оплате изготовления, и плюс ещё нужны электронные образы этих агитационных материалов. То есть можно предположить, что будут споры о том, тот или не тот образ представил и т.д.

Вводится обязательно личное участие в дебатах кандидатов. Норма вроде бы хорошая. Мы давно выдвигали эту идею, Геннадий Андреевич выдвигал. Сейчас это как бы идёт от «Единой России», законопроект внёс Неверов, он принят уже во втором чтении, и, конечно, будет принят окончательно. Но эта норма мало что даёт. Во-первых, должно быть личное участие кандидатов, уже нельзя никем заменить. Во-вторых, надо иметь в виду, что партийных списков будет 15–17, может быть, до 20 будет этих списков. Кандидатов в округах тоже будет достаточно много. И это время рассосётся, эти дебаты не будут большими. Но, во всяком случае, это тот пример, когда наши идеи единороссы подхватывают и выдают за свои.

Очень драконовская норма (пока это тоже ещё не закон, но 99,9 процентов, что это будет законом) – Жириновский и компания внесли законопроект, который запрещает использовать в агитационных материалах изображения физических лиц, которые не участвуют в избирательной кампании, которые кандидатами не являются. Конечно, будут попытки, когда такая норма будет принята, наезжать, скажем, на изображения Ленина, Сталина, Гагарина и ещё каких-то людей, которые в общественном сознании действительно отождествляются с Компартией. Я думаю, что наш достаточно, может быть, циничный юридический ответ должен быть такой: Ленин и Сталин являются великими личностями, но таких физических лиц нет, поэтому их изображения не нарушают этот запрет. Будет наезд с другой стороны, это тоже надо иметь в виду. Если вы в агитационном материале помещаете какое-то изображение Ленина или

Сталина, у которого есть конкретный автор, тогда будут наезжать со стороны нарушения законодательства об интеллектуальной собственности. Вот это более реальные наезды. Поэтому не надо просто копировать один к одному какие-то изображения. Но ни в коем случае, конечно, и не надо отказываться. Сергей Павлович уже говорил о том, что это изображается так, чтобы не полоскали светлый образ Владимира Владимировича Путина, его изображение, вероятно, он не будет участвовать в этой кампании, хотя пока ещё неясно. Но на самом-то деле это и по нам может ударить, поэтому надо тоже иметь это в виду.

Голосование, определение итогов голосования. Списков кандидатов будет много, но с большой долей вероятности (тоже 99,9 процента) в федеральном списке не будет ни фамилий, ни имён, ни отчеств кандидатов. Эти списки будут безымянные. В округах в бюллетенях кандидаты будут, конечно, с фамилиями, именами и отчествами.

Хорошая норма есть, которая говорит о том, что при голосовании на дому в список избирателей вносится отметка о том, что к избирателю выехали или вышли. Вот, пожалуйста, ориентируйтесь на то, чтобы это соблюдалось. В принципе, неплохая норма о том, что, поскольку 18 сентября будет много других выборов, на этих выборах не будет досрочного голосования. Субъекты обязаны принять законы об открепительных удостоверениях на этих выборах. Но это касается только этих выборов 18 сентября 2016 года. Дальше уже досрочное голосование отменяется. Поэтому наша задача – выступить против досрочного голосования.

Очень плохое положение записано о том, что в списки избирателей включают тех, кто находится в местах временного пребывания. Это будет теперь узаконенная практика создания избирательных участков на кладбищах, в торговых центрах и т.д.

Избирательные участки будут создаваться в последнюю неделю, перед днём голосования, поэтому просьба контролировать этот процесс. И на этих участках надо обязательно включать наших людей в избирательные комиссии.

По наблюдателям. С одной стороны, великолепная норма о том, что наблюдатель может быть удален с избирательного участка только за те нарушения, которые установлены судом. Но получилось, что практически нельзя удалить теперь наблюдателя с избирательного участка. И записав это (это уже действующая норма), они испугались и сейчас приняты (ещё не окончательно, но будут приняты) совершенно

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

драконовские положения о том, что за три дня до дня голосования кандидат, партия должны сдать список наблюдателей в территориальную избирательную комиссию с указанием адресов места жительства этих наблюдателей. А сам наблюдатель, когда он в воскресенье приходит на избирательный участок, должен иметь, как и раньше было, направление.

И если списки, направления будут расходиться, то такого наблюдателя не допустят на участок. Это, конечно, обязывает партию и кандидатов провести очень большую организационную работу. Это позволяет, к сожалению, предположить, что наших наблюдателей могут перекупить за эти три дня или запугать. Поэтому постарайтесь на каждый участок назначить двух наблюдателей, но они смогут работать только попеременно.

Геннадий Андреевич Зюганов вносил законопроект, и он был принят в первом чтении, о том, что можно пять наблюдателей иметь на участке. Его приняли в первом чтении, а сейчас через поправки его, в общем-то, превратили в противоположность. И я так понимаю, что вы отозвали свою подпись, Геннадий Андреевич под этим законопроектом, да? То есть не более двух наблюдателей. И очень драконовское положение о том, что нужно сообщать об этих наблюдателях.

Особенно для городов ключевое значение, конечно, будет иметь явка. Округа сейчас представляют часть города, областного центра и дальше сельская местность. Я так думаю, что не просто за явку надо бороться, а надо бороться за явку в городах, потому что в сельской местности всё равно будет высокая явка, всё равно будут голосовать не за нас.

На избирательных участках должна быть командная игра. Член участковой избирательной комиссии должен хорошо знать список избирателей. Я хотел бы здесь особо подчеркнуть то, чем должен заниматься член территориальной избирательной комиссии от Компартии и член окружной избирательной комиссии. Кстати, окружных избирательных комиссий не будет на этих выборах, их функции будут выполнять либо избирательные комиссии субъектов Российской Федерации, либо территориальные избирательные комиссии.

Так вот, нужно внимательно следить за закладкой протоколов в Государственную автоматизированную систему «Выборы». У нас много воруют голосов уже на самом последнем этапе избирательной кампании. Поэтому технология вот такая: протокол из

участковой избирательной комиссии, после того, как он подписан, привозят в территориальную избирательную комиссию. Там наш человек может находиться в группе контроля, он сидит перед компьютером, протокол заложили. И дальше он может даже распечатку этого протокола получить. Он видит, что те же цифры, получил распечатку, довольный ушёл.

Но это ещё не значит, что протокол заложен в ГАС «Выборы». Для того чтобы его заложить туда, нужно провести ещё два действия. Во-первых, нужно нажать на клавишу ввода. Человек ушёл, распечатку дали, но он ещё не попал в эту территориальную избирательную комиссию. Нажали на клавишу ввода, протокол вошёл в систему «ГАС «Выборы», но только в этой территориальной комиссии. Ни окружная комиссия, ни Центризбирком этот протокол ещё не получают.

Дальше идёт процедура так называемой выгрузки этого протокола. Опыт Иркутска, первого тура, и целого ряда других региональных выборов показывает, что уже даже на этом этапе начинаются консультации. Уже кто-то за пределами избирательной комиссии начинает принимать решения, выгружать этот протокол или нет, то есть он уже до ЦИКа дойдёт. Если это выборы губернатора, то в комиссию субъекта дойдёт, и в Центризбирком идёт.

И вот этот шаг во времени может занимать и 30 минут, и час, и два часа. И за это время решается вопрос, что делать с другими протоколами, которые ещё, может быть, даже не подписаны на тех избирательных участках, где затягивается подведение итогов.

Поэтому задача члена территориальной избирательной комиссии сводится к тому, чтобы следить за закладкой и выгрузкой вот этих протоколов, давать информацию в штаб, чтобы там всё-таки поднимали вопрос о том, почему тот или иной протокол не введён в ГАС «Выборы» и не выгружен.

Конечно, надо также иметь в виду, что итоги голосования, результаты выборов сейчас подводятся очень быстро. Бесполезно оспаривать в судах результаты выборов, если не отменены итоги голосования ни по одному из избирательных участков. Пожалуйста, запишите вот такие цифры. На избирательном участке итоги голосования либо 18-го будут подведены до 24 часов, либо это будет уже другая дата, 19-е число. А дальше что?

В территориальной избирательной комиссии итоги подводятся не позднее трёх дней со дня голосования. Вот эта юридическая формула вводит в заблуждение. Не позднее

трёх дней со дня голосования — это означает, что только плюс два дня. Плюс два дня! 18, плюс два дня, то есть 20-е число — последний день.

В окружной избирательной комиссии — не позднее чем на пятый день со дня голосования, то есть 22 сентября.

В ЦИКе до 2 октября, но фактически всё это будет делаться намного быстрее.

И после того, как итоги голосования, результаты выборов подведены, уже дальше обжаловать можно только в суд. И моя настоятельная рекомендация: если вы хотите оспорить результаты выборов, то подавайте жалобы в суд в это короткое время. Опыт

А.Е. КЛЫЧКОВ,
член Президиума ЦК КПРФ,
руководитель фракции
КПРФ в Мосгордуме:
«Опыт победы в одномандатном
избирательном округе»

Уважаемые товарищи, я благодарен, что мне дают возможность рассказать о нашем опыте и о той высокой оценке, которую нам руководство уже на протяжении полутора лет даёт. Но мне кажется, что всё-таки эта оценка не конкретно моей избирательной кампании, а как раз той системной работе, которая была проведена за прошедший пе-

ред избирательной кампанией период.

Что касается самой избирательной кампании, тех подходов, которые, я считаю, возможно использовать с учётом опыта, накопленного и новосибирскими товарищами, и Сергеем Георгиевичем Левченко, и многими другими регионами, которые мы в тот момент смогли использовать. Сейчас стоит задача их в дальнейшем со-



Марий Эл показал, что невозможно опрокинуть результаты выборов, не опрокинув итоги голосования ни на одном из избирательных участков. Вот такая возникает ситуация.

Вероятнее всего, к этой избирательной кампании будет принят новый Кодекс административных правонарушений, может быть, его и не успеют ввести. Он содержит полторы тысячи страниц. И тот же страх власти перед избирательной кампанией, в частности, проявляется и в том, что специальное, новое правонарушение введено, хотя МВД было против этого. Это нарушение общественного порядка на избирательных участках. Штраф — до 40 тысяч рублей. Я думаю, что всё-таки, может быть, не успеют его ввести.

В заключение я хотел бы сказать, что у Компартии разный опыт побед в одномандатных округах. Самый большой наш результат — 58 мандатов в одномандатных округах в 1996 году, поэтому те цифры, на которые вас нацеливают — 50 мандатов — это не самые большие цифры.

Я желаю всем вам победы.

вершенствовать для получения большего результата.

В первую очередь, я убеждён, что не бывает ни одной академической, идеальной избирательной кампании или технологии проведения избирательной кампании. Невозможно кампанию Сергея Георгиевича, Анатолия Евгеньевича или нашу, московскую, переложить на любой другой регион и сказать: сделайте от «а» до «я», и вы победите. Такого не бывает, потому что отличается уровень социального благополучия граждан, отличается избиратель.

Мы на прошлой неделе провели фокус-группу в Москве. Большой сумятицы в головах избирателей я не видел давно. Из десяти шесть человек говорят, что поддерживают КПРФ, на контрольный вопрос три из них отвечают, что голосовали за «Единую Россию». Более того, проверяем дальше — половина из них не собирается идти на выборы.

Поэтому на сегодняшний день, идя на выборную кампанию, безусловно, каждый депутат-одномандатник должен чётко понимать, к какому избирателю он идёт, какую

ВЫСТУПЛЕНИЕ
А.Е. КЛЫЧКОВА

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

цель он ставит и что он должен донести этому избирателю, почему он должен за него проголосовать.



Отличаются сами округа и регионы. Невозможно перенести опыт Москвы на Новосибирскую или Иркутскую области. Это совершенно разный избиратель, совершенно разная застройка, совершенно разные подходы, даже разные средства массовой информации, которые используются.

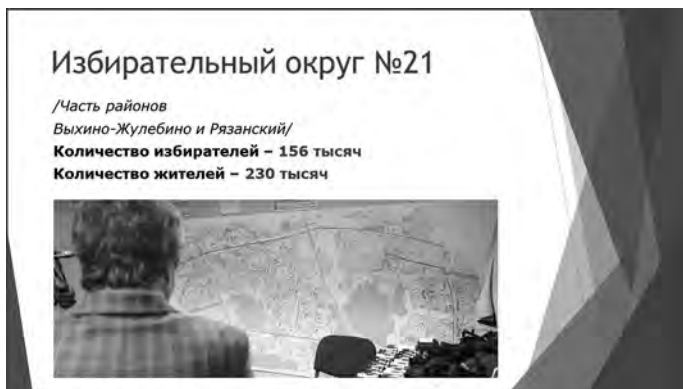
Например, Геннадий Андреевич постоянно заставляет нас идти в коллективы. Полтора года назад мы могли зайти в любую школу, зайти в любой трудовой коллектив и сегодня это можем сделать. Последний пример декабря. Четыре встречи во дворах – четыре драки, потому что из 100 человек, пришедших на встречу, 50 – провокаторы. 20 человек со свистками и дудками, 30 человек – это просто боевики, которым была поставлена задача сломать звуковую установку и унести кандидата или представителя, который пришёл на эту встречу. Это итог той самой системной

Отличаются оппоненты и сами кандидаты. Я сегодня в процессе своего выступления покажу краткую презентацию, которую мы

уже показывали и обсуждали на учёбе, в Центре политической учёбы, в некоторых регионах. Многие задавали вопросы. В той кампании, которая у меня была конкретно в округе, мы помимо партийных средств массовой информации использовали газеты, на которых логотипом был не серп и молот, а некий цветочек. Я спрашиваю: почему цветочек, какое отношение

он имеет к Компартии?

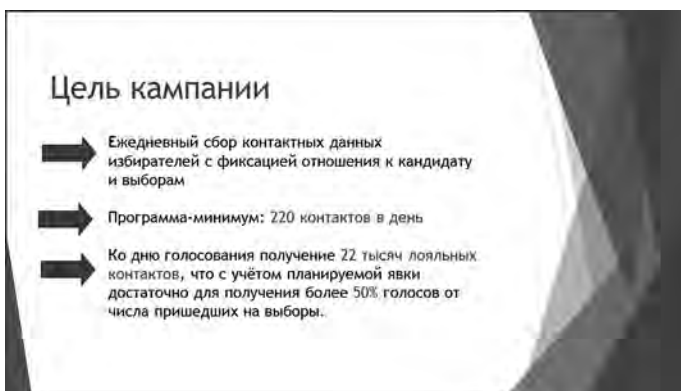
Власти, прежде чем определиться с моим оппонентом на выборах, поменяли трёх. Первого посадили, второй отказали, третий – префект, который неудачно пришёл, – был уже последним. И когда мы



готовились к кампании и войне с врагом, у которого позитивный, добрый образ, который люди воспринимают с точки зрения некоего большего позитива, чем военные действия, мы вынуждены были искать в том числе свой какой-то знак, который был бы в позитиве.

Но война потом была серьёзная, поэтому цветочком мы и воевали, потому что логотип менять уже было поздно.

Что касается той работы, которая была проведена в Москве. Я повторюсь, нельзя сказать, что победил какой-то один одномандатный кандидат, потому что он такой замечательный. Абсолютно нет. Это в первую очередь



системная работа, которая позволила нам на старте избирательной кампании иметь ресурс за счёт проведённых круглых столов в Государственной думе, в Московской городской думе, где мы собирали людей не по партийному признаку и позитивному

системная работа, которая позволила нам на старте избирательной кампании иметь ресурс за счёт проведённых круглых столов в Государственной думе, в Московской городской думе, где мы собирали людей не по партийному признаку и позитивному

отношению к нам, а в том числе по признакам профессионального отношения к тому или иному вопросу. Это архитекторы, представители культуры, представители малого, среднего, крупного бизнеса. И в итоге

И большинство кандидатов выходило на территорию не в 150–200 тысяч избирателей, а в 400–500, потому что мы не знали нарезки. Она была до последнего момента секретом.



на стадии избирательной кампании мы могли уже с каждой отдельной аудиторией работать персонально, и они были нашими агитаторами.

Это та самая функция агитаторов, которая постоянно проговаривается, ставится задача по её выполнению на партийном уровне. Она реализовывалась через наших сторонников, может быть, даже наших противников в тот момент, но сочувствующих на период избирательной кампании.

В итоге, не поверите, но мы смогли в процессе избирательной кампании, когда были только одномандатники, 45 одномандатников, получить результат, когда 16 кандидатов получили более 20 процентов. Семь кандидатов получили более 30 процентов голосов. Притом, что до сентября 2014 года в Москве мы

как минимум на неделю, как максимум — на период всей избирательной кампании.

Мой пример не является академическим, обязательным для исполнения. Мы с февраля месяца проводили две встречи в будний день, 3–4 встречи в выходные дни. В итоге



на выходе мы получили 400 с небольшим встреч на день голосования, они позволили нам накопить потенциал голосов избирателей и сторонников, которых мы привели.

И это ещё одна проблема. Многие из нас считают, что члены партии за нас голосуют автоматически. Представители организации «Дети войны» за нас голосуют автоматически. Я вас уверяю, что, к сожалению, ситуация такова, что как минимум 30, а то и больше процентов из них просто не приходят на избирательные участки, потому что у них есть дача, потому что у них есть какие-то другие



не выигрывали ни одного одномандатного округа.

Была и такая закономерность: о том, что выборы по одномандатным округам будут, мы узнали только в мае. И округа мы узнали только в конце мая, перед днём голосо-

дела. Но и мы не делаем ничего для того, чтобы привести их. Мы с вами даже не создаем список наших членов партии, которым орготдел или другие структуры должны позвонить и обязать прийти на избирательный участок, чтобы проголосовать.

ВЫСТУПЛЕНИЕ
А.Е. КЛЫЧКОВА

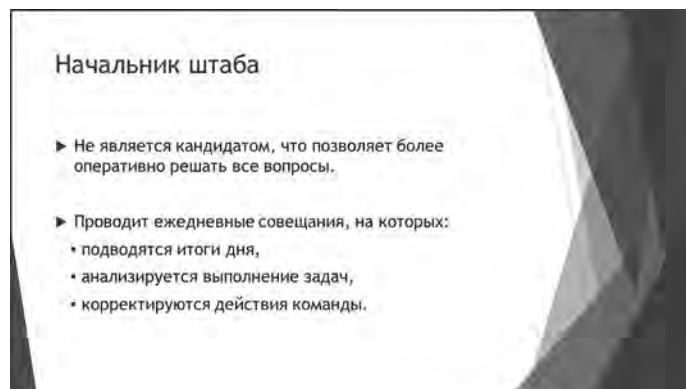
**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

Это я говорю потому, что по итогам той кампании мы своим опытом, своими ошибками дошли до того, что нужно создавать электронную базу данных тех людей, кого мы должны пригласить на

референдуме действительно до сих пор многие негативно отзываюся, спрашивают: где наши подписи, которые мы сдавали? Обычный референдум – обычно мы возьмем сразу в избирательной комиссии, уходим в судебные тяжбы, не давая результат, видимый для подписавшихся.

Обратите внимание (я не буду на этом останавливаться) на 26-ю статью 131 федерального закона «О местном самоуправлении». Она до примитивности проста, никто её, кроме Москвы буквально последние две недели не использовал. А гласит она об одном, что три процента избирателей имеют

право внести любой муниципальный правовой акт в органы местного самоуправления, который обязаны рассмотреть. И таким образом мы с вами, разрушая их привычную



избирательный участок. Мы в Москве её используем. Все вы прекрасно знаете, что листовка в период избирательной кампании живёт 30 минут, и всё, её больше нет. Но здесь нужно находить какие-то другие формы. Листовку можно сорвать, но домашний телефон пока наши власти ещё не решаются отключать. И нужно использовать эту функцию. Чтобы создать колл-центр или телефонный центр, как у нас говорится, не нужно особо и больших финансовых ресурсов, и человеческих. Это пять человек, которые могут сидеть в любом помещении, даже в подвале, где есть интернет, пять компьютеров, – и вы получили возможность достучаться до каждого избирателя, имея базу данных и телефоны.

Наверное, последнее перед тем, как покажу презентацию. Нужно находить новые



систему борьбы с нашим референдумом, в любом случае попадаем в орган местного самоуправления, а если посмотреть региональное законодательство, то в любой региональный парламент, и мы людям даём возможность увидеть результат этой деятельности.



Но сейчас презентация. Я очень тезисно пройду. Эта презентация у вас будет на дисках, которые Сергей Павлович раздал. Мой избирательный округ – 156 тысяч избирателей. Соответственно, свою кампанию вы можете смело сразу умножать на три и планировать мероприятия.

Цель кампании, помимо победы, была выражена в нескольких пунктах. Первое

формы. Не стоит на месте избирательный процесс, не стоит избирательная кампания на месте. Раньше мы пользовались механизмами народных референдумов, обычных референдумов, но о народном

– это ежедневный сбор контактов, то, о чём я говорил. Формирование базы, которую мы сможем потом мотивировать и мобилизовать в сам день голосования. Программа-минимум с февраля была –

сбор 220 контактов людей, наших сторонников или близких к нам, для занесения в эту электронную систему. Ко дню голосования лояльных, то есть отобранных из всех полученных (а получено было более 50 тысяч

было бы, если бы этот человек всё-таки не был связан со встречами, с конкретным выполнением своих кандидатских функций, а был человек, который параллельно мог вести и контролировать, в том числе и со

стороны смотреть на работу.

Функции избирательного штаба указаны, я думаю, что они всем понятны, не буду даже на них останавливаться.

Что касается функций начальника штаба, здесь я обратил бы ваше внимание на три момента. Первое – проведение социологии, которая возложена на штаб. Многие считают, что социологию нужно проводить три раза в пе-

риод избирательной кампании. Но лично у меня мнение такое, что социология нужна на старте избирательной кампании, чтобы мы понимали, куда мы идём, к кому идём и что мы должны донести до избирателя, что



контактов) было отобрано 22 тысячи человек, которых мы за два дня прозвонили с использованием колл-центра – тех людей, которые сидели в штабе. Из них пришли на выборы, проголосовали за меня 14 тысяч человек. Сергей Павлович сказал, что нам для победы нужно 100 тысяч голосов ваших сторонников. Как минимум, моё личное убеждение, нужно добавлять ещё тысяч 50 на погрешность.

Что касается избирательного штаба. Избирательный штаб – это серьёзная задача, и самая большая проблема – его наполнение людьми, которые будут за это отвечать и которые будут в нём работать. У каждого свои особенности, но вот тот пример, который был у нас. Мы выделили отдельно направления, которые нельзя совмещать:



он от нас хочет. Всё, что дальше, больше для самолюбования: понимать, нравишься ты – не нравишься. В избирательной кампании нет такого процесса, который бы нужно было свернуть. Чем больше ты сделаешь, тем больше будет твой результат. Соответственно, итоговая социология будет в день голосования. Вы её увидите и увидите тот результат, который вы наработали.

Что касается графика. Без системного планирования невозможно говорить о каких-то 200–300 или 500 контактах ежедневно. Это встречи в



«поле», издательская группа, контрольные меры, тот самый колл-центр, бухгалтерия, юриспруденция и начальник штаба. Лично у нас сформировалась позиция, что кандидат не может быть начальником штаба полноценным. Конечно, он может быть, исходя из определенных обстоятельств, но идеально

коллективах, встречи в школах, это выставление кубов и пикетов.

Программы кандидата. Мы накопили (и сегодня Сергей Павлович об этом говорил) богатую основу для того, чтобы идти к избирателю. Но, к сожалению, одномандатный избирательный округ зачастую не воспри-

ВЫСТУПЛЕНИЕ А.Е. КЛЫЧКОВА

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

нимает федеральную повестку. Обратите внимание на те встречи, которые вы проводите, которые проводят наши оппоненты.



Как только в селе к бабушке вы приходите с проблемой борьбы с коррупцией на федеральном уровне, бабушка начинает грустить и думать, как бы ей скамеечку получить, да газ провести в её посёлок. Её не волнует проблема падения цены на нефть на бирже, её волнуют несколько другие вопросы. Лично наше впечатление такое, что для избирательного одномандатного округа необходимо формирование нескольких программ. Это федеральная программа, это программа избирательного округа, а иногда даже это программа конкретного района, в котором вы идёте, и вам проще показывать избирателю, что вы хотите сделать на конкретной территории.

По начальнику штаба я уже говорил.

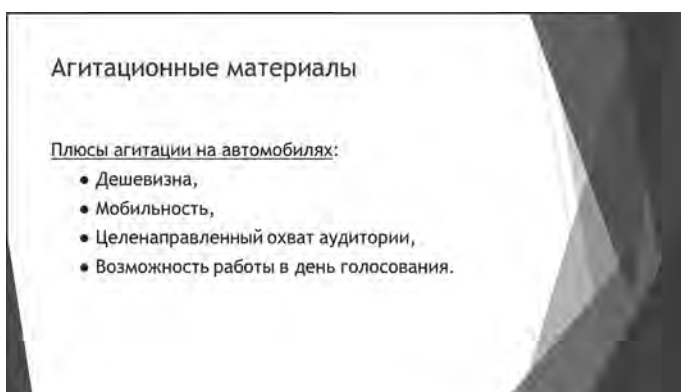
Идём дальше. Что касается издательской группы. Сегодня упоминалось о необходимости использования дополнительных механизмов: интернет, социальные сети.



Мы зачастую усложняем этот процесс сами для себя. У нас одна группа занимается газетой, другая социальными сетями, третья группа занимается листовками. И в итоге у нас с вами получается три избирательные кампании, и избиратель просто не может

понять, что про кого и о чём. Здесь, мне кажется, нужно чётко выстраивать. Выходит газета, газетный материал должен дальше переноситься и в видеоролики, и в социальные сети, и в листовочную часть, и тогда будет понятна сама концепция и те материалы, которые вы несёте избирателям. Вот та самая газета. Про тот цветок, про который я говорю, постоянно задают вопрос. Я люблю цветы, но тогда это был чисто технологический ход, который мы вынуждены были оставить.

Что касается газет. У меня округ был два района, но один искусственно соединённый, по сути, это было три района. Мы выпускали, помимо партийной газеты «Правда Москвы», федеральную «Правду», «Советскую Россию» и выпускали три районные газеты. Потому что в каждом районе своя



проблематика, в каждом районе свои дворы, свои бабушки и свои известные люди. Естественно, были вынуждены идти на увеличение тиражей, сложности финансовые, но выходили именно так. Причём эта газета, помимо партийной части, несла прямую партийную агитацию. Символика, упоминание партии и лидеров всегда в ней были, но не выпячивались. И мне кажется, это сыграло роль, смогли через неё привлечь и не наших сторонников, а, может быть, даже антикоммунистов.

Агитационные материалы. Они были стандартного вида: листовки, буклеты, баннеры, плакаты, контрагитация. Примеры агитационных материалов специально показываю. Была идея, как мне кажется, хорошая для последнего дня голосования. Ничего не нарушается. Слева, как понимаете, узнаваемый для избирателя мой оппонент, префект округа.

Просто мы ему лицо закрасили, соответственно, нет его изображения, никакого согласия спрашивать не должен был ни у кого. Мате-

Что касается социальных сетей. Социальные сети – очень сложный, но очень необходимый вопрос. Невозможно, не имея



риал жёсткий. И милиция была, и изъятие, и всё что угодно было с этим материалом. Но он сыграл последние два дня, мне кажется, очень эффективно, и не нарушается никаким образом никакое законодательство.

Что касается баннеров. Лично по мне был прямой запрет, мне сразу сказали, что никаких баннеров у меня не будет, и даже не мечтать об этом. Но, как оказалось, гораздо дешевле и эффективнее не баннеры вешать, а нанять газели или машины, которые занимаются грузоперевозками, заклеить их борта, они могут ездить где угодно, могут стоять где угодно, где мы им скажем, в самых лучших местах. И это в разы дешевле. И более того, мы можем менять менее затратно то, что на этих машинах размещено. Мы водителей не отпускали. Есть машины, которые стоят без водителей. У нас всегда водитель. Я для смеха скажу, что во-

опыта, работать в этом направлении, потому что это чисто технологический процесс, который нужно использовать. И действительно, 84 миллиона избирателей в России пользуются социальными сетями. Если мы хотим обратиться к молодёжи, получить голоса молодёжи, мы вынуждены или обязаны идти в социальные сети. Здесь нужен профессиональный подход, который должен просто экстраполировать тот агитационный и программный материал, который у нас уже накоплен.

Что касается функции «поля». Это проведение праздничных, спортивных мероприятий, встречи во дворах, общественные

Встречи во дворах

- ▶ Регулярные встречи начались за полгода до дня голосования.
- ▶ Количество встреч: по 2 в рабочие дни, по 3-4 в выходные дни.
- ▶ Длительность одной встречи: 45 минут + 15 минут на перемещение к месту следующей встречи.

Встречи во дворах

- ▶ На каждой встрече присутствовали:
 - Кандидат
 - Юрист /помогает составлять обращения, консультирует/
 - Охрана
 - Журналист

водители были из Средней Азии, доверчивые люди, мы им дали сломанные мобильные телефоны и сказали, что это GPS-навигатор с видеокамерами, мы постоянно видим, где ты ходишь, где ты едешь, и они выполняли все задачи беспроблемно, ни одного сбоя не произошло.

кампании, массовые акции протеста. Что касается спортивных мероприятий, сами не ожидали, но футбольные турниры идут на ура, подключаются дворовые команды, районные команды и получаем эффект очень большой и, как понимаете, в среде молодёжи.

Что касается встреч во дворах. Регулярные встречи начались с февраля. Ничего мы никогда не заявляли как пикеты, митинги, демонстрации и шествия. Тогда я был депутатом, просто встреча с депутатом, потом с кандидатом. Поначалу были проблемы, потом они закончились. Количество встреч: две в рабочие дни, три-четыре – в выходные дни. Длительность 45 минут, этого вполне достаточно, и 15 минут на переход в соседний двор. На каждой встрече присутствовали уже технологические нюансы, присутствовал юрист, который собирает наказания, обращения от людей. Охраны как таковой у нас не было,

ВЫСТУПЛЕНИЕ А.Е. КЛЫЧКОВА

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

были наши сторонники, которые просто рядом были, а иногда мы даже называли охранника соседом, потому что он никак не

контакт. Кто-то обращается за юридической помощью. Всё то же самое. У нас на встрече один-два человека максимум уходили без предоставления своих данных, которые мы потом использовали при призыве в день голосования.

Само планирование встреч шло очень просто. Я потом на последнем слайде покажу, каким образом мы выстраивали порядок проведения встреч. Первые три месяца – это дворы, в которых мы не были ни разу. Второй круг – это уже дворы рядом, с захватом



здоровался с нами, стоял в сторонке. Но когда появлялись провокаторы, он заявлял, что он житель этого двора, и хочет послушать, а все провокаторы могут отойти в сторонку. И тем самым мы снимали конфликтные ситуации. И за всё время не было ни одной драки, были пьяные, был духовой оркестр, который к нам присылали представители наших оппонентов. Представьте, идёт встреча, выходит из-за угла духовой оркестр и играют. Мы 30 минут ждали, пока они наиграются, и продолжали после этого встречу. Но было много всего смешного и весёлого.

Что касается самого важного по встречам. Ни одна встреча, ни один митинг не должны пройти без получения вами абсолютно всех контактов на этой встрече. Многие задают вопрос, каким образом вы получите все контакты, даже от тех, кто не хочет вам их оставлять. Огромное количество и психологических, и техниче-

первых встреч, первых дворов, которые мы проводили. Таким образом, за период избирательной кампании мы абсолютно накрыли всю территорию избирательного округа. Не было ни одного двора, в котором бы мы



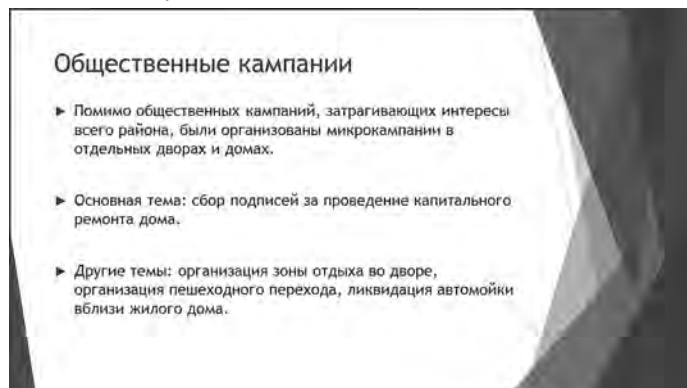
не были. (Зюганов Г.А.: А сколько дворов?) Где-то 280 дворов, всего 400 с небольшим встреч в трудовых коллективах. В год после выборов невозможно было доехать до приёмной, потому что ты садишься в метро, и тут же тебе начинают наказы писать избиратели. Но это, наверное, закономерный итог.

Что касается общественных кампаний. Мы выбрали форму сбора подписей, помимо встреч, за различные общественные кампании. Сегодня, наверное, самая горячая тема для всех регионов – это капитальный ремонт. Мы брали просто дом, приходили в него и говорили: вы хотите, чтобы у вас в доме был капитальный ремонт раньше тех сроков, которые установлены программой платного капитального ремонта? – Хотим. Давайте тогда вашу помощь, собираем подписи со всего дома. Мы ваши подписи направим в соответствующее подразделение правительства Москвы и будем толкать вашу



ских способов есть. Кто-то хочет оставить наказ, он оставил свой контакт. Кто-то не хочет оставлять наказ, вы его спрашиваете, а как бы вы хотели изменить свой район, что бы вы хотели сделать в районе. Он вам начинает рассказывать, вы берёте его

инициативу. Таким образом, мы прошли только по одной теме капитального ремонта полтора года назад, когда он в Москве ещё не был платный, более 100 домов и получили подписи практически всех жильцов.



Также были общественные кампании за сохранение леса, то есть те проблемы, которые вы получаете на встрече, которые сами избиратели вам и называют, не придумывая.

Кубы. Нравятся они кому – не нравятся, они у нас работали. И мне кажется, это наиболее активная фаза, возможность показывать информационную часть и плюс привлекать внимание к их деятельности. Сегодня в Москве их запретили. Не знаю, как в других регионах. Мы теперь пытаемся в суде их разрешить.

Акции протеста. Здесь я отдельно хотел бы сказать большое спасибо Геннадию Андреевичу, который подключился и помог, и отдельное спасибо саратовским товарищам, которые приехали и научили, как проводить, в том числе в Москве, акции протеста. Я не знал, что так можно. Мы заявляли

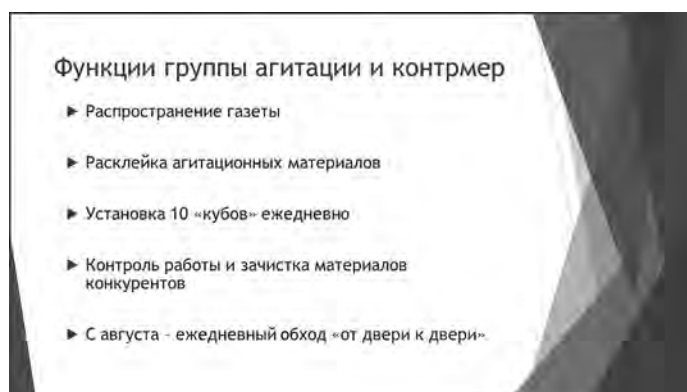
приходили, 30–50 человек, мы им вручали листовки, мы им говорили о проблеме. И уже через день, будучи нашими организаторами, активистами, они приводили людей. И вот пример: 2 сентября, в одном

микрорайоне, в котором проживает около 30 тысяч избирателей, состоялся митинг на три тысячи человек. Я давно не видел таких потоков людей, которые шли, шли, шли. Мы получили после этого митинга 2,5 тысячи подписей против строительства транспортно-пересадочного узла. Конечно, если бы Геннадий Андреевич не приехал, людей было бы меньше. Но это тоже сработало, и мы смогли в этом районе получить ошеломляющую победу, где-то в три раза больше, чем у нашего оппонента, несмотря на то, что он был префектом.

Функции группы агитации и контрмер. Установка 10 кубов ежедневно. Задавали



вопрос, где мы брали людей. Как раз на встречах во дворах и появлялись люди, которые были готовы идти и агитировать, готовы распространять газеты, в том числе и они стояли на кубах. Функции



два митинга через день. Первый митинг не предназначался, чтобы собрать большое количество людей. Он предназначался для того, чтобы собрать актив микрорайона, старших по домам, наших сторонников. Они

группы агитации и контрмер на следующем слайде, я хотел специально заострить на нём внимание. Вот карта, специально её сфотографировали покрупнее. Каждый из нас с вами на сегодняшний день уже имеет установленную нарезку избирательных участков в рамках избирательных округов. На этой карте фломастером отмечено, каждый двор выделен как конкретная принадлежность к каждому избирательному участку.

Таким образом, формируя план деятельности, мы прошли абсолютно всю территорию каждого избирательного участка, не

ВЫСТУПЛЕНИЕ
А.Е. КЛЫЧКОВА

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

забыв ни одного дома, и выстраивали с первого до последнего дня эту кампанию. Мне кажется, это мелочь, но очень полезная, которую могут использовать наши одномандатники.



И последнее. Функции колл-центра. Как я уже говорил, колл-центр достаточно просто организуется, не требует никаких особых затрат: 5 компьютеров, 5 человек, которые звонят, приглашают на ваши встречи во дворах, приглашают, самое главное, на последний день голосования. И эффект от этих обзвонів, безусловно, был решающим в нашем случае. Во-первых, мы знали, кто придёт, во-вторых, мы понимали, какой запас у нас может быть для победы.

Функции контроля в день голосования, об этом уже Евгений Иванович и Сергей Павлович говорили. Без контроля невозможно надеяться, что всё будет хорошо. Власти заявляют о честных выборах. Ничего такого не будет. Будет всё как обычно, если мы не будем контролировать.

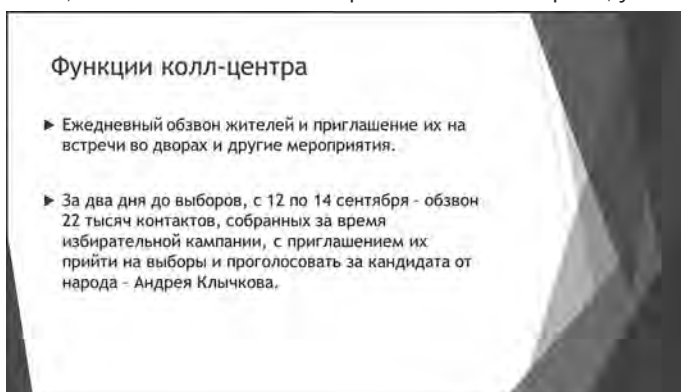


И последний слайд. По подсчётам той же самой социологии, на первом этапе даже с учётом увеличения процента нашей активности мы получали 13 процентов голосов. В результате той самой системной работы, помощи Московского горкома, руководства партии удалось получить 37 процентов голосов.

Поэтому, заканчивая своё выступление, я убеждён, что на сегодняшний день перед нами стоит, безусловно, тяжёлая и серьёзная задача. Но эта задача решается возможностями федерального центра, который будет вести федеральную кампанию, и возможностями каждого одномандатника. И в результате совместной системной работы, я думаю, что мы можем претендовать не на 50, а на гораздо большее количество мандатов. Главное, чтобы каждый одномандатник понимал, что эту работу нужно было начинать вчера и нужно вести её активно до последнего дня голосования.

Г.А. ЗЮГАНОВ: Спасибо, Андрюша.

Вы на последнюю фотографию внимательно посмотрели? Вы посмотрите, у него



штаны сваливаются. Он потерял 13 кг веса, целый пуд потерял. Но эта работа довольно сложная. Я хочу не просто поддержать. Хочу, чтобы особенно новые, молодые кандидаты обязательно переняли опыт. Тут нет особого секрета. Началось с того, что мы с Рашкиным собрали тысячу человек актива, и я им открытым текстом сказал: у вас в Москве был миллион коммунистов. Почему они за вас не голосуют? Ну, ладно переметнулись. Но многим стыдно за то, что страну не уберегли, за то, что в Москве ельцины появились, за то, что Москва отмолчалась, когда парламент расстреливали.

Надо всё-таки обратиться и дойти до них. Давайте каждый сделаем шаг навстречу. Как это может быть московский парламент, где нет ни одного коммуниста?! Это вообще стыдно и недостойно. Я достал свой блокнот, у меня тут на первых страницах все телефоны: от президента до всех родственников

близких. Собрал свои блокноты и сказал, я даю вам гарантию, что вытащу на выборы 100 человек, с кем я вместе работал, кого я учил, с кем я в волейбол вместе играл. И самое поразительное, я говорю, даю слово, я их приведу на выборы, они за вас проголосуют. Я стал обзванивать и пришёл в ужас. Во-первых, каждый второй не собирался идти голосовать, просто не собирался, говорил: всё равно это бесполезно, всё равно украдут, всё равно эта власть всё решит,

8 месяцев, вот только тогда будет результат. В противном случае невозможно переключить эту машину, эту мафию.

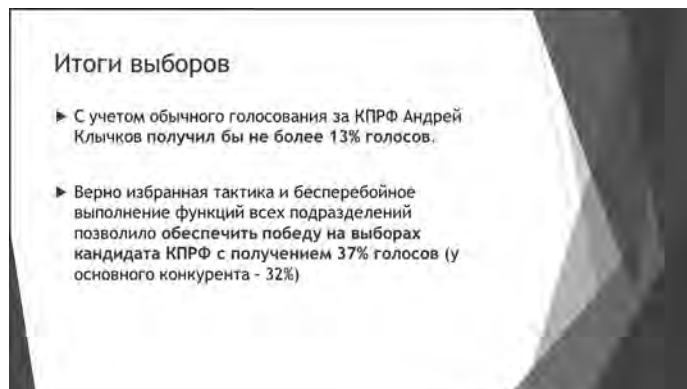
И когда он стал раскручивать, они вдруг замерили и ахнули. Было 9 процентов, а стало 29 процентов. Я разговариваю с московским руководством, они перепуганы, тогда они Зотова туда, префекта, выдвинули. И он там пытался что-то устроить. Опять нанятые бабушки, нанятые бандиты, нанятые «свистюльки» и всё остальное. Это

они давно освоили. Это ещё с Ельцина было, приходила такая группа «троцкистская», она умеет затоптать, зашикать, а бандитствующая группа может и бороться.

Но Андрей и против них нашёл разумное решение. Когда они приходят к нам сорвать мероприятие, если пошлёт даже свой оперативный отряд, то драка будет, могут сорвать встречу. А если пошлёт 15 бабушек с кошёлками, никакие бандиты с бабушками драться не будут. И когда бабушки начинают шуметь и махать своими кошёлками под носом даже очень «крутых», тогда ничего не остается полиции, как подойти и сказать, что давайте, ребята, отойдём в сторону, в то будут неприятности. Приходилось профилактить каждую такую встречу.

Я спрашиваю Рашкина, как же так? Уже 4 встречи проходит, опять появились эти «свистюльки» и прочее? Первое – срочно подготовьте на двух страницах записку, я её вручу руководителям московской полиции.

Во-вторых, срочно подберите группу авторитетных депутатов этого района, запишите на приём к этому префекту и его профилактируйте по полной программе. По полной программе! Придите и скажите, что мы с этим сталкивались. Вас устраивает бандитствующий приём? Если это не подействует, то давайте всей командой



всё равно припишут и т.д. Но, извините, взбеленился просто. Звоню и говорю, ты же был командиром полка, у тебя ребята-офицеры все ходили с партбилетами, чего же ты не хочешь идти на выборы? Поэтому я вам заявляю прямо: когда вас прижмёт, вы ночью меня поднимаете. Вот если ты всех не поднимешь и не доложишь мне поимённо, кто вместе с тобой из твоих сослуживцев пойдёт и проголосует за КПРФ, даже если мы все не нравимся, – тогда забудь мой телефон и мой порог, я тебя не пущу просто сюда. Звоню сестре, она руководитель медицинского учреждения, толковая, умница, блестяще школу закончила, два взрослых сына, в одном доме пять бюллетеней – «А что идти?». Я говорю, как «что идти?». Нас поддержать. Чего вы не хотите задницу поднять, сходить на участок и вместе со своими отдать нам голоса. Хоть к кому обратиться будет в совете. И это меня просто поразило, что даже из тех людей, которые разделяют наши взгляды, хорошо относятся, обращаются за помощью, каждый второй не собирался идти голосовать.

Мы с Андреем сели, и я говорю, что у него будет сложная задача, против тебя выступит дальнобойная артиллерия. Мы с Рашкины тебе поможем, но тебе придётся освоить все современные технологии, откроем полный карт-бланш, но для этого нужно 17 часов в сутки трудиться минимум,



Во-вторых, срочно подберите группу авторитетных депутатов этого района, запишите на приём к этому префекту и его профилактируйте по полной программе. По полной программе! Придите и скажите, что мы с этим сталкивались. Вас устраивает бандитствующий приём? Если это не подействует, то давайте всей командой

ВЫСТУПЛЕНИЕ А.Е. КЛЫЧКОВА

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

встретимся с мэром. Мы обсуждали с ним проблемы Москвы, мы их поддержали по промышленности, по науке, по ряду проектов, связанных с комплексной застройкой, по финансированию, по некоторым законам, о которых они просили. А они нам навязывают такой вариант. И я понимаю, почему навязывают.

Их в прошлый раз оскорбило, что выиграл Клычков, они были уверены, что их кандидат добьётся нужного результата. Но эта профилактика должна быть сделана по полной программе. Если не действует, давайте, выходите на трибуну



Думы и представьте Москву как скопище бандитов и негодяев, которые не хотят нормально вести диалог и подрывают путинскую стабильность, которая и так является очень хрупкой. Но немедленно отреагируйте!

Я попрошу и Кашина обсудить это на Штабе протестных действий. Главное, своих не давать в обиду. Ещё не хватало, чтобы дёрнули молодого члена Президиума, перспективного работника, да ещё и наручники надевали. Не годится так! Иначе будет то, что у нас было с Казанковым, когда его обложили со всех сторон, аварию организовали. Мы со всей Волги две тысячи человек собирали с Харитоновым. И мы их сломали там. Они вынуждены были отступить, потому что или мы проявляем характер и волю, или растопчут нас, как стадо взбесившихся слонов. Мы имеем дело с не нормальными людьми, которые готовы к политическому диалогу. Мы имеем совсем другую публику.

Но тут мы не должны уступать. Мы действуем в рамках закона, нормально, достойно и конструктивно. Но свои кадры мы обязаны защищать всей организацией, в этом наша сила и наши большие возможности.

Андрея давайте поблагодарим, похлопаем, пожелаем ему успеха.

**Е.В. НИКУЛИНА,
член ЦК КПРФ, заместитель
главного бухгалтера ЦК КПРФ:
«Особенности финансирования
избирательной кампании в
одномандатном избирательном
округе в ходе выборов депутатов
Государственной думы
Федерального собрания Российской
Федерации седьмого созыва»**

Уважаемые товарищи!

Кандидаты, выдвинутые по одномандатному избирательному округу, обязаны создавать собственные избирательные фонды. Избирательный фонд создаётся в период после письменного уведомления окружной избирательной комиссии о выдвижении кандидата до представления документов о регистрации кандидата в избирательную комиссию.

Избирательные фонды кандидатов могут создаваться за счёт следующих источников: собственные средства политической партии, собственные

средства кандидата, пожертвования юридических и физических лиц.

Предельная сумма всех расходов и средств из избирательного фонда составляет 15 миллионов рублей. Исходя из предельного размера расходов, соответственно, у нас есть ограничения по наполнению из разных источников. Собственные средства политической партии могут составлять не более 50 процентов от предельной величины расходов, то есть 7,5 миллионов рублей. Средства кандидата также могут составлять не более 50 процентов, это 7,5 миллионов рублей. Пожертвования от одного физического лица могут составлять не более 300 тысяч рублей, и пожертвования, соответственно, от одного юридического лица могут составлять не более 3 миллионов рублей.

Право распоряжаться средствами избирательного фонда кандидата принадлежит создавшему этот фонд кандидату, а также уполномоченному представителю кандидата по финансовым вопросам, который действует на основании нотариально удостоверенной доверенности кандидата.

Уполномоченный представитель кандидата по финансовым вопросам регистрируется в соответствующей окружной избирательной комиссии. Регистрация уполномоченного по финансовым вопросам осуществляется на

**ВЫСТУПЛЕНИЕ
Е.В. НИКУЛИНОЙ**

основании заявления кандидата о назначении его уполномоченного представителя по финансовым вопросам, письменного согласия гражданина быть таким уполномоченным представителем, нотариально заверенной доверенности и при предъявлении уполномоченным представителем кандидата по финансовым вопросам паспорта или документа, заменяющего паспорт гражданина.

В нотариально заверенной доверенности вы должны прописать все полномочия, которые вы даёте представителю по финансовым вопросам. Это может быть открытие избирательного счёта, подписание договоров и осуществление прочих операций. То есть, если вы в доверенности не пропишите, что вы финансовому уполномоченному доверяете открытие специального избирательного счёта, специальный избирательный счёт открывает только кандидат лично.

Средства избирательных фондов кандидатов имеют целевое назначение и могут использоваться только на проведение предвыборной агитации, а также на оплату работы, услуг информационного и консультационного характера, на оплату других работ или услуг, выполненных и оказанных гражданами или юридическими лицами, а также иных расходов, связанных с проведением кандидатом своей избирательной кампании.

Кандидат вправе использовать на проведение предвыборной кампании только те средства, которые поступили в его избирательный фонд.

Кандидат обязан открыть специальный избирательный счёт для формирования своего избирательного фонда. Специальный избирательный фонд открывается в филиале Сберегательного банка Российской Федерации, указанном для кандидата соответствующей избирательной комиссией. Филиал Сберегательного банка открывает специальный избирательный счёт незамедлительно после того, как кандидат представит необходимые документы.

Плата за услуги по проведению операций по счёту, за его ведение не взимается. Здесь при открытии избирательного счёта для региональных отделений и остальных кампаний, неуставные документы региональных отделений не подаются в Сбербанк для открытия избирательного счёта, то есть подаются только те документы, которые выдаёт избирательная комиссия.

Все финансовые операции по специальному избирательному счёту за исключением возврата в избирательный фонд неизрасходованных средств и зачисления на указанный счёт средств, перечисленных до дня голосования, прекращаются в день голосования.

Специальный избирательный счёт закрывается кандидатом до дня представления им итогового финансового отчёта. Порядок открытия, ведения и закрытия специальных избирательных счетов устанавливается Центральной избирательной комиссией. Как говорил Евгений Иванович Колюшин, законодательство ещё находится в стадии утверждения, и инструкция, соответственно, будет утверждена перед выборами, то есть утверждённой инструкции ещё нет.

Теперь следующее. Одним из источников наполнения фондов является добровольное пожертвование. Добровольное пожертвование гражданин должен осуществлять лично либо через почтовое отделение связи, либо через кредитную организацию при предъявлении паспорта.

При перечислении пожертвования он обязан указать свои данные: фамилию, имя, отчество полностью, дату рождения, адрес места жительства, согласно паспорту, серию и номер паспорта и гражданство Российской Федерации.

Добровольное пожертвование юридического лица в избирательный фонд осуществляется в безналичном порядке путём перечисления средств на специальный избирательный счёт. При внесении пожертвования юридическим лицом в платёжном поручении необходимо указать следующие сведения. Это идентификационный номер налогоплательщика, наименование, дата регистрации юридического лица и банковские реквизиты, отметка об отсутствии ограничения, предусмотренного федеральным законом.

Кандидат вправе возратить жертвователю любое пожертвование в избирательный фонд, за исключением пожертвования, внесённого анонимным жертвователем.

То есть у нас есть определенные запреты, кому запрещено вносить пожертвования в избирательные фонды.

Первое. Это иностранные государства и иностранные организации, лица без гражданства, граждане Российской Федерации, не достигшие возраста 18 лет на день голосования, российские юридические лица с иностранным участием, если доля вклада иностранного участия превышает 30 процентов на день официального опубликования решения о назначении выборов. Международным организациям, государственным муниципальным учреждениям, благотворительным и религиозным организациям, а также учреждённым ими организациям.

Анонимным жертвователям. Под анонимным жертвователем понимается гражданин, который не указал в платёжном документе о внесении пожертвования

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

любые следующие сведения: фамилия, имя, отчество, адрес места жительства – или указал недостоверные сведения. Либо юридическое лицо, о котором в платёжном документе на внесение пожертвования не указаны любые следующие сведения: идентификационный номер налогоплательщика, наименование банковского реквизита – или указаны недостоверные сведения.

Запрещено оказывать пожертвования юридическим лицам, зарегистрированным менее чем за один год до дня голосования на выборах, а также некоммерческим организациям, получавшим в течение года, предшествовавшего дню внесения пожертвования в избирательный фонд, денежные средства либо иное имущество от иностранных государств или юридических лиц с иностранным участием.

У нас были случаи, когда нам денежные средства в виде пожертвования перечисляли некоммерческие организации, которые получали денежные средства от иностранных юридических лиц. И эти пожертвования мы, соответственно, потом возвращали жертвователю, потому что это запрещено. Поэтому при формировании избирательного фонда необходимо хорошо знать, кто вам будет жертвовать деньги, то есть эти юридические лица, как минимум, необходимо проверить на их уставной капитал, а также на то, где они зарегистрированы и кто является их участниками.

При формировании избирательного фонда, с учётом того, что есть ограничения, необходимо отслеживать, что максимальное наполнение у нас будет 15 миллионов рублей. Это надо учитывать. И также нужно учитывать предельные размеры, то есть добровольное пожертвование физического лица – 300 тысяч, юридического лица – 3 миллиона рублей. Собственные средства партии – 7,5 миллионов рублей, средства кандидата – не более 7,5 миллионов рублей.

Кандидат вправе вернуть собственные средства, перечисленные в его избирательный фонд. Кандидат, выдвинутый политической партией по одномандатному избирательному округу, вправе вернуть политической партии её собственные средства, перечисленные в его избирательный фонд. А если вам перечислено пожертвование с нарушением включения необходимых данных, оно неправомерно, его обязаны вернуть жертвователю в течение 10 дней со дня его получения. Если после 10 дней возвращаете, то считается, что это пожертвование неправомерное. Если неправомерное пожертвование не перечислили и сумма неправомерных пожертвований составляет

750 тысяч рублей и более, кандидат снимается с участия в выборной кампании.

Такие случаи были в Люберецком районе Московской области. Кандидата, который шёл в мэры и готовился победить, сняли с избирательной кампании. У него наполнением избирательного фонда занимался главный бухгалтер его организации. И, соответственно, чтобы перечислить, необходимо указать назначение платежа, те сведения, о которых я говорила, это дата регистрации, отметка об ограничении в соответствии с законом.

Когда я раздавала этой женщине образцы платёжных поручений, чтобы были перечислены средства, она допустила ошибку в номере закона, перепутала цифры. На основании этого все деньги были признаны неправомерными и кандидата сняли с предвыборной гонки. Поэтому надо очень внимательно отслеживать поступления на расчётный счёт, мониторить его ежедневно, кто и какие денежные средства прислал, потому что могут быть специальные вливания.

Пожертвования, которые были внесены в избирательный фонд анонимным жертвователем, перечисляются в доход федерального бюджета не позднее, чем через 10 дней после дня их поступления.

Граждане и юридические лица вправе оказывать финансовую поддержку политической партии, кандидату только через избирательные фонды. Запрещается без документально подтвержденного согласия кандидата или его уполномоченного представителя по финансовым вопросам и без оплаты из средств избирательного фонда выполнение оплаченных работ, оказание платных услуг, реализация товаров, прямо или косвенно связанных с выборами депутатов Государственной думы.

Расчёты между кандидатом и юридическим лицом за выполнение работ, оказание услуг проводятся только в безналичном порядке, то есть в обязательном порядке должен быть заключён договор, и в безналичной форме производится оплата.

С физическими лицами возможна оплата наличными денежными средствами. Договоры с гражданами и юридическими лицами на выполнение определённых работ, связанных с избирательной кампанией, заключаются лично кандидатом или его уполномоченным представителем по финансовым вопросам, то есть должна быть заверенная доверенность. Тогда, соответственно, должна быть запись о том, что он уполномочен заключать договоры.

Кандидат, создавший избирательный фонд, обязан вести учёт поступления средств в избирательный фонд и расходо-

вания этих средств. Порядок и форма учёта и отчётности кандидата по поступлению средств утверждается Центральной избирательной комиссией, то есть данная инструкция находится в Центральной избирательной комиссии в стадии рассмотрения, утверждена она будет позже.

Кандидат не позднее чем через 30 дней со дня официального опубликования результатов выборов депутатов Государственной думы, представляет в окружную избирательную комиссию итоговый финансовый отчёт.

Я хочу обратить ещё раз внимание. Раньше были такие случаи, что избирательная кампания не заканчивается в день голосования, избирательная кампания заканчивается в день сдачи итогового отчёта. Итоговые финансовые отчёты сдаются кандидатами независимо от того, выиграл ли он выборы или нет. Полтора года назад были внесены изменения в Кодекс административных правонарушений, где установлена финансовая ответственность за несдачу итогового финансового отчёта по результатам выборов.

К итоговому финансовому отчёту прилагаются первичные финансовые документы, подтверждающие поступление средств на специальный избирательный счёт кандидата и расходование этих средств, справки об оставшихся средствах или закрытии соответствующего специального избирательного счёта, а также копии тех материалов, которые были изготовлены в период предвыборной агитации.

То есть какие у нас документы прилагаются? Это в обязательном порядке полный комплект по каждому перечислению денежных средств. Полный комплект в себя включает, как правило, счёт, договор, акт оказанных услуг обязательно. Если вы выпускали печатную продукцию, календарики или другую агитацию, которую разносили, то должна быть и товарная накладная. Обязательно должно быть согласие уполномоченного представителя по финансовым вопросам или кандидата на изготовление данной продукции.

Поэтому, когда выстраивается финансовый план предвыборной кампании, его желательно выстроить заранее, чтобы документы, на основании которых будет работать финансовый уполномоченный, можно было бы сразу подготовить и посмотреть полный комплект, чтобы не было ошибок. В том же договоре, который будет заключён, должны быть предусмотрены особенности той печатной продукции или агитационной продукции: должны быть указаны определенные выходные данные, без которых распространение агитационной продукции запрещено.

Также вы знаете, что у нас вся агитационная

продукция должна быть предоплачена, то есть мы должны сначала оплатить агитационную продукцию, потом уведомить избирательную комиссию о том, какую продукцию мы изготовили, представить в избирательную комиссию копию платёжного поручения, представить образец этой агитационной продукции в машиночитаемом виде. И только после этого мы можем эту продукцию распространять.

Обращаю внимание на то, что бывают такие случаи (у нас с вами выборы будут по федеральному списку, по одномандатным округам, выборы в муниципальные и в региональные парламенты), когда некоторые избирательные фонды и кандидаты агитационный материал делают совместно, то есть делают один плакат или листовку, на которых изображены представители и федерального списка, и одномандатного округа, и регионального списка. Какая особенность здесь возникает? Особенность возникает при заключении договора. Договор должен быть тогда многосторонним. Если, допустим, одной стороной является федеральный список, а другой – одномандатник, получается три стороны договора: типография, федеральный список, одномандатник. Если идёт ещё какая-то сторона, значит, будет четыре стороны, пять сторон. То есть сколько у нас идёт заказчиков, столько сторон должно быть в договоре и плюс изготовитель агитационной продукции. Обязательно на каждой агитационной продукции должны стоять выходные данные: из какого фонда она оплачена, тираж, дата, кто это изготовил. А также должны стоять фамилия, имя, отчество кандидата и место его жительства.

Обязанность представления финансового отчёта кандидата возлагается, соответственно, на кандидата или его уполномоченного представителя по финансовым вопросам. Кандидат после дня голосования и до представления итогового финансового отчёта обязан перечислить неизрасходованные средства, находящиеся на соответствующем специальном избирательном счёте, гражданам или юридическим лицам, внесшим добровольные пожертвования, пропорционально вложенным ими средствам. Остаток неизрасходованных средств, которые не могут быть возвращены жертвователям, в указанном порядке подлежат перечислению в доход федерального бюджета.

По истечении 60 дней со дня голосования филиалы Сберегательного банка Российской Федерации по письменному указанию окружной избирательной комиссии обязаны перечислить оставшиеся на специальных избирательных счетах средства в доход федерального бюджета.

ВЫСТУПЛЕНИЕ Е.В. НИКУЛИНОЙ

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

Ещё хотелось бы сказать несколько слов о заключении договоров с физическими лицами. То есть один договор заключается с одним физическим лицом. Те случаи, когда пишут, что договор заключён с Ивановым Иваном Ивановичем для того, чтобы он обеспечил работу бригаде, сделал финансовое обеспечение – такие договора заключать нельзя. То есть у нас договор с физическим лицом должен быть о том, что договор заключён с гражданином Ивановым Иваном Ивановичем, который оказывает соответственно либо агитационные услуги в определённый период, либо транспортные услуги. По договорам с физическими лицами возможна как предоплата, так и оплата до окончания выборной кампании. То есть предоплата не обязательна. Если он оказывает агитационные услуги с 5 августа до 5 сентября, в договоре прописанные, мы можем оплату ему сделать 6 сентября или 4 августа. А пока финансовая инструкция ещё не утверждена, но в законе нет запрета на расчёты наличными денежными средствами с физическими лицами. То есть можно снять денежные средства наличными с избирательного счёта и расплатиться с физическим лицом.

Также хотелось бы отметить то, что при оплате работ физических лиц во время избирательной кампании со специального избирательного счёта не взимаются никакие налоги. То есть, если вы заключили договор с физическим лицом на оказание агитационных услуг стоимостью 10 тысяч рублей, вы перечисляете этому физическому лицу 10 тысяч рублей. Ни подоходный налог, ни какие-то другие налоги не уплачиваются. По закону эти услуги освобождены от налогообложения полностью.

Но так же, как и с юридическим лицом, к договору с физическим лицом обязательно должен быть приложен акт выполненных работ, в котором так же указано то, что он получил денежные средства и с ним полностью рассчитались.

Поэтому учёт ведётся полностью. Сдаётся итоговый финансовый отчёт. К финансовому отчёту обычно ведётся порядок, в котором прописаны все финансовые операции, подбывается полный комплект документов. То есть комплект документов к платёжному поручению на перечисление денежных средств включает в себя: счёт, договор, обязательно подписанный в установленном порядке и со всеми данными, включая акт выполненных услуг, и образец той продукции, которая была изготовлена.

**А.Н. ВАСИЛЬЦОВА,
член ЦК КПРФ,
зам. заведующего отделом
ЦК КПРФ по информационно-
аналитической работе
и проведению
выборных кампаний:**

***«Перемены в массовых настроениях
и их учёт в избирательной кампании.
Специфика российского электората»***

Добрый день, уважаемые товарищи!

Я представляю подраздел по аналитике и социальным исследованиям ЦК КПРФ.

Сегодня я познакомлю вас с итогами новейшего нашего всероссийского опроса, результаты которого были получены бук-



вально позавчера. Предваряя популярный вопрос, сразу скажу о выборке: состав опрошенных полностью соответствует половозрастной структуре общества, опрашивали в населённых пунктах разной крупности (от 1 тысячи жителей), в большинстве субъектов федерации, причём пропорционально доле каждого региона в населении страны. Таким образом, выборка полностью репрезентативна, и по полу/возрасту, и по размерам городов и сёл, и по регионам.

Мы изучаем общественное мнение не один десяток лет, и, как правило, какие-то изменения протекают довольно медленно. Скачки бывают редко. Но сейчас нам повезло столкнуться с этим редким явлением – скачкообразной трансформацией.

Что изменилось? Прежде всего, спектр проблем, которые больше всего волнуют людей. Впервые за несколько лет появились целые новые блоки. Здесь это финансово-экономический кризис (19%) и внешняя политика (7%). Явное влияние СМИ: люди на первое место ставят не свои многочисленные проблемы, а Новороссию или Сирию.

Немного выросла проблема бедности: с 18 до 22%. Но ещё 4 года назад было 34%. Последовательно сокращается безработица: было 14-13, сейчас только 8%. На фоне кризиса резко упало внимание к инфраструктурным проблемам: благоустройство, ЖКХ, медицина. Если 4 года назад этот блок был на первом месте для четверти населения, то сейчас только для 5%. В то же время растут претензии к власти, и особенно обвинения в коррупции: год назад – 5%, сейчас – 15%.

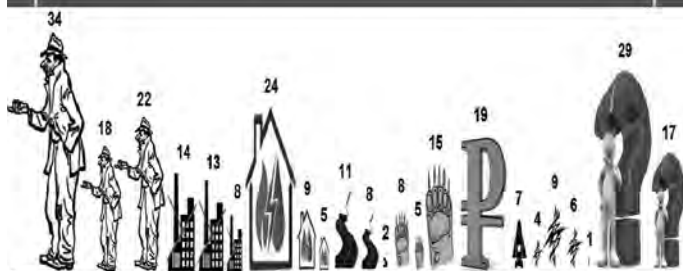
В прошлый раз я говорила, что население давало «кредит доверия» власти, когда люди массово отказывались говорить о проблемах, хотя и не отрицали их наличие,

Перемены в массовых настроениях и их учёт в избирательной кампании. Специфика российского электората.

Васильцова А.Н., член ЦК КПРФ,
заместитель заведующего Отделом ЦК КПРФ
по информационно-аналитической работе
и проведению выборов кампаний

ВЫСТУПЛЕНИЕ
А.Н. ВАСИЛЬЦОВОЙ

Назовите главные, на Ваш взгляд, проблемы 2012 г. → 2015 г. → 2016 г.



и что этот кредит будет таять. Вот сейчас мы наблюдаем, как он тает: подобных отказов уже не 29%, а 17%. Это ещё не 1-2%, как в докрымскую эпоху, но тенденция видна.

Насколько реально кризисные явления затронули россиян? Вот классическая шкала благосостояния, принятая в социологии. Согласно результатам нашего опроса, доля тех, периодически испытывает трудности с покупкой еды, в среднем по стране составляет только 4%. Поэтому, когда некоторые не в меру сердобольные товарищи патетически восклицают «народ голодает!», – не верьте. Не голодает. Даже сейчас, в кризис.

В то же время доля тех, кто хоть и питается нормально, но всё равно находится за чертой бедности, потому что с трудом

может купить новую одежду, весьма высока – 30%.

Далее следует самая многочисленная страта, составляющая ровно треть населения. Они нормально питаются и одеваются,

но им сложно купить новую мебель или технику.

Средним классом можно условно считать тех, кто спокойно покупает технику и мебель, но не может позволить себе автомобиль не в кредит. К этой категории относится 12% россиян.

Обеспеченные, т.е. те, кто способен купить машину, но не квартиру, составляют 8%. Наконец, таких, чьи доходы позволяют покупку квартиры без ипотеки, насчитывается только 1%.

Однако есть ещё довольно многочисленная категория,

11%, кто отказывается отвечать на вопрос о благосостоянии. По многим косвенным параметрам можно с уверенностью сказать, что в основном это люди обеспеченные. То есть к двум-трём высшим стратам следует добавить эти 11%.

Благосостояние семей

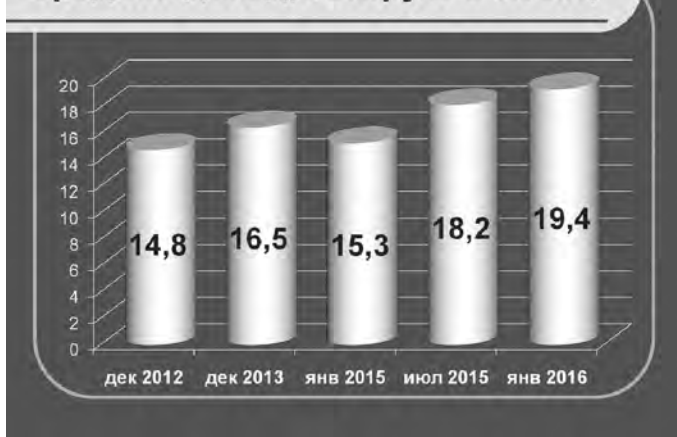


**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

Информация о том, будто денежные доходы населения падают, также не подтверждается. На этом слайде мы видим, что сокращение произошло лишь в 2014-м году, а последний год доходы населения растут. В начале прошлого года – 15,3 тыс. руб., летом – 18,2, сейчас уже 19,4.

Причём это средний доход, то есть не только зарплаты, но и пенсии, и стипендии, и сюда даже включены «нулевые» доходы безработных и домохозяек. Если вычленим из этой цифры только зарплаты, будет 26 тыс.руб. Росстат даёт 29 тыс. Другое дело, догоняет ли этот рост инфляцию.

Средний доход, тыс.руб. в месяц



имеем дело не с отдельной социальной группой, а с явлением – прекариатизмом, – которое охватило всю трудовую сферу страны.

Социально-классовая структура



А на слайде мы видим современную социальную структуру населения России. Понятно, что самая большая группа – это неработающие пенсионеры. Среди работающих самая массовая часть (23%) – офисный планктон: клерки, менеджеры – в общем, нанятые служащие в офисах частных фирм. На втором месте (16%) – нанятые работники сферы обслуживания: продавцы, парикмахеры, официанты. Рабочие составляют только 7% взрослого населения. Инженеры 6%. Неработающие – 4%.

И ещё вопрос: почему в кризис нет падения доходов? Дело в том, что очень многие наши сограждане сейчас работают, что называется, по серым схемам. Без уплаты налогов, часто вообще без юридического оформления. Такая работа имеет ряд недостатков: это нестабильность, лёгкость увольнения, неопределённость условий труда. Но в то же время есть один несомненный плюс: такая работа слабо зависит от треволнений рынка и экономической конъюнктуры. Это как бартер, только с использованием денег.

Сейчас появился новый термин – прекариат. Так называют этих работников, не оформленных или работающих по разовому договору. С научной точки зрения, строго говоря, это не прослойка. И тем более не класс. Фактически к прекариату сейчас относятся вся Россия. Даже депутаты Государственной думы – ведь у них пятилетний контракт и никаких гарантий дальнейшего трудоустройства. Можно сказать, что мы

Остальные группы вы видите на слайде.

Таким образом, мы видим, что социальная структура нашего общества очень пёстрая. Учёт интересов разных социальных групп требует высокого уровня обобщения наших предвыборных тезисов.

Одной из тем, предложенных в концепцию предстоящих выборов, является социальная справедливость. Казалось бы: совершенно очевидная вещь, интуитивно понятная каждому. Но так ли это? мы спросили наших респондентов: что такое социальная справедливость? Ответы прямо-таки поразили своей разнообразностью. Оказывается, люди понимают этот концепт каждый по-своему, вплоть до противоположного.

13% считают, что социальная справедливость – это равенство. Одни говорят об отсутствии большого разрыва между богатыми и бедными. Другие используют советскую формулировку: от каждого – по способностям, каждому – по потребностям, ну или хотя бы по труду. И 3% занимают чисто

троцкистскую позицию, мол, все должны жить абсолютно одинаково. Как мы знаем, это противоречит советской идеологии: например, была норма, что учёный, доктор наук, должен получать то ли 3, то ли 5 окладов квалифицированного рабочего. Т.е. разрыв должен быть в разы!

10% понимают социальную справедливость как хорошее благосостояние всех. Чаще всего респонденты употребляли слово «достойная» (зарплата, пенсия). Некоторые формулируют проще: все довольны, всем хорошо.

Другие 10% социальную справедливость понимают вне экономического дискурса, а

Что такое социальная справедливость?

Равенство	13
Благосостояние	10
Законность	10
Забота	6
Уважение	3
Неравенство	3
Стабильность	2
Свобода	2
Без ответа	51

Другие 2% считают, что это свобода, и когда никто не мешает.

Но больше половины наших сограждан не смогли дать никакого, даже самого путаного

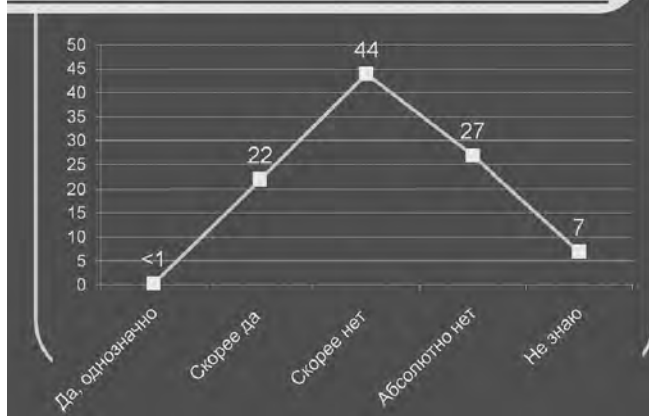
объяснения, что такое социальная справедливость. Вот и как, спрашивается, использовать на выборах самые, казалось бы, простые термины!

Распределение ответов на вопрос, есть ли в России социальная справедливость, вы видите на следующем слайде. Большинство считает, что нет.

Вы знаете, обычно мы очень тщательно составляем формулировки вопросов, чтобы быть уверенными, что респондент правильно поймёт, что мы хотим узнать. Но тут, признаюсь, у нас случился один

существенный прокол. Мы спросили: что следует сделать депутатам, чтобы повысить социальную справедливость? Мы рассчи-

Есть ли в России социальная справедливость?



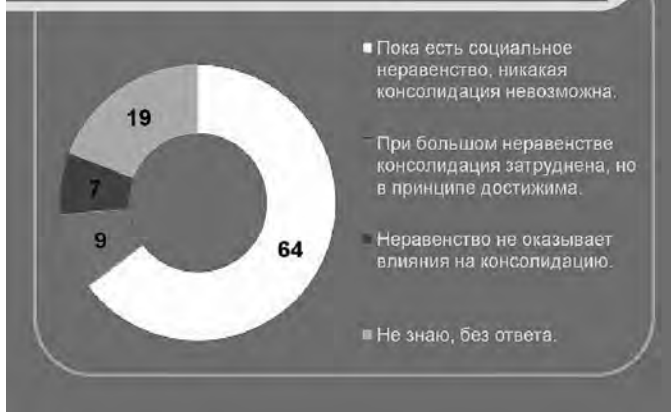
как законность и честность. Либо как юридическую категорию: равноправие, равенство перед законом. Либо как исполнение законов, порядок в стране. Либо просто когда не воруют и не обманывают.

Для 6% социальная справедливость — это забота государства о человеке, социальная защита. 3% вообще не привязывают её к государству, в их понимании это взаимное уважение между людьми.

А ещё 3% вообще видят социальную справедливость как раз в НЕравенстве, т.е. в наличии разрыва между доходами разных людей. Они полагают, что главная несправедливость — это уравниловка.

2% понимают социальную справедливость как стабильность: жить по средствам, спокойно, без потрясений.

Мешает ли неравенство консолидации?



тывали, что нам посоветуют какие-нибудь идеи к законопроектам. Ничего подобного. Практически все респонденты за вычетом

ВЫСТУПЛЕНИЕ

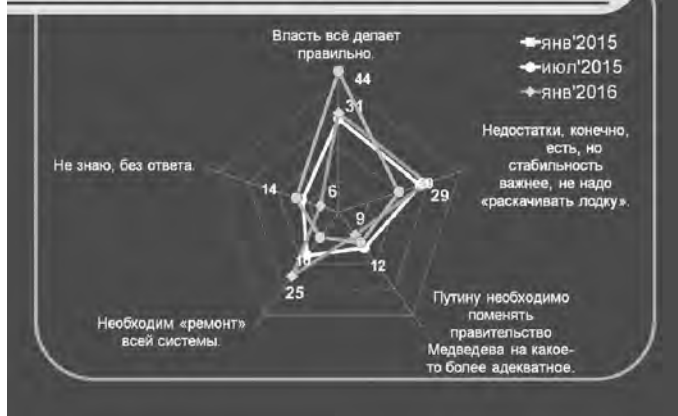
А.Н. ВАСИЛЬЦОВОЙ

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

4% принялись взахлёб ругать депутатов, требуя, чтобы они отдали всю свою зарплату пенсионерам, самораспустились, утопились и т.д. Причём, что характерно, такая агрессия идёт только в адрес депутатов, хотя зарплаты министров или администрации президента гораздо, несравненно выше. Депутатская зарплата за вычетом налогов и партмаксимума – это вообще зарплата среднего московского клерка в средней фирме. Почему же такая агрессия?

Дело в том, что российские СМИ уже несколько лет ведут целенаправленную, последовательную работу по дискредитации законодательной ветви власти. Казалось бы, как же так? А «Единая Россия»? Что,

Ремонт системы



стемы, уже не десятая часть респондентов, как было год назад, а четверть. А доля тех, кто считает, что власть всё делает правильно, сократилась с 44 до 31%.

Чего, по-Вашему, сейчас больше в жизни нашего общества?



Правда, в эмоциональной сфере позитивное отношение к нынешнему режиму по-прежнему преобладает. Так, с каждым годом падает доля тех, кто считает, что в российской жизни больше всего «пустого трёпа», а также «тенденций к разрушению и хаосу». И напротив: «стремление к порядку» видит всё большая часть россиян. Правда, «практическое дело» и «развитие» практически полностью вытеснены набирающим обороты «застоем».

они борются против самих себя? Нет. Дискредитация парламента нужна лично Путину для установления режима личной власти, где представительным органам вовсе не место. Не удивлюсь, если через один или два созыва Думу – под народное улюлюканье – просто закроют. Вместо неё будет какой-нибудь расширенный президентский совет.

Но для устойчивого режима личной власти нужна консолидация общества, о которой так много сегодня говорится. А возможна ли она при социальном неравенстве? Две трети считают, что нет.

На вопрос: «Адекватно ли государство справляется с вызовами времени?», отвечают, что нужен ремонт всей си-

доминирующей в обществе эмоцией было разочарование, то теперь это спо-

Какие чувства оставил у вас в душе прошлый год?

	2001	2005	2008	2013	2016
Разочарования	18	19	16	30	14
Достижения целей	4	5	4	9	6
Опасности	12	7	13	9	1
Уверенности	6	4	5	5	9
Силы	5	2	2	0	0
Страха	7	8	8	8	1
Спокойствия	8	11	8	10	29
Растерянности	8	6	9	2	8
Обманутых надежд	12	14	12	2	4
Сбывшихся надежд	9	8	3	11	4
Брезгливости	1	1	5	0	0
Радости	4	6	3	2	10
Гнева	1	2	6	0	0
Счастья	4	2	2	0	5
Без ответа	1	5	4	12	9

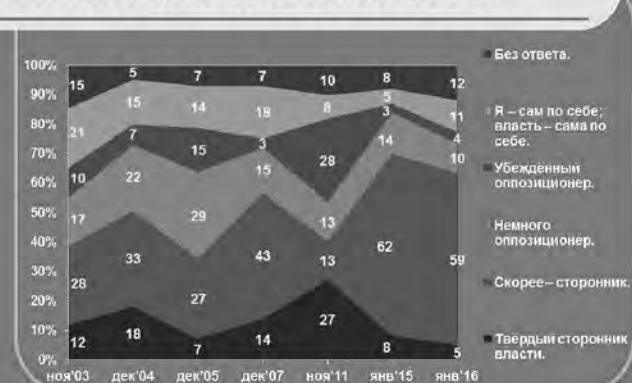
койствие. За ними идут чувство радости, уверенности, растерянности, достижения целей и счастья, остальные – меньше.

Суммарно позитивных эмоций 63% против 28% негативных. Ещё три года назад соотношение было 37:51 в пользу негатива.

Этим отчасти объясняется и то, что оппозиционные настроения не спешат расти. Хотя доля убеждённых сторонников власти сократилась аж до 5%, но и число радикальных оппозиционеров также снизилось до 4%.

Не особенно спешит расти и протестная активность. Хотя доля гипотетически готовых участвовать в акциях увеличилась с рекордно низких полпроцента, зафик-

Оппозиционность общества



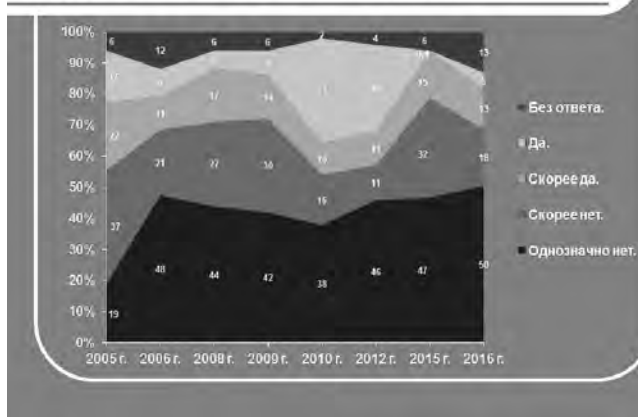
Каждый седьмой избиратель «ЕР» голосует за неё потому, что это партия власти. Такой аргумент тоже набирает вес с течением времени.

Раньше «по привычке» часто голосовали за КПРФ. Теперь и «Единая Россия» выработала у своих избирателей такую «привычку»: 12%.

Лидерский фактор снизил своё влияние: за «ЕР», как за партию, поддерживаемую Путиным, голосует только 9% её электората. То, о чём говорили: Путин встанёт «над» партийной схваткой.

Фактор известности тоже потерял свою силу. Идеологически обоснованный выбор вообще практически исчез, равно как и якобы безальтернативность.

Протестная активность



сированных в прошлом году, до 5%, но выросла и доля убеждённых противников любых уличных форм борьбы – с 47 до 50%.

Опрос позволил установить, чем в настоящее время, как правило, объясняется тот или иной электоральный выбор.

Так, для «Единой России» на первое место вышли т.н. «реальные дела», т.е. по сути дела обычная ежедневная работа управленцев, которую единороссы выдают за свои титанические партийные достижения. 5 лет назад это давало им только 5% голосов, сейчас – 21%.

На втором месте – чисто случайностное голосование. Эта доля также растёт, здесь сказывается влияние массовой агитации, бьющей на подсознание, которое в нужный момент под-сказывает «правильный» выбор.

Мотивация голосования за «ЕР»

Эта партия оказывает реальную помощь людям.	21
Сам не знаю, почему я сделал такой выбор.	19
Просто нравится.	17
Потому что это партия власти, за ней сила.	14
Привычка.	12
Партия Путина.	9
Эта партия хорошо известна.	4
Разделяю идеологию этой партии.	1
Потому что нет альтернативы.	1

Мотивация голосования за КПРФ также претерпела существенное изменение. Сократилось влияние фактора ностальгии – с двух третей до 42%. Одновременно резко выросла идеоло-

ВЫСТУПЛЕНИЕ

А.Н. ВАСИЛЬЦОВОЙ

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

Мотивация голосования за КПРФ

Партия ассоциируется с советским временем.	41
Разделяю идеологию этой партии.	31
Эта партия борется за интересы таких людей, как я.	9
Потому что нет альтернативы.	6
Нравится Зюганов.	4
Сам, или кто-то из близких, имеет отношение к ней.	3
Сам не знаю, почему я сделал такой выбор.	3
Просто нравится.	3

гическая детерминанта: треть наших избирателей делают свой выбор, руководствуясь идеологическими соображениями. Это очень много и это большое достижение.

Сократился личностный момент: пять лет назад до 14% избирателей КПРФ были сагитированы кем-то из родни, чаще всего ветеранами. Сейчас это поколение уходит, а нынешние пенсионеры из поколения стилиг и шестидесятников агитируют своих внуков всё чаще за либералов.

Уменьшилась и доля протестного голосования: почти никто не выбирает КПРФ вместо графы «против всех».

Вместо них вырос лидерский фактор: только симпатии лично к Зюганову дают нам дополнительно 4% голосов. Также всё чаще в Компартии видят единственную альтернативу – это 9%.

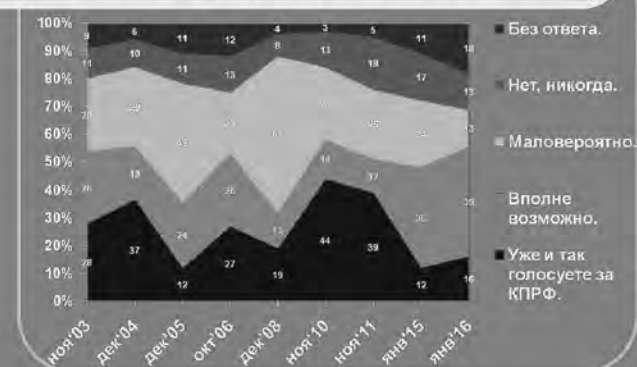
Немного вырос за прошедший год объём потенциального электората

произошёл чуть позже, в мае-июне, мы бы проскочили на нём выборы и получили бы очень хороший результат. Но сейчас всё говорит за то, что на момент выборов придётся

КПРФ. Теперь он составляет 39%.

Самый интересный из скачков общественного мнения, о которых я упоминала в начале выступления, это резкий рост рейтинга КПРФ. На протяжении 2014–2015 гг. он стабильно держался на отметке в 15%, а сейчас подскочил до 25%. Но радоваться этому, товарищи, рано! Как показывает статистика, такие флуктуации долго никогда не держатся. Их продолжительность жизни – несколько месяцев. Если бы всплеск

Допускаете ли Вы для себя гипотетическую возможность проголосовать за КПРФ?

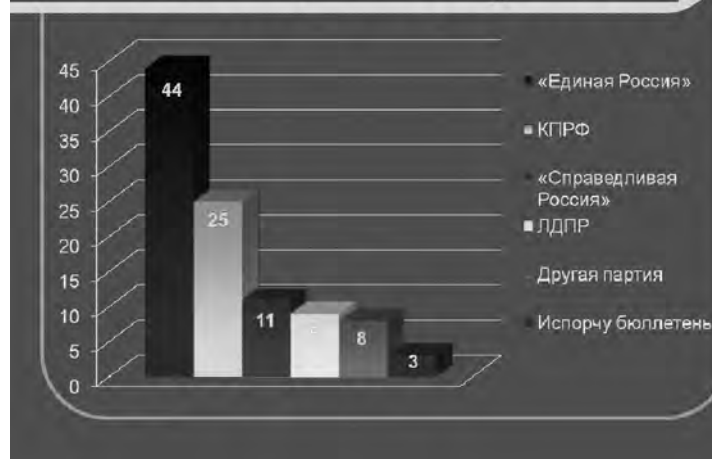


начало спада. И весь вопрос в том, насколько быстрым и глубоким будет этот спад.

В заключение, товарищи, я, пользуясь возможностью, дам небольшую рекламу. Поскольку сейчас в ЦК нет целевого финанси-

рования опросов (мы очень надеемся на него, но пока его нет), то отдел проводит только общенациональные исследования. На регионы у нас нет внутренних ресурсов. Но. Есть вот такая структура – аналитический центр «Россомакс». Если у вас есть желание провести исследование по одномандатному округу или по региону, то можете обращаться. Электронная почта написана на слайде.

Рейтинги партий



С.Н. АНДРИЯНОВ,
консультант отдела ЦК КПРФ по
информационно-аналитической
работе и проведению
выборных кампаний:
«Информационный портал
Центрального штаба КПРФ
по выборам (2016кп.рф) –
основная коммуникационная
платформа, обеспечивающая
организационно-
технологическое и
методологическое
сопровождение
избирательных кампаний»

Добрый день, уважаемые коллеги, товарищи!

Уже сегодня в выступлении Сергея Павловича в первой части семинара-совещания вы видели наш новый портал



информационно-коммуникационного ресурса Центрального штаба КПРФ по выборам, к которому мы долго шли. Доказывали, что такой ресурс нужен, исходили в первую очередь из того, что, действительно, логистика избирательной кампании 2016 года настолько велика, настолько сложна, что в принципе обеспечить эффективную избирательную кампанию, организационное, идеологическое взаимодействие всех участников избирательного процесса от КПРФ, не говоря уже об электоральном, традиционными способами, наверное, в принципе невозможно в настоящий момент, с учётом тех вызовов, о которых вам сегодня говорили, в том числе вызовов организационных. Поскольку, действительно, в каждом одномандатном избирательном округе, в масштабах единых списков кандидатов, совершенно очевидно, находятся группы всяких в «полосатых» и в «неполосатых»

купальниках, которые дышат КПРФ в спину.

Поэтому было принято решение создать соответствующий информационный ресурс, который будет, мы надеемся, вам в помощь, который, по крайней мере, должен профункционировать до единого дня голосования, выполнить свою миссию, а потом, наверное, погибнуть, а может быть, и не погибнуть, как сложится.

Сразу, чтобы вы понимали. Любой портал это доменное имя сети интернет. Мы выбрали имя «2016кп.рф», я это имя уже выучил за несколько месяцев, а Сергей Павлович ещё нет, но он обязательно выучит, мы это точно знаем. Понятно, что доступ к этой оболочке, которую вы видите, он для всех. Мы не можем ограничить его. И вот к 99 процентам содержания материала, который на этом ресурсе находится, имеют доступ на сегодняшний день 200 человек, которым мы разослали соответствующие пароли, логины доступа.

Те товарищи, кто не получил, пожалуйста, провзаимодействуйте в перерывах, по крайней мере, в течение сегодняшнего дня с сотрудником отдела, очень уважаемым Николаем Юрьевичем Волковым, кандидатом математическим наук. Как только он нам выдаст окончательные данные по пустографкам, где у нас не было данных о телефонах кандидатов соответствующих одномандатных избирательных округов, мы постараемся пароли и логины вам выдать.

Сразу обращаю ваше внимание на моменты, связанные с авторизацией. Это делается очень просто. До тех пор, пока вы не авторизовались, один раз не зашли, вы будете видеть только то, что видят все. Как только вы прошли эту процедуру авторизации один раз, а для этого надо найти кнопку «Вход», нажать на неё, а дальше ввести логин и пароль. Понятно? Как только вы это сделали, вы полноценный участник нашей корпорации «2016кп.рф».

Пожалуйста, это проделайте. И мы совершенно уверены, что вы получите очень много полезной и нужной информации по организации выборов в одномандатном избирательном округе, вообще, о стратегии, тактике и других выборных решениях КПРФ.

Далее, сразу оговорюсь, встаёт вопрос авторизации иных участников выборов от КПРФ, организаторов выборов от КПРФ. Их может быть много: это и начальники ваших избирательных штабов, юристы, привлечённые специалисты, которых вы приглашаете для контроля за ходом голосования, руководители штабов региональных отделений

ВЫСТУПЛЕНИЕ

С.Н. АНДРИЯНОВА

СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ

КПРФ, если это не первые секретари, не члены Президиума ЦК, а такие могут быть. Поэтому вопросы организации доступа решайте двумя путями. Либо напрямую через Сергея Павловича Обухова в рамках отдела, тогда к нам придёт список, и мы обеспечим соответствующие пароли и доступы по их телефонам. Либо есть второй способ. На портале существует форма обратной связи. Тогда вы, пожалуйста, пишите сообщение, пишите, кто вы, пишите свои контактные данные, телефон и электронную почту, ваш статус в партии, округ, к которому вы име-

еет штаб выставил. Это соблюдение в первую очередь партийной этики и защита интересов партии с точки зрения необоснованного копирования, распространения, недобросовестного использования информации, которая есть на портале. На самом деле, это очень важно.

В первую очередь это важно для кандидатов-одномандатников, потому что когда стояла задача перед нами, разработчиками, перед методической группой, перед методологической группой, которая занималась порталом, когда согласовыв-



те отношение, пишите заявку, и мы просто будем согласовывать тогда уже сами. Понятно, да? Мы об этом сообщим.

Как только мы получим отмашку от отдела по выборам, от Центрального штаба, мы соответствующий пароль доступа предоставим.

Почему так сложно, на самом деле? Думаю, что с организационной точки зрения здесь ничего сложного нет. Сложность зависит от содержания того контента, который размещён на портале. Мы никогда, по крайней мере за последние годы, такой объём аналитической, методической, стратегической, тактической и прочей информации в одном месте, на одном ресурсе не размещали, не обеспечивали. Никогда! В этом я вас уверяю.

Когда мы перешли к стадии реального наполнения, я сам поразился объёму данной информации.

С.П. ОБУХОВ: Я хочу сказать, что мы сегодня с собаками отгоняли от нашего семинара-совещания огромное количество народа. Я имею в виду журналистов и всевозможных «разведчиков».

С.Н. АНДРИАНОВ: Я надеюсь на выполнение того соглашения, которое есть. Фактом своей авторизации на портале вы принимаете условия, которые Центральный

вали его концепцию, то в первую очередь Сергей Павлович Обухов, Иван Иванович Мельников ставили задачу, чтобы портал был заточен на вас, на одномандатников.

И мы максимально постарались все материалы адаптировать под ситуацию с организацией выборов в одномандатных избирательных округах. Я просто не слышал, что сказал вам Сергей Павлович, но, по крайней мере, та стратегия к его проекту, которую презентовал Сергей Павлович, размещена на портале в полном объёме. Чтобы вы понимали, на вчерашний день это 54 страницы текста.

Вот они все здесь есть. И, в принципе, вся структура представлена, и видение вообще организации избирательной кампании, как по федеральному округу, так и в одномандатных округах. Там красной строкой идёт речь о приоритете работы и победы в наших одномандатных округах, чтобы сохранить качество представительства партии на политической сцене России. Кто умеет, тот прочтёт, там есть цифровые показатели, задачи, которые партия ставит на эти выборы. Об этом не принято говорить, но там это есть.

Таким образом, мы переходим к содержанию. Я очень кратко вам его презентую. Ещё раз говорю: любой пользователь сети интернет, любой пользователь гаджетов на

ВЫСТУПЛЕНИЕ

С.Н. АНДРИЯНОВА

уровне начальных навыков, в состоянии жать кнопки, скачивать, раскрывать информацию, поэтому я вам покажу реперные точки, чтобы вы понимали, как ориентироваться. Ещё раз: открытая и закрытая части. Если вы попали уже в закрытую часть, вы подсели на иглу информации, которую вам Центральный штаб будет доносить постоянно, убедительная просьба, ещё раз, не передавать свои пароли сторонним пользователям, а всем, кому вы считаете необходимым, согласовывать доступ с центральным штабом КПРФ по выборам.

Переходим к главному разделу, который тоже будет творчески наполняться и ради которого вы сегодня приехали. Мы успели это сделать благодаря упорству Сергея Павловича Обухова и настойчивости Геннадия Андреевича и Ивана Ивановича – это «Стратегия КПРФ – 2016». Мы просто откроем и закроем, а вы там уже сможете распечатать, с карандашиком, с другими средствами это всё дело изучить. Мы показываем вам то, что есть. Кнопочку нажимаете, всё там есть.

Следующий раздел показываем. Это, собственно, глобальный, основной раздел. Мы вам представляем избирательную, или победную, методологию КПРФ. Она в следующих разделах представлена, то есть это методические материалы, правовая информация и каталог агитматериалов. Почему мы выбрали такую структуру. Методические материалы – это, понятно, стержень методологии: как делать? В том числе теоретические представления, организационно-практические от лучших избирательных технологов КПРФ, в том числе сторонних – некоторые из них сегодня будут выступать на этом семинаре и уже выступали. Мы основные материалы совещания, материалы, которые сегодня прозвучали и которые не прозвучат в силу разных обстоятельств, уже выложили на портал, и будем выкладывать, в том числе в форме презентаций и стенограмм – то, что нам сегодня спикеры по темам передадут. Понятно? Да. То есть вы это всё можете увидеть и с этим работать.

Что мы уже выложили, кроме материалов сегодняшнего семинара. Это все материалы проекта «Красный контроль». Кто с ним сталкивался, тот знает. Кто не сталкивался, изучит. Это всё, что касается организации единого дня голосования, подсчёта голосов избирателей, в том числе, методическая составляющая, программно-техническая. Материалы представлены. Просто говорю, что они есть, посмотрите, подробнее мы об этом будем говорить после 18 часов сегодня, когда речь пойдет о контроле за ходом голосования.

Также мы представили материалы, которые некоторые, может быть, знают, но они очень маленьким тиражом издавались, издавались только для тех, скажем так, юных, начинающих политтехнологов, которых вы дважды присылали в Центр политической учёбы при ЦК КПРФ. Это набор лекций и презентации. Это то, что касается именно только организации выборов. Мы это всё выложили в открытый доступ, как говорится, оторвали от сердца только для того, чтобы все здесь присутствующие победили в своих одномандатных округах.

Дальше то, что мы готовим к разделу правовой информации, чтобы вам не лазить по всяким гарантам, консультантам и прочим, в том числе по сайту Центральной избирательной комиссии, которую здесь представляет уважаемый Евгений Иванович. У нас с вами есть свой портал, теперь там всё. Актуальные законы в актуальной редакции (мы за это отвечаем), то, что вступило в силу и действует на сегодняшний момент, в том числе постановления Центральной избирательной комиссии, законы, касающиеся именно федеральной избирательной кампании, в том числе и границы округов и т.д. И действующие основополагающие постановления Центральной избирательной комиссии, которые комментируют вопросы организации, проведения именно выборов депутатов в Государственную думу Федерального собрания Российской Федерации, в том числе в редакции решений Центральной избирательной комиссии от 16 декабря 2015 года, которыми изменены формы документов, методических материалов. Мы всё уже выложили здесь в актуальной редакции. Хотя на сайте Центральной избирательной комиссии существуют два документа: в новой редакции и отдельно изменения. Мы поработали немножко и облегчили вам жизнь.

И это будет постоянно меняющийся раздел. Но вы будьте уверены, что при любой итерации изменений федеральных законов, постановлений через 5-6 дней (мы гарантируем) на портале будет актуальная версия. В связи с этим, поскольку я говорю об актуальном изменении материалов, для вас очень важно, чтобы мы каким-то образом вас информировали о том, что на портале появилось что-то очень важное и нужное. Понятно, вы же люди занятые, не можете каждый день сидеть по несколько часов и на портале изучать, вам нужно понимать обновление. Естественно, обновление каждого документа мы не можем вам сопровождать СМС-сообщением и каким-то уведомлением, потому что информационный поток будет большой. Мы только планируем за ближайшую неделю загрузить около 200 материалов. Понимаете? Но раз-

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

мещение стратегических материалов, таких как внесение изменений в законодательные акты, появление каких-то директивных установок Центрального штаба, отдела по выборам, Центрального Комитета или писем за подписью Председателя партии мы будем одновременно вам дублировать СМС. Понятно? То есть вы будете получать об этом соответствующее уведомление с предложением ознакомиться об этом на портале. Поэтому нам очень важно иметь ваши постоянные контакты. Если вы их меняете по каким-то причинам, чтобы не потерять доступа, связь с нами, пожалуйста, обновляйте тогда свои данные в личном кабинете на портале. Убедительная просьба это делать!

Дальше. Как раз я сказал о методологии, это самый большой раздел, который будет требовать обновления, потому что там всегда будут появляться актуальные методические материалы, и сейчас уже у нас их большой поток. После методологии мы хотим с вами поделиться каталогом агитматериалов. Мы давно к этому шли, и попытки это сделать были и на сайте, как говорится, материнском или отцовском – kprf.ru. Но практика показывает, что на kprf.ru мы обычно выкладываем постфактум материалы по итогам избирательной кампании. Сейчас ситуация изменилась. Нам все дышат в спину, и вам очень важно получать материалы «из печки», в том числе материалы ваших коллег по другим одномандатным округам, видеть, учиться взаимодействовать, в том числе, может быть, что-то использовать творчески. И мы приняли на себя обязательство, помимо, конечно, методологии (там есть наши архивы, в том числе лучших избирательных практик, лучшие агитационные материалы и т.д.), выкладывать в режиме максимальном качественные и хорошие, по мнению экспертов отдела, материалы текущей избирательной кампании, чтобы вы могли видеть. Не звонить, Вася, друг, пришли мне, как у тебя там с газетами, буклетами и т.д., а зайти на портал, покопаться и найти для себя что-то приемлемое, путём компиляций использовать, в том числе для своей избирательной кампании. Единственная оговорка (и это очень важно): мы вам показываем, например, раздел «Газеты и бюллетени», тут уже несколько материалов, на наш взгляд, интересных, мы выложили. Вы посмотрите. И это будет постоянный раздел. Мы собираемся 200 материалов залить в ближайшие дни в основном именно по этому разделу.

Интересные материалы Калашникова, Ющенко, Обухова (бюллетени «Краснодарской правды» и т.д.), Корниенко, Вороненкова, Лебедева, Старова появятся в ближай-

шее время. То есть можете пользоваться, работать с ними, в том числе в пределах своего избирательного штаба.

И дальше по группам материалов, то есть это листовочные, уличные и т.д. И это раздел не архивный, это раздел текущей избирательной кампании.

Переходим к разделу «Директивы». Здесь тоже всё просто. Официальные материалы руководящих органов КПРФ. К ним мы относим: съезды, пленумы, Секретариат, Президиум ЦК. Есть два уровня материалов. Публичные – понятно, их хоть скрывай, не скрывай, они официальные – это решения съездов, пленумов и т.д. Они будут в открытом доступе. Есть материалы, скажем, «ДСП», они будут доступны только вам, то есть вы будете их видеть, больше видеть их никто не будет (я имею в виду сторонних пользователей, гостей портала).

Что касается директив Центрального штаба КПРФ по выборам и отдела ЦК по информационно-аналитической работе и проведению выборных кампаний, всё, что за подписью Обухова пойдёт или Мельникова, это только (тут вообще вариативности не может быть) для «ДСП». Поэтому эти материалы только для кандидатов и для первых секретарей, членов Президиума ЦК и т.д., для авторизованных пользователей. Вот что касается директив. Здесь мы берём на себя точно обязательство, чтобы каждое обновление этого раздела дублировать вам СМС-сообщением.

Аналитика. Все интересные, на наш взгляд, на взгляд Центрального штаба, выступления, доклады, отчёты, публикации, презентации аналитического характера, в том числе, извините, подсмотренные где-то, кое-что утащили и т.д., мы будем размещать. И то, что мы утащили, мы будем тоже размещать и сопровождать специальными оговорками. Пожалуйста, опять же, партийная этика, но не сдавайте нас. Там будут интересные материалы, в том числе фотоматериалы с некой презентацией г-на Фёдорова, директора ВЦИОМ, у нас там есть несколько интересных фотографий, их ещё мы не разместили на портале, они касаются его личных оценок.

С.П. ОБУХОВ: Чем пугал прокремлёвских политтехнологов.

С.Н. АНДРИАНОВ: Да. То есть его личная оценка. Мы благодаря стараниям нашего очень уважаемого коллеги получили несколько фотографий с этой презентации, мы их обязательно выложим. И такие материалы будут здесь появляться. Это вам для работы мозга и в том числе для выработки реальных тактических решений.

ВЫСТУПЛЕНИЕ

С.Н. АНДРИАНОВА

На что ещё хотел бы обратить внимание. И это был запрос изначально, мы два или три года даже в масштабах проекта «Красный контроль» подступались к этой идее. В масштабе «Красного контроля» нам, к сожалению, пока не удавалось этот вопрос решить в силу разных причин, политических, организационных и, может быть, в силу отсутствия нашей настойчивости или востребованности со стороны региональных отделений. Это вопрос создания полноценного контакт-центра, то есть взаимодействие между избирательными технологами, сотрудниками отдела по выборам и кандидатами, региональными отделениями и т.д., то есть в режиме постоянного информационного, коммуникационного взаимодействия. Эту задачу мы сейчас пытаемся решить в рамках портала. Это тоже только закрытая часть и тоже её видите только вы. И мы призываем вас активно в ней участвовать и взаимодействовать.

Контакт-центр. Закрытая часть раздела пока выглядит так. У нас вами несколько подразделов. Это подраздел «кандидатская консультация». Мы её построили по очень простому принципу. Мы считаем, что каждый кандидат, каждое региональное отделение имеют право в принципе и преференции напрямую взаимодействовать с компетентными сотрудниками отдела по выборам. Поэтому каждому сотруднику отдела, который непосредственно занимается выборами, взаимодействует с регионами, мы создаем соответствующий онлайн-кабинет. И здесь присутствует очень активный наш коллега тов. Червонцев, не менее активный тов. Михальчук, очень активный наш друг Николай Юрьевич Волков. Они все уже имеют такую возможность вести онлайн-приём вас, как кандидатов, через свои персональные, условно, медицинские кабинеты в контакт-центре. Там вы можете задавать вопросы, обмениваться информацией, получать необходимую ответственную консультацию. Николай Юрьевич большой специалист, в том числе по организации дня голосования, контроля за ходом голосования. Все эти вопросы вы можете уже сейчас начинать задавать ему. Он будет реально взаимодействовать. И мы, кстати, получим данные о реальной активности и потребности тех или иных территорий, в том числе о методических решениях и их развитии. Пока мы там не указали себя, хотим посмотреть, как это будет у наших коллег. Если Сергей Павлович будет очень сильно настаивать, то мы тогда тоже и себе заведём кабинет.

По контакт-центру. Задача стояла, и мы её пытаемся сейчас в рамках контакт-центра решить. Почему появился вопрос об экспертизе агитматериалов, в том числе мак-

симально быстро? Очень часто вы связаны не только с личным опытом, но и с опытом приглашённых специалистов, в том числе выборных технологов, политехнологов, консультантов, которые не всегда понимают, а иногда намеренно не понимают партийную специфику. Мы приглашаем вас к экспертизе ваших агитматериалов. Вы нам его присылаете. Он должен вписываться в стратегию. Это обязательство, которое вы на себя принимаете. И на чём штаб настаивает, так это на соблюдении обязательного принципа (организационного, идеологического, технологического) – единство всех избирательных кампаний КПРФ, которые проводятся в 2016 году. То есть никакой самовольщины именно с точки зрения идеологии в кампании быть не должно. Это первый принцип. А второй принцип – то, что нижестоящие избирательные кампании (у вас же выборы в муниципалитеты, выборы в органы представительной власти субъектов Российской Федерации проходят, в том числе в границах ваших одномандатных избирательных округов) естественно должны быть организационно завязаны на вашу избирательную кампанию, а не наоборот. Соблюдение этого принципа должно быть отражено в этих агитационных материалах. И у вас есть какие-то сомнения (обоснованные, необоснованные) в том, что ваши специалисты или вы сами делаете, в качестве этих материалов, эффе́кте от этих материалов, вам нужно мнение специалиста, в том числе и ЦК, по этому поводу, присылайте их, мы будем оперативно реагировать в рамках этого раздела.

Обсуждение материалов портала понятно. И что касается раздела объявлений, я тоже на это обращаю внимание. Это всё, что касается насущного вопроса: где взять специалистов и т.д. Это, конечно, очень тонкий процесс. Давайте будем пробовать делать это в рамках портала.

С.П. ОБУХОВ: Сергей Николаевич, спасибо. Какие вопросы?

ВОПРОС: Если нам удастся украсть что-то у наших конкурентов, куда сбрасывать?

С.Н. АНДРИАНОВ: Туда же.

ВОПРОС: Не возникнет проблемы?

С.Н. АНДРИАНОВ: Мы своих не сдаём.

ВОПРОС: Если мы видим, что нас начинают перебарывать по агитационной работе, то эта связь как-то будет помогать нам?

С.Н. АНДРИАНОВ: Обязательно. Поэтому мы даём вам прямые контакты специалистов. Их будет больше. Мы просто сейчас открыли три кабинета, там будет больше. У нас сотрудников отдела больше существенно. Это просто начало.

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

ВОПРОС: Скажите, пожалуйста, как использовать ваши материалы и иллюстрации. Я думаю, что вопрос юридически сложный. Это первый вопрос.

И второй вопрос по экспертизе. Конечно, это здорово, что будет такая экспертиза. Скажите, пожалуйста, она будет и юридической в том числе?

С.Н.АНДРИАНОВ: Я понял ваши вопросы. Вопросы очень правильные и своевременные.

Вначале что касается авторских прав, в том числе на материалы, которые размещены. Мы, конечно, их не размещаем в свободном доступе и не разрешаем любое копирование, но мы разрешаем обоснованное копирование. И это оговорено. Там есть материалы мои личные, за моей подписью, за подписью Сергея Павловича, в том числе и те, которые защищены законом об авторском праве, потому что официально изданы какими-то определёнными тиражами.

Там всё очень просто. Мы их некоммерческое использование, раз мы их выложили, разрешаем, но при условии того, о чём говорится на портале. Во-первых, это соблюдение интересов партии.

О материале «Красного контроля» я скажу, там есть вопросы, в том числе связанные с актуальностью информации. Это постановления на 2015 год.

Что касается экспертизы. Тут да, действительно есть два момента. Это вы правильно заметили. Есть политехнологическая экспертиза, вторая – юридическая экспертиза. Здесь есть очень много тонкостей, в том числе это связано с соблюдением законодательства об авторском, смежном праве и так далее. Есть случаи, есть практика такая, когда отменяют регистрацию кандидата и так далее.

Если будут какие-то элементы в вашем агитационном материале, мы, естественно, обязуемся, поскольку экспертиза полноценная, указывать на эти несоответствия. Это как доктор: я написал, а вы вправе лечение принять или не принять. У нас по этому поводу очень много с коллегами в региональных отделениях споров. Я, как юрист, говорю, что это не «хо», а он говорит, что в нашем колхозе так принято. Особенно это касается уважаемых крымчан, потому что мы знаем, там, историю, по Севастополю. Там было специальное решение Верховного Суда. Мне, как юристу, оно не нравится, но я вынужден буду сделать, как технолог, оговорку, что да, это не соответствует закону, но есть такая судебная практика.

Решение будете принимать в любом случае, это ваш агитационный материал. Но оговорки мы все сделаем как политехнологические, так и юридические по тому

материалу, который вы пришлёте. Иначе, в чём смысл этого решения?

ВОПРОС: Сергей Николаевич, скажите, пожалуйста, портал – это очень хорошо, своевременно. Это стратегия, это подготовка к выборам, это агитационные материалы, это работа в течение выборов. Но я думаю, что во всех регионах всё-таки самое важное это контроль.

Будет ли вместе с этим комплексом и контроль?

С.Н.АНДРИАНОВ: Обо всём, что касается дня голосования, подсчётов голосов, мы поговорим. Единственное, я сказал, что, конечно, у нас взаимодействие всех ресурсов, иначе в чём смысл? Мы выложили сейчас в закрытый доступ именно методическую часть проекта «Красный контроль». Все рабочие блокноты, настольную книгу члена ЦК КПРФ и так далее. Берите, пользуйтесь, уже сейчас работайте, независимо от того, будут ли технологические решения, подключение к проекту и так далее.

С.П.ОБУХОВ: Я только добавлю. Вчера на Президиуме, когда обсуждалась несколько часов ситуация с выборами, Геннадий Андреевич позитивно сказал, что наверняка методологическая часть «Красного контроля» будет профинансирована. А вот эти, собственно говоря, СМС, всё остальное мы будем смотреть по реальному состоянию предвыборного бюджета.

С.Н.АНДРИАНОВ: Мы тоже должны с вами реально понимать, что у нас, как у авторов, боль по этому поводу, но и Геннадия Андреевича, с другой стороны, тоже нужно понимать. Ведь в стране 96 тысяч избирательных участков. Вы себе это прекрасно представляете, у вас примерно по 300 УИКов, их обеспечить системой контроля очень и очень сложно. Задача здесь стоит огромная, я здесь вас понимаю.

Я хотел бы вернуться к предыдущему вопросу. Вопрос касался использования материалов с точки зрения их интегрирования в агитационные материалы. Я просто вспомнил.

Сейчас мы выкладываем pdf. Могут ваши специалисты этим воспользоваться для того, чтобы использовать в своих агитационных материалах творчески? Если да, то используйте.

Задача другого уровня, она тоже поставлена Сергеем Павловичем, это создать так называемый агитконструктор, то есть возможность автоматического компилирования тех или иных материалов для создания собственного, вашего материала, то есть из готовых элементов делать. Это на самом деле не такая простая задача. Боюсь пока говорить на эту тему и принимать на себя повышенные обязательства. Как только, так сразу!

**О.В. БОНДАРЕНКО,
директор Агентства
стратегических коммуникаций,
политический консультант:
«Роль федеральных и
региональных СМИ в
избирательной кампании-2016 в
одномандатном округе»**

Добрый день, уважаемые коллеги!

С учётом того, то Сергей Павлович попросил заострить внимание на одномандатниках, прежде всего хотел бы коротко рассказать о себе. Наше агентство рабо-



тает более 5 лет, не только в России, но и в сопредельных странах. В России мы занимались, например, в Крыму, кампанией, когда было возвращение Крыма, взаимодействовали с журналистами в рамках международного пресс-центра. Когда были события на Донбассе, обеспечивали информационно многие вещи там, привозили туда, в том числе международных наблюдателей.

По России есть, помимо Москвы, опыт работы и в Новосибирске, в некоторых других регионах, а в Европе работали от Прибалтики до Балкан.

Я бы хотел сейчас больше говорить о какой-то конкретной проблематике. Конечно с точки зрения предвыборной кампании в регионе часто принято обращать отдельное внимание, особое внимание на региональные СМИ. Но, как практика показывает, это не всегда оказывается результативным, потому что либо региональные СМИ, как правило, заняты, туда просто закрыт доступ, либо в силу каких-то иных причин, или просто потому, что к ним отсутствует доверие у населения, которое

есть у федеральных СМИ, с ними довольно сложно выстраивать взаимодействие.

Прежде всего, я хотел бы обратить внимание на то, что любая избирательная кампания в одномандатном округе, и даже если мы говорим о совсем какой-то локальной проблематике, может быть в информационном ключе отработана через федеральную повестку, через федеральный информационный канал.

Мы с Сергеем Павловичем на эту тему много говорили. Существует проблема, когда в разных регионах просто отсутствует доступ к региональным СМИ. Это, конечно, критично в условиях выборов.

С.П. ОБУХОВ: Разрешите, я вас перебиваю и скажу следующее. Мы видим мониторинг доступа к региональным СМИ наших кандидатов-одномандатников, мы видим, какая это беда. Просто беда! Я сам по Краснодару чувствую это. Тысячи публикаций в федеральных СМИ, а в Краснодаре у меня с этого года всего лишь 18 упоминаний в местных СМИ, то есть местные СМИ это просто терра инкогнита для наших кандидатов.

О.В. БОНДАРЕНКО: Но тем не менее доверие и просто уровень объёма информации, получаемой жителями различных регионов из федеральных СМИ, значительно превышает тот же самый уровень информации, получаемый из региональных СМИ.

Существует несколько методик работы на любом уровне избирательной кампании через федеральные средства массовой информации. Сегодня ситуация уже не инерционная, поскольку выборы будут проходить, очевидно, в ситуации, близкой к критической, в ситуации кризиса, и, собственно, федеральная повестка дня будет менее жёсткой, она будет меняться, она будет более податливой, в неё будет проще войти.

Собственно говоря, можно привести разные примеры. Например, избирательная кампания Анатолия Евгеньевича Локтя 2014 года, где был тогда крымский фактор, «русская весна», довольно активное позиционирование Анатолия Евгеньевича в федеральных СМИ именно в контексте возвращения Крыма. Оно, безусловно, в том числе сыграло свою роль и в его победе на выборах мэра, когда в Новосибирске была довольно тяжёлая медийная ситуация.

Подобные технологии использовались в разное время разными партиями. Можно вспомнить известную историю с косой Тузлы образца 2003 года, партия «Родина», когда через один локальный пример

ВЫСТУПЛЕНИЕ

О.В. БОНДАРЕНКО

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

фактически была определена повестка дня целой избирательной кампании, целой политической партии.

Так сложилось, что в нашей стране фактически работает такая социологическая демократия, когда власть прежде, чем принять то или иное решение, проводит какие-то социологические опросы – закрытые, открытые – и только после этого делает выводы.

В этой связи, конечно, социологию также нужно очень серьёзно использовать в публичном пространстве, предваряя, предугадывая какие-то возможные желания населения, на которые власть может дать ответ.

Поскольку, повторяюсь, эти выборы уже вышли из инерционного сценария, а власть всегда действует в режиме реакции, только инициирование каких-то собственных информационных поводов, новостей, событий по каким-то ключевым темам, которые могут быть актуальными, может стать залогом эффективной и успешной избирательной кампании.

У нас, в принципе, сейчас общество находится в состоянии, когда от такой демократии созерцания, если можно так сказать, мы уже переходим к демократии соучастия, что вполне логично в условиях кризиса.

Каковы могут быть методики, технологии взаимодействия с журналистами? Есть опять-таки такое шаблонное мнение о том, что избирательная кампания, одномандатный округ, своя партийная или не партийная газета, боевой листок – и дело решено.

Хочу сказать об очень важном моменте. Не хочется их недооценивать, но предвыборные газеты – это необходимый фоновый, но никак не основной инструмент взаимодействия с информационной повесткой дня. Основной инструмент – это создание информационных поводов, которые могут быть ретранслированы населению через те источники информации, через которые население привыкло потреблять информацию.

Конечно, возникает вопрос доступа к этим источникам информации. И здесь уже есть, с одной стороны, обязательная необходимость взаимодействия у себя в регионе с журналистами вне зависимости от того, нравятся они или не нравятся, разделяют они позицию партии или открыто оппонировать ей. Журналистов нужно любить, нужно дарить подарки, с ними нужно выстраивать отношения, всячески холить, лелеять и стараться им понравиться. Это обязательный момент, даже если это вра-

жески настроенный журналист. Всё равно в результате это даст какой-то небольшой, но плюс.

Есть ситуация, когда нет своих журналистов, которые комплементарно относятся и которые при этом работают не в партийном издании, а в каких-то других СМИ. В этом случае нужно создавать самостоятельно. Сейчас ещё есть время, полгода до выборов, когда существует возможность в информационном контексте это довольно легко сделать. Сначала человек становится блогером, он начинает активно писать в социальных сетях, начинает поднимать знаковые для региона темы. Проходит какое-то время, и он становится публицистом, периодически в различных изданиях (Интернет или не Интернет – это не важно) выступает, после чего уже из публициста он становится готовым экспертом по какой-то конкретной проблематике, но в том случае, если он эту проблематику отрабатывал всё это время.

Это ещё один важный момент, мы к нему ещё вернемся, потому что, как это часто бывает, когда есть избирательная повестка дня, кандидат сразу становится специалистом по всем вопросам. Вот это неправильно, так не бывает. Если есть какая-то основная проблематика региона, не нужно размениваться, не нужно разбрасываться, нужно заниматься исключительно одной тематикой. При этом другие кандидаты, которые составляют команду главного гнезда, могут вести свою тему. Но это очень важное, с точки зрения медиа, восприятие кандидата и его команды. Один человек – одна тема, в противном случае складывается такая ситуация, когда обо всем и ни о чём.

Конечно, в условиях выборов должен как можно раньше быть создан собственный пресс-центр у кандидата. Вначале он будет обладать небольшим количеством возможностей, но будет постепенно выстраивать отношения не только с региональными и не столько с региональными, сколько с федеральными СМИ, потому что любой серьёзный, достойный информационный повод так или иначе можно по-разному преподнести. Особенно в условиях выборов, в условиях не инерционного сценария выборов он не сможет оказаться вне информационного поля, потому что это будет востребовано. И сегодня на такую информацию есть спрос у разных журналистов.

Конечно, этот пресс-центр должен заниматься не только непосредственно теми

новостями, которые связаны напрямую с кандидатом. Необходимо выстраивать своё экспертное пространство. Должны быть свои эксперты. Ничего, что их сегодня никто не знает, к выборам они будут более или менее как-то примелькавшимися. Эти эксперты должны говорить о кандидате какие-то вещи, и это должно быть не только в партийных СМИ, потому что информационная повестка носит более всеобъемлющий характер.

То же самое социология. Вне зависимости от источника этой социологии – ваша социология или это социология, может быть, ваших врагов – если она есть в публичном пространстве, если она носит характер тематический в вопросах, которые стоят на повестке дня в конкретном регионе, это нужно обязательно использовать, нужно из этого исходить, играть на опережение.

В то же время есть обратные примеры. Я думаю, что они, скорее, происходят просто от незнания и некоего редко встречающегося у оппозиции излишнего количества финансовых средств, когда, например, бывает, что люди накануне выборов заранее, загодя начинают избирательную кампанию, они настолько перекармливают собой в информационном плане избирателя, что уже к моменту выборов избирателей начинает просто тошнить.

Был такой пример на последних выборах в Москве, как раз по одномандатному округу шёл такой Илья Свиридов от «Справедливой России». Так вот, количество этого кандидата в каких-то информационных листовках, на билбордах города в какой-то момент стало критическим, человек уверовал в свою победу, а на самом деле набрал довольно-таки смешной процент голосов, то есть произошел эффект перекармливания.

Но при этом самое главное в информационной работе – системность, как в любой другой работе, где-то за 1,5-2 месяца до выборов нужно выдавать минимум два-три информационных повода в неделю, лучше три информационных повода в неделю, чтобы, с одной стороны, не перекормить, с другой стороны, чтобы постоянно поддерживать ровную рамку восприятия и присутствия в СМИ конкретного кандидата. Есть известный эффект «7 контактов». Считается, что для успешной избирательной кампании нужно, чтобы избиратель столкнулся с кандидатом семь раз. Но из этих семи раз как минимум половина должны носить информационный характер. То есть либо когда о кандидате говорят где-то в СМИ,

либо это присутствие самого кандидата, в различных формах. И Интернета не надо бояться, в том числе и критики, потому что критика – это тоже упоминаемость, это тоже цитируемость, это тоже реклама. Конечно, зависит от формата критики, но и критика в этом смысле не страшна.

Ещё очень важный момент работы кандидата уже непосредственно в момент выборов – это желательно организация собственных наблюдателей, в том числе международных наблюдателей. Потому что это мобилизует власть и с точки зрения информационного воздействия, и с точки зрения контроля над выборами. Но я сейчас хотел бы говорить исключительно о пиар-составляющей, об информации. Когда приезжает на конкретный избирательный участок в конкретный город к конкретному кандидату какой-то международный наблюдатель, он может быть иностранным депутатом, не депутатом, просто экспертом, но если он официально зарегистрирован, это имеет очень важное значение, мобилизующее в информационном ключе, СМИ региона это сложно не заметить. И в принципе, если также по большому счёту брать, это можно использовать не только на выборах и в контексте избирательной кампании, привлекая внимание к своему кандидату. Например, 12 февраля, вы знаете, будет «Красный форум» в Орле, и на этот форум приедет депутат Бундестага Германии Андрей Хунко вместе со своими коллегами из Лево́й партии Германии. Это маленький нюанс, но такие вещи обращают дополнительное внимание на деятельность партии, на деятельность конкретных её кандидатов, представителей.

Самое главное в работе в конкретном округе – это внимание к тому, что есть федеральная повестка дня, есть региональная повестка дня. Но и в региональную повестку дня можно (может быть, Сергей Павлович со мной поспорит) заходить через какие-то федеральные темы. Например, строительство дорог, состояние инфраструктуры, цены на основные продукты питания, коммунальные платежи, состояние здравоохранения и образования. Каждый регион имеет свои вполне понятные, всем известные проблемы в каждой из этих сфер. И при этом какие-то возможности для каждого из кандидатов заключаются в том, чтобы каждой из этих тем касаться, вынося вопрос и масштабируя его на федеральном уровне, предлагая какие-то не локальные решения конкретных проблем, а предлагая какие-то, может быть, глобальные ответы на локальные вопросы.

ВЫСТУПЛЕНИЕ

О.В. БОНДАРЕНКО

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

Это такой довольно распространённый зеркальный приём вхождения в региональную повестку дня с федерального уровня. Я уже привёл пример мэрской кампании Анатолия Евгеньевича Локтя и «русской весны». В общем-то, таких историй можно привести много. Могу из собственной практики привести пример, когда я работал на Украине, и один из бывших известных украинских политиков оказался за решёткой. Нужно было привлечь внимание к состоянию пенитенциарной системы Украины, мы с коллегами придумали, как эту историю раскрутить. Мы вспомнили о том, что какое-то время была довольно популярна тема о секретных тюрьмах ЦРУ в Европе. И мы пригласили представителей из Сербии, собрали целое мероприятие и забросили такую тему, которая вполне могла иметь место (никто не знает, было это или нет на самом деле), что в своё время сына Радко Младича похитили на неделю из своего села в Боснии и Герцеговине. Но выдвинули версию, что он содержался в это время в секретной тюрьме ЦРУ на Украине. В результате этого последовало парламентское расследование: было это – не было. Но мы подняли тему таким образом. Может быть, кто-то скажет, что это слишком вольный момент, но задача была решена. Внимание общественности, внимание СМИ к пенитенциарной системе и её состоянию на Украине было привлечено. И тут же пошли какие-то расследования, как обстоят дела. То же самое, например, когда мы работали в Сербии и на действующего президента Томислава Николича, которому (он тогда был в оппозиции) очень нужна была демонстрация поддержки России, привезя буквально двух-трёх депутатов Государственной думы. Они выступили, мы тем самым продемонстрировали ему ту необходимую поддержку со стороны России, которая ему тогда была нужна. Хотя, конечно, эти двое-трое депутатов никак не выступали там от имени Государственной думы и тем более не выступали от имени России. Очень важно (и это всегда бывает очень актуально), когда локальные конкретные проблемы решаются через глобальный уровень.

Также очень важным для кандидата в его системной работе со СМИ является его регулярное присутствие с точки зрения событийного комментирования. Не секрет, что есть определённый дефицит информации и от Компартии, и о Компартии в различных СМИ. И этот дефицит нужно и можно заполнять.

С.П. ОБУХОВ: Можно я вас на секунду перебею. Вы знаете, мне сейчас пришла

мысль, чем можно помочь одномандатникам в создании информационного повода через федеральный. Сейчас меня попросили товарищи из Хакасии сделать запрос. В принципе, мы можем на уровне Центрального штаба обязать федеральных депутатов для помощи одномандатнику, который не имеет ресурса Государственной думы, чтобы в ваших интересах делали запросы в федеральные органы власти. Это, кстати, можно сделать одной из функций портала. То есть вы от своего имени или от своей общественности (спасибо, Олег Владимирович, вы подсказали хорошую идею) будете делать обращение в Государственную думу. И тогда вы сможете сам факт запроса использовать в региональных СМИ для трансляции своей позиции. И здесь будет главное не то, что это депутат Государственной думы, а то, что вы инициатор. То есть я предлагаю подумать всем нам над такой функцией, над той идеей, которую Олег Владимирович придумал.

О.В. БОНДАРЕНКО: Спасибо, Сергей Павлович.

Я говорил о дефиците информации о Компартии в СМИ. Но этот дефицит, конечно, восполняем не только самим кандидатом. Очень важно журналистам, избирателям демонстрировать наличие команды, в которой есть специалисты по разным вопросам. И опять же сегодня, за полгода до выборов, если этой команды у какого-то конкретного кандидата ещё нет, ещё можно успеть создать, договориться о том, кто за какой вопрос будет отвечать, успеть провести какую-то подготовку, тренинг, обучить эту команду спикеров. Это должны быть спикеры, которые должны выступать и на партийных ресурсах, и на непартийных ресурсах. И очень важный момент, которым не следует пренебрегать, потому что всё-таки электорат до 40 лет является активным пользователем социальных сетей, – это работа с социальными сетями. Каждый кандидат, член его команды должны иметь свои странички, должны иметь обязательно свои какие-то группки в «Фейсбуке», «ВКонтакте», в других социальных сетях. Это очень важно. Они должны демонстрировать ежедневную, может быть, несколько раз в день активность с точки зрения количества информационных поводов, новостей, выдаваемых там. И в какой-то момент этот массив информации, может быть, изначально имеющий не такое большое количество адресатов, как нам всем хотелось бы, в итоге уже перерастает в качество. Безусловно, очень важно, пока ещё есть время, эту команду обучить и с

ВЫСТУПЛЕНИЕ**О.В. БОНДАРЕНКО**

точки зрения ораторского искусства, и с точки зрения искусства самопрезентации, проработать какие-то моменты, просто работать с камерой. Это очень просто делать: покупается камера, вы устраиваете такой тренинг по интервью. Но он очень важен и он может вам пригодиться, особенно в последние дни избирательной кампании, когда интерес к вам со стороны СМИ увеличится.

Я уже говорил о том, что необходимо создавать базу журналистских контактов, самых разных. Это может быть несколько баз. База журналистов, комплементарно относящаяся к Компартии, партийных контактов, база врагов. Почему нет? И с врагами можно работать. И вначале из врагов мы делаем тех, кто нейтрально относится, потом из нейтральных мы делаем друзей. Это очень важный момент. Существует шаблонное мнение, что есть только свои, их очень мало, а есть все остальные, они чужие и их нужно сторониться, с ними ни в коем случае не нужно взаимодействовать – вот это, хочу вам сказать, полный бред. С ними нужно взаимодействовать, даже если они настроены оппозиционно к вам. Нужна ваша открытость (а кандидат обязан быть открытым). В тот момент, когда вы начинаете свою избирательную кампанию, вы забываете о своей личной жизни, вы становитесь целиком и полностью публичным человеком, вы не должны бежать от этой публичности, наоборот, вы должны к ней стремиться. И вся эта публичность должна быть отражена на как можно большем количестве информационных ресурсов.

Конечно, я молчу о том, что должен быть свой сайт, и на этом сайте так же, как и на страничках в социальных сетях, должна одновременно, параллельно выходить информация, комментарии и заявления самого кандидата, и заявления о нём, и, может быть, какие-то аналитические материалы о тех инициативах, которые этот кандидат озвучивает. То есть нужно создавать повестку дня. Эта повестка дня формируется целой командой. Нужно создавать свою информационную сеть. Это очень важная история и в контексте выборов, и в принципе с точки зрения развития любой ситуации. Что такое информационная сеть? Например, блогер N пишет вам о том, что в посёлке Снегири Московской области произошла какая-то история, связанная с коррупцией руководства этого административного образования, называет конкретные фамилии. Но эта информация не имеет какого-то подтверждения, она носит субъективный характер и находится только в блоге у этого блогера N.

После этого какое-то дружественное информационное агентство или просто журналист, который работает где-то на стороне, по вашей подсказке берёт эту информацию, её перерабатывает со ссылкой на этого блогера N и выдаёт уже её в качестве официального материала в своём СМИ. Ничего, что это СМИ может быть интернет-СМИ или каким-то третьеразрядным СМИ, это неважно. Самое главное в информационной сети – это цепочка, длина этой цепочки. Потому что после этого нужно вам сообщение, которое может дискредитировать вашего конкурента, может быть, даже из выдуманного (это выборы, всё бывает), может быть, даже из несуществующего информационного повода становится реальностью. Потому что мы живём в век медиакратии. Правда не в том, что случилось на самом деле, правда в том, о чём написали СМИ. Так считает избиратель. И мы должны исходить из этого понимания.

И в этом смысле информационная цепочка может иметь от трёх-четырёх до более десятка своих составляющих. Это так, как работает всеми нами нелюбимый г-н Навальный. Но он работает в этом смысле эффективно. Когда изначально информация из неподтвержденных источников, основанная исключительно на восприятии правдивости или неправдивости г-на Навального, она дальше ретранслируется различными СМИ. Нам ничто не мешает создать десятки-сотни своих навалых. Конечно, желательно, чтобы информация имела хоть какое-то отношение к реальности, иначе это будет легко проверить. Но за нами есть фантазия, которая позволит нам различные подобные информационные поводы создать и придумать, если их нет на самом деле. И в результате в конце этой информационной цепочки оказывается некая новость, обсуждаемая в конкретном региональном сообществе, в интернет-сообществе или в журналистском сообществе. И игнорировать её, как бы ни хотела власть, уже не получится. Потому что это, как в том анекдоте, то ли у него украли, то ли он украл, неважно, но какая-то история была, и нужно плодить как можно большее количество таких историй, которые дискредитируют конкретную власть, и которые создают правильную повестку дня для вашего кандидата. Это называется политсеть. Она может, повторюсь, состоять не только из действующих журналистов. Она может состоять из тех людей, которые ещё, может быть, ни одной строчки в своей жизни не написали. Но они могут начать писать и постепенно, поскольку сегодня это очень

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

легко происходит, стать журналистами, постепенно стать колумнистами, блогерами, и к выборам уже какая-то часть аудитории избирателей будет считаться с их мнением.

Очень важно, чтобы было, особенно в последний месяц перед выборами, ежедневное комментирование профильными спикерами волнующих избирателей тем. Повторюсь, неважно изначально, какое количество адресатов будет иметь данный посыл. Важно, чтобы комментарии были регулярными, системными, чтобы они били в одну и ту же точку, и в какой-то момент и для журналистов, и для медиасообщества, а значит, и для вашего избирателя они станут уже каким-то фактором действительности.

Ещё очень важный момент – это медиапортрет кандидата, потому что у нас тоже очень часто любят из человека, который никак не подходит под хозяйственника в силу каких-то объективных причин, лепить хозяйственника или, наоборот, когда бизнесмены, совершенно неорганично смотрящиеся как такие ораторы, трибуны, начинают пробовать себя в таком несвойственном качестве. Это выглядит, как правило, смешно и этого нужно избегать. Если вы кандидат и вы член команды какого-то кандидата, нужно чётко понимать элементарную вещь: если человек всю жизнь занимался каким-то конкретным делом, делать из него совершенно незнакомого ему профессионала абсолютно не нужно. Его дальнейший медиаобраз нужно выстраивать исходя из того, чем человек занимался всю жизнь. И эта простройка образа должна, с одной стороны, соответствовать внутреннему миру этого человека, но, с другой стороны, соответствовать и запросам населения. То есть здесь нужно находить какой-то компромисс.

В работе с медиапортретом кандидата нужно понимать, что очень важно акцентировать не только негатив и критику, но должен быть, конечно, и позитив. Должны быть какие-то обязательно позитивные предложения от конкретных кандидатов. Критика критикой. Она должна быть, безусловно. Но обязательно должны быть конкретные предложения, основанные на каком-то позитиве. Нужно понимать, что в этом смысле кандидат – это товар, он должен понравиться избирателям и понравиться журналистам. Если он понравится журналистам, он понравится избирателям. Избиратель – это покупатель, который смотрит на него глазами журналистов, своими глазами и делает свои выводы.

И заключительный момент, который нужно отметить. Я уже сказал, что эти выборы

будут носить, может быть, впервые более чем за 10 лет неинерционный характер для власти, а значит, необходимо пытаться брать инициативу в свои руки и формировать самостоятельно повестку дня. Потому что неинерционный сценарий выборов предполагает открытие окон возможностей для оппозиции именно в части перехвата сценария. Перехватывать сценарий можно по линии каких-то разломов. В каждом субъекте федерации, в каждой области есть конфликт, обычно он всегда наличествует: область – город. Вы можете его не замечать, вы можете с ним работать, но он есть, это данность. С этой данностью можно как-то иметь дело, можно её раскручивать дальше и работать по этой линии разлома. Есть очень важная линия разлома: административный ресурс – финансовый ресурс. Сейчас, конечно, они пересекаются. Но, например, в Иркутской области финансовый ресурс оппонировал административному ресурсу, и были контрэлиты, готовые, мягко говоря, не слушаться власти. В том числе и в результате этого Сергей Георгиевич Левченко стал губернатором Иркутской области. Я сейчас не хочу умалять его достоинств, но это наличие контрэлиты, наличие этой линии разлома между административным и финансовым ресурсом сыграло, безусловно, свою роль.

ВОПРОС: Понятны все эти способы. Нет у нас, конечно, такого ресурса, как выступать по телевидению. Потому что это либо связь с предпринимателями, либо это дружеские связи, скажем, с журналистами. Может быть, с этой точки зрения ваш портал будет помогать нам размещаться, скажем, где-то в большой сети, в федеральной сети? Сможем ли мы это сделать со своими сайтами? И сможем ли мы давать такую информацию вам для того, чтобы попасть на федеральные каналы? Я просто приведу пример. У нас есть такой канал, как «Москва 24», у нас «Санкт-Петербург». Что делают специалисты, журналисты с этого канала? Они сначала звонят мне, чтобы узнать о бюджете города и чтобы спросить, а правильно ли они думают, что экономика так-то и так-то, а потом это выдают за свою информацию. И никогда в жизни не скажут, что эту информацию дала Иванова. Есть ли какая-то возможность попасть на интервью, например?

О.В. БОНДАРЕНКО: Безусловно, наше агентство готово помогать всем кандидатам, в частности и вам, в рамках этой избирательной кампании выстраивать информационную повестку дня, быть посредником между вами и федеральными СМИ. Это, собственно, наша работа.

Но чтобы Сергей Павлович так на меня не смотрел, что я тут такой рекламой занимаюсь, я хочу вам рассказать о другом моменте, который, как мне кажется, может стать более важным. Конечно, мы хотим и готовы работать с вами, если вы заинтересуетесь. Если вы заинтересуетесь, я смогу остаться после нашего мероприятия, и мы обменяемся контактами.

Но самый главный момент следующий. Вы изначально исходите, на мой взгляд, из не совсем корректной посылки. Вы говорите о том, что у вас нет каких-то серьёзных выходов на СМИ, существуют проблемы с вашим взаимодействием с журналистами.

Я вам сейчас сходу предлагаю идею. Вы выступаете на пресс-конференции и предлагаете вернуть столицу России в Санкт-Петербург. Вы думаете, что эту пресс-конференцию не покажут, вы думаете, что её проигнорируют СМИ? Нет! Её покажут. И здесь нужно исходить из тех информационных поводов, которые невозможно проигнорировать. Её могут раскритиковать. Конечно, могут! Могут дать какие-то свои версии, но изначально комментирование и затрагивание таких тем, которые невозможно проигнорировать, будет. Да, вбросят эту идею в Интернет сейчас в качестве вашего заявления.

С.П. ОБУХОВ: Вы предлагаете Ивановой стать Милоновым?

О.В. БОНДАРЕНКО: Вы меня простите, с точки зрения информационного присутствия господина Милонова знает вся страна. И с точки зрения его рейтинга можно к нему по-разному относиться. С точки зрения цитируемости у него никаких проблем нет.

Я предлагаю исходить из тех возможных событий, которые нельзя проигнорировать. И, на самом деле, таких событий много. Если вы немножко выходите за рамки собственной повестки дня, локальной, пытаетесь притянуть масштабную повестку дня, то получается следующее. Я приведу пример из последнего опыта Новосибирска. В результате того, что Россия переориентировалась на Восток, вполне логично можно было говорить о том, что Новосибирск становится участником «Евразийского шёлкового пути», вот этого совместного продукта Российской Федерации и Китая.

Это соответствует действительности, это имеет отношение к реальности? Да, имеет. Посмотрите на карту: где находится Новосибирск и через какие города у нас может происходить коммуникация с Китаем. Как вариант, нужно масштабировать и не стесняться выносить свои локальные вопросы, когда нужно, например, отремонтировать

трубу. А мы начинаем говорить о том, что, ребята, вы отремонтируйте вашу трубу. Но вы её можете отремонтировать, если вы уберёте вора-чиновника и поменяете это. Это банально, это просто, это всем понятно. Этому можно верить, а можно не верить.

Но если вы говорите о том, что мы отремонтируем трубу, когда привлечём внимание к своему региону на федеральном уровне, а может быть, и на международном уровне, результат будет иной. Могу сказать, что такой вариант очень работает.

ВОПРОС: 1 сентября появляется в местной газете «Заполярная правда» два поздравления с началом учебного года под моим авторством и под авторством депутата Норильского городского Совета. Два разных поздравления.

Мне говорят, что моё поздравление агитационное, Коммунистической партии, я первый секретарь горкома партии. Я плачу 2 тысячи 700 рублей за «воду». Господин депутат не платит ничего. Это информационное сообщение. Как быть в этом случае?

О.В. БОНДАРЕНКО: Могу сказать следующее. Наличие или отсутствие, при всём уважении, поздравления с 1 сентября, равно как с Новым годом, с Международным женским днем – то есть вот такие общие, банальные вещи – они не заметны для избирателей, по большому счёту.

Да, конечно, есть своя целевая аудитория. Кто у нас голосует? Женщины, 40 плюс, со средним образованием и так далее. Мы все это понимаем. Но даже для этой аудитории поздравления с Новым годом, с 1 сентября являются лишь фоновыми и незаметными. Или тогда кандидат, как часто делают представители власти, поздравляет чем-то материальным своих избирателей с различными праздниками, либо, уж извините, нужно не поздравлять их просто с праздниками, а поздравлять избирателей какими-то предложениями и идеями, которые могут реально улучшить жизнь учителей и так далее.

То есть информационные поводы – это не констатация факта, это новости, это какие-то новые идеи, которые до того как-то мало обсуждались в вашем регионе.

ВОПРОС: Хорошо, тогда дополнение к вопросу. Я согласен про поздравления с праздником. Я это в качестве примера всего лишь привёл.

Я, как помощник депутата законодательного собрания края делаю объявление в газете «Заполярная правда» о том, что помощник депутата ведёт приём граждан по личным вопросам, адрес, данные, время.

Я плачу две с половиной тысячи.

ВЫСТУПЛЕНИЕ

О.В. БОНДАРЕНКО

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

С.П. ОБУХОВ: Я вам отвечу. Я плачу «Краснодарским известиям», чтобы они написали, что Обухов ведет приём. Я ничего здесь не могу сделать, хотя я депутат Государственной думы. Не хочешь – не будем публиковать.

ВОПРОС: Слушая ваше выступление, Олег Владимирович, я много нового для себя узнал. Но, как говорят, любая реклама хороша, кроме некролога. Правильно?

О.В. БОНДАРЕНКО: Думаю, что это слишком коротко и упрощённо. Я немножко говорил о других вещах, технологических, которые могут вам помочь в вашей избирательной кампании.

ВОПРОС: Я думаю, что не поздравление привлекает внимание избирателя, а привлекает внимание его отсутствие. Если поздравления нет, то внимание привлекается. Как это так, что коммунисты не поздравили с Новым годом?

О.В. БОНДАРЕНКО: Это не новость, понимаете, при всём уважении к вам. Я говорю о формировании новостной повестки дня. Это не может стать ни региональной, ни тем более федеральной новостью, поздравление или непоздравление.

ВОПРОС: Сегодня мы в первой части нашего семинара выслушали выступление Евгения Ивановича Колюшина. Было сказано, что на селе за КПРФ голосовать не будут...

Е.И. КОЛЮШИН: Вначале я по поводу агитации и информации скажу.

Уважаемый политехнолог по-другому сказал то, о чём я говорил в выступлении. Есть информирование депутатов о выборах, а есть агитация. Когда информируют о выборах, то закон говорит о том, что нужно говорить только правду. А при предвыборной агитации можно врать. Это позиция Конституционного суда. Поэтому задача сводится к тому, чтобы соврать, но чтобы этот материал не считался агитационным. Если он будет агитационным, то из фонда надо платить.

Я согласен с политехнологом, что агитация это творчество, они за это деньги получают, они придумывают механизмы агитации. Например, «Московский комсомолец», уважаемая мною газета, берёт один процент правды, дальше 99 процентов накручивает. Слог у них красивый, но по содержанию сплошное враньё. Это жёлтая газета, но пишут они хлётко.

По поводу заданного вопроса. Я не знаю, но социология показывает, что село сейчас хуже голосует за Компартию. А смысл моей рекомендации сводился к тому, что впервые на федеральных выборах избирательные округа нарезаны с помощью методики

избирательной географии. Эта методика давно известна за рубежом, когда город разрезается на части.

Поскольку в городе больше протестных настроений и большие города лучше за Компартию голосуют, город разрезается и к нему приклеивается сельская местность. Эту методику впервые применили сейчас у нас на выборах депутатов в Госдуму седьмого созыва.

Все областные центры в тех субъектах, где два и больше округов, кроме Вологодской и ещё какой-то одной области, разрезаны. Уфу вообще на 5 или шесть округов разрезали. Вологодскую область не разрежешь, один округ – Вологда, другой – Череповец, это как бы вторая столица.

В условиях ограниченных ресурсов надо откровенно сказать, что мы не можем закрыть все избирательные участки наблюдателями, мы не можем «Красный контроль» на всех участках организовать. И в этих условиях надо решать, куда бросить силы. Власть рассчитывает на то, что село давит город. В городе низкая явка, в селе явка намного выше, но коммунистическое настроение там слабое. Это и статистика показывает.

А опыт Иркутска показал: если город поднимается, очень высокая явка в городе, тогда они перебивают результаты селом. Но это надо решать применительно к каждой территории. Я не знаю, может быть, у вас в Якутии другая ситуация. Для этого, собственно, и политехнологи существуют, они изучают ситуацию, дают какие-то конкретные рекомендации уже применительно к конкретному округу.

ВОПРОС: Не так давно состоялись выборы губернатора. Показывают кандидата от «Единой России», он исполняет обязанности, показывают его на рабочем месте. Он не ходит ни на какие дебаты, они ему не нужны. В крайнем случае, отправляет доверенное лицо. И день и ночь крутят материал о нём и федеральные, и местные СМИ. Всё это как бы нормально. Зачем ему такая дополнительная реклама нужна, зачем ему ходить на какие-то эфиры, на какие-то дебаты?

Я не знаю, как это будет происходить на выборах в Государственную думу, как распределят эфирное время. Я поняла, что сегодня все лично обязаны принимать участие в дебатах? Это на самом деле так? Или опять будут доверенные лица?

С.П. ОБУХОВ: Я отвечу на данный вопрос за Олега Владимировича, а он, если посчитает нужным, добавит.

На этих выборах этот ужас будет ещё в больших масштабах. Они, не приходя в

сознание, будут исполнять обязанности. Евгений Иванович рассказал про такую поправку, теперь у них всё это самоинформирование. Раньше мы ущивали их за это, подавали в суд. Теперь будет ещё хуже. Вот это и есть преимущество административного ресурса, мы никуда от этого не денемся.

Что касается дебатов, то мы посмотрим. Теперь и на дебаты должны будут ходить на-прямую, либо время будет у них пропадать.

О.В. БОНДАРЕНКО: Сергей Павлович, разрешите ещё один момент осветить, очень важный.

Вы говорите о тех мероприятиях, которые будут в любом случае. Это повестка дня существующая, повестка дня, скорее, власти, чем ваша. Скажем об этом честно. Они будут решать проблему с этими дебатами. Вы всё равно им оппонировать сможете, я уверен,



более достойно. Но вопрос в том, что это их повестка дня. И тогда вам придётся играть по их правилам.

Я говорю принципиально об иной ситуации, когда вам нужно будет формировать свои собственные, пускай пока локальные, пускай пока скромные, возможности, информационные цепочки, политические сети, информационные.

С.П. ОБУХОВ: Вы начали пикетировать думу Южно-Сахалинска, стали требовать её роспуска в связи с делом Хорошавина. Вышли на федеральный уровень. Садитесь на эту тему, давайте мы вам поможем раскручивать эту тему. Вот о чём говорит Олег Владимирович.

О.В. БОНДАРЕНКО: У вас должна быть собственная повестка дня. В той повестке дня, конечно, участвовать можно и нужно, но выигрываете ли вы в ней, это вопрос. А в своей собственной повестке дня, которую вы сами придумаете, вы уже без вариантов выигрываете.

**С.А. ЧИКИРЁВ,
заместитель руководителя
юридической службы:
«Особенности подготовки
документов, связанных с
выдвижением и регистрацией
кандидатов – что нужно
знать кандидатам»**

Добрый день, уважаемые товарищи!

Первое, о чём я бы хотел сказать, что каждая Государственная дума – это какие-то новеллы в плане документов и законодательства, в том числе и их изменений. В данном случае все кандидаты, одномандатники и списочники, будут готовить свои документы по определённой программе. Но в силу того, что у нас можно законодательство менять до дня указа президента, будут вноситься

соответствующие поправки. На чём я заостряю ваше внимание. Во-первых, это все те документы, которые опубликованы сейчас, тот программный продукт, который вывешен на сайте. Это не то, что с ним не надо работать, он ещё пока находится в тестовом режиме. Все свои документы надо просто правильно готовить, понимать, что заполнять все документы лучше после указа президента, когда все законы, все инструкции Центральной избирательной комиссии, в том числе и программный продукт, будут уже в окончательном виде, без каких-либо помарок.

На сегодняшний день в данном программном продукте, который сегодня был также вам роздан на дисках, есть очень много вещей, которые, скажем так, либо не корректно отражаются, либо вообще не отражаются. Самый простой пример – это образование. При заполнении сейчас по программе образование вы не найдёте, не укажете.

Но закон говорит чётко: когда вы заполняете документы, образование должно быть указано. Вы, как кандидат, сдаёте и в бумажном виде, в электронном виде свои документы, несёте за них персональную ответственность. Если вы что-то распечатали не так, но подписали, сдали, то извините. Поправить это можно только при том условии, если вы это увидели и нет вашей регистрации. В противном случае вы будете отвечать за свои документы именно в том виде, в котором они поданы.

**ВЫСТУПЛЕНИЕ
С.А. ЧИКИРЁВА**

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

Мне хотелось бы заострить ваше внимание на следующем. Когда вы сдаёте свои документы, то не забывайте получать от избирательных комиссий расписки. В расписках должно быть всё указано.

Центральная избирательная комиссия обо всём уже подумала. Она в мае прошлого года выпустила методические рекомендации со всеми формами документов, начиная от заявления, заканчивая расписками комиссий, которые у вас принимают документы. По этим документам можно всё отслеживать: как должно вам выдаваться, как должно заполняться и где какие вещи есть. То есть сегодня был презентован портал, на портале было вам продемонстрировано, что есть уже это постановление (оно там висит), к нему есть уже – ЦИК в декабре выпустил – доработки в связи с изменениями в законодательстве. И на это надо обращать внимание. Потому что вас, кандидатов, 225 человек. 99 процентов, что найдёте вы юристов – не найдёте юристов, но юристы не будут те, которые прошли десяток кампаний. Будут обычные юристы, которые готовят документы. Юрист вам подготовил, вы его подписали, и вы будете отвечать. Не юрист, который подготовил, не иное лицо. Вот в чём беда! А прибежите потом в Центральный Комитет и скажете: вот, меня снимают с выборов. Да, конечно, снимают. Потому что, если есть какие-то ошибки и вы с ними сдали документы, извините, за это идут соответствующие санкции.

На чём бы мне хотелось заострить ваше внимание. Первое, чтобы вы понимали по датам. Как сегодня уже неоднократно говорилось, что с 31 мая по 19 июня будет указ президента. По сложившейся практике указ президента, мы предполагаем, будет в районе 13 июня, плюс-минус ближайшие дни. Потому что, во-первых, у «Единой России» назначены на 20-е числа мая праймериз во многих регионах, и им надо будет также подготовиться, определиться до конца со своими кандидатурами. И сложилось так, что президент никогда не подписывал указ раньше второй декады своего срока.

Дальше вы должны понимать, что с момента подписания указа президента для партии и для вас начинается отсчёт самых главных дней. Для партии это 25 дней, когда она должна провести съезд и получить от вас документы для того, чтобы сдать их в Центральную избирательную комиссию, чтобы был заверен список одномандатников. После этого только вы несёте свои документы в окружные

комиссии. Если окружных комиссий нет, либо они не сформированы, либо не возложены на них полномочия, в законе это прописано: вы сдаёте свои документы в региональные комиссии, которые при формировании региональных либо территориальных будут туда ваши документы передавать. Но, опять же, обращаю ваше внимание, не забываем про надлежащую расписку, в которой должно быть указано полностью то, что вы сдаёте. Не просто заявление, приложения столько-то штук, а заявление, копия паспорта, диплом об образовании и т.д. Потому что это играет большую роль. В случае судебного разбирательства есть аналогичные примеры как в ту, так и в другую сторону. Человек говорит: я всё сдавал, вот моя расписка. Комиссия говорит: вот его личное дело, у нас там нет. Тогда встаёт юрист и говорит: у нас есть расписка и это основополагающий документ. Суд говорит: да, согласны. А то, что комиссия потеряла, извините. А вот если не будет у человека этой надлежаще сделанной расписки, то юрист, какой бы он сильный ни был, и ещё кто-то, даже я, чем должен доказать то, что мы надлежаще в свое время всё сдали и выполнили? Ничем. Из на это я прошу всегда обращать ваше внимание.

Ещё один момент. Основная роль сбора документов идёт по так называемой форме об имуществе. К ней всегда у вас есть большие вопросы. Потому что, первое, начинается сбор документов, и заполнение этого имущества идёт в последний момент. Помимо того, что к этим выборам, она, как всегда, поменялась, добавились многие графы, и добавилось, что вы указываете, когда вы её заполняете, ещё и число, на которое вы предоставляете сведения. Разъяснения Центральная избирательная комиссия дала. Всё это в единых образцах документов, которые в мае избирательная комиссия подготовит. На чём я хочу заострить внимание? Что сегодня и до указа президента у вас есть время подготовить все свои свидетельства на собственность, проверить счета в банке, посмотреть денежные средства. Потому что зачастую ко мне приходит кандидат, мы готовим с ним эту форму об имуществе, он говорит: вот у меня есть счета в банке, вот у меня есть карточки. Но в вашей голове должно быть понимание, что любая карточка в первую очередь приписана к какому-то счёту. Последние пять лет банки ВТБ, Сбербанк начинают практиковать открытие электронных счетов. И когда ЦИК у них будет запрашивать информацию и про-

**ВЫСТУПЛЕНИЕ
С.А. ЧИКИРЁВА**

верить те данные, которые вы представили в окружные комиссии, либо, кто пойдет ещё параллельно по списку, в Центральную избирательную комиссию, все эти счета, в том числе электронные, банки представят. И тогда к вам будет вопрос: почему вы недоуказали. Вот сейчас самое время сходиться и ненужные счета закрыть, чтобы на время представления сведений у вас их не было, они были закрыты. Ненужные, которые у вас нулевые, либо лежит 10–15 руб. уже несколько лет. Они так и будут лежать, только лишний раз вам будут напоминать, что они есть. Это раз.

Мне хочется обратить внимание, что, когда вы заполняете форму об имуществе, теперь есть такая графа «драгоценные металлы» с оценкой на соответствующем счёте. У кого есть такие металлы (это может быть 3 гр. золота, 4 гр. Золота), которые вы когда-то покупали, либо акции, которые имеют эквивалент в золоте или в иных драгоценных металлах, они всегда ведутся на отдельном учёте в каждой банке. И вот к этому надо относиться особенно внимательно. И не забывать, что все сведения – то, что касается счетов в банке, – мы представляем на 1 число месяца, когда будут объявлены выборы. Если получится так, что всё-таки в нарушение всех ранее принятых норм указ будет подписан и опубликован в последний срок – это в мае, 31 числа, – тогда мы по состоянию на май будем указывать. Если, как мы предполагаем, 13 июня (плюс-минус пара дней), тогда на 1 июня вы будете представлять все сведения, в том числе и банки, карточки, участие в организациях. Ещё мы не забываем, что у нас есть чеки, вклады и иные облигации, которые тоже надо указывать. По всем этим вещам большая просьба навести у себя порядок. Потому что для меня это будут уже третьи выборы в Госдуму, и всегда один и тот же вопрос, именно с этой формой. Когда начинаешь человека спрашивать, где ты, чего там, какие банки, человек не помнит. А в этот раз помимо того, что мы должны указать банки, мы должны ещё указать ИНН этого банка и адрес банка. Помимо юридического ещё сейчас можно будет указывать почтовый адрес. В какой-то мере это плюс, в какой-то мере это минус. Но эти реквизиты банка вы должны знать и понимать.

То, что касается заявлений и остальных документов. Здесь я обращаю ваше внимание на форму. Формы документов есть. Но ЦИК предписывает и закон вам указывает (вам сегодня раздали 20-й федеральный закон), что все документы готовятся в

машиночитаемом виде с использованием данного программного продукта. После чего выводятся и сдаются. Сдаются как в машиночитаемом виде из этой программы, так и на бумаге, то, что они вам распечатают.

В чём плюсы программы. Мы потихоньку в ней попробовали, поигрались, её попровоцировали. Плюсы такие. Те графы, которые обязательны (от какой политической партии вы идёте, образование), будут именно выбираться. Вы их не вписываете, вы их только выбираете. А вот свои фамилии и паспортные данные вы вписываете, на это надо обращать внимание. То, что вы выбираете, проще. Иного вы не выберете. Система вам просто не даст вывести либо распечатать документ, если что-то вы не заполнили. Это большой плюс. Вот то, что касается вкратце документов.

На чём мне хотелось бы заострить ваше внимание. В первую очередь на форме этих документов. Я буду о них 10, 20 раз говорить, но поверьте, когда приходит день голосования, никто почему-то не помнит, что есть там образцы, никто не помнит, что есть перечень того, что вы сдаёте.

Второе приложение, постановление ЦИК от мая месяца, говорит, какие документы вы сдаёте на выдвижение, какие документы вы сдаёте на регистрацию. На выдвижение – ничего не поменялось. Это одни те же документы. То есть заявление, которое вы готовите в машиночитаемом виде, на бумажном носителе. Это сведения о размерах и источниках доходов, о которых мы говорили. Это две справки по указу президента. Они все сейчас есть в общем доступе. Примеров их заполнения много в интернете. Если не доверяете интернету, просто садитесь и читайте внимательно. Образцы ЦИК есть, там по строчкам указывается, что, где и как заполнять. Не забываем: мы прикладываем к заявлению копию паспорта. В чём плюс этой кампании? В том, что ЦИК наконец прописал: когда вы приходите в окружную комиссию сдавать документы, вы приносите паспорт, и сама комиссия снимает у вас копию паспорта, и может сейчас снимать не всё. То есть будет сейчас дополнительное разъяснение, где ЦИК скажет: можно либо весь снимать, либо две-три страницы, которые член комиссии, который у вас принимает документы, сам же и заверяет.

Документ об образовании. О нём не забываем. Он может быть старый, новый, но он должен быть, если вы указываете образование.

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

Справка с места работы, либо копия трудовой книжки, либо выписка из трудовой книжки – любой документ. Мы не забываем, что есть 62-я статья Трудового кодекса, которая предусматривает, как данный документ должен быть заполнен. И это очень важное требование. Потому что при непредоставлении копии трудовой книжки либо ненадлежащем заверении, поверьте, сколько споров было, и всегда суды не на нашей стороне. Нарушили – ребята, извините. Это непредоставление документа. Непредоставление комплекта документов означает аннулирование регистрации.

Также, если вы указываете, что вы член партии, и статус этой политической партии, вы должны получить точно такую же справку из партии, что вы первый секретарь, что вы член партии. И не забывать указывать. Были случаи, что сначала человек получает справку, там написано, что он член партии, а потом говорит: нет, я вспомнил, что я ещё первый секретарь местного отделения, хочу, чтобы в справке было написано, что я первый секретарь местного отделения. Но в заявлении почему-то человек забывает исправить. Такие вещи тоже были.

То, что касается налогов. Из налоговых документов, это уведомление в произвольной форме, это приложение 3.1, это инструкция, которая говорит, что раньше уведомлением было именно ваше заявление, теперь ЦИК предусматривает, что уведомление это отдельный документ. И в этом единственная особенность от всех предыдущих избирательных кампаний, в том числе будущих. Я думаю, что этот документ теперь всегда останется, он будет только расширяться.

То, что касается регистрации. Вы сдаёте, как и всегда, уведомление об открытии своего спецсчёта, но не забываем, что будет фининструкция, в которой с большой долей вероятности будет сказано, что помимо того, что вы сдаёте уведомление об открытии счёта, вы должны подтвердить это документом из банка. То есть из банка вы должны взять также уведомление об открытии счёта с его реквизитами и не забыть, что вы должны взять выписку с нулевым остатком. В том, что у вас на начало избирательной кампании – ноль. Это тоже принципиальный момент, потому что в моей практике были случаи, когда открывается спецсчёт, и кандидат, никого не спрашивая, зарегистрировали его или нет, сразу туда кладёт деньги. Были такие случаи. Для того чтобы это исключить, берите, пожалуйста, сразу нулевую выписку, чтобы она у вас была и у вашего бухгалтера. Это

показывает, что вы начали свои операции по спецсчёту.

То, что касается госслужащих, муниципальных служащих, лиц, которые работают в средствах массовой информации, например, редакторы газет. Не забывайте, что с момента регистрации у вас пять дней на представление в соответствующую комиссию документа об отстранении вас от обязанностей либо государственного, либо муниципального служащего, либо лица, выпускающего средства массовой информации. Потому что, если вы его не представляете в течение 5 дней с момента регистрации, опять у комиссии есть железное основание аннулировать регистрацию, потому что вы не сложили полномочия, несовместимые со статусом кандидата.

Вот основные моменты, на которых мне сегодня хотелось заострить ваше внимание.

Также хочется обратить ваше внимание на то, что вы должны всегда помнить, что вы кандидат и что лица, которые работают на вас, которые выпускают дополнительный материал, это всегда лица, ответственность за которых несёте вы. Потому что все будущие доверенные лица, которых вы уполномочены назначать, всегда работают от вашего имени, и за их действия вы платите своей регистрацией в случае их каких-то нарушений. Это основные вещи, которые мне хотелось сказать.

И очень большое внимание я хотел бы обратить на этот программный продукт, который сегодня вам дали. Ещё раз повторю, что он пока тестовый, вы смотрите, пробуете, разбираетесь. В случае непонятных вещей задаёте нам вопрос. Можете в индивидуальном порядке решить или уточнить. Потому что был пример, когда начали общаться с Крымом и смотреть, у кого есть счета и у кого есть имущество, по счетам, по банкам возник большой вопрос. Люди их не могут, например, закрыть и не могут ничего сделать. Мы в свою очередь сделали соответствующий запрос, сейчас мы над этим думаем. Потому что и ЦИК нам сказал, что он не может ничем помочь, потому что все счета в иностранных банках на момент, когда вы становитесь кандидатом, должны быть закрыты. Сейчас будут, например, для Крыма соответствующие разъяснения в федеральное законодательство либо поправки. Но бывают всегда индивидуальные случаи, когда у лица есть участие в организациях, он не знает, как их закрыть, либо не может найти свою организацию, когда он в 2000-х или 90-х годах где-то был генеральным директором, создал

организацию. Но в налоговой базе это всё равно висит, поверьте.

ВОПРОС: Кандидат может иметь несколько образований. Обязательно все указывать?

С.А. ЧИКИРЁВ: Нет, одно любое. Не забывайте то, что касается образования. Вы указываете образование в соответствии с законом об образовании. И, как сегодня говорил Евгений Иванович, у вас есть высшее образование, а дальше кандидат наук, профессор и всё остальное – это уже ваша квалификация, но никак не образование.

Единственное, что я сегодня упустил, и мне хочется к этому чуть вернуться: не забывайте правильно указывать во всех документах свои адреса. У нас есть 2-я статья федерального закона №67, которая чётко говорит, как должен выглядеть адрес. В адрес не входит индекс, который все любят указывать, это почтовый атрибут. В адрес входит Российская Федерация, наименование субъекта, район, город, улица, дом, квартира, офис. Потому что очень часто, что в агитматериалах, в выходных данных, что в документе, который вы заполняете, область вы забываете. Да, бывают примеры, когда город регионального значения, и он не повторяется. А бывают иные случаи, когда одних и тех же деревень в одном районе очень много.

С.П. ОБУХОВ: Сейчас Евгений Иванович с точки зрения Центризбиркома разъяснит.

Е.И. КОЛЮШИН: К тому, что я говорил об образовании, надо добавить, что с житейской точки зрения, как ни странно, само образование не указывается – инженер, юрист и т.д. Указываются три вещи: учебное заведение, которое закончил только по профессиональному образованию (скажем, Саратовский университет), год окончания и реквизиты диплома, документа, который выдан – серия, номер. Всё. Даже специальность не указывается.

ВОПРОС: Я хотел бы уточнить про банки, про адреса, раз надо теперь указывать. Это должен быть адрес головного или филиала банка, где открыт счёт?

С.А. ЧИКИРЁВ: Здесь вопрос регистрации банка. Потому что банк может по законодательству иметь несколько лицензий. У него может быть филиал зарегистрирован как отдельное юридическое лицо с правом вести определенную коммерческую деятельность, потому что банку выдается не одна лицензия. Помимо лицензии на кредитные операции, есть валютные операции. Всё зависит от его регистрации. Здесь надо в каждом индивидуальном случае выяснять.

С.П. ОБУХОВ: Евгений Иванович говорит, там, где открыт счёт.

Е.И. КОЛЮШИН: Лучше указывайте там, где открыт счёт.

Я ещё в дополнение к тому, что Сергей сказал. Действительно, я сам несколько лет назад обнаружил, что у меня пять или семь счетов ещё с советских времен по 10 рублей. Их надо закрыть. Наверняка такие счета есть. Они потом всплывут. Вы сами забыли уже про них.

Кроме того, допустим, у вас был депозит, и вы депозитный договор закрыли. Но, как правило, два счёта открывается, когда депозит открывается. Сейчас банки хитрые, они текущий счёт открывают, человек на этот текущий счёт кладёт, а потом они перекидывают на депозитный счёт. Вы приходите и закрываете депозит, а текущий счёт они могут не закрыть вам. Имейте это в виду. И это потом всплывёт. Надо этим заниматься. Правильно Сергей сказал.

С.А. ЧИКИРЁВ: Я хотел бы по Сбербанку уточнить. У Сбербанка есть частичное деление на федеральные округа, есть деление на сбербанковские округа. В Москве, Московской области, в Центральном федеральном округе это Среднерусский банк. Не забывается, что Сбербанк сейчас поменял свою правовую форму, он теперь не ООО, а ПАО, публичная организация.

А в регионах как? У нас были случаи, когда, например Сбербанк тюменский обслуживает ещё Ямало-Ненецкий, Ненецкий автономный округ, ещё рядом находящиеся области. То есть по Сбербанку в каждом индивидуальном случае надо будет уточнять. Это касается и ВТБ, и Газпрома, и Внешторгбанка. Все остальные – это головная лицензия и филиалы, которые ведут ваши счета.

ВОПРОС: Второй вопрос, вытекающий из предыдущего вопроса. В каждом дипломе ещё есть регистрационный номер. Надо ли его указывать или нет?

Е.И. КОЛЮШИН: Номер диплома, серия. Если это напечатано типографским способом, то надо указывать. Если от руки, то не надо.

ВОПРОС: Подскажите, пожалуйста, будет ли на портале информация по поводу, собственно, регистрации, по поводу всех этих заявлений? Желательно, чтобы заявления можно было бы скачать. Было бы очень хорошо, если бы на портале был форум, с этим связанный, где задавались бы интересующие нас вопросы.

С.А. ЧИКИРЁВ: У вас для этого есть личные кабинеты, контакты. У большинства из вас есть, либо вы можете это взять в

ВЫСТУПЛЕНИЕ

С.А. ЧИКИРЁВА

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

региональных отделениях, телефоны юридической службы. У нас вы всегда сможете найти телефоны юридических служб. По федеральным округам всегда закреплены юристы.

Всегда, когда идёт сбор документов, помимо того, что мы будем проверять документы списочников, мы будем параллельно проверять и ваши документы. В чём суть программы? Вы можете нам не присылать все документы, присылайте маленький файл из этой программы. Мы его просто подтягиваем в программу, видим, как вы всё заполнили. Мы на удалёнке всё можем корректировать.

По той корреспонденции, которая приходит в юридическую службу, мы видим, что программа очень популярна. Наш адрес элементарно запомнить: pravo@kprf.ru. Все остальные телефоны вы всегда можете взять либо у первых секретарей, либо в региональных отделениях. Справочник с телефонами юристов у нас каждый год обновляется.

Е.И. КОЛЮШИН: Товарищи, я, как представитель Центральной избирательной комиссии, хотел бы вам сказать, что формы документов вы всё-таки берите на сайте Центризбиркома, сайтах избирательных комиссий.

ВОПРОС: Если кандидат в депутаты является действующим депутатом, должен ли он уведомлять избирательную комиссию об этом?

С.А. ЧИКИРЁВ: Уведомлять, что вы являетесь депутатом на постоянной основе и были отстранены. Я так понимаю? Если вы депутат не на постоянной основе, вы в заявлении указываете, что вы депутат не на постоянной основе, прилагаете соответствующий документ за подписью председателя, либо начальника отдела кадров вашего законодательного собрания.

Если вы депутат на постоянной основе, это ваше место работы, то на период избирательной кампании вы просто пишете сначала отпуск, тот, который у вас предусмотрен, потом отпуск за собственный счёт. И сначала первый предоставляете, а по истечении его незамедлительно, на следующий день предоставляете второй в избирательную комиссию. Важно, чтобы не получилось, что в период избирательной кампании вы исполняете свои должностные полномочия.

Е.И. КОЛЮШИН: Депутаты не являются государственными служащими. Они занимают государственные, муниципальные должности. Они в отпуск уходить не должны в период избирательной кампании. Это

однозначно! Хочешь – пожалуйста, пиши, уходи. В этом вас никто не обвинит.

А государственные, муниципальные служащие, да, если они зарегистрированы кандидатами в депутаты, они должны уходить в отпуск.

С.А. ЧИКИРЁВ: Я все прекрасно понимаю, вы все правильно сказали. Но есть практика. Она, к сожалению, имеет место. Московская область. Получилось случайно, что человек отправил факсом два уведомления, которые сделал в рабочее время, они были по депутатской линии. За это его потом пинали. Я именно об этом говорю.

Е.И. КОЛЮШИН: Это уже другая опера. Вас будут ловить, депутатов, за то, что вы используете преимущества служебного положения, используете факсы, используете машины, используете помощников. Вот за это вас будут ловить, будут бить. А если вы ушли в отпуск, а факс использовали, то это не поможет.

ВОПРОС: Вопрос по поводу справки, подписанной председателем думы, что она является основным документом.

С.А. ЧИКИРЁВ: К сожалению, такая негативная практика есть.

ВОПРОС: Скажите, справку о партийной принадлежности должен подписать руководитель регионального отделения или лидер партии?

С.А. ЧИКИРЁВ: По закону написано, что непосредственно лидер партии, но у нас у каждого первого секретаря есть соответствующая доверенность на подписание этого документа.

С.П. ОБУХОВ: Я думаю, что этот вопрос будет решаться централизованно.

ВОПРОС: У меня, наверное, не вопрос, а пожелание, чтобы образцы заполнения были подготовлены.

С.А. ЧИКИРЁВ: Это всегда было и будет. Но, опять же, с чего я начал свое выступление? До указа президента всё меняется. Даже то, что мы вам раздаем, – это пробные вещи. Какой смысл, чтобы вам сейчас раздать, а потом мы вынуждены будем раздавать повторно. Потом вы нам будете говорить, что зачем вы нам один и тот же документ раздаете по несколько раз?

С.П. ОБУХОВ: Пока тренируемся.

ВОПРОС: Скажите, пожалуйста, как нам указывать место жительства. Как указывать город. Например, у нас город Серов, а в уставе написано «Серовский городской округ». Как нам писать? Как в паспорте или как в уставе написано?

Е.И. КОЛЮШИН: Я говорил о двух адресах. Первое: адрес места жительства. Если писать как в уставе, то это муниципальный

депутат. Нужно полное наименование муниципального образования. Например, Свердловская область, город Серов, улица такая-то, дом такой-то, квартира такая-то. Вот этого достаточно.

Применительно к депутатам, когда муниципальное образование, вот там надо полное название муниципального образования. Например, депутат муниципального образования такого-то городского округа.

С.П. ОБУХОВ: Если адрес, то вы пишете так, как написано в паспорте. Если вы депутат, то называете Серовский муниципальный округ.

ВОПРОС: Хочу сказать о том, что у нас были сняты кандидаты, которые писали как в паспорте. Вы должны указать наименование субъекта, наименование города, наименование улицы, дом, квартира. Если у вас в паспорте пропущен город или улица, то вас потом снимут.

С.П. ОБУХОВ: Евгений Иванович то же самое сказал.

Е.И. КОЛЮШИН: Чем хороши машиночитаемые формы? Если вы что-то пропустите, то вы страницу не распечатаете, понимаете? Есть плюсы всё-таки в этих формах.

ВОПРОС: У меня вопрос по поводу образования, по поводу диплома об окончании вуза.

Е.И. КОЛЮШИН: Я же сказал, что главное название вуза, который вы окончили. Год окончания вуза, серия в дипломе, то, что отпечатано типографским способом.

ВОПРОС: (не слышно).

С.А. ЧИКИРЁВ: Смотрите, здесь два момента.

Вы, как служащий, должны уйти в отпуск. Если вы депутат, то вы можете не уходить. Как депутат, вы даже всю кампанию можете не писать заявление. К чему я сказал, что писать заявление? Вот, например, у вас парламентские каникулы закончились, вы пришли на свое рабочее место, не важно для чего. В этом плане очень много примеров, инцидентов. Да, они кажутся абсурдными, но всегда из-за абсурдных примеров снимаются кандидаты. К сожалению, но так получается. Кандидат пришёл, ему кто-то позвонил, он отправил что-то, а кто-то может сказать, что кандидат готовится к своей избирательной кампании. Использует компьютер для этого, мобильную связь, а это то, что он должен оплачивать из своего фонда. Вот для этого я вам сказал, что лучше сразу представить документ, что вы ушли на этот срок в отпуск, чтобы не было использования служебного положения. Это может послужить одним из оснований аннулирования вашей регистрации.

Депутаты Государственной думы. Через месяц после того, как вас зарегистрируют, зарегистрируются ваши оппоненты, вы друг на друга начнёте смотреть, начнёте разбираться в документах. И после этого разбирательства в документах пойдут иски в суд. Кто поумнее, тот отправляет материал почтой, и это приходит под конец избирательной кампании, но срок соблюден, и начинается судебная тяжба.

Представьте, вас от Компартии будет выдвинуто 225 человек, теперь на 20 партий умножаем, плюс самовыдвиженцы. Вы будете друг друга подтачивать, будете пытаться снять, да и другие вещи могут появиться.

Сразу проще с юристами обговорить либо выработать тот механизм, как от этих вещей уйти. И сегодня было сказано больше всего именно из этого опыта.

С.П. ОБУХОВ: Я думаю, что с каждым кандидатом юридическая служба проговорит эти вещи, чтобы у вас не было вопросов.

ВОПРОС: У меня просто возникло возражение. Например, у нас дума собирается, а мы не явимся на работу. Как будет расцениваться это? Известно, что государственный орган не может остановить свою работу, если его члены хотят куда-то избираться. Другое дело, что они могут не пользоваться машиной.

А тот случай, о котором вы говорили, по Московской области, там чётко человек приехал на дебаты на думской машине, поэтому её и сняли. Одно дело, что не пользоваться машиной, не посылать факсы. А присутствовать на двух заседаниях мы обязаны.

С.А. ЧИКИРЁВ: Я прекрасно это понимаю. Но теперь представьте, юридическая служба сейчас состоит из 10 людей, а вас 225. 400 кандидатов будет ещё по списку. Но я всё-таки должен сказать, что это вас просто обезопасит от многих вещей. 600 только кандидатов, и понять, что случилось, на кого подают в суд, трудно, но такая практика есть. Могу сказать, что в последние месяцы я просто живу в судах. Это стало нормальной практикой для всей юридической службы. Но от этого всегда хочется уйти, чтобы каждый раз не наступать на одни и те же грабли.

ВОПРОС: У меня такой вопрос. Я являюсь редактором и одновременно учредителем компании, которой принадлежит газета. Мне достаточно снять только редакторство с себя, редакторские полномочия, или и учредительство?

С.А. ЧИКИРЁВ: В законе как сказано? Если вы имеете распорядительные полно-

ВЫСТУПЛЕНИЕ С.А. ЧИКИРЁВА

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

мочия по увольнению и приёму сотрудников, вы должны уйти в отпуск. Если как учредитель вы этих полномочий не имеете, тогда учредителем вы можете остаться. А как редактор вы должны обязательно уйти.

ВОПРОС: Это наш устав предоставляет?

С.А. ЧИКИРЁВ: Нет, вы смотрите по уставу. Все уставы есть в электронном виде, можете через сайт всё это посмотреть. Если вы этого не сделаете, то поверьте, за вас посмотрят.

Повторяю, если есть распорядительные полномочия по приёму или увольнению сотрудников, тогда, по-хорошему, кандидат должен уйти в отпуск. Если этих полномочий у вас нет, тогда вы можете как учредитель оставаться.

Е.И. КОЛЮШИН: А я бы вам посоветовал следующее. Вот именно вам нужно в отпуск уходить после регистрации, тогда никаких проблем не будет, тогда к вам не будут цепляться.

ВОПРОС: У меня есть небольшое уточнение. Скажите, депутатам городских советов, сельских поселений нужно кого-то извещать по поводу регистрации?

С.А. ЧИКИРЁВ: Таких норм в законе нет. На вас, как на кандидата, распространяется только норма, что если вы там работаете, то в период избирательной кампании вас тяжелее без вашего согласия уволить с работы.

ВОПРОС: Ещё один момент. Вы сказали, что в зарубежных банках обязательно закрыть счета. Это юридическая процедура, юридическая норма?

С.А. ЧИКИРЁВ: Этот вопрос решается по указу президента. Вы говорите, какие у вас были сделки, из каких имущественных вещей вы эти сделки финансировали, как они проходили. Поверьте, если у вас были какие-то крупные операции, всегда лучше в индивидуальном порядке смотреть. Вы показываете, что у вас было приобретение имущества, грубо говоря, на несколько миллионов, но не предоставляете копию документов в силу разных причин. Поверьте, в России так бывает.

А лучше всего сделать какие-то договоры с физическим лицом, но в индивидуальном порядке это отработать.

А что касается банков, то вы, как госслужащий на определённой должности, на которую вы избрались, обязаны не иметь счета за границей в коммерческих банках.

ВОПРОС: Я работаю депутатом не на постоянной основе, я свои обязанности продолжаю выполнять, мне их никто не отменяет. В отпуск я уйти не могу, у меня там нет трудовой книжки.

С.А. ЧИКИРЁВ: Про вас-то и была оговорка. Я заостряю внимание именно на тех, кто работает не на постоянной основе. Почему? Это выходит из того, что это одно из оснований использования служебного положения для того, чтобы аннулировать вашу регистрацию. Как депутат не на постоянной основе, вы продолжаете свою работу, вы можете также встречаться, как кандидат, как депутат, выполнять свои депутатские функции.

Тут есть аналогия с партией. Партия на период избирательной кампании не прекращает свою деятельность. Здесь очень много вещей, когда, например, вывешивается агитация ЛДПР, и они говорят, что мы агитируем просто за партию, вот здесь есть агитация, которая именно за кандидата.

И такая же ситуация с вами. Вы, как депутат, работаете, но никто не говорит, что вы должны откеститься от всех своих полномочий на период избирательной кампании. Вы их продолжаете, но вы должны их чётко регламентировать. На непостоянной основе вам поручили что-то делать, у вас просто нет служебного подчинения, служебных вещей. А у депутата, который работает на постоянной основе, это есть. У него есть закреплённый за ним автомобиль, закреплённая техника, сотрудники и иные вытекающие из этого вещи.

ВОПРОС: В средствах массовой информации я выступаю как областной депутат, но в то же время я уже являюсь кандидатом в депутаты Государственной думы?

С.А. ЧИКИРЁВ: Новый закон, о чём говорил Евгений Иванович, теперь даже в период избирательной кампании позволяет, даже если вы выступаете в средствах массовой информации либо ещё где-то, вести свою беседу. То есть, по сути, это для вас отдельная часть, которую мы сейчас затрагиваем, уже является агитацией. Скажем так, вы можете, не нарушая закон, уже с первого дня указа президента быть в телевизоре и говорить, что я будущий депутат, мы хотели бы с вами поговорить, обсудить те или иные вещи, ваше видение того или иного вопроса, по сути, раскрывая кандидата и раскрывая вашу предвыборную программу.

Но опять же, с одной маленькой оговоркой, что мы ведём беседу. Всё, этого будет достаточно. Если вас представят, и вы в прямом эфире скажете, что голосуйте за меня, сразу вам это впишут в агитацию. Здесь мы опять возвращаемся к индивидуальным моментам по агитации.

**Виктор ШАПИНОВ,
сотрудник Агентства
стратегических коммуникаций,
политический консультант:
«Реализация избирательной
стратегии, технологическая
карта эффективной
избирательной кампании»**

Здравствуйте, товарищи! Немного о себе. Я являюсь руководителем группы специалистов, которые занимаются выборами. Мы вели избирательные кампании в России, в Украине,



Молдове, Приднестровье, Южной Осетии, Латвии. Обладаем большим опытом по этой части, которым хотим с вами поделиться.

Итак, первое, что вы должны решить для себя, когда разрабатываете собственную стратегию избирательной кампании, это ваш образ как кандидата. Избиратели голосуют не за вас лично (они вас лично, как правило, не знают), а за ваш образ.

И здесь важно понимать, что образ ваш существует как бы в двух номинациях. Это политические номинации. И в том, что вы представляете Коммунистическую партию Российской Федерации, и в личностной номинации, потому что ряд избирателей голосуют, к сожалению, не за какие-то программные вещи зачастую, а за некий личный образ, например, самый сильный или самый умный борец, пострадавший за правду и т.д. Если вы не сформируете такой образ, то как кандидат-одномандатник вы вряд ли соберёте даже тот электорат, который проголосует за Коммунистическую партию РФ. Мы видим такие результаты зачастую в округах, когда кандидат набирает меньше, чем партия. То же самое бывает на губернаторских выборах и т.д. Это одна из тех стандартных ошибок, которую делает в данном случае кандидат, не сформировав такой притягательный личностный образ.

Важно, чтобы этот образ обладал некой индивидуальностью. Самая большая ошибка, когда кандидат пытается сделать из себя некоего такого идеального кандидата, который подходил бы всем и любому избирателю. За такого кандидата, как правило, не голосуют. Это вам покажет и социология. Вы увидите, если зададите вопрос избирателю: за кого вы проголосуете и за кого бы вы проголосовали, если бы вашего кандидата не было? Такие идеальные кандидаты всегда занимают в социологии второе место, то есть за них бы проголосовали, если бы не было своего. Ваша задача стать своим. Поэтому важно подчеркнуть

те особенности вашей личности, социально значимой, которые могли бы собрать эти голоса.

Наряду с этим образом за каждой такой номинацией избирательного образа следует и антиобраз. Не будем тут долго рассуждать, но, чтобы было понятно, например, образ коммуниста также обладает определенным антиобразом. Это важно, чтобы понять, как с вами будут бороться. Бороться будут двумя способами: либо разрушая ваш образ, либо накачивая так называемый антиоб-

раз. Накачка антиобраза – это классическая борьба с Коммунистической партией в 90-е годы, когда говорилось: купи еды в последний раз, коммунисты придут, опять будет дефицит и т.д. То есть выделялись какие-то негативные черты, которые связаны с образом Коммунистической партии. В 2000-е годы власть перешла к стратегии разрушения образа, когда говорили, что они никакие не коммунисты, они продались олигархам, у них богатые люди в списках и т.д. Это также важно.

Что касается разработки самой стратегии избирательной кампании, здесь вы идёте с двух сторон. Во-первых, вы формулируете себе чётко цель. Цель – это тот процент, то количество голосов, которые, исходя из результатов прошлых выборов, вам нужно набрать от избирателей, пришедших на избирательные участки, для того, чтобы победить или достичь вашей цели избирательной кампании. Я думаю, что для большинства это победа в округе.

Эту цель вы соотносите с социально-профессиональными группами, то есть теми, кто вас поддерживает: какой процент от пенсионеров должен быть, какой процент от жителей села, что уже здесь упоминалось и т.д. То же самое в территориальном разрезе. То есть город, наверное, больше будет за нас голосовать. В селе в силу и подтасовок и в силу

**ВЫСТУПЛЕНИЕ
В. ШАПИНОВА**

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

того, что дотянуться сложно, меньше и т.д. И, с другой стороны, мы берём исходные данные: это процент вашей известности как кандидата, это результаты партии и, возможно, вас как кандидата на прошлых выборах, и данные социологии, о которых мы ещё будем говорить.

Исходя из этого, вы смотрите, какие инструменты избирательной кампании вам нужно запланировать, как построить штаб, который будет управлять этими инструментами, распределить ваши ресурсы и оценить, как их применить в рамках этих инструментов.

Каковы основные ресурсы избирательной кампании? Основной ресурс избирательной кампании — это, конечно, вы как кандидат, это ваш образ, это ваша работоспособность, ваш политический бэкграунд. Но есть и ресурсы, которые вам нужно саккумулировать для участия в избирательной кампании. Это три вида ресурсов. Это время, люди и деньги. Эти ресурсы взаимозаменяемые. Если, допустим, у вас мало времени, вы начинаете кампанию поздно, то вы можете это компенсировать большим количеством денег. Если у вас нет хорошей команды, то вы можете её нанять, тоже используя деньги.

Такой вопрос всегда задают, когда говорят об избирательной кампании: а сколько же стоит голос? На этот вопрос ответить очень сложно. Я изобразил такой график. Если вы говорите о том, что вы агитируете свой базовый электорат, то есть тех, кто уже готов голосовать за вас, то это совершенно одна цена. Если вы хотите привлечь на свою сторону колеблющихся избирателей, то их голос будет стоить дороже. Если вы хотите откусить электорат соперника, то уже третья цена. Поэтому она будет вот так возрастать. А сколько же нужно потратить для того, чтобы набрать ваш результат, который вы запланировали в качестве установки избирательной кампании, нужно понять, исходя из социологических данных, исходя из вашей общей концепции.

Что важно, когда вы планируете свою избирательную кампанию. Важно учитывать принцип тотальности информационного воздействия. Что он означает? Конечно, у кандидатов от Коммунистической партии, как правило, есть недостаток ресурсов и есть соблазн сконцентрироваться на каких-то инструментах, которые вы выбрали для себя как основные. Например, партийная газета или поквартирный обход избирателей и т.д. Использование этих инструментов позволяет завоевать голоса для вас. Но ваша задача эти голоса удерживать до самого дня голосования, когда пойдёт интенсивное информационное воздействие на избирателя со стороны разных партий и кандидатов. Если избиратель не видит вас как кандидата во всех нишах

информационного воздействия (допустим, у вас есть только газета, но у вас нет ни одного билборда, у вас нет развешанных плакатов, вас не видно по телевизору, вас нет в региональной прессе и т.д.), то избиратель может не поверить в серьёзность ваших намерений избираться. Потому что, когда ваш сторонник, беря газету, смотря телевизор, видит, что вас там нет, это может его деморализовать. И, придя на избирательный участок, он может отдать голос вашему оппоненту или вообще не прийти на избирательный участок, думая, что вы неизбираемый кандидат.

Также принцип «7 касаний», который здесь упоминался. Для того чтобы завоевать голос избирателя, он должен семь раз подвергнуться информационному воздействию нашей пропаганды. Это разные виды. Он может получить раздаваемую на кубках газету, к нему может прийти агитатор, он может увидеть ваш плакат или ваш билборд. Вот таких контактов в ходе избирательной кампании должно быть не меньше семи, иначе очень сложно будет завоевать голос избирателя. Это показывает практика. Казалось бы, такое магическое число. Но на самом деле любой избирательный технолог, планируя кампанию, как бы подспудно учитывает этот принцип, даже если не формулирует его чётко, так, чтобы до каждого избирателя минимум семь раз дошла наша пропаганда. Вот это важно учитывать.

Перейдём к преимуществу раннего старта кампании. Конечно, наш старт, может быть, не такой ранний, как у «Единой России», у которой уже во многих регионах развёрнута практически масштабная агитационная кампания. Но всё-таки он будет раньше, чем у многих других партий, у многих других кандидатов. И для избирателя всё-таки избирательная кампания ещё не начата. Коротко перечислю, какие это преимущества.

Во-первых, вы можете перетянуть на себя проблемный фон, то есть какие-то проблемы, которые существуют в вашем округе, вопросы, которые важны для избирателя, вы можете включить в свою повестку дня, в свою тематику избирательной кампании, застолбив за собой то, что ещё не застолбили другие кандидаты. Это сделает вашу кампанию более содержательной.

Во-вторых, это возможность приучить избирателя к собственным инструментам. Здесь, наверное, самым важным будет партийная газета, которую следует сделать регулярной и следует адаптировать, заточить под цели избирательной кампании. Потому что зачастую партийная газета представляет собой такой внутрипартийный листок, где есть длинные статьи ветеранов, где есть поздравления с

юбилеем каких-то очень важных людей. Но нет того, что заставит человека не выкинуть эту газету, а взять с собой, прочитать и стараться её регулярно получить. Это очень важная специфика, которая существует именно в рамках избирательной кампании и которую нужно учитывать.

Возможность повысить свою узнаваемость при низкой трате ресурсов. На входе в избирательную кампанию, то есть летом, ваша узнаваемость для победы должна быть не ниже 60 или по крайней мере 50 процентов. Люди должны вас знать. Исходя из этой узнаваемости (речь идёт о вашем округе), вы можете уже набирать победное число очков. Естественно не все, кто вас знает, за вас проголосуют, это как бы база. Если у вас нет этой узнаваемости, то её нужно будет в очень короткие сроки набирать в ходе самой избирательной кампании, а это сложнее, чем набрать её сейчас.

Возможность зарезервировать для себя рекламные площади, эфиры, билборды, места в ситилайтах и т.д. Если вы придёте к этому в ходе уже самой избирательной кампании, скорее всего, все эти площади будут так или иначе скуплены, и вам придётся пользоваться другими инструментами избирательной кампании.

Отсутствует насыщение избирателя рекламной продукцией других кандидатов. То есть вы можете пока что агитировать, рекламировать себя, не вызывая полное отторжение, которое зачастую бывает в конце кампании, когда избиратели уже полностью насыщены этой информацией, выкидывают листовки и т.д.

Возможность застолбить выгодные темы. Это близко к тому, чтобы собрать проблемный фон. Вы можете взять выгодные темы, например, состояние медицины в вашем округе, образовательные проблемы и т.д. – именно то, что волнует, закрепить их за собой. И когда кандидаты, которые вступят позже в избирательную кампанию, начнут выдвигать те же темы, которые вы уже застолбили за собой, они будут работать, скорее, не на себя, а на вашу повестку. Потому что эта тема, например, борьба против закрытия больницы, уже ассоциируется с вами как кандидатом. И другому человеку на эту поляну уже влезть будет сложно, и, скорее всего, он даже не будет этого пытаться.

Последнее преимущество, о котором я хотел бы сказать, это достаточное время для развёртывания работы в социальных сетях. Эта работа должна быть перманентной, системной, но она требует наибольшего временного вложения, силы и какой-то системной работы. Нельзя раскрутить по-

пулярную группу или аккаунт в социальной сети за месяц до выборов. Это будет чисто рекламная раскрутка. Конечно, специалисты смогут вам накрутить посещения, т.д., но это будет чисто формальный критерий для отчёта, а не реальные пользователи, которые будут следить за вашей информацией.

Итак, с чего начать 1-го февраля. Первое – это формирование штаба избирательной кампании. Штаб избирательной кампании, как показывает практика, должен формироваться отдельно и должен включать минимум два отдела. Это идеологический отдел, который разрабатывает все ваши продукты. Лучше, чтобы это были специалисты, которые занимаются именно продуктами предвыборной агитации, предвыборными материалами, а не просто какой-то ваш знакомый журналист или рекламщик. И организационный отдел, который доставляет всю эту продукцию до избирателя.

Какие мероприятия на узнаваемость мы бы советовали вам провести. Первое, вы можете выдвинуть какую-то инициативу и начинать собирать подписи. Это будет как раз тем информационным поводом, о котором говорил мой коллега Олег и который заставит, во-первых, избирателя обратить на вас внимание, во-вторых, у СМИ будет повод вас показывать, писать о вас, даже если это будет на платной основе, но у вас будет информационный повод.

Во-вторых, уже сейчас я бы рекомендовал вам поставить кубы, то есть такую агитационную форму, которая пришла на смену надоевшим всем палаткам. Это куб с четырьмя сторонами, который содержит некую инфографику, либо лозунги, либо вашу фотографию и вокруг которого происходит агитационное воздействие на избирателя. То есть ваши агитаторы раздают избирателям агитационную продукцию и знакомят таким образом их с вами. Если таких кубов (если это городская часть округа) поставить 5-6 на этот период, в выходные дни, например, то это уже будет серьёзная работа на узнаваемость и на присутствие ваше в поле внимания избирателя.

Ещё одна форма работы на узнаваемость – это реклама общественной приёмной. Например, тов. Денисенко в Омске очень активно использует эту форму, но и другие товарищи из КПРФ, как я знаю. То есть фактически это реклама, конечно же, не общественной приёмной, а самого Денисенко, самого кандидата, но в форме рекламы общественной приёмной. Плюс идёт наработка контакта с избирателями. В эту общественную приёмную действительно люди могут обратиться. Открытие обще-

ВЫСТУПЛЕНИЕ В. ШАПИНОВА

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

ственной приёмной само по себе может быть информационным поводом, то есть вы её открываете, обязательно вешаете очень большую вывеску, можно фотографию в полный рост, как-то её оформляете интересно, приглашаете журналистов, делаете это неким событием для вашего округа. Это тоже может быть информационным поводом. Почему бы и нет?

Проведение формирующего опроса. Если вы уже начали выстраивать полевую структуру, то вы можете замаскировать собственную агитацию под так называемый формирующий опрос. Например, если вы выдвинули некую инициативу, за которую начали собирать подписи, допустим, против закрытия больницы, вы проводите опрос с такими вопросами. Знаете ли вы об инициативе первого секретаря Компартии Иванова против закрытия больницы в таком-то месте? Как вы относитесь к инициативе первого секретаря КПРФ Иванова по закрытию больницы? Важно, чтобы ваша фамилия, ваша партийная принадлежность прозвучала несколько раз в привязке к определённой теме. Во-первых, это узнаваемость, а во-вторых, привязка к определённой, выгодной для вас теме. Это что касается формирующего опроса.

Публикации в прессе. Конечно, год уже предвыборный, но всё равно договориться о публикациях и освещении собственной деятельности с журналистами, местными СМИ, а также и то, что Олег говорил, федеральными СМИ, гораздо легче сейчас, на предвыборном этапе кампании, чем уже во время самой избирательной кампании.

И разноска собственной газеты. Это может быть раздача на кубах, разноска. То есть избиратель должен познакомиться с вашим инструментом, а для ряда кандидатов это, скорее всего, будет основным инструментом. Это газета, которую лучше всего уже сейчас перевести на еженедельный выпуск, чтобы обеспечить регулярность этого самого информационного воздействия.

С.П. ОБУХОВ: Можно я добавлю?

Мы слушаем второго политтехнолога, я просто напоминаю, что не зря отдел по информационно-аналитической работе собирает с вас сведения по этим направлениям. Общественные компании – 100 тысяч подписей, все в один голос говорят, что это инструмент. Газета собственная. Да, установка – 170 тысяч тираж. Пресс-конференции, работа со СМИ, выступления по телевидению – вы тоже здесь отчитались.

То есть это всё ключевые вопросы, это е2-е4 любой избирательной кампании. То есть мы с вас требуем совершенно ре-

альные, нужные вещи. Ещё раз сторонние специалисты, сотрудничающие с нами, подтверждают необходимость вот этих направлений работы, что отдел постоянно от вас требует.

В. ШАПИНОВ: Ещё один момент использования повестки дня, который я бы хотел подчеркнуть.

Очень сложно сформировать кандидату от оппозиционной партии, от Коммунистической партии, собственную повестку дня, но использовать чужие ресурсы, всё, что уже создано – например, это государственная машинная пропаганда в вашем ли регионе или на федеральном уровне – нужно.

Вот пример совершенно недавний. Двукратное выступление Путина по поводу Ленина. Это прекрасный подарок в плане повестки дня для Коммунистической партии. Сейчас мы можем делать выступления о Ленине, сделать информационный стенд около памятника Ленину в центре города, где позитивно осветить жизнь и деятельность Владимира Ильича. Мы можем печатать статьи о Владимире Ильиче Ленине в газете. Раньше бы это никто не прочитал, но поскольку этот вопрос сейчас поднят в повестку дня самим президентом, а за ним всеми федеральными СМИ, то это полностью повод для того, чтобы воспользоваться этим и по крайней мере на уровне своего округа и своего региона стать основным спикером по вопросам Ленина, коммунизма, федеративного устройства СССР, которые поднимал Путин в этом выступлении.

Поэтому всегда следите за повесткой дня в вашем регионе, за федеральной повесткой дня и старайтесь её использовать, как это очень талантливо, мне кажется, делают и товарищ Обухов, и товарищ Рашкин, которые дают всегда актуальные комментарии именно по текущей повестке дня и благодаря этому попадают в федеральные СМИ с большой регулярностью.

Далее. Использование депутатской вертикали. В плане общественных приёмных использование депутатской вертикали – это важнейший ресурс для наработки базы сторонников. База сторонников – это постоянно пополняемый список ваших сторонников с телефонами, адресами, желательно со всеми емейлами, аккаунтами в социальных сетях, которые будут для вас мобилизационной базой в день голосования. Это те люди, о которых вы сможете сказать, что они железно придут голосовать за вас, как члены семьи, и вы сможете их мобилизовать. Такой список нужно набирать.

Передвижная общественная приёмная. Очень важный инструмент. Я это всем ре-

комендую, особенно тем, у кого есть затруднения в работе с сельскими округами. Вот как она выглядела во время избирательной кампании Партии социалистов в Молдове, то есть это автомобиль с группой агитаторов, которые ездят, собирают проблемы.

С.П. ОБУХОВ: Вы меня извините, но я только напомним общественные приёмные Зюганова. Если вы не депутат Государственной думы, не действующий депутат местного парламента, то можно вполне удачно использовать то, что вы представитель общественной приёмной Зюганова. То есть это тоже тот метод, который широко используется в партии. Это ещё одно подтверждение его эффективности.

В. ШАПИНОВ: Могу сказать, что в Молдове это у нас очень хорошо работало.

Формирование активистской сети. Не всегда мы можем позволить себе какую-то разветвлённую сеть агитаторов, но мы можем использовать, например, другое направление. Мы можем создавать клубы пожилых людей, обучать их пользованию электронными госуслугами. И, таким образом, помогая им, привязываем к партии.

Школы ЖКХ. Вот, например пензенские товарищи начали использовать это направление. В Новосибирске, по-моему, это есть. Это очень мощный ресурс, которые позволяет застолбить, во-первых, за собой тему ЖКХ, во-вторых, объединить старших по подъездам и других людей, которые связаны с этой проблематикой.

Клуб молодых юристов, школы помощника депутата. Это позволит привлечь студентов, волонтеров, которые получают в вашей кампании опыт, но одновременно являются бесплатными вашими помощниками. Ими нужно, конечно, руководить, обучать их, но это важный ресурс, который практически бесплатен для вас.

И последнее. Работа в Интернете и в социальных сетях. Мне нравится такая аналогия. Некоторые считают, что это не важно, мало избирателей ещё пользуется этим и так далее. Но мне нравится такая аналогия, как авиация. В Первую мировую войну авиация не играла особой роли, была разведка, ещё что-то. Во Вторую мировую войну без господства в воздухе нельзя было выиграть ни одной наступательной масштабной операции.

Мы сейчас в избирательных технологиях по использованию Интернета и социальных сетей находимся между Первой и Второй мировыми войнами. Важно это не прозевать и начать это использовать. Особенно это важно на ранних этапах кампании, когда ещё есть время раскрутить собственные ресурсы в Интернете, они вам очень помогут.

А.В. ВЕДРУССОВ, **директор аналитического** **центра «СтратегPRO»:** **«Создание** **информационных поводов»**

Я постараюсь вкратце, так как определённые правильные подходы были озвучены, на некоторых нюансах остановиться.

Прежде всего, в каких условиях проходит текущая избирательная кампания, как, в принципе, и любая избирательная кампания? Она проходит в тех условиях, когда у КПРФ нет своих СМИ, кроме партийных, естественно, которые направлены на ядерный электорат.

В этой связи приходится работать в тех условиях, которые есть. Я думаю, что совершенно очевидно, что эти противоречия и конкуренцию между средствами массовой информации можно использовать. Что касается интересных информационных поводов, вы удивитесь, но за ними выстраивается очередь из журналистов, каждый стремится получить информационный повод первым. Я понимаю, что для многих такая ситуация нетипична, потому что журналисты – это народ очень капризный, своеобразный, но такое тоже бывает.

Я объясню, примерно, как это работает.

Несколько основных принципов, совсем таких простых принципов. СМИ правы всё время и во всех отношениях не потому, что они такие хорошие, что они такие правильные, как уже было обозначено выше, это инструменты по промывке мозгов: либо так называемая патриотическая пропаганда, либо либеральная, но в любом случае это такая жёсткая машина по промывке мозгов. Все СМИ ангажированы, как бы они ни пытались изображать какую-то независимость. Все без исключения ангажированы в той или иной степени.

Именно потому, что КПРФ в оппозиции, приходится взять за постулат, что журналисты всегда правы, правы в любом случае. Поскольку журналисты всегда правы, то исходим из того, что больше необходимо КПРФ общаться с журналистами, чем наоборот. Неоднократно сталкивался с такой ситуацией, когда наши депутаты, и региональные, и Государственной думы, отказываются от общения с ведущими федеральными СМИ, с ведущими каналами. То тема не нравилась, подход не нравился. Вот такие очень странные капризы. С таким подходом избирательную кампанию явно не выиграть.

Один из примеров. Есть у нас такая передача «Прямой эфир» на «России 1», её смо-

ВЫСТУПЛЕНИЕ **А.В. ВЕДРУССОВА**

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

тратят все. Если говорить в электоральном плане, то да, во многом это домохозяйки, которые потом на выборы и приходят.

Я сейчас хочу сказать о региональных депутатах, которым «Россия 1» предлагает полностью оплатить перелёт, в общем, всё, только для того, чтобы они прокомментировали какую-то ситуацию по региону. Причём ситуация не противоречивая. Вот так поступать нельзя! Если «Россия 1» предлагает снять сюжет, надо снимать любой сюжет, если при этом ещё предлагаются все условия.



То же самое относится к любым информационным поводам. Была другая ситуация, когда был очень громкий антикоррупционный запрос депутата (тут уже вина не депутата, а вина помощницы), когда на звонки журналистов помощница реагировала очень странным образом: я не могу прислать этот запрос, он же секретный.

Нужно сказать, что это была совершенно открытая информация. Так что здесь возникают вопросы не только к депутатам, но и к помощникам. Нужно объяснить, что у нас, в принципе, вся информация открытая. Есть информация для служебного пользования, есть определенные грифы, которые не позволяют отдавать материал СМИ, но, в общем-то, вся информация открытая, поэтому в этом плане бояться журналистов не надо.

И третий момент, пусть журналисты не обижаются, но им нельзя доверять, потому что у них своя профессия, у них задача вытянуть из вас всё, что только можно вытянуть, то, что интересно им. И подать это в таком ключе, в котором это будет читаться, чаще всего в скандальном ключе. Работа журналистов – это такая достаточно каторжная работа, поэтому приходится всё-таки налаживать долгосрочные контакты, в том числе и дружеские контакты.

По своему опыту могу сказать, что серьёзная работа со СМИ – это работа круглосуточная, фактически семь дней в неделю. То есть можно в час ночи в каком-то издании быть на созвоне с журналистом и вносить правки в заголовок, в акценты. То есть ни в коем случае нельзя процесс этот пускать на самотёк, потому что даже самый позитивный информационный повод можно повернуть таким образом, что КПРФ будет выглядеть либо партией с отсутствующей политической субъектностью, либо вообще в негативном плане. Весь процесс необходимо контролировать на всех этапах.

Естественно, вопрос приоритетов. Да, СМИ федеральные во многом лучше работают, потому что больший охват. Но тут зачастую нужно смотреть на местную специфику, потому что, может быть, какой-то «Урюпинский вестник» для Урюпинска гораздо важнее, чем какие-нибудь газеты «Коммерсант», Газета.ru, РИА «Новости» и «Известия».

Надо смотреть, конечно, по ситуации, но приоритет по умолчанию, конечно же, федеральным СМИ.

Индивидуальная работа, то, о чём я уже сказал. Потому что некоторые считают, что можно сделать рассылку по всем СМИ, и все кинутся писать о каком-то очередном партийном мероприятии или акции. Такое бывает редко. Рассылка это только как побочный...

С.П. ОБУХОВ: Рассылка – обязательный минимум работы.

А.В. ВЕДРУССОВ: Рассылка как дополнительный инструмент, да. Всё-таки предпочтительнее индивидуальная работа, а массовая рассылка, особенно когда каждый журналист видит, что это у него не эксклюзив, а что это прислали ещё в 20 изданий, конечно, никто, как правило, брать тему не спешит.

Естественно, дружеские контакты с людьми, которым никогда нельзя доверять. Очень интересная вещь, между прочим.

И, конечно, то, о чём я сказал: конкуренция между средствами массовой информации. По-настоящему интересный информационный повод будут спешить брать все средства массовой информации, особенно если брать по категориям. У нас есть несколько ключевых информационных агентств, у нас есть несколько ключевых интернет-изданий, и между ними идёт такая

межвидовая очень жёсткая конкуренция. Поэтому это вполне можно использовать.

Вот на это в Самаре очень обиделись. Пришлось сделать пояснение, что речь идёт о буржуазных СМИ, где журналисты ленивые, а коммунистические – сверхтрудолюбивые и вообще прекрасные люди, чтобы никого не обидеть. Речь идёт о чём? Если вы за журналиста сделали всю работу, то есть расписали законопроект, перевели ему с юридического на русский язык, расставили все акценты, придумали заголовок, нашли картинку (я немножко, может быть, утрирую, но иногда приходится это всё сделать), ему в готовом виде это даёте, конечно, он будет с вами работать. Естественно, будет отдаваться вам приоритет, потому что никто не хочет делать лишнюю работу. Если вы это делаете, то журналисты и СМИ будут заинтересованы в работе с вами.

По видам инфоповодов. Здесь тоже очень важно: не все пиары одинаково полезны. Несколько видов идей здесь показано. Самое лучшее – конструктив, всё, что связано с социальной повесткой. На презентации Сергея Павловича вы обратили внимание, что упор – на социальную повестку дня. Какие-то репрессии, ограничения, запреты могут очень хорошо цитироваться, но вызывают раздражение у населения. Такой пиар в политическом плане абсолютно не нужен. Поэтому, конечно, упор на позитив по возможности.

Второй тип – это здоровый популизм. Что имеется в виду под здоровым популизмом? Это те инициативы, которые, может быть, юридически не безупречны, может быть, нет там источников финансирования, но населением они будут поддерживаться. Все эти наши инициативы по «детям войны» – это типичный популизм в хорошем смысле. И здесь не надо этого бояться, не надо об этом говорить, что да, мы популисты. Но для себя нам надо уяснить, что популизм – это штука хорошая, особенно перед выборами. Поэтому любую социальную повестку, даже если она юридически не безупречна, надо продвигать. В эту же категорию входят и такие инициативы, как например, признание аннексии ГДР в ответ на претензии Германии к тому, что Россия воссоединилась с Крымом. Это такой тонкий хороший политический международный троллинг.

С.П. ОБУХОВ: Наш Николай Николаевич Иванов просто взорвал информационное пространство.

А.В. ВЕДРУССОВ: Да, да. И чтобы вы понимали, это было в пятёрке Яндекс, держалось очень долго. И тема эта ещё долгоиграющая. Такие темы ещё обсуж-

даются в течение нескольких дней, потом целая цепочка этих поводов может быть благодаря такому умелому троллингу.

Третий вид – это не совсем здоровой популизм, это в стиле Жириновского и ЛДПР. В принципе, они на своего избирателя хорошо работают в этом плане, у них это получается. Почему бы и нет? Но нам это просто не подходит. Убрать какого-то голого мужчину с купюры, запретить хождение долларов, отменить новогодние каникулы и т.д. Это нездоровый популизм, то, что будет цитироваться, но то, что у людей вызовет либо ухмылку, либо раздражение. Для нашего думающего избирателя это точно не вариант. Бывают, может быть, отдельные примеры, но, в общем-то, такого нездорового популизма в стиле Жириновского лучше избегать.

Надо помнить, что за любую вашу инициативу ближе к выборам вас будут бить со всех сторон, начиная от самой, казалось бы, здоровой и полезной инициативы по возврату монополий на спиртоводочную продукцию. Раскритиковали таким образом: коммунисты хотят спойть население. И от этого придётся отбиваться, чтобы вы понимали. Менее здравая инициатива по поводу запрета для родственников чиновников заниматься бизнесом. «Единая Россия», естественно, это будет критиковать, говорить, что это пиар, популизм и т.д. И будут критиковать эксперты. И специально я таким образом расположил, это уже уровень пониже, это такой популизм на грани нездорового популизма. То есть по каждой громкой инициативе (и будьте к этому готовы) появляются какие-то эксперты, которые будут говорить, что это предвыборный пиар. Только начался год, мы опубликовали в РИА «Новости» инициативу об ужесточении наказания за неоднократное превышение скорости 130 км/час, и то даже не лишение свободы, а обязательные работы в качестве меры, и тут же в этот же день выходит отдельная заметка эксперта о том, что инициатива коммунистов – это предвыборный пиар. Естественно, на вопрос: а вы так по каждой инициативе теперь будете или только КПРФ удостоена такой чести? – внятного ответа не было. И просто будьте готовы, что на каждую инициативу будет такой ответ. И надо будет отбиваться.

И здесь опять ничего личного, просто инициатива по наказанию для тех, кто публично демонстрирует свою нетрадиционную ориентацию. Была очень громкая тема, её цитировали за рубежом, и это взяли на знамёна антироссийские пропагандисты в Европе и Америке.

ВЫСТУПЛЕНИЕ А.В. ВЕДРУССОВА

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

С.П. ОБУХОВ: К сожалению, она привела к кризису в мировом коммунистическом движении. По поводу этой инициативы на совещании компартий в Стамбуле был демарш в отношении КПРФ целого ряда зарубежных компартий, которые совсем по-другому смотрят. Кстати, оказалось, не совсем уж безобидный популизм с точки зрения наших товарищей.

А.В. ВЕДУССОВ: Но а КПРФ в этом плане здесь стоит особняком, потому что во многом левые и коммунистические движения не выступают за гомосексуальные отношения, и только КПРФ здесь, как консервативная партия, стоит особняком. Даже без международного фактора, что злит людей? Людей злит то, что обваливается рубль, катится в пропасть экономика, а депутат-коммунист, даже если это самая правильная в мире инициатива, выходит с этой инициативой крайне не вовремя и вдруг начинает беспокоиться о судьбе геев. Это неправильно. Естественно, будут бить по полной, будут вырывать из контекста, будут доставать старые штампы о том, что КПРФ против прав человека и т.д. Это «Медуза», известное либеральное издание. И вот опять же на любом уровне инициативы будут критиковаться со всех сторон: от самых здравых до самых противоречивых. Будьте к этому готовы.

Здесь всё-таки придётся перейти на личность, потому что я ни разу такого не видел, чтобы было столько дизлайков, чтобы было столько негатива в отношении одной статьи. В чём здесь была ошибка? Сам тезис правильный. Это тезис КПРФ «повышение налогов для богатых». Но в РИА «Новости» это было подано таким образом, что налог повышается для всех, у кого зарплата выше прожиточного минимума, то есть для подавляющего числа граждан. Это вызывает, конечно, резкое неприятие, в том числе и среди избирателей КПРФ. Столько дизлайков, честно говоря, не видел ни в одном издании, ни под одной инициативой. Поэтому меня даже это удивило. Опять же вопрос подачи. Если вы даёте какой-то материал в средства массовой информации, надо следить, чтобы правильные акценты были расставлены, и чтобы не попасть в эту ловушку.

А теперь о позитивных примерах. Конечно же, много раз говорилось на семинарах и на совещаниях о том, что КПРФ должна быть результативной партией, должна быть эффективной партией. Именно в этой связи надо искать те инициативы, которые КПРФ, несмотря на то, что она является оппозиционной партией, не обладает

административным ресурсом, может реализовать. Например, случай с Митрофановым. Митрофанова терпеть не могут все: и в Госдуме, и население к нему относится соответствующим образом. Здесь просто нужно было КПРФ в нужный момент выйти с инициативой о том, что надо убирать его с поста, он дискредитирует Госдуму, это нашло бы поддержку и у Нарышкина, и у всех фракций. Это было сделано, и КПРФ предстала как субъект политики, что бывает, к сожалению, нечасто. И на этом примере ещё хотел бы сделать один важный акцент. Одновременно вышли заметки в двух изданиях. «Известия» при всех своих противоречиях дали отличный материал, где КПРФ предстаёт политическим субъектом, влияющим на решение. А в это же время, например, такое издание, как «Ведомости», вышло с заметкой в том ключе, что и так всё было решено, а КПРФ сыграла роль статиста. Это была абсолютная неправда, но это не имело значения, просто надо было подать именно вот таким образом. Поэтому лучше работать через издание, с которым контакты налажены лучше, оно должно быть в приоритете, чтобы не было таких моментов, когда в хорошей теме расставлены неправильные акценты.

Ещё пару примеров. Обратите внимание на даты. Две недели срока на исполнение требований КПРФ. Правда, здесь тоже важный нюанс. Сейчас уже начали добиваться того, что пишут «призывают, требуют» и т.д. Потому что «просят» – это вечно просящая партия, это не совсем правильно. Но тем не менее прошло две недели, и не в виде министерства, а в виде Агентства по делам национальностей это ведомство было создано. Ещё один пример. Как только был принят закон о нежелательных организациях (а это не самый важный для страны закон), но на следующий же день была реакция депутатов-коммунистов, которые вышли с инициативой о том, что ну вот, Фонд Сороса, вот первая нежелательная организация. Тут же подключился Совет Федерации, чтобы перехватить тему. Они вышли с темой целого списка организаций, которые будут признаны нежелательными. И не прошло и полгода, и Фонд Сороса наконец-таки признан нежелательной организацией. Единственное, что КПРФ настаивает на том, что это должно иметь соответствующие последствия по пересмотру образовательной реформы и т.д. Но хотя бы так оно было реализовано. Далее было внесение «Правого сектора» в список экстремистских организаций, другие инициативы не буду называть подробно. Смысл понятен.

По эффективности работы со СМИ несколько объективных показателей, потому что можно оценивать как угодно. У кого-то впечатление, что его имя гремит на весь регион и всю страну, а эффективные данные говорят об обратном. Или же наоборот, СМИ уделяет значительное внимание, а складывается какое-то иное впечатление. Главный критерий – цитируемость по Яндекс.Новости, и в более строгом смысле по Медиалогии, потому что Медиалогия охватывает большее количество средств массовой информации, социальные сети и даёт более расширенную картину. Для Яндекс.Новости 30–50 упоминаний считается хорошим показателем, более 100 упоминаний считается отличным показателем. По Медиалогии чуть более высокие цифры: 70–100 упоминаний – это хороший показатель, более 150 упоминаний – это отличный показатель. Всё, что меньше, можно считать за информационные поводы, но по Яндексу ставится задача попадать на федеральном уровне в пятёрку Яндекса, иначе всё-таки инфоповод будет, пожалуй, неполноценным.

С.П. ОБУХОВ: Ты подчеркни, что есть и региональный топ-лист Яндекса. И для попадания в региональный топ-лист Яндекса не 50, не 70, а достаточно 5–10 региональных СМИ, чтобы эта новость считалась раскрученной. Поэтому тоже внимательно смотрите за этими вещами. И мы, кстати, мониторим на уровне Центрального Комитета то, как вы, как кандидаты-одномандатники, раскручиваете. У нас есть очень высокоэффективные товарищи. Я одного вспоминал из здесь присутствующих. Да, они в федеральной повестке дня не присутствуют, но в региональных СМИ они законодатели мод и информации у себя. Поэтому я хочу сказать, что здесь у нас всё далеко небезнадёжно. У нас есть свои маяки и свои большие достижения.

А.В. ВЕДРУССОВ: В этом плане региональные СМИ могут быть удобнее, потому что зачастую СМИ страдают от безтемья. Грубо говоря, федеральные СМИ страдают от безтемья в отдельные периоды, например, в новогодние каникулы. Они просят давать им заранее так называемые консервы, когда заранее готовятся темы и выпускаются в новогодние каникулы, когда никто не работает. А региональные СМИ в принципе скучают.

С.П. ОБУХОВ: Ещё раз напомним сахалинскую ситуацию. Я вчера был поражён, какой медийный эффект (вот Светлана Васильевна Иванова) взяли пикеты, которые организуют коммунисты у городской

лумы с требованием. Оно дошло, не только региональный уровень захватила эта акция, потому что она не в бровь, а в глаз била, она на федеральный уровень вышла. То есть думаем, думаем, работаем. У нас есть эффективные примеры работы.

С.В. ИВАНОВА: Федеральные журналисты вчера даже здесь застали нас.

А.В. ВЕДРУССОВ: Ну вот, это один из примеров. И, кроме того, не забывайте, что, например, у такого издания, как «Коммерсант», есть «Коммерсант Поволжья», «Коммерсант Воронежа», везде «Коммерсант». То же самое и каналы. И через местные РЕН ТВ можно пробиться на федеральный уровень. И многие пробиваются, РЕН ТВ берёт интересные сюжеты. И много таких примеров, когда через региональные представительства федеральных СМИ вполне можно пробиваться. И если вы внимательно слушали, Сергей Павлович говорил о том, что, может быть, где-то надо провести менее массовую акцию, но более яркую, для небольших населённых пунктов. Потому что журналисты любят необычные вещи, флэшмобы всякие, то, что связано именно с каким-то проявлением креативности, не обязательно массовость.

С.П. ОБУХОВ: Я приведу пример пензенских коммунистов. Жора Камнев – Центр Сталина. Вот теперь даже в зарубежных СМИ знают, что такое Пенза, а коммунисты организовали Центр Сталина, первый в России. Всё! Это, по сути дела, теперь фирменный знак Пензенской области. И это дорогого стоит, такая находка.

А.В. ВЕДРУССОВ: И что самое интересное, одновременно была запущена федеральная инициатива о создании Сталинского центра в Москве. Так вот, они шли вровень: местная новость пензенская и федеральная московская. Причём я говорю о федеральных СМИ. Поэтому здесь проявили смекалку и отлично пробились. Особенно если это тема, которая не была озвучена. Сейчас ближе к выборам все друг у друга темы будут красть, вносить их по третьему, по пятому, по десятому разу. И сейчас будет такое столпотворение с темами. Тут есть такое выражение «память, как у рыбки». Мне оно нравится. Потому что не только у населения память, как у рыбки, у журналистов тоже. Миллиард раз наблюдал ситуацию: журналисты, несколько дней назад писавшие про какую-то тему с упоминанием одного депутата, через несколько дней могут давать практически ту же самую тему с упоминанием других. Никто уже ничего не помнит. Не хочу советовать заимствовать у коллег какие-то темы, но если уж совсем

ВЫСТУПЛЕНИЕ

А.В. ВЕДРУССОВА

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

не можете придумать, может быть, иногда это и стоит сделать, особенно под каким-то углом. Мы, например, учитывая, что уже дали много тем, уже начали. Вот валютная ипотека сейчас. Опять тема. Мы просто берём материалы годичной давности, они все актуальны. Мы меняем даты и котировки. Всё. И мы задаём через другое СМИ ту же самую информацию. И она опять актуальна. Потому тоже имейте в виду. Нельзя сказать, что тем нет. Кто говорит, что тем нет, ну, плохо ищите. Тема есть всегда.

По агитации не буду, это другая часть, немножко для другого формата. И об этом Сергей Павлович говорил уже, что краткость – сестра таланта. Поэтому готов ответить на вопросы.

ВОПРОС: (не слышно).

А.В. ВЕДРУССОВ: Технология простая. Тема раскручивалась не из Воронежа, а из Москвы.

С.П. ОБУХОВ: Через Совет по правам человека. То есть здесь в Воронеж зашли из федерального центра. А здесь вопрос уже личного контакта с одним из членов Совета по правам человека.

ВОПРОС: Сергей Павлович, если что, то можно такой контакт наладить?

А.В. ВЕДРУССОВ: Кстати говоря, я могу вас заверить, что в Совете по правам человека за выборами следят очень тщательно, очень добросовестно.

С.П. ОБУХОВ: Кстати, Наталья Николаевна Еремейцева тоже добилась через Совет по правам человека актуализации темы нарушения в Щёлково. Так что это не такая уж закрытая дверь в Совет по правам человека.

А.В. ВЕДРУССОВ: Единственное, что не надо переоценивать возможности такого рода контактов, потому что информация по разгрому агитации в Воронеже, которая происходила 16 раз, не единожды, а 16 раз, была донесена лично до президента. После этого начались какие-то телодвижения на уровне правоохранителей в регионе, но потом опять всё заглохло. Здесь сказывается неэффективная система ручного управления, когда вы до президента донесёте информацию, и он даст поручение. Но это вообще не факт, что что-то будет сделано.

С.П. ОБУХОВ: Александр Владимирович, будучи кандидатом от КПРФ на выборах в Воронеже, ощутил всю прелесть административной машины, как она по нему проехала, включая уничтожение его агитации.

А.В. ВЕДРУССОВ: И два слова, раз уж про Воронеж спросили. Мы все говорим про позитивный опыт, но есть и негативный опыт, как раз связанный с Воронежем.

Лично я привёз целый десант из московских журналистов в Воронеж, оплатил дорогу, проживание, всё как полагается. Они ходили, видели все нарушения, но в итоге по этой теме именно в день выборов и сразу после был поставлен блок, никто об этом не написал, несмотря на все контакты, несмотря ни на что.

Договорённости были с местными средствами массовой информации, например, это «Комсомольская правда – Воронеж», другие газеты, была договорённость, что они будут в день выборов на участках.

С.П. ОБУХОВ: Ты, пожалуйста, не разочаровывай, в том, что есть блок, все и без тебя знают. Но то, что есть дырки, когда этот блок можно преодолевать, мы тоже видим. Когда нужно, то власть включит пресс, заглушку поставит, ватой обложит, но даже в этой вате можно найти дырки, куда протекают наши информационные поводы.

Вот об этом рассказал Александр Владимирович. Да, это конкуренция, наша активность и изобретательность, то есть стенку можно пробить.

Спасибо, Александр Владимирович.

Есть ли ещё вопросы?

ВОПРОС: Скажите, пожалуйста, всегда ли нужно отбиваться от негатива, или надо пропускать этот негатив?

Я приведу такой пример. Я защищала общежитие. Наверное, такие ситуации случаются в каждом городе, когда застраиваются лифтовые холлы общежитий. Что было? Начали писать о том, что Иванова хочет захватить холлы для борделей. Тема мне очень понравилась. Вы понимаете, что в силу возраста я не могу там быть. Я не стала обращать внимание на этот негатив, нас оставили в покое, но в то же время нас всё время вызывали на дуэль.

Скажите, пожалуйста, всегда ли надо реагировать на негатив?

А.В. ВЕДРУССОВ: Реагировать надо обязательно на негатив, который впоследствии может перейти в угрожающие масштабы. Так, в одном из регионов вышла совершенно омерзительная клеветническая статья в одном из средств массовой информации. Пришлось подавать в суд, было досудебное примирение сторон, было опубликовано опровержение. Если этого в иных случаях не делать, то будет вал вот этой информации негативного толка, тот вал, который может приобретать угрожающие масштабы.

С другой стороны, иногда нужно проходить эти долгие, затратные юридические процедуры, от этого никуда не денешься. Но если пишут негатив, значит, это тоже один из показателей того, что депутат хорошо

работает. Если депутат ничего не делает, про него ничего плохого не пишут.

На сайте одного из информационных агентств мы, как по часам, видим: появляется наш материал, прибегают соответствующие боты, которые оставляют, как под копирку, негативные комментарии. Значит, хорошо работают!

ВОПРОС: Конечно, появление в регионе депутата Государственной думы, особенно если он занимает какую-то позицию в комитетах Государственной думы, является председателем или заместителем председателя комитета, это хорошо. Можем ли мы рассчитывать на привлечение, хотя бы эпизодическое, депутатов, особенно федерального уровня, на наши массовые мероприятия в регионах?

С.П. ОБУХОВ: Это вопрос не к Александру Владимировичу, это вопрос к Центральному Комитету.

Наверняка, если вы поговорите с Дорохиным, он с удовольствием поучаствует. Но вы тоже должны понимать: сейчас все в своих избирательных округах. Вы имеете, скажем так, трёх монстров: вы имеете Бортко, Алфёрова, вы имеете Сокола, то есть это фигуры общенациональные. Вам и карты в руки.

Конечно, никто не говорит, что вам не будет оказана помощь, но в каждом конкретном случае давайте разбираться.

А.В. ВЕДРУССОВ: Одна ремарка. Вы не забывайте, что наш лидер партии пользуется очень большим авторитетом и уважением. Просто у каждого серьёзного кандидата должна быть соответствующая фотография, разрешение на использование агитационных материалов. И об этом тоже не забывайте.

С.П. ОБУХОВ: Об этом позаботиться надо сейчас, ровно как позаботиться о хороших высказываниях Геннадия Андреевича в ваш адрес. И опубликовать надо это немедленно: то, как вас хвалит Зюганов, другие лидеры общественного мнения. Опубликовать это надо сейчас, до начала избирательной кампании. Об этом озабочьтесь все, уважаемые кандидаты. Давайте сейчас работать с лидерами общественного мнения, чтобы они говорили о вас позитивно. Сейчас! Февраль месяц вам срок!

А.В. ВЕДРУССОВ: И совсем два слова. Вы помните, что у нас есть федеральные партийные образы. Всё это надо использовать. Всё-таки у них узнаваемость высокая, помимо партийного бренда это положительная прибавка, независимо от того, насколько раскручен тот или иной кандидат, который использует эти образы.

**Е.В. КОЗИН,
член ЦК КПРФ,
заведующий подотделом
информатизации отдела
ЦК КПРФ по информационно-
аналитической работе и
проведению выборных кампаний:
«Применение современных
интернет-технологий в
избирательных кампаниях»**

Добрый вечер, товарищи!

Я постараюсь кратко остановиться на основных технологиях, которые мы будем применять в этой избирательной кам-



пании по выборам в Государственную думу. Я буду говорить о нашей классической избирательной кампании, когда кандидат, политик ведёт по-

литическую информационную кампанию в офлайне, и она поддерживается дальше в социальных сетях.

Аудитория Интернета в России

- Аудитория интернета в России превысила 84 млн пользователей;
- 3/4 россиян выходят в сеть ежедневно или почти каждый день;
- Уровень проникновения среди пользователей в возрасте 16-29 лет 100%;
- Сейчас прирост осуществляется за счет увеличения доли пользователей среднего и старшего возраста.

Давайте вначале приведу несколько цифр. В последние годы, десятилетия Интернет всё больше распространяется по нашей планете. Россия в этом смысле не отстает. Сейчас в России более 80 миллионов граждан пользуются в той или иной мере Интернетом. Большая часть из них, порядка 70–80 процентов, заходят, в той или иной форме взаимодействуют с сетью каждый день. Если говорить про молодёжь, то в этом сегменте, до 30 лет, практически 100 процентов пользуются Интернетом. Примерно 96 процентов.

Прирост пользователей Интернета сейчас в основном идёт за счёт старшего поколе-

**ВЫСТУПЛЕНИЕ
Е.В. КОЗИНА**

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

ния. Он растёт и будет дальше расти. Проникновение в сеть Интернет в различных регионах различное, естественно. Такие мегаполисы, как Москва, например, имеют 81 процент проникновения, на селе – 60 и меньше процентов.

Значение для кампании

- Не стоит ожидать от вложений в интернет-кампанию линейной конвертации в голоса избирателей на участках;
- Однако, при правильном ведении работы в соцсетях, уровень доверия кандидату все же становится выше.

Несмотря на такие крупные цифры, не стоит ожидать от Интернета сумасшедших результатов. Нам известно, что лучшая агитационная кампания – это когда кандидат проходит свой округ посредством своих ног и контактирует с каждым своим избирателем лично.

Однако в такой классической избирательной кампании, когда у вас идёт политическая, информационная кампания, кандидат имеет представительство в двух-трёх социальных сетях. Это стандартное, нормальное явление. Это не даёт какой-то конвертации в голоса, но при правильном ведении работы в тех же социальных сетях позволяет повысить уровень доверия к кандидату, что тоже немаловажно.

Основные направления использования социальных сетей и сервисов

- Прямое взаимодействие с избирателем. Включение информации об аккаунтах в соцсетях в раздатку, распространяемую во время общения с избирателями в округе;
- Влияние на «промежуточных» участников избирательного процесса: будущих волонтеров Вашего штаба, работников школ, журналистов и другие активные слои граждан;
- Создание сообщества кандидата. Вовлечение волонтеров в реальную, а не виртуальную работу, тестирование агит. материалов.

На какие моменты нам необходимо обратить внимание, когда мы работаем в социальных сетях?

Во-первых, при взаимодействии в офлайне с любым избирателем необходимо приготовить заранее флайер, бумажку, источник, где мы расписываем уже своё представительство в Интернете для того, чтобы избиратель смог дальше с нами контактировать уже в онлайн, получать от него какие-то запросы, обращения и так далее. То есть аудитория в такие группы (мы настаиваем на этом) должна именно собираться через офлайн. Такая аудитория будет максимально высокого качества.

Не стоит использовать старые какие-то

технологии, приглашения начала 2000-х годов, когда была такая лихорадка, когда каждый думал, что он приглашает друзей в группу, будет путешествовать по миру, получать деньги и жить счастливо. Нет, все прекрасно понимают, что такого не может быть. По какой-то случайности все основные группы имеют связь с администрацией ВКонтакте или в любой другой социальной сети. Коррупция у них идёт, скажем, не на денежном варианте, а на том, что те или иные боты не банятся по списку. Поэтому здесь важно набирать группы таким образом, через офлайн.

Что такое онлайн и что такое офлайн? Офлайн – это когда мы взаимодействуем с избирателями, проходя по округу, это митинги, наказы и так далее, то есть все действия в реальной жизни.

Персональный интернет-сайт кандидата

- Официальный, главный ресурс;
- Должен быть максимально простым.



Во-вторых, конечно, Интернет меняет и создаёт образ среди, скажем так, промежуточных участников избирательного процесса, которые, может быть, не придут на выборы. То есть здесь нет такого линейного соотношения к голосам, но это могут быть те же самые волонтеры, которые более охотно идут к вам в штаб, если вы создали имидж современного, привлекательного политика в Интернете, не выбрасывают ваши

Соц.сети ВКонтакте, Одноклассники, Фейсбук (Facebook)

- ВКонтакте: Аудитории до 35 лет, из них только 15% ходят на выборы;
- Одноклассники: представлена вся возрастная аудитория, но основная ее часть >35 лет;
- Вдали от Москвы и некоторых крупных городов аудитория Фейсбук – незначительна.

листовки, более качественно их доносят до избирателя. Это могут быть журналисты, которые в лучших тонах начинают описывать происходящие с вами истории. Это те же самые работники школ, работники УИКов, которые тоже могут по-другому на вас посмотреть. Это того стоит.

В-третьих, Интернет, конечно же, можно

Микроблог Твиттер (Twitter)

Поставить себе на гаджет приложение;

Это Ваш личный аккаунт.



и нужно использовать внутри штаба, при создании некоего сообщества кандидата. Это, естественно, повышает оперативность взаимодействия между разными участками штаба, позволяет получить отзывы на агитационную продукцию, протестировать её, вовлекать тех же волонтеров-сторонников, публиковать с ними истории, то есть переводить из такой виртуальной истории в реальную историю. Вы помните, наверное, Навального, когда он, действительно, заставлял печатать свою газету, активно её модернизировать, распространять и так далее. Это очень важный момент.

Что необходимо сделать "до"

- "Понять" аудиторию своего округа;
- Установить контакты с журналистами;
- Установить контакты с "лидерами мнений";
- Подготовить список существующих крупных групп;
- Составить список ресурсов Ваших конкурентов;
- Подписаться на ключевые группы и СМИ региона, а также основные федеральные СМИ - чтобы быть в курсе инфоповодов и своевременно на них реагировать.

Что нам необходимо делать на первом этапе? Конечно, собрать аудиторию, понять её профиль, её запросы, проблемы, интересы, сопоставить это все с социологией, сконцентрироваться, в конечном итоге, именно на той целевой группе, которая есть в определённом сегменте.

Определённо важный момент – установить связь с журналистами. Журналисты присутствуют практически во всех социальных сетях. Их можно добавлять в друзья, желательно, естественно, прежде написать, представиться, что я кандидат.

С.П. ОБУХОВ: Евгений Вячеславович, вы правильно акцентируете. Нужно продрать все соцсети вашего округа, и посмотреть. Вы знаете журналистов, посмотрите, подружитесь, напишите запросы в друзья, подружитесь с лидерами общественного мнения, то есть определите крупные группы, которые у вас существуют во ВКонтакте, в других соцсетях.

То есть это всё нужно сделать сейчас. Сейчас! Чтобы вам не говорили, что вы только проснулись перед выборами. Ещё месяц есть, февраль, для всей этой работы, о которой говорит Евгений Вячеславович.

Е.В. КОЗИН: Как раз Интернет, соцсети – это очень хороший способ пробиться в СМИ, если ты не имеешь какого-то бюджета. Конечно, нужно добавлять журналистов, которые позитивны к вам. Плюс ко все-

Инстаграм (Instagram)

Страница в Инстаграм – хороший способ показать избирателю кандидата в неформальной обстановке.



му всегда в районе, в округе есть лидер общественного мнения. Либо это какой-то авторитетный общественник, кто угодно, представитель социальных групп. С ними также нужно списаться, но при этом предварительно понять, что они не являются провластными представителями. Такое тоже бывает, поэтому важно не попасть на такие грабли.

Также нужно подготовить список групп во всех социальных сетях, которые относятся к региону. Не обязательно политические, в них в дальнейшем можно будет размещать, транслировать посты.

Обязательно посмотрите и создайте список конкурентов. Это обязательно нужно будет сделать, и важно будет мониторить их активность. Это, с одной стороны, как-то стимулирует своих волонтеров. Смотрите их подписчиков, их ленту и так далее.

Общий цикл работы



В последнее время очень модно и очень действенно составить список официальных лиц, и обращаться, например, к какому-нибудь мэру, указывать его в твиттере своем, «в контакте». Он либо ответит, либо

ВЫСТУПЛЕНИЕ

Е.В. КОЗИНА

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

кто-то из подписчиков ответит. То есть таким образом можно зацепить журналистов и отдельно составить список официальных лиц.

Классический такой способ работы – штаб кандидата, базовый. Дальше можно фантазировать, но, во-первых, это взаимодействие с гражданами, получение от них проблем, наказов. А дальше идёт фильтрация наказов, я подробнее расскажу каким образом, и публикация уже в группах.

Система фильтрации

- Волонтерам четко и своевременно принимать (отвечать) на сообщения и комментарии;
- Обращения граждан по сложным проблемам откладывать;
- Оперативно решать проблемы. Вмешиваться, сообщая о ходе продвижения решения вопроса на своих страницах.

Фильтрация. Во-первых, чётко нужно дать установку людям, которые работают с социальными сетями, на предмет того, чтобы они отвечали как можно более оперативно, ни в коем случае не запускали те или иные запросы. Обращения граждан по проблемам фильтруются по двум критериям.

Сложные проблемы, решение которых невозможно в обозримом будущем кандидатом, его избирательной кампанией. По ним мы тянем, можно сказать, резину, обещаем, что мы работаем, занимаемся. Их мы откладываем. Другие проблемы, которые оперативно могут быть решены. Например, просто администрация забыла пошевелиться, где-то не покрасила лавочку и так далее. При небольшом оперативном вмешательстве проблема может быть решена. Вот такие проблемы мы не откладываем.

Что мы публикуем? Мы публикуем в социальной сети первый цикл: где мы получили проблему, кто нам сообщил, какая бабушка, когда, какому активисту и так далее. Это один тип контента, который вы-

Что публикуется

- Материалы информационного характера о своих районах (городах);
- Публикация информации о проблеме;
- Публикация информации о решении проблемы (или ее какой-то части).

ходит в группах по такой стандартной схеме. Второй тип контента – это отфильтрованные выше проблемы. Мы начинаем публиковать решение этих проблем или ход решения по этому вопросу. Материал, естественно, нужно снабжать хэштегами для того, чтобы была сквозная связка между запросом

проблемы, может быть, её истории, разворачиванием этой истории. Обязательно нужно ссылаться на официальные лица, на аккаунты.

Далее список, который мы составляем из лидеров общественного мнения, журналистов, групп. Мы пытаемся в зависимости от темы рассылать и делать репосты.

Не считаем нужным

- Вкладывать деньги в рекламные кампании;
- Просить нас репостить всё подряд;
- Нанимать агентства интернет маркетинга.

Что мы не считаем нужным. Я уже сказал, что мы не считаем нужным вкладывать деньги в рекламные кампании. Особенно когда у вас нет качественной машины для производства контента. Сейчас системы стали более интеллектуальными – тот же Фейсбук, ВКонтакте – уже не прокатывают какие-то простые, серые механизмы, и дальше тем более они не будут работать. Если у вас нет качественного контента, то, собственно, нечего распространять. И мы вам не рекомендуем вкладываться в такую политическую рекламу, нанимать какие-то агентства.

Перископ и видеохостинг Ютьюб (YouTube)



У нас пул групп Центрального Комитета в различных сетях существует, мы всегда вам поможем. Но просим вас не присылать материалы бездушно и бездумно. Иногда сотрудники в погоне за количеством просто пытаются сделать репосты центральных групп, тем самым получить аудиторию, которая не имеет к ним никакого отношения, но цифры вроде как поднимаются. Вот это тоже не стоит делать.

Вот эти все маркетинговые агентства, которые в повседневной жизни занимаются рекламой подгузников, автошин, если у них профиля нет политического, нет кейсов политических, естественно, тоже не стоит нанимать, потому что они не способны будут всё это произвести.

Что мы считаем нужным. Во-первых, позаботиться о своей безопасности личной, имеется в виду виртуальной. У многих, кто пользуется давно Интернетом, чуть ли не целая жизнь в почтовых ящиках находится, когда достаточно взломать очень простой пароль и получить доступ к компрометирующей информации. Всё что угодно оттуда можно получить, вплоть до распоряжков работы штаба и акций. То же самое касается социальных сетей. Мы часто входим в избирательную кампанию, не позаботившись о том, какие у нас там вообще фотографии находятся или у наших родственников. Это всё заранее, естественно, нужно проработать.

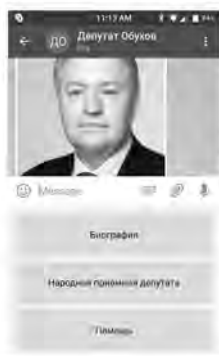
Считаем нужным

- Взаимодействуйте с центральным штабом;
- Пытайтесь следить за качеством и современностью контента;
- Никогда не принимайте разговоры в соцсетях с Вашей критикой близко к сердцу;
- Модерируйте ваши группы и страницы.

Обязательно надо взаимодействовать с Центральным штабом через портал, я оставляю тоже адрес свой, контакт. Сообщайте информацию о своих социальных группах. Мы можем вам давать какие-то советы, может быть, анализировать, в рамках, конечно, компетенции. Мы не все ваши округа знаем.

Мессенджер Телеграм

- Средство рассылки срочных новостей;
- Оперативное общение узких групп граждан.



Острые темы федерального масштаба мы сможем поднимать в наших центральных группах. Присылайте их нам.

Никогда не воспринимайте критику в социальных сетях близко к сердцу, не стоит кому-то что-то доказывать, оправдываться. В наше время это выглядит смешно, это отнимает силы, несолидно. Если вы не вступите в полемику, на следующий день об этом все забудут, поэтому не стоит этим заниматься.

Конкретика есть на портале, там можно всё посмотреть и почитать.

С.Н. АРТАМОНОВ, консультант отдела ЦК КПРФ по организационно-партийной и кадровой работе:

«Предвыборная газета в округе. Новый опыт и новые тенденции»

Уважаемые товарищи, для начала я хочу вас убедить выпускать агитационные газеты, выпускать их в достаточно большом ко-



личестве, потому что они неизбежно должны стать одним из главных инструментов вашей избирательной кампании. Почему?

Много людей вас будут под-

талкивать на другие пути, говорить, что вот есть телевизор, он доходит до каждой деревни, что проку нести газеты. Реально смотря на вещи, вы понимаете, что в телевизоре вы получите совсем мало времени. Когда придут выборы, там будут установлены тарифы такие, чтобы оппозиционные партии очень мало могли разместить агитации, потому что единороссы будут пиариться в новостях.

Говорится про Интернет. Конечно, в кампании этот компонент должен быть. Но опять-таки имейте в виду, что есть очень важная категория возрастная, люди старше 50 лет, которые в интернете очень мало представлены. Более того, даже если их и научили пользоваться, они создали аккаунт в Одноклассниках, про внуков фотографии выкладывают или по Скайпу говорят с детьми своими в других городах, это не значит, что они получают из Интернета общественно-политическую информацию. В любом случае вы эту аудиторию не охватите. Выборы перенесены на лето, явка будет снижена. Специально это сделано. Эта категория возрастная, старше 50 лет, будет играть очень большую роль. А до них вам, кроме как через газеты, достучаться будет очень сложно.

Альтернатива. Что выпускать: листовки или газеты? Если речь идёт о клеевой агитации, то я почти во всех ситуациях призываю вас выпускать газеты. Почему? Потому что листовка – это просто лист

ВЫСТУПЛЕНИЕ

С.Н. АРТАМОНОВА

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

бумаги с буквами. Газеты – это общественный институт. У людей, особенно старшего поколения, советского времени, осталось представление о том, что письмо в газету может на многое повлиять, можно сместить начальника, директора завода, если он допустил злоупотребления. Сейчас, конечно,

сколько выпускать газет. Это график, это не с потолка взятые цифры. Я акцентирую ваше внимание.

С.Н. АРТАМОНОВ: Далее. По юридической природе газет. Вы должны понимать, что то, что выглядит как газета, не всегда является газетой юридически. Есть период на выбо-

рах, когда в средствах массовой информации вести агитацию нельзя. Он заканчивается за 28 дней до дня голосования. В этот период вы всё равно можете выпускать агитационные газеты, но они юридически будут являться агитационным материалом вас как кандидата. Соответственно, там только будут другие выходные данные. Фактически это будет, по сути, та же агитационная газета. А в остальное время лучше выпускать эти газеты в форме зарегистрированного СМИ.

По формату. Вам нужно брать формат для своей газеты. Форматы основные следующие. Большая газета – формата А2 – это уже правдинский формат,

ПОЧЕМУ НАДО ВЫПУСКАТЬ АГИТАЦИОННЫЕ ГАЗЕТЫ?

■ Газета лучше, чем листовка. Газета воспринимается людьми как общественный институт, поэтому вызывает больше доверия. А листовка – только как бумага с буквами. Например, можно написать письмо «в газету». А «в листовку» – нет.

■ Когда теле- и радиовещатели опубликуют свои расценки на предвыборную агитацию, скорее всего, вы обнаружите, что они намного выше текущих расценок на коммерческую рекламу. Почему? Власти «подсказали» СМИ сделать тарифы «запретительными» для оппозиционной агитации. Соответственно, вы сможете позволить себе совсем немного агитматериалов на телевидении и радио.

■ Вы повесили на улицах много билбордов? С началом избирательной кампании именно эти места могут «внезапно» понадобиться для социальной рекламы. А другие места тоже «внезапно» окажутся «заняты». Не забывайте, что агентства наружной рекламы всегда связаны с местными чиновниками.

■ Пожилые люди за редким исключением не читают интернет, они читают газеты. До этой важнейшей аудитории вам не достучаться агитацией в социальных сетях. В условиях летней избирательной кампании явка будет низкой, а роль дисциплинированных пожилых избирателей очень велика.

Агитационная газета – один из главных инструментов вашей кампании!

во многом не так. Эти брехунки буржуазные мало на что влияют. Но представление это осталось. Газета воспринимается как общественный институт, туда можно написать письмо. В листовку письмо не напишешь. А если вы выпускаете газету, вы создаёте некую иллюзию избирателю, что есть некий общественный институт такой серьёзный, который за вас выступает. Поэтому, выбирая между газетой и листовкой, почти всегда нужно выбрать газету.

Что конкретно означает, когда я говорю, что газета агитационная должна стать одним из главных инструментов вашей кампании. Это означает, что сейчас, пока официально избирательная кампания не началась, вам желательно выпускать одну газету агитационную в месяц и распространять по своему округу. Больше трудно осилить. Как говорили, раз в неделю – это, скорее, только единокорсам под силу. Раз в месяц – это нормальная частота. Когда придёт время избирательной кампании официальной, нужно будет выпустить до дня голосования не менее трёх, а оптимально – пять агитационных газет. Тираж такой, чтобы покрывать почти весь округ, порядка 150–170 тысяч экземпляров.

С.П. ОБУХОВ: Товарищи, слышали установку? Это полностью установка Центрального штаба по выборам насчёт того,

КАКУЮ ЮРИДИЧЕСКУЮ ПРИРОДУ МОЖЕТ ИМЕТЬ АГИТАЦИОННАЯ ГАЗЕТА?

Оптимальными юридическими формами агитгазеты являются:

■ Специальный выпуск существующей газеты (зарегистрированного СМИ). Такую газету можно выпускать до официального опубликования решения о назначении выборов, а также в период, который начинается за 28 дней до дня голосования и прекращается в ноль часов дня, предшествующего дню голосования. В последнем случае агитационные материалы кандидата или партии в газете должны быть оплачены из средств избирательного фонда кандидата или партии (и иметь соответствующую маркировку).

■ Агитационный материал кандидата в депутаты или партии, участвующей в выборах. В таком виде газету можно выпускать в агитационный период. Агитационный период для кандидата из состава партийного списка кандидатов – со дня представления в ЦИК РФ федерального списка кандидатов. Агитационный период для кандидата-одномандатника начинается со дня представления кандидатом в окружной избирком заявления о согласии баллотироваться. Изготовление агитгазеты в виде агитматериала кандидата или партии обязательно должно быть оплачено из средств соответствующего избирательного фонда.

в таком виде выходили почти все газеты в советское время. Люди старшего поколения привыкли, что это такая большая серьёзная газета, которой можно доверять. Поэтому, если у вас в основном распространение агитационных газет идёт по ящикам, лучше выпускать газеты в формате А2.

Но если вы предполагаете, что значительную часть агитационных газет будете раздавать на улице, около агитационных кубов и так далее, то на улице, конечно, читать газету такого большого формата неудобно, а также в общественном транспорте, если вы в транспортных узлах раздаете эту газету, её не откроешь в автобусе, в пути не читаешь. В этом случае лучше остановиться на формате А3, он значительно меньше. Вот этот формат можно легко развернуть в

КАКОГО ФОРМАТА ГАЗЕТЫ ЛУЧШЕ ВЫПУСКАТЬ?

Формат А2



Этот большой формат в наибольшей степени соответствует еще советскому архетипу газеты (в СССР почти все газеты имели этот формат). Именно так, по мнению нашего старшего поколения, и должна выглядеть настоящая газета. Этот формат стоит предпочесть, если подавляющая часть тиража будет распространяться по почтовым ящикам или по квартирам.

Формат А3



Газеты формата А3 более компактны. Поэтому их можно развернуть и почтить даже в стесненном пространстве, например, в общественном транспорте. Если значительную часть тиража планируется раздавать на уличных пикетах (у входа в метро, в транспортных узлах и т. д.), подойдет этот формат.

Формат D2



Лист газеты формата D2 по высоте соответствует формату А2, а по ширине - лишь немного шире формата А3. Поэтому, с одной стороны, эта газета выглядит достаточно большой и внушительной, а с другой стороны, такую газету вполне можно почтить даже на улице или в общественном транспорте. Это компромисс между форматами А2 и А3.

Следующий важный момент - логотип. Название газеты и графическое оформление логотипа во многом определит лицо вашей агитационной газеты. Главное, что я хочу до вас донести: необязательно ваша газета агитационная должна иметь в логотипе такое же название, как то зарегистрированное в СМИ, которое вы используете.

Выходит, допустим, в регионе газета «Коммунист Башкортостана» или в другом регионе «Коммунист Западного Урала». Это написано мелкими буквами в выходных данных. Но логотип можно выбрать совершенно другой, исходя из целей избирательной кампании, которые вы перед собой ставите. Например, «За победу!» - это мобилизирующее название. У вас в выходных данных может быть «Комму-

ВЫСТУПЛЕНИЕ С.Н. АРТАМОНОВА

транспорте и почтить в любых стесненных условиях.

Есть компромиссный ещё вариант, на который я хочу обратить особое внимание, это газета формата D2. Она по высоте практически такая же, как большая газе-

нист Башкортостана», а логотип будет «За победу!».

Или такой, например. На этом остановлюсь чуть подробнее. Нужно иметь в виду, что тем из вас, кто реально борется за победу, нужно выйти довольно далеко за пределы электората КПРФ и привлечь к голосованию за себя людей, которые обычно за КПРФ не голосуют. Для того чтобы это сделать, на мой взгляд, надо с самого начала не казаться слишком красным. Конечно,

ВАШ ДЕПУТАТ

ГАЗЕТА ПРАВОВОЙ И СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ НАСЕЛЕНИЯ

та формата А2, а по ширине приближается к формату А3. То есть она, с одной стороны, производит впечатление достаточно большой, солидной газеты, а с другой стороны, её можно развернуть даже в метро, я неоднократно сам видел. Газета «Коммерсант» выходит в таком формате. Кроме того, в таком формате ещё чисто визуально ваша газета будет отличаться от других, которые будут выпускать ваши конкуренты, что тоже неплохо. Поэтому подумайте, может быть, формат D2 стоит избрать.



не надо скрывать, что вы из КПРФ, но не обязательно ставить сразу в логотип эмблему КПРФ, Красное Знамя. Можно избрать нейтральный какой-то деловой логотип.

С.П. ОБУХОВ: Я вас сразу подвергну критике, только скажу, что это приемлемое предложение при одном условии: когда вы уже мобилизовали свой ядерный электорат. У нас большая проблема с мобилизацией

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

собственного ядерного электората первоначально. Решили задачу с мобилизацией собственного электората — пускайтесь в эксперименты, но только после того, как вы мобилизовали своих.

С.Н. АРТАМОНОВ: Безусловно, это верно. Но на уровне логотипа я предлагаю тем из вас, кто собирается побороться за более широкий избирательный электорат КПРФ, не делать логотип сразу слишком красным, а избрать логотип более нейтральный.

Если у вас предстоит кампания достаточно конфронтационной, жёсткой борьбы, то можно сам логотип избирать такой, который будет метафорой войны по отношению к выборам, где выборы подаются как война. Вот, например, газета «Брянский фронт» выходила такая на выборах. Действительно, во время войны



существовал Брянский фронт. Делаются такие подзаголовки: «До освобождения Брянщины осталось столько-то времени» и так далее.



Вы можете развивать этот логотип. То есть был «Брянский фронт», потом, накануне выборов — «Брянский прорыв». То есть уже осталось немного времени, уже прорыв свершён, значит, уже скоро падёт антинародная власть и так далее. Это такой конфронтационный сценарий, когда вы выборы изображаете как войну. Кому-то это понравится, кого-то это напугает, потому что, например, женская часть электората использование метафоры войны на выборах воспринимает как некую угрозу. Её может это просто испугать, поэтому это надо использовать аккуратно.

Использовать можете логотип «Правды». Хотя юридически это не «Правда», это «Информационный бюллетень московского городского отделения КПРФ». Дело в следующем. Если в период, когда газеты на выборах выпускать нельзя, когда запрещено использовать средства массовой информации, вы выпускаете несколько агитационных материалов, похожих на газеты, с одним и тем же логотипом, к вам могут возникнуть претензии. Раз вы выпустили подряд несколько подобных газет с одним



и тем же логотипом, но это не зарегистрированные СМИ, вы нарушаете законодательство о СМИ, это злоупотребление свободой средств массовой информации. И это может быть основанием, что на вас подадут заявление об отмене вашей регистрации. На моей практике такие случаи были, когда пытались за это снять кандидата с выборов. Поэтому лучше немного чуть-чуть логотип менять.

То есть была «Правда», добавилась «Правда в Москве». То есть узнаваемо, но формально логотип другой, никто к вам не придерётся.

Тут «Правда нашего города». И третий выпуск тоже немножко изменён. Уже опять юридические претензии в этом случае не возникнут. Но это речь идёт только о том, когда вы выпускаете агитационную газету в форме агитационного материала. Когда газета у вас является зарегистрированным СМИ, этих фокусов с логотипом делать не надо.

По содержанию. Об этом уже говорилось, коротко ещё скажу. Если будут делать вашу газету в рамках партийной областной газеты, есть опасность, что попробуют из вашей газеты сделать филиал газеты партийной, и она будет похожа на партийную газету, которая на самом деле рассчитана на узкую коммунистическую аудиторию, на подготовленного читателя. Там будут репортажи с пленумов, с заседаний обкома, бюро и так далее, будут документы, постановления пленумов обкомов публиковать и так далее. Естественно, нельзя это выпускать. Нужно понять, что газета для избирателей тиражом в 170 тысяч экземпляров должна быть совершенно иной, чем обычная партийная газета, которая в регионе выходит. Поэтому нужно этого избежать.

Что нужно? Чтобы темы в газетах были понятны людям, те темы, которые волнуют людей. Выясняйте это в том числе с помо-

СОДЕРЖАНИЕ АГИТАЦИОННЫХ ГАЗЕТ

■ Агитационные газеты должны содержать, прежде всего, публикации по наиболее острым общественным проблемам, выявленным в том числе по результатам социологических исследований. Самые рейтинговые проблемы должны так или иначе затрагиваться в каждом выпуске. Материалы не должны сводиться только к констатации проблем, обязательно нужно указывать на решения, которые предлагают КПРФ и/или кандидат.

■ Для агитгазет кандидатов-одномандатников оптимальным можно считать соотношение федеральной и региональной тематики в пропорции 50 на 50. Так как, с одной стороны, выборы Госдумы – федеральные выборы, и кандидат должен показать свою компетентность в вопросах общероссийского, международного и даже мировоззренческого масштаба. А с другой стороны, людей, как правило, больше всего волнуют наиболее близкие к ним проблемы. Кроме того, региональная тематика необходима для обеспечения обратной связи с читателями. В агитгазете должны присутствовать письма читателей, информация о борьбе местных групп гражданского сопротивления произволу власти и крупного капитала, дискуссионное обсуждение региональных проблем, рассказ о конкретной помощи людям со стороны кандидата и организаций КПРФ.

■ Следует строго избегать превращения агитгазеты в разновидность региональной партийной прессы (такая опасность порой может возникнуть, если агитгазету делает редактор местного партийного издания). В агитгазете не должны присутствовать такие обычные для партийной печати материалы, как постановления пленумов ЦК и обкома и прочие партийные документы, репортажи о партийных конференциях и вообще подробные рассказы о партийной жизни, внутрипартийная полемика. Материалы по истории СССР и КПСС могут присутствовать, но их не должно быть слишком много (в то время как часть нынешних региональных газет КПРФ имеет такой, по сути, историко-мемориальный уклон).

■ Оптимальный размер материала в агитационной газете – 3-6 тыс. печатных знаков вместе с пробелами (в программе Microsoft Word есть инструмент подсчета знаков в документе). «Воду» лить не нужно! В редких случаях, при большой сложности темы можно позволить увеличить статью до 10 тыс. знаков. Материалы еще большего размера в агитгазете не имеют права на существование, так как их мало кто прочтет (хотя такие статьи обычны в нашей партийной печати, но там читатель подготовленный). Если в 10 тыс. знаков тему уложить не удастся, разбейте ее на несколько подтем и изложите в нескольких материалах.

■ Статьи в агитгазете должны даваться кеглем не меньше 9-го. Оптимально же использование 10-го кегля. А наиболее важные материалы (например, первополосное обращение кандидата к избирателям) можно дать и 11-м кеглем.

говорит, то есть к вам. Поэтому обязательно жёстко, хлёстко констатировали проблему, но тут же предложили свой рецепт решения, показывая, что выход из любой ситуации есть.

И второй важнейший компонент – это ваши дела. Нужно показать, что вы не просто говорите о проблемах, вы уже многое делаете. Это любые встречи с избирателями, депутатские запросы, добились решения каких-то проблем, во дворах что-то сделали, власть заставили что-то сделать. Всё это должно отражаться, в том числе и с помощью фотографий в вашей газете. Обязательно проблемы с их решениями и дела.

Следующий момент, по объёму материалов. Опять-таки из нашей партийной прессы к вам может прийти такая беда. Очень большие статьи. Нужно понимать,

что на выборах будет читать нашу газету не наш подготовленный партийный читатель, статьи, написанные мелким шрифтом. Поэтому поставьте для себя такую границу – не более 6 тысяч печатных знаков. Это оптимальный размер материала для агитационной газеты.

В крайнем случае, если очень сложная тема, можно одну статью в газете иметь 10 тысяч печатных знаков, но ни в коем случае не больше, иначе никто читать не будет.

Следующее, на что хотел бы обратить ваше внимание, это интерактивные формы, которые подталкивают читателя к взаимодействию с вашей газетой. Когда проводили народный референдум, то в газете публиковали бланк. Можно было бы проголосовать, вырезать его и отправить по адресу.

Сбор наказов через газету. Вы можете написать наказ, отправить его. То же самое относится и к губернаторским выборам, и к депутатским выборам. Например, депутат законодательного собрания выдвигает законопроект, в газете, в статье вы описываете этот законопроект, тут же ставите форму, которая позволяет человеку подписаться в

ВЫСТУПЛЕНИЕ

С.Н. АРТАМОНОВА

щью социологии. То есть всегда в начале кампании полезно провести в округе социологический опрос, вы выявляете наиболее горячие темы. О части из важных тем вы сами знаете, но лучше социологию сделать, потому что вас что-то может удивить. Вы, как сами живущие в политике, можете не иметь представления о сознании, идеях людей, далёких от политики, большинства людей.

Вот эти темы, наиболее волнующие людей, и есть основные темы вашей агитационной газеты, про которые вы должны писать. Если тема очень горячая, например, тема ЖКХ, то вы должны в той или иной форме к ней возвращаться абсолютно в каждом выпуске вашей агитационной газеты.

Важный момент. Обязательно, если вы обозначаете какую-то проблему, социальную, экономическую, которая есть в регионе, тут же давайте рецепт её решения. Есть такая опасность в нашей агитации: мы много критикуем, выплёскиваем вал проблем. У людей от такой агитации создается ощущение угнетения, что всё плохо, всё разваливается. А что делать? И это вызывает отторжение, в том числе и к тому, кто об этом

НОВЫЙ ГУБЕРНАТОР ДОЛЖЕН ЗНАТЬ!

Предвыборная программа Вадима ПОТОМСКОГО уже представляет собой весьма подробный план развития Брянской области. Но каждый брянец может добавить в эту программу свой НАКАЗ:

При желании укажите сведения о себе:

Заполненные и вырезанные бланки наказов В.В. ПОТОМСКОМУ можно передать в ближайший горком или райком КПРФ или отправить по адресу: 241050, г. Брянск, ул. Тарджиманова, 50 (Областной комитет КПРФ).

Я, нижеподписавшийся, выступаю за принятие Государственным Собранием - Курултайем Республики Башкортостан законопроектов фракции КПРФ, предусматривающих:

- ограничение коммунальных платежей 10% дохода семьи;
- установление социальных льгот для «детей войны» (граждан РФ, родившихся в период с 1928 года по 3 сентября 1945 года);
- установление дополнительных социальных льгот для семей, имеющих несовершеннолетних детей.

Фамилия, имя, отчество _____

Адрес места жительства и телефон _____

Дата заполнения _____ Личная подпись _____

Народный референдум продолжается!

Россия, труд, молодость, социализм!

КОММУНИСТИЧЕСКАЯ ПАРТИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Народный референдум

1 февраля – 30 сентября 2011 года

Бюллетень для голосования (2-я сторона)

На каждый вопрос вам необходимо ответить «Да» либо «Нет». Свой вариант ответа впишите в клетку справа от вопроса.

- | | |
|--|---|
| 6. Поддерживаете ли вы предложение о замене плоской шкалы подоходного налога на прогрессивную, с увеличением налога на сверхдоходы богатых и освобождением от налога малоимущих? | ☐ Да
☐ Нет |
| 7. Считаете ли вы, что граждане России должны получить реальную возможность независимо от желания властей решать любые общественно значимые вопросы на референдумах всероссийского, регионального и местного значения? | ☐ Да
☐ Нет |
| 8. Согласны ли вы, что на поддержку сельского хозяйства Самарской области необходимо выделять ежегодно не менее 10% от расходной части областного бюджета? | ☐ Да
☐ Нет |

Укажите, пожалуйста, сведения о себе:

Фамилия, имя, отчество _____

Адрес места жительства и телефон _____

Дата заполнения _____

Личная подпись _____

ЗАПОЛНЕННЫЙ БЮЛЛЕТЕНЬ МОЖНО ПРИНЕСТИ:

- В САМАРЕ**
- Ул. Благодетельский, д. 279. Самарский райком КПРФ. С 11.00 до 15.00. Ответственный - Г.А. Кочкин
 - Ул. Никитинская, д. 69. Приемная депутата СГД А.В. Гонтаря. В рабочие дни с 12.00 до 17.00. Тел. 8-927-096-8762. Ответственный - Е.Н. Чанина
 - Ул. Ветлесская, 38. Городской общественно-политический центр, каб. 4. По четвергам с 14.00 до 18.00. Тел. 308460 332-55-70
 - Пр. Кирова, 72в. ДК Победы, приемная депутата СГД А.В. Лескина. По вторникам с 17.00 до 19.00
- В НОВОУЙШЕВСКЕ**
- Ул. Чернышевского, 13. Новокуйбышевский горком КПРФ. С 10.00 до 16.00
- В СЫЗРАНИ**
- Ул. Бидуртурбатов, 28. Приемная депутата СГД М.А. Ериной. По вторникам и средам с 10.00 до 13.00, по четвергам с 15.00 до 18.00. Тел. 8(8464) 37-21-87
 - Ул. Удильническая, 61, 5 этаж, каб. 8а. Сызранский горком КПРФ. По вторникам с 11.00 до 13.00, по субботам с 15.00 до 17.00. Тел. 8(8464) 33-48-57
- В ИЖИГЛЕВСКЕ**
- Приемная красная папка КПРФ на ул. Привокзальной, 19 (Башиния военкомат). По вторникам с 16.00 до 18.00, по средам с 13.00 до 15.00, по субботам с 12.00 до 14.00
- В ТОЛЬЯТИ**
- В Центральном районе - ул. Пашинская, 17, каб.5. Горком КПРФ. С 9.00 до 17.00. Тел. 808452 22-48-69
 - В Кировском районе - ул. Мурысева, 90. Приемная депутата гордумы Богданова А.С. По вторникам и четвергам с 13.00 до 17.00. Тел. 808452 76-94-83
 - В Автозаводском районе:
 - Ул. Фрунзе, 27. Приемная депутата СГД Минчука В.С. С 10.00 до 17.00. Тел. 808482 95-85-72
 - Ул. 40 лет Победы, 68. Приемная депутата гордумы Филатова С.П. С 10.00 до 16.00. Тел. 808452 70-87-13

констатируете проблемы, не просто занимаетесь разговорами.

Использование статистики очень помогает в наших агитационных материалах. Взяв статистические источники, прежде всего официальные, нынешние, с сайта Росстата, с сайтов местных его отделений, статистические справочники, которые они распространяют в вашем регионе, продают в своих отделениях Росстата, вы можете показать очень ярко, что произошло за 25 лет капитализма в вашем регионе, как разгромлена промышленность, сельское хозяйство, социальная сфера, как всё это повлияло на жизнь людей.

Но эту статистику нужно уметь подать максимально хлестко, наглядно, потому что большие тексты с таблицами люди в большей части просто не осилит, они сразу отбросят газету. Поэтому старайтесь давать материал в виде диаграмм. Например, один столбик – социализм, второй столбик – капитализм.

Или таким образом статистику можно подать. Можно, например, сравнить по лагерному пайку немецкого военнопленного в советском лагере после войны, как их кормили, и как, по мнению чиновников, сейчас должны питаться пенсионеры, исходя из потребительской корзины, которую

поддержку этого законопроекта, чтобы он был действительно принят.

Сейчас коммунисты активно собирают подписи против поборов на капремонт. Это тоже можно сделать прямо через газету, вставить форму, её можно будет заполнить, ещё со своих соседей можно будет взять подписи и так далее. Вырезать эту форму, отправить или отнести в райком, по тому адресу, который будет указан. Не многие люди это сделают, что-то вырежут и отправят, но некоторые сделают. Но тем самым вы показываете, что какие-то процессы происходят, вы что-то делаете, а не просто

При единоклассниках башкирским пенсионерам положено потреблять намного меньше калорий, чем немецким пленным в лагерях 1940-х годов. То есть в разорённой страшной войной стране даже пленным врагов кормили лучше, чем власть сегодня предписывает питаться нашим старикам.

ПРОДУКТЫ	Лагерный паёк немецкого пленного	«Паёк» башкирского пенсионера
Хлеб и макаронные изделия	610 г	283 г
Овощи и картофель	600 г	492 г
Мясо и рыба	160 г	193 г
Растительное масло	20 г	27 г
Соль, чай, специи	56 г	11 г

ИСТОЧНИКИ ДАННЫХ: Закон Республики Башкортостан №657-з «О потребительской корзине в Республике Башкортостан» и ориентировка УПВИ НКВД СССР №25/6519

ГОСПОДА ЕДИНОРОСЫ!

30-летний раскол о том, что произошло с нашей Белгородской областью за годы реформ. Мы сопоставили социальные и экономические показатели региона в последние годы Советской власти со статистическими данными. Факты — упрямая вещь. Очевидно, что экономика и социальная сфера Белгородской области под управлением единоклассников — лишь бледная тень того, что мы имели 25-39 лет назад.

КТО РАЗОРИЛ ЗАВОДЫ?



Многие градообразующие предприятия региона при капиталистическом правлении буквально в руины. По состоянию на 1 января 2000 года в области было 100 предприятий, которые в 1990 году насчитывали 17 тысяч человек. Сейчас их осталось всего 3 тысячи. Промышленность — это основа экономики. Без неё не может быть ни одного развитого государства.

РАЗГРОМ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

БЕЗРАБОТИЦА
НИЩЕНСКАЯ ЗАРПЛАТА
РАЗБОРЕНИЕ СЕЛА

В последние годы в области наблюдается резкий рост безработицы. По данным статистики, в 1990 году в области было 100 предприятий, которые в 2000 году насчитывали 17 тысяч человек. Сейчас их осталось всего 3 тысячи. Промышленность — это основа экономики. Без неё не может быть ни одного развитого государства.

Приведенные цифры и факты основаны на материалах Федеральной службы государственной статистики (www.fks.ru) и на данных областного отделения (belg.fks.ru). То есть эти цифры вынуждены приводить и выносить в свет. Только признает она их или — на специализированных статистических сайтах и в малотиражных статистических, а то и телевизионных очень громко рассказывают про «успехи» единокласснического правления в Белгородской области.



Число учащихся в системе начального профессионального образования (тысяч)

Год	Количество учащихся
1990	20,6
2000	7,9

ПОЧЕМУ СЕЛО — ЗОНА СОЦИАЛЬНОГО БЕДСТВИЯ?

Сельское хозяйство — главный источник жизни в области. Но в последние годы в области наблюдается резкий рост безработицы. По данным статистики, в 1990 году в области было 100 предприятий, которые в 2000 году насчитывали 17 тысяч человек. Сейчас их осталось всего 3 тысячи. Промышленность — это основа экономики. Без неё не может быть ни одного развитого государства.



Число школ в сельской местности

Год	Количество школ
1990	653
2000	1,7

Число школ в сельской местности

Год	Количество школ
1990	653
2000	1,7

Число школ в сельской местности

Год	Количество школ
1990	653
2000	1,7

Число школ в сельской местности

Год	Количество школ
1990	653
2000	1,7

Число школ в сельской местности

Год	Количество школ
1990	653
2000	1,7

Число школ в сельской местности

Год	Количество школ
1990	653
2000	1,7

Число школ в сельской местности

Год	Количество школ
1990	653
2000	1,7

Число школ в сельской местности

Год	Количество школ
1990	653
2000	1,7

Число школ в сельской местности

Год	Количество школ
1990	653
2000	1,7

ваются, что делать, предложения КПРФ. Сразу нужно показать, что выход есть, что не всё беспросветно.

Далее. Для большей наглядности диаграмму можно сделать в виде картины. Например, производство самолётов гражданских при коммунистах, при Ельцине, при единоклассниках. Вот таким образом.

Следующее. Вот эта диаграмма показывает тему, которую вам стоит затронуть в своем регионе — проблема ЖКХ. Но нужно показать не только то, что дикие тарифы, но только то, что поборы на капремонт, который вообще вряд ли будет, нужно показывать ту колоссальную

ВЫСТУПЛЕНИЕ С.Н. АРТАМОНОВА

УРОКИ ВАМ ВОПРОСЫ

ПОЧЕМУ ТАРИФЫ РАСТУТ, А ТРУБЫ РЖАВЕЮТ?

Единороссы уже лет 10 доводят нас до инфаркта. Но тарифы растут, а трубы ржавеют. Это происходит потому, что единоклассники не заботятся о трубах. Они только заботятся о том, чтобы тарифы росли. Это происходит потому, что единоклассники не заботятся о трубах. Они только заботятся о том, чтобы тарифы росли.

Единороссы уже лет 10 доводят нас до инфаркта. Но тарифы растут, а трубы ржавеют. Это происходит потому, что единоклассники не заботятся о трубах. Они только заботятся о том, чтобы тарифы росли. Это происходит потому, что единоклассники не заботятся о трубах. Они только заботятся о том, чтобы тарифы росли.

Единороссы уже лет 10 доводят нас до инфаркта. Но тарифы растут, а трубы ржавеют. Это происходит потому, что единоклассники не заботятся о трубах. Они только заботятся о том, чтобы тарифы росли. Это происходит потому, что единоклассники не заботятся о трубах. Они только заботятся о том, чтобы тарифы росли.

Единороссы уже лет 10 доводят нас до инфаркта. Но тарифы растут, а трубы ржавеют. Это происходит потому, что единоклассники не заботятся о трубах. Они только заботятся о том, чтобы тарифы росли. Это происходит потому, что единоклассники не заботятся о трубах. Они только заботятся о том, чтобы тарифы росли.

Единороссы уже лет 10 доводят нас до инфаркта. Но тарифы растут, а трубы ржавеют. Это происходит потому, что единоклассники не заботятся о трубах. Они только заботятся о том, чтобы тарифы росли. Это происходит потому, что единоклассники не заботятся о трубах. Они только заботятся о том, чтобы тарифы росли.

Единороссы уже лет 10 доводят нас до инфаркта. Но тарифы растут, а трубы ржавеют. Это происходит потому, что единоклассники не заботятся о трубах. Они только заботятся о том, чтобы тарифы росли. Это происходит потому, что единоклассники не заботятся о трубах. Они только заботятся о том, чтобы тарифы росли.

Единороссы уже лет 10 доводят нас до инфаркта. Но тарифы растут, а трубы ржавеют. Это происходит потому, что единоклассники не заботятся о трубах. Они только заботятся о том, чтобы тарифы росли. Это происходит потому, что единоклассники не заботятся о трубах. Они только заботятся о том, чтобы тарифы росли.

Единороссы уже лет 10 доводят нас до инфаркта. Но тарифы растут, а трубы ржавеют. Это происходит потому, что единоклассники не заботятся о трубах. Они только заботятся о том, чтобы тарифы росли. Это происходит потому, что единоклассники не заботятся о трубах. Они только заботятся о том, чтобы тарифы росли.

КАК ОТПУСКАТЬ ДЕТЕЙ НА УЛИЦУ?

Число преступлений в год (тысяч)

Год	Количество преступлений
1990	14,3
2000	7,5

Число преступлений в год (тысяч)

Год	Количество преступлений
1990	14,3
2000	7,5

Число преступлений в год (тысяч)

Год	Количество преступлений
1990	14,3
2000	7,5

Число преступлений в год (тысяч)

Год	Количество преступлений
1990	14,3
2000	7,5

Число преступлений в год (тысяч)

Год	Количество преступлений
1990	14,3
2000	7,5

Число преступлений в год (тысяч)

Год	Количество преступлений
1990	14,3
2000	7,5

Число преступлений в год (тысяч)

Год	Количество преступлений
1990	14,3
2000	7,5

Число преступлений в год (тысяч)

Год	Количество преступлений
1990	14,3
2000	7,5

они разработали. Таким образом, вы показываете, что немецких военнопленных в полуголодной послевоенной стране кормили лучше, чем сейчас чиновники предписывают питаться пенсионерам.

Далее. Для яркой характеристики того, что произошло в вашем регионе, можно дать целый разворот в газете. Но опять-таки нужно давать заголовки не такие, например, как «Социально-экономический обзор развития области за 25 лет», а нужно давать их хлестко: например, «Господа единоклассники, у народа к вам вопросы». К каждому разделу вы даёте такие подзаголовки: например, «Кто разорил заводы и фабрики?», «Почему село — зона бедствия?», «Как отпускать детей на улицу?», «Почему жильё недоступно?», «Почему мы умираем?», «Зачем громят школы?» и так далее. Статистическую информацию даёте, и это вызывает стремление к чтению, стремление узнать, что с регионом произошло.

Но опять-таки помните о правиле, что сразу нужно давать рецепты выхода из ситуации. Вот, например, проблема констатируется, но везде сразу указы-

ваются, что делать, предложения КПРФ. Сразу нужно показать, что выход есть, что не всё беспросветно.

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

угрозу, которая связана с состоянием ЖКХ. Она заключается в том, что если всё будет идти как сейчас, сохранится нынешняя власть, которая не вкладывает нужные деньги в обновление коммунальных сетей, то через 5–10, максимум 15 лет мы придем к ситуации, когда большая часть наших городов просто не будет топиться зимой. Это, естественно, вызовет просто крах общества, гибель значительной части городского населения. Всё это можно показать с помощью доступной статистики, с помощью цифр, которые показывают состояние коммунального хозяйства. Важно показать, что сегодняшнее состояние ЖКХ может привести к ситуации социального коллапса.

Это некая такая страшилка, которую мы людям показываем, но мы всё же должны предлагать и решения.

Я советую тем из вас, кто ещё не читал, прочитать книжку, которая называется «Мародёр». На мой взгляд, это лучшее художественное описание того, что с Россией, скорее всего, случится при сохранении нынешнего курса. Как раз там описывается мир, где города уже больше не топят, нет электричества, и валютой являются патроны от автомата Калашникова. Прочитав эту книгу, ваши журналисты могут написать, исходя из вашей региональной специфики, художественные рассказы о мире, к которому мы сможем прийти, если социально-экономический курс не будет изменён.

Следующий вариант подачи информации. Нужно наглядно показать людям, что нам даст победа на выборах. Например, вот такая таблица делается: коммунальная плата сейчас, сколько сейчас люди получают денег, сколько у них членов семьи. Предложения КПРФ: не более 10 процентов от доходов семьи, экономия за месяц, экономия за год. Экономия за год получается достаточно солидной. Эта таблица наглядно людям показывает, что они могут получить.

Далее. Опять-таки не на всех действует статистика, она больше действует, по моим наблюдениям, на мужчин. Женщины все эти цифры, диаграммы далеко не всегда готовы воспринимать. Для нужно нечто такое слезоточивое. Вот пример статьи, она есть на том диске, который вам роздан, там есть подборка, которая соответствует моему выступлению, там приведён этот текст. Попробуйте найти для своей газеты такого журналиста, который напишет о проблемах капитализма вот таким образом, таким

языком, с такими яркими примерами. Просто потом прочитайте статью, которая у вас на диске есть.

Анонсы. Нужно обязательно давать анонсы материалов. Даже если газета всего четырёхполосная, всё равно постарайтесь сделать анонсы. Делайте их максимально кричащими, привлекающими, по стилистике жёлтой прессы.

Например, вы проводите пикеты, раздаёте газету, человек газету взял, хотя никогда вашу газету не покупал, с целью прочитать. У вас есть всего несколько секунд для того, чтобы убедить человека, что не надо газету выбрасывать в ближайшую урну, так как в ней много интересного. На первой полосе должен быть обязательно яркий анонс, обязательно в верхней части, желательно не на сгибе. Распространители газеты должны убедить человека не выбрасывать её, оставить и, может быть, даже почитать. Поэтому обязательно анонсы на первой полосе.

Следующий слайд. Опять-таки вопрос о жёлтой прессе. Омерзительное явление буржуазного общества – жёлтая пресса, с одной стороны. С другой стороны, те, кто делают жёлтую прессу, очень хорошо знают психологию людей, они уже приучили людей читать эту прессу. Значительная часть нашего населения её читает. Не надо тут иллюзий никаких иметь. Мы имеем дело не с советскими людьми, мы имеем дело с людьми, у которых за 25 лет капитализма сознание очень сильно деформировано. Поэтому нет ничего плохого в том, чтобы в своих агитационных газетах, отчасти использовать приёмы жёлтой прессы. Люди любят читать в жёлтой прессе про страшные убийства, самоубийства и про жизнь звёзд. Всё это вы можете дать в своих агитационных газетах. Естественно, не как основной материал, но как-то это тоже должно присутствовать. Но при правильной подаче это показывает лицо капитализма и создаёт мотивацию голосования за КПРФ. Здесь, например, мать пятерых детей бросилась на



РОСТ ЦЕН И ТАРИФОВ ДОВОДИТ ЛЮДЕЙ ДО САМОУБИЙСТВ

Мать пятерых детей бросилась на высоковольтные провода



32-летняя Дина Носенко растит пятерых детей. И, как и миллионы людей в современной России, получила пенсионную зарплату — порядка 13 тыс. руб. (если по покупательной способности пересчитать эту сумму на советские деньги, получится всего рублей 50-60). Почти треть этой зарплаты сразу уходит на коммунальные услуги. Как Дина с детьми устроилась, таксиста на оставшееся — Бог знает. Последней каплей, перевернувшей чашу терпения женщины, стало необходимость оплатить 10-тысячный кредит (в долг у бабушки Дина взяла, чтобы собрать старших детей в школу). Дина бросилась вниз с моста над железнодорожными путями. Зацепилась за высоковольтные провода. Ее охватила такая глубина, что наружу торчали кости. Через несколько часов, получив смертельную дозу, она умерла в больнице.

Кто-то скажет: «неуравновешенная психика». А у кого она будет уравновешенной при такой нищете, при такой мере лишений и тягот? Кто-то скажет: «не надо роптать, есть же чем-то кормить». Так, может, нам вообще больше не размножаться — освободить страну для гастарбайтеров?

Низкая жизнь советских людей, надо признать, что Дина Носенко фиксацией казнена. Казнена нынешней властью, которая платит детские пособия, позволяющие кормить разве что котенка. Власти, которая при пенсионных зарплатах допускает дикий рост цен и тарифов.

У.С. По официальным данным, в 2011 году в России зафиксировано 30 566 случаев самоубийств. С 1992 по 2012 год в нашей стране добровольно ушли из жизни около 300 тыс. человек — в 60 раз больше, чем погибло в афганской войне.

А певичка «партии власти» кормит свою собаку черной икрой

Певичка Настя Кочеткова вовсе не обладает голосом Аллы Пугачевой и лирическим Валентина Толкунова. «Артистка» типа Настя сейчас привыкла называть «иностранные трусы». Ей всего 20 с небольшим лет. Она занимается на «эфирных звездах», высказываясь на эстраде и поет-читает на митингах концертах «партии власти». Может быть, именно поэтому она кормит свою собаку черной икрой. И не стесняется показывать перед репортерами своих журналов. А цена одной баночки такой икры, между прочим, равна сумме, на которую неоплаченный самоубийца — Дина Носенко должна была с легкими сердцем жить целых три месяца.



Вам не кажется, что наша жизнь похожа на сумасшедший дом? МОЖЕТ, ПОРА ЧТО-ТО МЕНЯТЬ?

высоковольтные провода. А певичка партии власти кормит свою собаку чёрной икрой. Всё с фактами, с фотографиями, с цифрами. «Вам не кажется, что наша жизнь похожа на сумасшедший дом, может быть, пора что-то менять»? По сути, это как материалы с тематикой жёлтой прессы, но подать их можно таким образом, что это создаёт мотивацию голосования за КПРФ.

Про иллюстрации. Много говорить не буду из-за нехватки времени. Скажу одно. У вас будут люди, которые станут вам газеты делать, но за ними надо присматривать, потому что они могут увлечься опять-таки в сторону негатива. Массу можно найти в интернете картинок страшных про проблемы России. Привожу пример. Партийная газета, выпускаемая в регионе, очень хорошая газета, гораздо лучше нашего среднего уровня. На первой полосе статья: россияне вырыли себе могилу, набрав кредиты, столько-то миллионов кредитов набрано и так далее. Иллюстрация: огромная фотография могилы, разрытой, на первой полосе газеты. Этого надо избегать категорически. Не должно быть у людей ужаса, когда они взяли вашу газету и просто испугались: какие-то там трупы, могилы, разруха и так далее. Должен быть баланс между позитивными и негативными иллюстрациями в вашей газете, текстом, содержанием. И обязательно самая крупная иллюстрация на первой полосе должна быть позитивной, ни в коем случае не негативной. Она может быть разной, различный образ силы, который связан с КПРФ, в виде «Авроры», в виде мускулистых представителей КПРФ и так далее, но обязательно позитивной.

Обязательно надо давать некие фотографии действий коммунистов. У людей есть такая ассоциация: коммунисты ходят

с красными флагами, несколько раз в год проводят демонстрации, возлагают цветы к памятнику Ленину и т.д. Надо показать, что коммунисты не только ходят с красными флагами, а борется. Например, снос москвичами забора вокруг незаконной стройки, перекрытие улицы и так далее. Это тоже связано с борьбой с точечной застройкой, это комсомолку 16-летнюю куча сотрудников полиции избивает.

Ещё один вопрос.

Здесь нет сотрудников полиции, которых можно узнать, лица видны. Как выйти из положения? Они же не дадут нам согласие использовать изображение. Закрываются лица чёрными прямоугольниками, они неузнаваемы, и можно их использовать. Но чтобы у людей не было недоумения, почему же закрыты лица чёрными прямоугольниками, напишите: закон запрещает нам показывать лица сотрудников правоохранительных органов. Фотография показана. Но закон соблюден.

Допустима определённая доля юмора в наших агитационных газетах. Например, был 6-й номер на выборах у КПРФ в избирательном бюллетене — у комсомолки размер бюста 6. Но будьте осторожны, имейте в виду, всё-таки наш электорат достаточно консервативный, есть пожилая часть электората, его нельзя шокировать. Поэтому далеко не все шутки, которые можете придумать и найти в интернете, приемлемы.

Вопрос юридической безопасности. Нужно иметь в виду, что за вашу агитационную газету вас могут снять с выборов, если вы допустите в ней определённые нарушения. Как этого избежать? Опять-таки у вас будут люди, которые станут делать газеты, будут юристы. Но, как сегодня было уже не раз сказано, с выборов снимут, если что, вас, а не юриста вашего, не редактора вашей газеты. Поэтому на всякий случай просматривайте всё и помните о главных вещах, которые нельзя нарушать.

Вы знаете, что нужно брать согласие людей, если вы используете в агитационных материалах их изображения и их высказывания. Но есть, с другой стороны, норма, которая позволяет изображать кандидатов среди неопределённого круга лиц. То есть если есть кандидат, а рядом с ним другие

ВЫСТУПЛЕНИЕ
С.Н. АРТАМОНОВА

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

люди, даже если эти люди узнаваемы, можно с них не брать согласие, сказать, что это кандидат среди неопределённого круга лиц.

Иногда надо какой-то сюжет отобразить, например, митинг. Достаточно крупно видите группу людей, некоторых можно узнать. Как я вышел из этой ситуации, когда я эту фотографию публиковал? К одному из людей в первом ряду примонтировано лицо кандидата, который шёл по партийному списку. Всё. Можно сказать, что это не просто фотография каких-то людей, это кандидат среди неопределённого круга лиц, хотя на самом деле его там не было. На это можно пойти. Про детей вы, наверное, знаете: нельзя использовать изображения детей до 18 лет в предвыборной агитации, кроме ваших детей.

Следующая проблемная вещь – авторское право. Казалось бы, какое имеет отношение авторское право к выборам? Тем не менее в нашем маразматическом избирательном законодательстве за нарушение авторского права вас запросто могут снять с выборов, более того, это один из основных мотивов, по которому юристы из враждебных штабов пишут заявление на отмену вашей регистрации как кандидата. Поэтому надо здесь быть крайне осторожным. У всякого изображения есть автор, кто-то его сделал, его права не должны быть нарушены. Как с этим бороться? Во-первых, в ваших газетах должны быть ваши иллюстрации. Фотографии, которые сделала команда вашего предвыборного штаба, коллажи, которые они сделали, и так далее. Но их может не хватать.

Следующий вариант. Если какая-то картинка очень нужна, надо найти того, кто её сделал. Допустим, фотограф снял прекрасную панораму, с ним договориться либо бесплатно, либо заплатить, если заплатить в период кампании, то обязательно со средств избирательного счёта. И получить с него обязательно письменное заявление, что он даёт вам согласие на использование этого изображения в вашей предвыборной агитации. Только таким образом.

Следующий слайд. Использование иллюстраций старых, которым много лет. Смысл следующий. Сейчас, в 2016 году, можно безнаказанно использовать в предвыборной агитации, не получая согласия правообладателей, изображения людей, художников, фотографов, которые умерли до 1 января 1942 года. Запомните, пожалуйста, эту дату. Изображения тех творцов, которые оказали нам любезность, умерев до этого срока, можно свободно использовать. Со

всеми остальными, которые жили после, проблема. 70 лет после смерти автора плюс четыре года Великой Отечественной войны – есть в Гражданском кодексе оговорка, что если они творили во время Великой Отечественной войны, то срок на четыре года увеличивается. Поэтому получается эта дата – 1 января 1942 года. Раньше можно, позже – это уже проблема.

Многое можно проиллюстрировать даже с помощью картин старых мастеров, если давать правильные заголовки и так далее. Но имейте в виду ещё следующее. Даже если вы используете картину старого мастера, согласие его наследников получать не надо, но должно быть указано авторство. Право указания автора – оно вообще бессрочное, оно не кончается ни через 70 лет, ни через сколько. Не обязательно писать рядом, но можно написать хотя бы маленькими буквами, что в газете использован фрагмент картины такого-то художника, которая так-то называется. Обязательно это сделайте, хоть маленькими буквами, но чтобы это было.

Часто берутся фотографии из интернета. В этом большая опасность, потому что у любой фотографии из интернета, у картинки есть автор. Конечно, его бывает трудно установить. Попробуй, установи, кто первый сделал этот коллаж, где там Сталин нокаутирует Гитлера. Но тем не менее юрист из избирательного штаба ваших противников может написать заявление, что это он сделал этот коллаж в 2007 году, является его автором, а вы его взяли из интернета без его согласия на использование, и потребует снятия с выборов. Как с этим бороться? Если берёте что-то из интернета, какую-то картинку, пусть её ваши верстальщики обязательно модифицируют. В данном случае, картинка, с одной стороны, исходная, с другой стороны, использована в газете. Картинка отзеркалена, перевёрнуто изображение в другую сторону, и убран ряд деталей. С одной стороны московский Кремль виднеется, с другой стороны его нет. Можно добавить какие-то другие детали. Если вы берёте картинку из интернета, обязательно её модифицируйте, это вы себя в значительной степени обезопасите.

Фотография Лукашенко, он говорит: я член Компартии великодержавной СССР, я был и остаюсь гражданином СССР, не собираюсь предавать свои идеалы. Хорошо, конечно, может такая фотография смотреться в вашей агитационной газете, такой текст. Казалось бы, использовать невозможно, потому что, ясное дело, у Лукашенко вы согласия не получите. Запрет на использо-

вание в агитации иностранных граждан. На самом деле, можно использовать только в последние 28 дней избирательной кампании. Делается следующее. Выпускаете газету, зарегистрированное СМИ, например, партийную газету, спецвыпуск. Выкупаете в ней часть печатной площади, размещаете свои агитационные материалы, доплачиваете из фонда, обязательно материалы эти обводите в рамки, в рамках пишете, что этот материал оплачен избирательным фондом. А на оставшейся площади в этой газете можете размещать любые материалы, где не будет прямой агитации, где выборы не упоминаются, конкуренты не упоминаются. Какая агитация? Никакой агитации нет, но материалы будут работать на идею газеты и усиливать эффект. Тут можно разместить и Лукашенко с цитатами, и несовершеннолетних, практически все запреты нарушить. Вам за это ничего не будет, в худшем случае что-то будет газете. Но вы отвечаете только за ту печатную площадь, которую вы оплатили. Фотография женщины, бросившейся на высоковольтные провода, фотографии несовершеннолетних детей, фотография этой певички и так далее. Это явно нарушения, но это размещается вот таким образом, на неоплаченной из вашего избирательного фонда печатной площади.

И последнее, что я хотел сказать, товарищи, это вопросы контрагитации. Если у вас будет жесткая кампания, с одной стороны, а с другой стороны, у вас будут ресурсы, позволяющие вести контрагитацию, не надо в основном это делать в вашей газете. Для того чтобы наносить удары по вашим основным конкурентам, которые угрожают вам, которые борются с вами за победу, лучше иметь отдельную газету. Потому что избиратели, конечно, плохо воспринимают, когда кандидаты обливают друг друга грязью, когда они начинают писать, какой там у него коттедж, да вот он там развёлся с женой, не платит алименты и так далее. В своей газете ни в коем случае нельзя это делать. Если потребуется в кампании такого рода информация, то для этого надо иметь отдельную газету. Варианты какие? Либо выдвинуть своего кандидата, подставного, но это путь для кампании с большими ресурсами. Вы выдвигаете ещё одного кандидата, он выпускает на себя агитматериалы, где громит ваших конкурентов, даже вас критикует, но вас критикует таким образом, что эта критика может быть только на пользу. Мол, что про этого кандидата говорить, он вообще сталинист, а ещё великий писатель Солженицын сказал, что Сталин 50 миллионов человек расстрелял. То есть он формально

ВОПРОСЫ ЮРИДИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРИ ПОДБОРЕ ИЛЛЮСТРАЦИЙ ДЛЯ АГИТАЦИОННЫХ ГАЗЕТ

■ Нельзя использовать изображения физических лиц без их письменного согласия (физическое лицо в данном случае - это любой человек, которого можно узнать на изображении).

■ Не разрешено использовать изображения кандидата «среди неопределенного круга лиц». Последнее означает, что если на изображении есть люди, лица которых достаточно хорошо видны, чтобы их можно было узнать, но рядом с этими людьми присутствует кандидат, то такое изображение можно использовать и без согласия этих людей. При этом желательно, чтобы люди, окружающие кандидата, не были широко известными персонами. С последних при использовании в агитации их изображений лучше брать письменное согласие в любом случае.

■ Нельзя использовать в агитации изображения физических лиц моложе 18 лет. Исключение сделано только для изображений кандидата со своими детьми.

■ Нельзя нарушать авторские права. За нарушение авторских прав кандидата могут снять с выборов. Можно утверждать, что сегодня жалобы на нарушение авторских прав – один из самых распространенных приемов, с помощью которых юристы из враждебных штабов пытаются снимать с выборов кандидатов и целые партийные списки.

■ Законодательство об авторских правах таково, что в 2016 году можно без письменного разрешения использовать только произведения (в том числе фотографии, картины, карикатуры) тех авторов, которые умерли до 1 января 1942 года (об исчислении этого срока смотри главу 1281 Гражданского кодекса РФ). Но и в этом случае при использовании произведения в агитации нужно указать его название и автора.

■ Для использования в агитации всех иллюстраций, авторы которых не умерли до 1 января 1942 года, надо так или иначе решать вопрос с авторскими правами.

То есть можно использовать в агитации картинку или фото, автор которых дал кандидату письменное разрешение на такое использование.

Можно также использовать фото и картинки, автором которых является кандидат или члены его команды (то есть люди, которые, при необходимости, безусловно дадут письменное согласие на использование их авторского произведения).

Можно использовать также такие картинки из интернета, авторство которых едва ли возможно установить. В интернете множество графических «мемов», созданных анонимными авторами. Но в этих случаях нужно быть крайне осторожными. Любую даже вроде бы анонимную картинку, взятую из интернета, перед использованием в агитации желательно как-то модифицировать: «отзеркалить», удалить или добавить какие-то детали, изменить ракурс с помощью плагина Andromeda для Photoshop и т.п.

■ Для обхода ограничений на использование изображений, которые налагает избирательное законодательство, в период, который начинается за 28 дней до дня голосования, можно использовать следующий эффективный прием. Выпускайте агитгазету в юридической форме СМИ, зарегистрированного не менее чем за один год до официального начала избирательной кампании. В этой газете из вашего избирательного фонда оплачивайте только ту часть материалов, которые явно содержат предвыборную агитацию. Для понимания, что именно законодатель относит к предвыборной агитации, читайте статью 48 Федерального закона «Об основных гарантиях избирательных прав...». Оплаченные из фонда материалы должны быть соответствующим образом маркированы и обязательно обведены рамкой. А на остальной площади газеты можно размещать материалы, формально не содержащие агитации, но на самом деле несущие важную агитационную нагрузку.

Именно с помощью такого приема в агитационной газете был размещен материал, приведенный на стр. 14 («Рост цен и тарифов...»). А ведь в этом материале имеются и изображения физлиц (без их согласия), и фото несовершеннолетних.

■ Нужно также иметь в виду, что все указанные жесткие ограничения на использование изображений начинают действовать только после официального начала избирательной кампании (то есть после официального опубликования решения о назначении выборов). А газеты, выпускаемые до этого момента, свободны от большинства из этих ограничений.

Впрочем, обязанность соблюдать авторские права для СМИ действует всегда. Но до официального начала кампании ответственность за нарушение авторских прав несет не кандидат, а газета. Что не так страшно. Ведь кандидат за нарушение авторских прав может быть снят с выборов, а газета в самом худшем случае отделается финансовыми санкциями. Кроме того, зная, что снять кандидата с выборов еще нельзя, в этот период юристы соперников, как правило, и не занимаются жестким юридическим прессингом в сфере авторских прав.

**СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ**

вас критикует, но на самом деле работает на вас своей критикой. Либо вариант другой, иметь запасную газету для того, чтобы использовать её для контрагитации.

Оптимально вам для избирательной кампании надо иметь три зарегистрированные газеты. Одну для агитации за себя, одну для контрагитации, одну резервную, когда первую газету контрагитационную закроют за нарушения на выборах. А вы тут же запускаете следующую. Но это не такая уж проблема. В регионе всегда есть несколько зарегистрированных газетных брендов, их там люди раз в год выпускают малым тиражом, считается, что это зарегистрированные СМИ. Этих людей можно найти. Обычно это невысокого пошиба политические аферисты, стоят они недорого, договаривайтесь с ними и их газету используйте для своей контрагитации, чтобы свою газету никакой грязью не мазать.

Это всё, что я хотел сказать, уважаемые товарищи. Удачи на выборах!

**П.М. ТАРАСОВ,
член ЦК КПРФ, заведующий
сектором отдела ЦК КПРФ
по организационно-партийной
и кадровой работе:
«Передовой опыт ведения
листовочной кампании
и «агиткубов»**

Планировал наоборот. Сначала начать всё-таки с плакатов, это более привычно.



ЗАДАЧА ПРЕДВЫБОРНОГО ПЛАКАТА

- ✓Повышение узнаваемости кандидата
- ✓Визуальное присутствие в избирательной кампании
- ✓Привлечение симпатии избирателей



СОДЕРЖИТ:

- ✓Фото кандидата
- ✓Фамилия, имя
- ✓Название партии и/или логотип

ДОПОЛНИТЕЛЬНО:

- ✓Тезисы программы
- ✓Биографические данные

Я думаю, нам всем понятно, для чего нужен плакат. То есть это задача, во-первых, повышения узнаваемости кандидата, его фамилия, фотография в первую очередь. Поэтому это основная часть нашего плаката как минимум на начальном этапе. Когда мы заклеиваем все заборы, всех бродячих собак своими плакатами, мы делаем это не просто потому, что нам так захотелось, а потому что наша задача – чтобы мы присутствовали в кампании. Но про это уже говорилось, почему это нужно. Если повезло с фотографией, то тогда, конечно, и привлечение симпатий избирателей. Но это если повезло.

КАК НАДЕЖНО ПРИКЛЕИТЬ ПЛАКАТ?

ПЛОХО



ХОРОШО



Дополнительная информация. То есть краткая биография, избирательная программа, результаты протестной деятельности. На самом деле это интересно только тому человеку, который подошел к плакату посмотреть. Мелкий текст издали не виден. Вы просто отойдите на десять метров от плаката. Если вы увидели свою фотографию,

прочитали фамилию, это нормальный плакат. Если вы этого не увидели, то избиратель этого тоже не увидит. То есть вы заклеили место на стене. Может быть, вы просто скрыли трещину в стене – вот единственная польза от этого плаката.

плакат. Оторвали уголок, ничего страшного, у вас фамилия там большим кеглем, даже если последнюю букву фамилии оторвали, это не меняет узнаваемости. Поэтому здесь экономить не надо. Да, у вас расход клея будет большой. Но те люди, которые клеят

плакаты, вам обходятся в разы дороже, чем клей. Нужно понимать, что один дополнительный проход людей стоит дороже, чем все затраты на клей.

Я немножко по технологии не объяснил. Смотрите, мы проходим валиком сначала прямо по стене. По технологии, конечно, надо сначала мазать плакат, но это муторно, грязно и неудобно. Да, мы результативность немножко снижаем, мы мажем прямо по стене, шлёпается плакат, прокатывается вторым валиком, резиновым. Когда нам не



хватало валиков на группу, мы прямо тем же валиком с клеем мазюкали. Клея много не остается. Но лучше так не делать, он грязным выглядит после этого. Прижимной валик стоит копейки.

С.П. ОБУХОВ: Ещё раз. Намазали стену, прицепили плакат и резиновым валиком закрепили. Клея не жалеем.

П.М. ТАРАСОВ: Я скажу прямо, мы понимаем, нам нужно выглядеть хорошо. Но это повышение рейтинга. Базовая проблема

Что с точки зрения решения нашей задачи. Наша задача – чтобы этот плакат у нас висел, чтобы через час, два, через сутки этот плакат не содрали. Для этого нужно плакат приклеивать по всей поверхности. Мы очень любим из экономии либо зигзагом, либо просто по периметру плаката проклеить – шлёпнули, вроде висит. Но нужно понимать, что таким образом приклеенный плакат даже голыми руками сдирается достаточно легко, а при наличии острого инструмента или шпателя это дело нескольких секунд. То есть вопрос просто зависит от навыка того, кто сдирает. Если же мы нормально приклеили плакат по всей поверхности, то этот плакат содрать достаточно сложно. Если клей полимеризовался, то после этого время, которое тратится на сдирание плаката, намного больше, чем вызов человека, который придёт с новыми плакатами другого кандидата и будет поверх их наклеивать. А большая часть потерь плакатов – это именно на сдирании. Потому что не всегда маршруты ваши с агитаторами противника совпадают. Ситуация, когда перевес десятикратный, тяжела, там уже мало что сделаешь. А когда перевес незначительный, то это большей частью дворники и все остальные, которые просто отодрали. Вы проклеились, чтобы у вас прошло время схватывания до момента их прохода. Всё. У вас приклеенный по всей поверхности

наших кандидатов – это отсутствие узнаваемости. У вас может быть просто роскошный стопроцентный рейтинг, но если у вас узнаваемость ноль, то и результат у вас будет на выборах ноль. У нас были случаи, когда около подъезда нет, например, просто доски объявлений. Мы прямо на стену клеили. Мы понимаем, что это вызовет отторжение. Мы разумно идём на этот ход. Но нет вариантов.

ВЫСТУПЛЕНИЕ П.М. ТАРАСОВА

ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ

Основные требования

- ✓ Работа в группах по 2 человека
- ✓ На 8-10 групп – машина с клеем и плакатами
- ✓ Отслеживание сохранности плакатов

Характерные цифры

- ✓ Группа 2 человека
- ✓ Смена 5 часов
- ✓ Расклеено 200 плакатов
- ✓ Израсходовано 15 кг клея

СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ

Да, понимаем, что это выглядит плохо. Были случаи, когда нам приходилось на встречах говорить: давайте договоримся, после выборов мы сюда с командой приходим, ваш двор отмываем, очищаем от подтёков. Варианта, чтобы отказаться от размещения нашей агитации, нет.

но, один человек несёт ведро с клеем, в другой руке — два валика. В принципе, рук для этого хватает. Это, как правило, мужчины, потому что запас клея в начале похода достаточно увесистый. Второй человек ходит с плакатной сумкой и, собственно, прикладывает плакат, то есть технология такая:

один человек мазнул, второй подошёл — приложил.

С.П. ОБУХОВ: Товарищи, я хочу пояснить, почему мы пригласили Тарасова. Никто лучше в Москве, кроме него, плакаты не клеит. Плакаты Тарасова в Лефортово висят до сих пор. Выборов уже нет два года, а Тарасов висит. Вот для этого специально вызван человек, у которого уникальный опыт в партии. Слышали технологию? Она очень проста, никто вам больше о ней не расскажет, каких бы политехнологов вы ни вызывали за 150 миллионов

рублей или за 200 миллионов.

П.М. ТАРАСОВ: Сергей Павлович, я вам больше скажу. У меня до недавнего времени, с 2008 года, с муниципальных выборов плакат висел. С 2009 года висят плакаты с выборов в Мосгордуму.

Повторяю, работают по два человека. Желательно машину-кормушку ставить, чтобы люди не таскали всё с собой, чтобы запас клея и запас плакатов был в машине. Если маленькое количество групп, то, соответствен-

Вот, смотрите, важный вопрос выбора плотности бумаги. Если мы берём бумажку тоненькую, ну для плаката это хорошо, потому что бумага мелованная — не обычная бумага, она прилегает ровно ко всем изгибам. Плюс очевидный, она и клеем пропитывается, и облегает всю поверхность. При этом смотрится он немножко прожжёванным. Но отодрать его практически невозможно. Отодрали — о н немножко изгибом отодрались. Толстый плакат смотрится глянцевым, хорошо. Он гладенько идёт. Но при этом его отодрать целиком легче, особенно подковыривая чем-то. То есть здесь вопрос компромисса.

С.П. ОБУХОВ: 90 грамм.

П.М. ТАРАСОВ: Не факт. Он смотрится плохо. Лучше золотую середину. Опять же зависит от условий. Если жёсткая кампания, вас просто отдерут в момент. Если по-нормальному хочешь, чтобы на картинку поработать, можно толще. Возьмём посерединке. В принципе, проще клеем регулировать. Опять же это от клея много зависит, насколько он промачивает бумагу, сколько мы его расходует, как мы его прижимаем.

С.П. ОБУХОВ: Рекомендации от штаба.

П.М. ТАРАСОВ: Давайте 150 грамм выберем для базы.

По технологии, как это нам нужно делать. Работает группа по два человека. Собствен-

СКОТЧ И САМОКЛЕЙКИ

СКОТЧ	САМОКЛЕЙКИ
✓ Внутри подъездов	✓ Компактность
✓ На дверях	✓ Незаметность
✓ Используем диспенсер	✓ Работа с волонтерами
✓ Приклеивать с 4 сторон	✓ Цена

СТИКЕР

✓ Узнаваемость фамилии	✓ Фонарные столбы
✓ Работает как логотип	✓ Водосточные трубы
✓ Универсальность	✓ Агитация противника

но, машина стоит, бригадир вместе с группой выходит. Если у вас будет 10 групп, то машина катается, чтобы они не бегали за машиной. Это чисто технологические приёмы.

Дальше. Иногда бывает необходимость приклеить плакат так, чтобы он срывался без серьёзных усилий, как бы это странно ни звучало. Это обычно бывает там, где это

вызывает отторжение, либо на входную дверь, либо внутри подъезда, тогда работаем, как правило, со скотчем. Он легче всего снимается, но при этом нельзя давать воз-

По агитационным кубам. На самом деле это сборно-разборная конструкция, которая состоит из двухметровых металлических трубок, а по граням натягиваются баннеры.

Палатка или агиткуб?

Палатка	Агиткуб
 ▪ Агитация за список ▪ Статичное содержимое	 ▪ Универсальность ▪ Большая площадь ▪ Простота в сборке

Агиткубы практически вытеснили традиционные палатки по целому ряду причин. Первая, ключевая. Палатка имеет лишь статичное содержимое. Как правило, это лишь партийная символика. Если на списочной кампании палаткой можно пользоваться, то для одномандатника это, скорее, балласт.

Агитационный куб имеет ряд преимуществ. Во-первых, это универсальность, то есть мы, в принципе, можем любую информацию, которая нам понадобилась, туда разместить.

В случае, если что-то срочное произошло, мы можем часть граней куба заменить. И это, в общем-то, вопрос динамический, то есть мы не привязаны к тому, что задумали на старте.

И, естественно, простота сборки. В отличие от палатки, которую далеко не все наши партийные товарищи осваивают сразу, куб сложно перепутать. 12 палок одинаковые, уголки одинаковые. Как понимаете, куб собрать не сложно.

Что имеет смысл разместить на сторонах куба?

возможности снимать его слишком легко. Мы просто диспенсером со всех четырёх сторон проклеиваем, то есть человек, которого это очень сильно раздражает, он ключом серединку отклеивает и снимает плакат.

А если человек просто идёт на работу или с работы и его раздражает висящий плакат, но он не готов заняться этим целенаправленно, тогда плакат останется висеть. То есть мы не портим стену, мы не портим подъезд, но при этом плакат у нас висит. Про диспенсер, я думаю, всем понятно.

Мелкий стикер, просто с фамилией, больше ничего не нужно. По-хорошему, мы просто знакомим с кандидатом, просто фамилию шлёпаем, как говорится, куда попало.

Второй стикер, о котором хочу сказать. Этот способ начали использовать сторонники нашего штаба. Это особенно важно тогда, когда мы не можем попасть в стеклянные стенды на остановках. Понятно, что ни в коем случае это не должен быть штаб нашего кандидата. Зачем нам лишние приключения?

Могу сказать, что вариант этот стал просто популярным, жители сами это разбирали, даже те, кто не готов был брать нашу агитацию. Неизвестные сторонники даже сомневались, хватит ли 5-тысячного тиража или придётся заказывать дополнительные стикеры. В принципе, они расходятся хорошо. Мы, к сожалению, не в начале кампании об этом задумались, но, в принципе, могу пойти шире.

Что разместить на кубе?

- ✓ Фамилия и имя кандидата
- ✓ Большую фотографию
- ✓ Логотип партии
- ✓ Тезисы программы
- ✓ Слоганы и лозунги
- ✓ Контакты штаба
- ✓ Сбор подписей
- ✓ Поле для наказов
- ✓ Общественная кампания



В первую очередь, фамилию кандидата и его фотографию, точно так же, как на плакатах. Задача – обеспечить узнаваемость. Пока нас не знают, бороться за рейтинг глупо. К сожалению, наша основная задача – узнаваемость. Хорошо, когда у нас 60 процентов, как нам сказали, на начало кампании.

С.П. ОБУХОВ: Ну, нет этого, на выборах губернаторов нет этого.

СЕМИНАР-
СОВЕЩАНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ
КОМИТЕТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ОТДЕЛЕНИЙ
КПРФ

П.М. ТАРАСОВ: Я слышал про наши установки, поэтому я за это немножко цепляюсь.

на доставку, на сборку и разборку будет гораздо больше.

16 квадратных метров агитационной площади. Сравнивайте с баннерами, с билбордами – эти вещи проплачиваются.

Какие выводы? Агиткубы – это одна из достаточно новых вещей в деле организации избирательной кампании, но опыт показывает их эффективность при установке на пикетах с большим потоком людей. Агиткубы сейчас используют не только те, кто начинали, например, Навальный и прочие. Сейчас агиткубы используют все, от ПАРНАСа до «Единой России». Партия власти использует кубы всё больше и больше.

Агиткубы – это один из необходимых элементов избирательной кампании.

С.П. ОБУХОВ: Спасибо, дорогой Паша, мы тебе желаем успехов.

Товарищи, будем завершать. К сожалению, мы не заслушали вопросы контроля, Волкова. Смотрим это всё на нашем сайте. Мы не заслушали Михальчука, не заслушали очень умные мысли по контркампании. Тоже презентация сделана. Не заслушали

Дальше размещаем всё остальное, то есть это может быть партийный логотип, это может быть лозунг кампании, желательны контакты штаба. Это все идёт на том же лицевом баннере, чтобы это было прямо связано с кандидатом. Если вы повесите лицо кандидата на одном баннере, а телефон на другом, все будут считать, что кандидат свои телефоны не оставил. А если там будет указан городской телефон, на котором в раз неделю сидит бабушка из штаба, человек будет считать, что это телефон кандидата.

Желательно тезисы программы указать на одном из боковых баннеров. В принципе, оставшиеся баннеры заполняем по необходимости. Можно указать общественную кампанию, можно там сбор подписей поставить. В принципе, есть места, где сложно сделать, чтобы человек смотрел на лицевую сторону, поэтому фотографию кандидата, его фамилию лучше на обе стороны ставить.

По организации работы с кубами. На кубе обычно работают по два-три человека. У нас были ситуации, когда мы на подписях по одному человеку ставили, но это достаточно тяжело. Группу из четырёх человек лучше разделить на два куба, потому что всё-таки функционал человека – это в первую очередь сторожить куб. Это нужно понимать. Второе, это раздача нашего материала.

Кубы, естественно, доставляются на машинах на точки. Задача – выстраивание логистики. Чем больше, тем эффективнее. За счёт этого сразу же вывод, что неинтересно ставить куб на два часа. У вас затрат

ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ

Основные требования

- ✓ Размещение в местах с высокой проходимостью
- ✓ На кубе по 2-3 человека
- ✓ Доставка кубов на точку и обратно – на машине
- ✓ Одна машина на 3-5 точек

Характерные цифры

- ✓ Сборка куба – 15-20 минут
- ✓ Смена 4-5 часов
- ✓ 16 кв.м. агитационной площади
- ✓ Стоимость – около 10 тыс. руб.

ИТОГ

- ✓ Агитационный куб позволяет существенно увеличить эффективность агитпикетов
- ✓ Кубы уже активно использует большая часть активных партий, от РПР-ПАРНАС до «Единой России»
- ✓ Кубы – один из необходимых элементов избирательной кампании

Елагина, его информация представлена по электоральной географии.

Мы, к сожалению, всех не смогли сегодня заслушать. Наверное, я был плохим спикером, но в следующий раз мы это сделаем лучше.

Мы вас вооружили всем самым современным. Мы вам будем помогать, но также будем с вас спрашивать.

На этом мы заканчиваем нашу встречу. Всем вам победы! Желаю, чтобы весь этот зал пересел в зал заседаний Государственной думы.

Ещё раз всем нам победы!

Содержание

I. ИНФОРМАЦИОННОЕ СООБЩЕНИЕ	3
II. ИЗ ДОКЛАДОВ И ВЫСТУПЛЕНИЙ СЕМИНАРА-СОВЕЩАНИЯ	4
Г.А. Зюганов: «О политической ситуации в России и задачах партии на современном этапе».....	4
И.И. Мельников: «Ключевые задачи в предвыборной кампании 2016 года»	10
В.И. Кашин: «Развитие протестного движения – залог наших побед»	15
Д.Г. Новиков: «Идеологическая борьба в год нарастания социально-экономических проблем и парламентских выборов. Задачи КПРФ»	19
В.Ф. Рашкин: «Задачи организационно-партийной и массово-политической работы партии в условиях обострения предвыборной борьбы»	23
Ю.В. Афонин: «Укрепление организационно-партийной и кадровой вертикали в преддверии федеральных выборов 2016 года»	29
М.С. Костриков: «Задачи агитационно-пропагандистской работы отделений КПРФ в свете избирательных кампаний 2016 года».....	32
Заключительное слово Г.А. Зюганова	36
III. ЭКСПЕРТНЫЕ ВЫСТУПЛЕНИЯ, МАСТЕР-КЛАССЫ И ОБМЕН МНЕНИЯМИ	40
Вступительное слово Г.А. Зюганова.....	40
С.П. Обухов: «Проект концепции общефедеральной избирательной кампании КПРФ-2016 и её сопряжение с концепциями кампаний кандидатов КПРФ, выдвигаемых КПРФ в одномандатных избирательных округах».....	45
Е.И. Колюшин: «Законодательные особенности организации выборов депутатов Государственной думы Федерального собрания Российской Федерации седьмого созыва»... ..	59
А.Е. Клычков: «Опыт победы в одномандатном избирательном округе»	65
Е.В. Никулина: «Особенности финансирования избирательной кампании в одномандатном избирательном округе в ходе выборов депутатов Государственной думы Федерального собрания Российской Федерации седьмого созыва»	76
А.Н. Васильцова: «Перемены в массовых настроениях и их учёт в избирательной кампании. Специфика российского электората».....	80
С.Н. Андриянов: «Информационный портал Центрального штаба КПРФ по выборам (2016кп.рф) – основная коммуникационная платформа, обеспечивающая организационно-технологическое и методологическое сопровождение избирательных кампаний»	87
О.В. Бондаренко: «Роль федеральных и региональных СМИ в избирательной кампании-2016 в одномандатном округе»	93
С.А. Чикирёв: «Особенности подготовки документов, связанных с выдвижением и регистрацией кандидатов – что нужно знать кандидатам»	101
В. Шапинов: «Реализация избирательной стратегии, технологическая карта эффективной избирательной кампании»	109
А.В. Ведрусов: «Создание информационных поводов».....	113
Е.В. Козин: «Применение современных интернет-технологий в избирательных кампаниях»..	119
С.Н. Артамонов: «Предвыборная газета в округе. Новый опыт и новые тенденции» ...	123
П.М. Тарасов: «Передовой опыт ведения листовочной кампании «агиткубов».....	134

СОДЕРЖАНИЕ

