

*АНАЛИЗ АГИТАЦИОННОГО МАТЕРИАЛА НА ВЫБОРАХ 2015 ГОДА***Е.А. ТИМОФЕЕВА, А.В. КАНКИНА, Н.Ю. БЕЛИКОВА**

*Кубанский государственный технологический университет,
350072, Российская Федерация, г. Краснодар, ул. Московская, 2.
электронная почта: zhenya.timofeeva.96@mail.ru, Anastationkan@mail.ru*

В статье рассмотрен агитационный материал партий «КПРФ» и «Справедливая Россия», опубликованный в ходе предвыборной агитации по выборам депутатов Городской Думы Краснодара VI созыва и Губернатора Краснодарского края 2015 года. На основе данных выявлены «сильные» и «слабые» стороны материала оппозиционных партий.

Особый интерес на взгляд авторов вызывает вопрос: «Чем агитационный материал одной партии отличается от другой?»

В процессе анализа были задействованы три вида агитационного материала: листовка, интернет сайт и газета двух партий. Авторы считают, если в процессе исследования им удастся проанализировать агитационный материал представленных партий, то удастся оценить их качество, масштаб, цвет, а также выявить "сильные" и "слабые" стороны и понять, как влияет агитационный материал на выбор граждан.

Делается вывод о том, что партия «КПРФ» незначительно опередила партию Справедливая Россия в связи с тем, что имела в числе своих кандидатов молодых представителей. При анализе было выявлено, что на агитационных материалах представлены молодые кандидаты, поэтому в числе голосовавших граждан много студентов и молодежи.

Ключевые слова: политическая партия, кандидат, выборы, агитационный материал.

Изучение студентами предвыборной агитации преследует несколько целей. Образовательная цель включает в себя: ознакомление студентов с основами избирательного права, с PR-технологиями, применяемыми в избирательном процессе. Воспитательная цель предполагает выработку у студентов твердой гражданской позиции, позволяющей осознанно принимать участие в выборах различного уровня и референдумах, формирование ответственности за сделанный выбор [1].

Предвыборной агитацией называют деятельность, осуществляемую в период избирательной кампании и имеющую целью побудить или побуждающую избирателей к голосованию за кандидата, кандидатов, список кандидатов или против него (них) либо против всех кандидатов (против всех списков кандидатов).

Федеральным законом от 12.06.2012 №67-ФЗ (ред. от 05.04.2016) «Об основных гарантиях избирательных прав и прав на участие в референдуме граждан РФ» (ст.49 «Агитационные периоды») установлено, что правомерная предвыборная агитация (агитационный период) начинается со дня выдвижения кандидата, списка кандидатов и создания соответствующего избирательного фонда. Со дня начала избирательной кампании и до дня выдвижения кандидата, списка кандидатов и создания, соответствующего избирательного осуществляемая в любой форме предвыборная агитация со стороны потенциального кандидата, является противоправной (противозаконной) [2].

В Российской Федерации 13 сентября 2015 года в единый день голосования прошли выборы кампании различного уровня, включая выборы глав субъектов Федерации и выборы депутатов законодательных органов государственной власти в субъектах РФ [3].

В Краснодарском крае проходили выборы депутатов Городской Думы Краснодара VI созыва и Губернатора Краснодарского края. На пост губернатора были заявлены кандидаты от нескольких партий, среди которых: «Единая Россия», «КПРФ», «Справедливая Россия», «ЛДПР».

Результатом голосования на пост Губернатора Краснодарского края стала победа Вениамин Кондратьев, набравшего 83,64% голосов. Он был кандидатом от партии «Единая Россия». Данная партия является известной населению, поэтому вызывает доверие у граждан. «Единая Россия» в своей агитации использует наиболее приемлемые и действенные средства, такие как: буклеты, листовки и газеты, качество которых является приятным; телевизионные ролики, которые позволяют оповестить массовую аудиторию. Также Интернет сайт и реклама в нем, позволяют охватить еще больше населения.

Кандидат от партии «КПРФ» Николай Осадчий получил 7,88% голосов. От партии «Справедливой России» кандидат Андрей Руденко набрал 3,18% голосов избирателей. Кандидат от партии «ЛДПР» Сергей Фисюк набрал 1,89% голосов.

Разница между результатами «КПРФ» и «Справедливая Россия» незначительная. Результаты выборов очень близки у этих партий. Поэтому для анализа агитационного материала были выбраны эти партии. Какие новые элементы в агитационных материалах использовали «КПРФ» и «Справедливая Россия»? Существует ли разница в оформлении агитационных материалов этих партий?

В данной статье авторы постарались дать ответы на эти вопросы, проведя анализ агитационного материала партий «КПРФ» и «Справедливой России».

С целью выявить, какими же способами достигается эффект убеждения и побуждения к определенному выбору кандидата, нами были проанализированы политические листовки, Интернет сайт, агитационная газета различных кандидатов и политических партий: КПРФ и «Справедливая Россия».

Листовка – наиболее подходящий жанр для эффективного оперативного информирования аудитории о происходящих событиях (митинге, акции), призыва к конкретным действиям или донесения до избирателей основных положений программ партий и кандидатов. Этот жанр политической рекламы не требует больших затрат, мобилен, позволяет быстро доносить до избирателя изменения в кампании кандидата [4].

Листовка кандидата в Губернаторы от партии «Справедливая Россия» заставляет избирателя невольно остановиться на ней взглядом стилем оформления: цвет букв и фон подобраны так, что напоминают изображение российского флага. Также используется разный размер и стиль шрифта, с помощью этого приема подчёркиваются важные моменты текста, такие как имя и фамилия кандидата, призывной тезис: «Достойную жизнь – каждому жителю Кубани!»

Содержание листовки интересно своим размером 10*15 см, который является компактным и удобным; также на оборотной стороне имеется бланк обращения граждан в народную приемную кандидата в Губернаторы Краснодарского края. Это дает возможность избирателям сформулировать наказ кандидату. Листовка партии «Справедливая Россия» обладает элементом обратной связи с избирателями.

Листовка кандидата в Губернаторы Краснодарского края от партии «КПРФ» заставляет обратить на себя внимание. Агитационный материал выполнен в красно-белых тонах, что является традиционным цветом для КПРФ. Можно сделать вывод, что слоган листовки удачен, призывает к единению и сотрудничеству «Краю нужны перемены!». Наличие большого размера портрета кандидата, позволяет гражданам запомнить его и в дальнейшем отдать свой голос на выборах. Крупный размер шрифта на листовке, помогает с легкостью прочесть информацию общественности.

Своей листовкой партия привлекает внимание, заставляет задуматься, несёт в себе важную для избирателей информацию и побуждает к голосованию именно за данную партию.

Во-первых, эффективность политической рекламы КПРФ достигается с помощью необычного, привлекающего внимание, дизайна: листовка стилизована под газету советских времён. Большинство граждан, голосовавших за данную партию, преклонного возраста и этот стиль им знаком.

Во-вторых, большое количество графических объектов (фотографии депутатов, символика самой партии), расположенных так, что они не отвлекают внимание от текста, а наоборот структурируют его.

В-третьих, следует наличие молодого кандидата, что способствует привлечению голосов молодежи. Преимущество, в котором выигрывает партия «КПРФ» – это наличие их нового направления, связанного с молодежью. Это обеспечивает партии поддержку со стороны молодого населения.

Также, листовка данной партии отличается лаконичностью, в ней даны краткие сведения о кандидате и его программа, оформленная в виде маркированного списка черным шрифтом.

Недостатком данной листовки является ее размер 21*30 см. Листовку такого размера можно использовать только на стендах, что является не совсем удобным для граждан.

Идеальная листовка – та, в которой сочетаются и яркое оформление, и содержательность текста, и стилистические приёмы, и эпатаж, как, например, <http://ntk.kubstu.ru/file/1062>

листовки от кандидатов партий КПРФ и «Справедливая Россия». Листовки воздействуют непосредственно на избирателей, поэтому являются важной частью избирательной кампании. В ней особенно важны простота изложения и внешняя привлекательность, способные привлечь внимание. В противном случае она пойдет в мусорную корзину, лишь нанося ущерб бюджету кандидатского фонда.

Следующий аспект, который рассматривают авторы в своем анализе стали сайты партий.

Интернет сайт – электронный инструмент агитации, позволяющий повлиять на общественность.

Интернет сайт партии «КПРФ» является доступным, где граждане могут найти интересующую их информацию об активности партии. Сайт партии выполнен в красно-белых тонах, что является традиционным цветом партии. Он привлекает внимание граждан и лучше ими усваивается. Наличие истории партии, где дается подробное описание устава партии, программы, контактной информации, также вся информация о каждом кандидате. Описаны мероприятия, в которых принимала участия партия, сопровождается фотографиями и видео.

На сайте ежеминутно появляется новая информация о деятельности и жизни партии, это позволяет гражданам отслеживать и работы партии.

Партия на своем веб-сайте предоставляет возможность общественности пополнить свои ряды в любом регионе. Это позволяет избирателям стать частью команды.

Главным достоинством интернет-сайта данной партии является отсутствие рекламы. Партия заинтересована в том, чтобы информацию просматривали как можно больше граждан страны, поэтому чистит сайт от ненужной для народа рекламы.

Единственный недостаток интернет-сайта данной партии – отсутствие обратной связи, то есть возможности комментировать. Может быть, с одной стороны это и правильно, чтобы не разводить ненужные для партии дискуссии.

Сайт партии «Справедливой России» содержит все необходимую информацию для граждан, имеет приятную и успокаивающую желто-белую гамму, и удобное оформление сайта, что располагает общественность к данной партии. Сайт имеет описание истории партии, где написан устав партии, контактная информация, программа. Партия располагает информацией о каждом кандидате вместе с их фотографиями. Это создаётся, чтобы граждане знали за кого они голосуют.

Сайт содержит раздел «Газета», в котором есть все электронные выпуски печатных газет, благодаря которому, население может знать какую печатную продукцию выпускает данная партия.

Данная партия использует современные технологии общения. В частности на интернет-сайте партии «Справедливая Россия» имеются ссылки для социальных сетей. Партия сделала попытку сближения с молодежной средой, которая пользуется социальными сетями.

Следующий аспект, используемый в анализе стали газеты, выпускаемые партиями.

Агитационная газета – один из действенных агитационных печатных СМИ вместе с листовкой. Отличительной особенностью является наличие развернутой и обширной информации.

Анализируемые в статье газеты были выпущены накануне выборов. Газета партии «КПРФ» размером 29*41 см является традиционно красно-белых тонов. Это уже вызывает ассоциации у населения именно с данной партией. В газете имеется символика партии, выделена наиболее крупно и красным цветом, что создает отличительную черту от другой печатной продукции. На главной странице расположен портрета лидера данной партии и слоган, выделенный жирным шрифтом красного цвета: «За достойную жизнь», который является убеждающим фактором, призывающий прочесть, что же предлагает данная партия для улучшения жизни населения.

В газете преобладают фотографии и информационные статьи. Они объединены общей тематикой газеты и связаны между собой по смыслу.

Присутствуют интервью и мнения, как лидера, так и рядовых членов партии. Это позволяет донести информацию о жизни и деятельности партии, до той группы общественности, у которой нет возможности получать информацию через интернет.

Однако газета имеет несколько недостатков. Прежде всего, это низкое качество бумаги, из которой выполнена газета. Из-за этого газета быстро изнашивается и не может долго храниться.

Во-вторых, небольшой объём газеты, как правило, состоит из 4 листов, сопровождающихся рекламными объявлениями. По сути, необходимой информации о партии мало.

Печатное издание «Справедливой России» размером 30*45 см., состоящее обычно из 4-6 страниц отличается своей приятной цветовой гаммой. Преобладание желтого и голубого цвета располагает граждан к чтению газеты. Наличие фотографий, в том числе и лидера партии, позволяет общественности запомнить кандидата. В газете присутствует биография и интервью кандидата от «Справедливой России». Таким образом, избиратели могут узнать о кандидате, о его взглядах и мировоззрении, также получить информацию о его программе, о проделанной работе партии в целом. На главной странице располагается символика партии, которая является традиционным элементом.

Одним из достоинств газеты данной партии является интересная подача материала. Информация излагается в виде комикса, что становится новым и неординарным для избирателей.

Таким образом, проанализировав агитационный материал партий «КПРФ» и «Справедливая Россия» можно определить их достоинства и недостатки. У «Справедливой России» был выявлен ряд преимуществ: удобный размер листовки, наличие обратной связи на обратной стороне листовки и на официальном сайте, с акцентом на молодежь с помощью перехода с сайта на страницы в социальных сетях. «КПРФ» выделила для себя новую целевую аудиторию – молодежь и неизменность своим традициям является главными достоинствами партии. К недостаткам агитационного материала партии

«КПРФ» можно отнести: размер листовки, отсутствие обратной связи на сайте и листовке.

ЛИТЕРАТУРА

1. Беликова Н.Ю. Учебно-деловая игра как образовательная технология в высшей школе. // Инновационные процессы в высшей школе. Материалы XIX Всероссийской научно-практической конференции. – Краснодар: Изд. ФГБОУ ВПО КубГТУ, 2013. С. 159.

2. Федеральный закон «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» от 12.06.2002 № 67-ФЗ.

3. Центральная Избирательная комиссия РФ. Выборы в субъектах Российской Федерации 13 сентября 2015 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/>

4. Лисовский С.Ф. Политическая реклама. М.: ИВЦ «Маркетинг», 2000. С. 256.

REFERENCES

1. Belikova N.Ju. Uchebno-delovaja igra kak obrazovatel'naja tehnologija v vysshej shkole. // Innovacionnye processy v vysshej shkole. Materialy XIX Vserossijskoj nauchno-prakticheskoj konferencii. – Krasnodar: Izd. FGBOU VPO KubGTU, 2013. P. 159.

2. Federal'nyj zakon «Ob osnovnyh garantijah izbiratel'nyh prav i prava na uchastie v referendume grazhdan Rossijskoj Federacii» ot 12.06.2002 № 67-FZ.

3. Central'naja Izbiratel'naja komissija RF. Vybery v sub"ektah Rossijskoj Federacii 13 sentjabrja 2015 goda [Jelektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/>

4. Lisovskij S.F. Politicheskaja reklama. M.: IVC «Marketing», 2000. P. 256.

*ANALYSIS OF CAMPAIGN MATERIAL FOR ELECTION IN 2015***E.A. TIMOFEEVA, A.V. KANKINA, N. YU. BELIKOVA**

*Kuban State Technological University,
2, Moskovskaya st., Krasnodar, Russian Federation, 350072;
e-mail: zhenya.timofeeva.96@mail.ru, Anastationkan@mail.ru*

In the article the analysis of the propaganda of the Mother of the party "Communist Party" and "Fair Russia", published during the election campaign for election of deputies of the City Duma of Krasnodar VI convocation and the Governor of the Krasnodar Territory. On the basis of this material revealed "strong" and "weak" side of the fabric of the opposition parties. Of particular interest is the author's opinion raises the question: "The propaganda material of one party is different from the other and how it affects the community?"

In an analysis of the material, we have been involved in all three types: a leaflet, internet site and newspapers on both sides of parties. The authors believe that if in the course of study they will be able to analyze the propaganda material submitted by the parties, it will be possible to evaluate the quality, scale, color, and also to identify "strong" and "weak" side and to understand how propaganda material impact on citizens

The conclusion is that the party "Communist Party" slightly ahead of rival party in connection with the fact that she had among its young representatives of the candidates. Analysis revealed that campaign materials are presented the young candidates, so the number of people who voted many students and young people.

Keywords: political party, candidate, election, campaign materials.