

**Предложения по организации общественной поддержки Б.Н.Ельцина на президентских выборах 1996 года.**

Основными движущими силами при достижении поставленной цели - проведении успешной выборной кампании Президента Российской Федерации должны стать комитеты общественной поддержки (КОП) и институт доверенных лиц, организационные формы, характер и механизм работы которых предложены ниже (приложения №1,2).

**Штаб по проведению избирательной кампании Президента Российской Федерации (Штаб) и комитеты общественной поддержки (КОП).**

Центром организации предвыборной кампании является созданный в настоящее время общероссийский Штаб (руководитель - О.Н.Сосковец).

Для обеспечения взаимодействия с деятелями науки, культуры и искусства, политическими партиями и общественными объединениями на федеральном уровне создается общероссийский комитет общественной поддержки Президента, председатель которого (С.А.Филатов) является заместителем руководителя Штаба.

Состав федерального КОП формируется существующим Штабом и Администрацией Президента из числа авторитетных политических и общественных деятелей, представителей науки и культуры, промышленников и предпринимателей, желательны - выходцев из регионов. Работа КОП является частью деятельности федерального Штаба и не предполагает создания самостоятельной оргструктуры.

Комитеты общественной поддержки Президента (КОП) на выборах также образуются на уровне субъектов Федерации. Характер их деятельности и состав участников при этом варьируются в зависимости от электоральных предпочтений и особенностей политического спектра в регионах. К участию в работе региональных комитетов поддержки целесообразно привлекать авторитетных представителей администрации и депутатского корпуса (Государственной Думы и субъектов федерации), предпринимателей, руководителей предприятий, а также - партий и движений корпоративного толка, действующих на местах. Образование региональных КОП целесообразно начать на месяц-полтора раньше, чем проведение консультаций с руководством политических партий и движений

на федеральном уровне, т.к. мнение последних далеко не всегда определяет позицию отделений партий и движений на местах.

Руководство работой штаба субъекта Федерации осуществляет доверенное лицо Президента, в свою очередь руководитель КОП является заместителем начальника штаба соответствующего уровня.

### Доверенные лица

Работа с доверенными лицами Б.Н.Ельцина на предстоящих президентских выборах должна складываться из 3-х этапов:

- I - формирование списка доверенных лиц;
- II - учеба намеченных доверенных лиц;
- III - организация работы доверенных лиц.

I. В представленном варианте Списка (приложение №3) определены более 200 объектов деятельности: территорий, отраслей народного хозяйства, общественных объединений и др., представлять и курировать которые в период предвыборной кампании, должны доверенные лица Б.Н.Ельцина. Таким образом, оптимальный вариант формирования списка - иметь 200 доверенных лиц Б.Н.Ельцина, каждый из которых по конкретному направлению осуществляет агитационную и организаторскую деятельность.

В ходе формирования Списка возможны дополнения и изменения по направлениям работы доверенных лиц.

Список разбит на три основные группы:

- 1. - Регионы,
- 2. - Политические партии и общественные объединения,
- 3. - Промышленная и социальная деятельность.

Предварительную работу по наполнению Списка конкретными фамилиями предлагается провести:

по I группе - Управлению по взаимодействию с политическими партиями, общественными объединениями, фракциями и депутатами палат Федерального Собрания совместно с Управлением по работе с территориями Администрации Президента Российской Федерации.

Управление по взаимодействию с политическими партиями, имея опыт работы с представителями не только Московской, но и региональной политической элиты, формирует проект окончательного Списка кандидатов в доверенные лица с учетом предложений Управления

Администрации Президента по работе с территориями. Обязательным условием при формировании проекта Списка является проведение консультаций с главами ветвей власти субъектов Федерации, особенно с главами исполнительной ветви власти Республик. Кандидатуры доверенных лиц в краях, областях и автономных округах Российской Федерации целесообразно согласовывать с главами межрегиональных ассоциаций экономического сотрудничества, ввиду наличия четко сложившейся в них иерархии. Кроме того, результаты выборов в Государственную Думу Федерального Собрания Российской Федерации 1995 года показали, что институт представителей Президента Российской Федерации в субъектах Федерации не может быть основой для проведения избирательной кампании, тем более Президентской. Таким образом формирование института доверенных лиц в регионах только из представителей Президента - путь наиболее легкий, но заранее проигранный.

по 2 группе - Управлению по взаимодействию с политическими партиями, общественными объединениями, фракциями и депутатами палат Федерального Собрания Администрации Президента Российской Федерации, а также Департаменту по взаимодействию с Федеральным Собранием и общественными организациями Аппарата Правительства Российской Федерации.

Работая непосредственно с политическими партиями, общественными объединениями и организациями, используя опыт выборной кампании в Госдуму-96 и зная активистов общественно-политического движения, данные исполнители способны подобрать достойных кандидатов в доверенные лица Б.Н.Ельцина.

В ходе проработки кандидатур по данной группе возможно увеличение количества доверенных лиц от политических партий участвовавших в выборах депутатов в Госдуму-96.

по 3 группе - Аппарату Правительства Российской Федерации.

По данной группе Списка Аппарат Правительства Российской Федерации сможет оказать наибольшее содействие в подборе кандидатур доверенных лиц, а также уточнить направления их деятельности, как по отраслям народного хозяйства, так и по отдельным крупным предприятиям отечественной промышленности.

Предлагаемая схема наполнения списка позволит сформировать коллектив наиболее представительных и активных доверенных лиц Б.Н.Ельцина на предстоящих президентских выборах 1996 года.

II. Опыт проведения избирательных кампаний показывает, что важнейшим элементом повышения эффективности кампании является проводимая в течении всего периода учеба кадров, которая также преследует цель организации единой творчески взаимодействующей команды кандидата.

Программа учебы доверенных лиц (руководителей кампании) включает в себя 3 основных блока.

1 - ознакомление слушателей с основными направлениями политического и экономического развития России.

Должны быть организованы встречи слушателей с помощниками и советниками Президента Российской Федерации, министрами Российской Федерации и другими деятелями государства.

2 - освещение обязанностей доверенных лиц кандидата в Президенты Российской Федерации.

С учетом опыта избирательной кампании общественно-политического движения "Наш дом - Россия" особое внимание будет уделено навыкам общения с аудиторией, методам воздействия на групповое сознание, особенностям формирования политического имиджа кандидата.

3 - выступление перед слушателями ведущих специалистов, владеющих технологиями проведения избирательных кампаний в России.

Специальному обсуждению подвергнутся организация штаба, работа со средствами массовой информации, организация поездок кандидата, работа с добровольцами и другие актуальные вопросы проведения избирательной кампании.

Организация и финансирование учебной и организационно-кадровой работы предусматривается в период с февраля по май 1996 года включительно.

III. В первую очередь следует организовать взаимодействие доверенных лиц (руководителей кампании) с ответственными за сбор подписей, активистами и добровольцами.

Для исключения ненужной конкуренции между доверенными лицами кандидата в Президенты Российской Федерации (доверенными лицами по регионам, по отраслям народного хозяйства, социальной сфере и др.) необходимо строго придерживаться принципа единоначалия, исходя из территориального деления Федерации. Вся полнота ответственности за проведение выборной кампании в регионе должна быть возложена на

доверенное лицо кандидата в Президенты Российской Федерации от субъекта Федерации.

Типовая структура штабов проведения кампании должна быть разработана Управлением по взаимодействию с политическими партиями, общественными объединениями, фракциями и депутатами палат Федерального Собрания Администрации Президента Российской Федерации и доведена до доверенного лица кандидата в Президенты Российской Федерации по каждому региону.

Доверенное лицо кандидата в Президенты Российской Федерации, - руководитель штаба выборов, в предложенной схеме должен обладать комплексом соответствующих качеств:

- пользоваться авторитетом у подавляющего большинства руководителей органов власти, общественности региона;
- быть способным обеспечить постоянное организационное и информационное взаимодействие внутри самого штаба выборов в субъекте Федерации, между региональным и центральным штабом.
- обладать психологией лидера;
- иметь свою команду соратников-единомышленников и уметь использовать потенциал уже сложившихся коллективов.

#### Окружные штабы и местные отделения КОП в регионах

Для осуществления эффективной общественной поддержки кандидата представляется целесообразным организовать помимо штабов в субъектах Российской Федерации и отделения КОП в районах, городах и сельских населенных пунктах. К работе указанных отделений КОП привлекать представителей органов местного самоуправления.

Кроме того, представляется возможным создание дополнительного уровня организации избирательной кампании в виде региональных (окружных) КОП и штабов, курируемых главами (заместителями глав) администраций. Отделения КОП должны замыкаться на КОП при штабе поддержки кандидата в субъекте Федерации, который осуществляет организационное руководство и информационное взаимодействие.

Особое внимание следует уделить отделениям КОП в регионах с преимущественно аграрным населением, где позиции реформаторских сил наиболее уязвимы. Поэтому считаем целесообразным максимально задействовать в работе данных отделений представителей сельской интеллигенции.

### **Взаимодействие Штабов и КОП с общественными объединениями.**

В зависимости от политической ориентации общественных объединений возможны 4 стратегии взаимодействия:

1. С партиями и движениями, твердо решившими поддержать кандидатуру Президента на выборах, необходимо в оперативном порядке провести переговоры о возможных формах взаимодействия. В ряде случаев целесообразно пойти на включение руководства движения в состав центрального избирательного штаба или на их назначение доверенными лицами кандидата. Кроме того, особый упор следует сделать на привлечение активистов этих объединений на региональном уровне.

2. С партиями и общественными объединениями реформистской ориентации, не определившими своего отношения к Президенту, взаимодействие должно выстраиваться в зависимости от того, насколько их позиция может повлиять на возможные итоги голосования. С наиболее крупными объединениями целесообразно провести консультации.

3. По отношению к партиям и движениям "демократической оппозиции" следует, соблюдая внешнюю корректность, постараться максимально ослабить их инфраструктуру на региональном уровне - вплоть до привлечения наиболее способных организаторов и активистов под "крышу" региональных общественных комитетов поддержки Президента. Сделать это не столь уж сложно, особенно сейчас, когда значительная часть регионального актива этих объединений не прошла в Думу и теперь винит в неудачах свое центральное руководство.

4. По отношению к объединениям, составляющим базу поддержки кандидатов от коммунистической и национал-патриотической оппозиции, отношения должны строиться исходя из задачи максимальной локализации их деятельности на низовом и федеральном уровне. Особое место на этом направлении займет работа по блокированию процесса объединения оппозиционных сил и содействию деятельности кандидатов-самовыдвиженцев от оппозиции, раскалывающих коммунистический электорат.

## Приложение № 1.

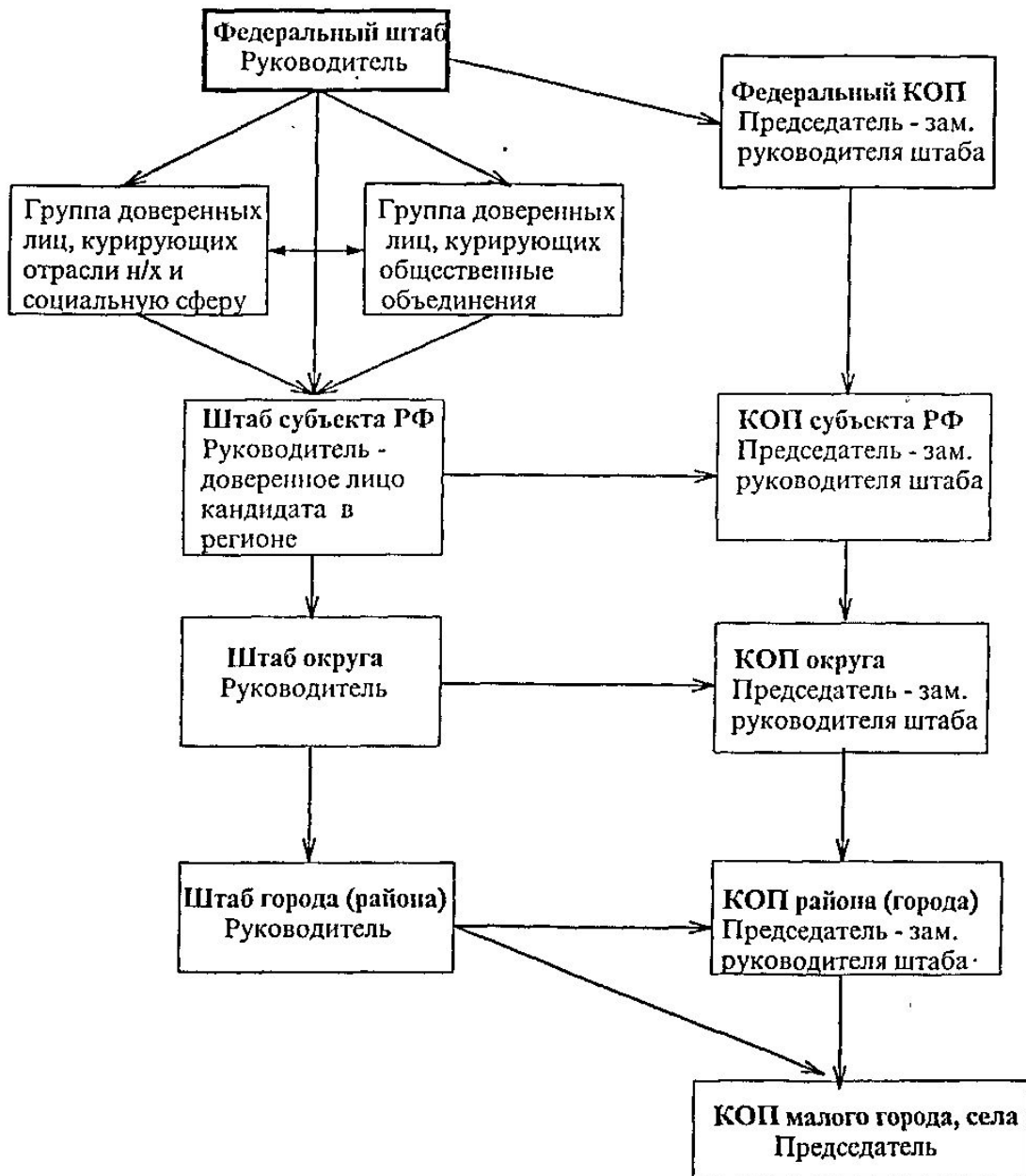
## План работы по организации деятельности Комитетов общественной поддержки кандидата в Президенты РФ Б.Н.Ельцина.

	Мероприятие	Время проведения	Организаторы	Контроль
1	Обращение трудовых коллективов предприятий, партий и общественных объединений с просьбой о повторном выдвижении кандидатуры Б.Н.Ельцина на пост Президента РФ.	январь	Федеральный штаб	
2	Объявление о принятии Президентом РФ Б.Н.Ельциным решения о выдвижении своей кандидатуры на второй срок	10.02.95-20.02.95	Президент РФ	
3	Формирование федерального КОП	до 15.02	Федеральный штаб, АП РФ	
4	Подготовка типовой структуры регионального штаба, ее утверждение в федеральном штабе	до 10.02	АП РФ	
5	Подбор кандидатур руководителей региональных штабов и КОП с субъектах РФ.	до 10.02	Главы администрации субъектов РФ, представители Президента РФ	Федеральный штаб, АП
6	Организация и проведение учебы доверенных лиц кандидата в Президенты (руководителей штабов и КОП)	по отдельному графику	АП РФ	
7	Организация штабов в субъектах Российской Федерации	до 15.02	Федеральный штаб	

8	Проведение учредительных собраний или конференций КОП субъектов РФ, их регистрация	до 15.02	Региональные штабы по организации предвыборной кампании	Федеральный штаб, АП
9	Проведение учредительных собраний региональных (окружных) КОП, формирование штабов в составе КОП	до 25.02	Региональные (окружные) штабы	Штаб КОП субъекта РФ
10	Сбор и сдача подписей в поддержку кандидатуры Б.Н.Ельцина	до 1.03.	КОП субъектов РФ, федеральный штаб	
11	Регистрация Б.Н.Ельцина кандидатом в Президенты РФ	до 5.05	Федеральный штаб	
12	Проведение учредительных собраний районных и городских КОП	до 15.03	Окружные штабы	Штаб КОП субъекта РФ
13	Проведение учредительных собраний КОП в средних и малых городах, районах.	до 25.03	Окружные штабы, главы районных администраций	Окружные штабы, КОП
14	Совещание редакторов районных и городских газет в г.Москве	вторая декада мая	Администрация Президента России	Федеральный штаб
15	Заявления трудовых коллективов о поддержке кандидатуры Б.Н.Ельцина и выступления в местных СМИ	февраль-июнь	Окружные и районные КОП	Штабы субъектов РФ



Схема взаимодействия штабов по организации предвыборной кампании и комитетов общественной поддержки (КОП) Б.Н.Ельцина



<b>СПИСОК ДОВЕРЕННЫХ ЛИЦ В.Н.ЕЛЬЦИНА НА ПРЕЗИДЕНТСКИХ ВЫБОРАХ 1996 ГОДА</b>				
№№ п/п	Сфера деятельности	ФИО, г/р	занимаемая должность	Примечание
1	2	3	4	5
	<b>От регионов:</b>			
	<b>От субъектов Российской Федерации:</b>			
1	Адыгея			
2	Алтай			
3	Башкортостан: а.			
4	б.			
5	Бурятия			
6	Дагестан			
7	Ингушетия			
8	Кабардино-Балкария			
9	Калмыкия			
10	Карачаево-Черкессия			
11	Карелия			
12	Коми			
13	Марий Эл			
14	Мордовия			
15	Якутия			
16	Северная Осетия			
17	Татарстан: а.			
18	б.			

1	2	3	4	5
19	Тува			
20	Удмуртия			
21	Хакасия			
22	Чечня			
23	Чувашия			
24	Алтайский край: а.			
25	б.			
26	Краснодарский край: а.			
27	б.			
28	Красноярский край: а.			
29	б.			
30	Приморский край: а.			
31	б.			
32	Ставропольский край: а.			
33	б.			
34	Хабаровский край			
35	Амурская область			
36	Архангельская область			
37	Астраханская область			
38	Белгородская область			
39	Брянская область			
40	Владимирская область			
41	Волгоградская область			
42	Вологодская область: а.			
43	б.			

1	2	3	4	5
44	Воронежская область: а.			
45	б.			
46	Ивановская область: а.			
47	б.			
48	Калининградская область			
49	Калужская область			
50	Камчатская область			
51	Кемеровская область: а.			
52	б.			
53	Кировская область			
54	Костромская область			
55	Курганская область			
56	Курская область			
57	Ленинградская область			
58	Липецкая область			
59	Магаданская область			
60	Московская область: а.			
61	б.			
62	в.			
63	Мурманская область			
64	Нижегородская область:			
	а.			
65	б.			
66	Новгородская область			
67	Новосибирская область:			
	а.			
68	б.			

1	2	3	4	5
69	Омская область: а.			
70	б.			
71	Оренбургская область			
72	Орловская область			
73	Пензенская область			
74	Пермская область: а.			
75	б.			
76	Псковская область			
77	Ростовская область: а.			
78	б.			
79	Рязанская область			
80	Самарская область: а.			
81	б.			
82	Саратовская область			
83	Сахалинская область			
84	Свердловская область: а.			
85	б.			
86	Смоленская область			
87	Тамбовская область			
88	Тверская область			
89	Томская область			
90	Тульская область			
91	Тюменская область			
92	Ульяновская область			
93	Челябинская область: а.			
94	б.			
95	Читинская область			
96	Ярославская область			

1	2	3	4	5
97	Москва: а.			
98	б.			
99	Санкт-Петербург: а.			
100	б.			
101	Еврейская АО			
102	Агинский-Бурятский АО			
103	Коми-Пермяцкий АО			
104	Корякский АО			
105	Ненецкий АО			
106	Таймырский (Долгано-Ненецкий) АО			
107	Усть-Ордынский Бурятский АО			
108	Ханты-Мансийский АО			
109	Чукотский АО			
110	Эвенкийский АО			
111	Ямало-Ненецкий АО			
	<b>От Зарубежья:</b>			
112	страны дальнего зарубежья			
113	Украина, Белоруссия			
114	Казахстан			
115	Прибалтика			
116	остальные			

1	2	3	4	5
	<u>От общественных организаций и объединений:</u>			
	<b>Военно-патриотических и ветеранских:</b>			
117	ВОВ			
118	Ветеранов Афганистана			
119	Поисковые отряды, военно-исторические клубы, центры обучения допризывной молодежи			
120	Воинов запаса			
121	Родителей военнослужащих			
	<b>Объединений российского казачества:</b>			
122	Центр и Северо-Запад Российской Федерации			
123	Юг РФ			
124	Поволжье			
125	Урал			
126	Сибирь			
127	Дальний Восток			
128	стран ближнего зарубежья			

1	2	3	4	5
	<b>Молодежных и спортивных:</b>			
129	Студенчество			
130	Учащиеся средних-специальных УЗ			
131	МЖК			
132	Общественные объединения молодежи			
133	Спортивные общества			
	<b>Женских:</b>			
134	Общественные организации женщин России			
	<b>Обманутых вкладчиков:</b>			
135	Общественные объединения, союзы и организации вкладчиков			
	<b>Профсоюзных:</b>			
136	В системе ФНПР			
137	Независимые профсоюзы			
	<b>Экологических:</b>			
138	Природоохранные госорганизации			



1	2	3	4	5
139	общественные экологические организации, "зеленое" движение			
	<b>Социально уязвимых слоев населения:</b>			
140	Пенсионеры			
141	Ивалидов			
142	Домохозяек			
	<b>Национально-культурных и религиозных:</b>			
143	Православные			
144	Католики и протестанты			
145	Мусульмане			
146	Буддисты			
147	Объединения национальных меньшинств			
	<b>От политических партий:</b>			
148	Партии демократической ориентации			
149	Партии альтернативной направленности			

1	2	3	4	5
	<b>От промышленной и социальной сфер деятельности:</b>			
	<b>Производственные отрасли:</b>			
150	Энергетика			
151	Нефтедобывающая			
152	Нефтеперерабатывающая			
153	Химическая			
154	Угольная			
155	Газовая			
156	Строительство			
157	Металлургия			
158	Горнодобывающая			
159	Общее машиностроение			
160	Тяжелое машиностроение			
161	Легкая промышленность			
162	Торговля			
163	Сфера бытового обслуживания			
164	Медицинская промышленность			
165	Авиапром			
166	ВПК			

1	2	3	4	5
	<b>Социальная сфера:</b>			
167	Наука			
168	Образование			
169	ВУЗ			
170	Культура			
171	Здравоохранение			
172	Работники служб занятости и др.			
173	СМИ			
174	Журналисты			
	<b>Государственные служащие:</b>			
175	Сотрудники аппаратов федеральных органов власти			
176	Сотрудники налоговой инспекции и таможенной службы			
177	судов и прокуратуры			
	<b>Транспорт и связь:</b>			
178	Железнодорожный			
179	Воздушный			
180	Морской			
181	Речной			
182	Государственные организации связи			

1	2	3	4	5
	<b>Агропромышленный комплекс:</b>			
183	Производители сельхозпродукции			
184	Работники перерабатывающих предприятий АПК			
	<b>Предприниматели и работники частного сектора:</b>			
185	Финансово-промышленная группа			
186	Малый и средний бизнес			
187	Банки и биржи			
	<b>Предприятия:</b>			
188	РАО ЕЭС			
189	Газпром			
190	Росуголь			
191	Уралмаш			
192	ЗИЛ и АЗЛК			
193	ВАЗ, ГАЗ, УАЗ			
	<b>Военнослужащие:</b>			
194	Сухопутные войска			
195	ВМФ			
196	ВВС			

1	2	3	4	5
197	ВДВ			
198	Погранвойска			
199	МВД (милиция)			
200	МВД ВВ			
201	Служба безопасности и сотрудники МЧС			
202	ФСБ			
	<b>Спецконтингент:</b>			
203	СИЗО			

## ИНФОРМАЦИЯ

о ходе регистрации уполномоченных представителей избирательных объединений, избирательных блоков  
и инициативных групп избирателей, выдвинувших кандидатов на  
должность Президента Российской Федерации

по состоянию на 16 января 1996 года

№№ пп	Избирательное объединение, избирательный блок, инициативная группа избирателей  Сведения о кандидатах на должность Президента Российской Федерации	Дата и номер постановления ЦИК	Количество уполномоченных представителей в избирательном объединении, блоке, инициа- тивной группе	Номера регистрационных свидетельств
1	2	3	4	5
1.	<p><u>Инициативная группа избирателей</u></p> <p>АЛЕКСЕЕВ Александр Сергеевич, 29 января 1954 года рождения, председатель Национального объединения российских профсоюзов, проживает в городе Бологое Тверской области</p>	<p>13 декабря 1995 г. № 57/522-II</p>	7	с 1/1 по 1/7
2.	<p><u>Инициативная группа избирателей</u></p> <p>ЕЛЬЦИН Борис Николаевич - кандидат на должность Президента Российской Федерации на второй срок, 1 февраля 1931 года рождения</p>	<p>25 декабря 1995 г. № 62/544-II 28 декабря 1995 г. № 63/549-II</p>	5	с 4/1 по 4/5
3.	<p><u>Инициативная группа избирателей</u></p> <p>ЗАВИДИЯ Андрей Федорович, 3 ноября 1952 года рождения, президент концерна "Галанд", проживает в городе Москве</p>	<p>25 декабря 1995 г. № 62/545-II</p>	13	с 5/1 по 5/13

1	2	3	4	5
4.	<u>Инициативная группа избирателей</u>  РУЦКОЙ Александр Владимирович, 16 сентября 1947 года рождения, председатель Социал-патриотического движения "Держава", проживает в городе Москве	25 декабря 1995 г. № 62/546-II	17	с 7/1 по 7/17
5.	<u>Инициативная группа избирателей</u>  ЧЕЧЕВАТОВ Виктор Степанович, 15 апреля 1945 года рождения, командующий войсками Дальневосточного военного округа, проживает в городе Хабаровске	28 декабря 1995 г. № 63/547-II	25	с 2/1 по 2/25
6.	<u>Избирательное объединение "Общественно-политическое движение "Ассамблея национально-демократических и патриотических сил"</u>  РОМАНОВ Петр Васильевич, 21 июля 1943 года рождения, генеральный директор производственного объединения "Красноярский химический комбинат "Енисей", проживает в городе Красноярске	4 января 1996 г. № 65/555-II	15	с 3/1 по 3/15
7.	<u>Инициативная группа избирателей</u>  МАВРОДИ Сергей Пантелеевич, 11 августа 1955 года рождения, президент АООТ "МММ", проживает в городе Москве	9 января 1996 г. № 66/560-II	10	с 6/1 по 6/10
8.	<u>Инициативная группа избирателей</u>  КАЗАКОВ Леонид Андреевич, 7 декабря 1953 года рождения, советник по экономическим вопросам Саратовского фонда "Защита", проживает в городе Саратове	9 января 1996 г. № 66/552-II	1	8/1

1	2	3	4	5
9.	<u>Инициативная группа избирателей</u>  ЛОБАНОВ Александр Владимирович, 16 сентября 1960 года рождения, президент Российско-финского предприятия "Союз легковых машин", проживает в городе Улан-Удэ	12 января 1996 г. № 67/563-II	7	с 9/1 по 9/7
10.	<u>Инициативная группа избирателей</u>  ЕЛЬЦИН Борис Николаевич - кандидат на должность Президента Российской Федерации на второй срок, 1 февраля 1931 года рождения	15 января 1996 г. № 68/566-II	7	с 10/1 по 10/7
11.	<u>Инициативная группа избирателей</u>  ТУЛЕЕВ Аман-Гельды Молдагазыевич, 13 мая 1944 года рождения, председатель Законодательного Собрания Кемеровской области, проживает в городе Кемерово	15 января 1996 г. № 68/567-II	31	с 11/1 по 11/31
12.	<u>Инициативная группа избирателей</u>  АНПИЛОВ Виктор Иванович, 2 октября 1945 года рождения, главный редактор газеты "Молния", проживает в городе Москве	15 января 1996 г. № 68/568-II	21	с 12/1 по 12/21
13.	<u>Инициативная группа избирателей</u>  ВОЛКОВ Андрей Романович, 13 мая 1961 года рождения, временно не работающий, проживает в городе Москве	15 января 1996 г. № 68/569-II	5	с 13/1 по 13/5



1	2	3	4	5
14.	<u>Инициативная группа избирателей</u>  ЗЮГАНОВ Геннадий Андреевич, 26 июня 1944 года рождения, депутат Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации второго созыва, проживает в городе Москве	15 января 1996 г. № 68/570-II	32	с 14/1 по 14/32
15.	<u>Инициативная группа избирателей</u>  БОРОВОЙ Константин Натанович, 30 июня 1948 года рождения, председатель Партии экономической свободы, проживает в городе Москве	15 января 1996 г. № 68/571-II	6	с 15/1 по 15/6
16.	<u>Инициативная группа избирателей</u>  ПОПОВ Валерий Павлович, 6 июня 1949 года рождения, генеральный директор Научного Центра "Земля", проживает в городе Троицке Московской области	15 января 1996 г. № 68/572-II	4	с 16/1 по 16/4
17.	<u>Инициативная группа избирателей</u>  ЕЛЬЦИН Борис Николаевич - кандидат на должность Президента Российской Федерации на второй срок, 1 февраля 1931 года рождения	15 января 1996 г. № 68/573-II	10	с 17/1 по 17/10

Организационно-методическое управление

*Б. Песочнов*  
16.01.96.

*Моисей*  
16.01.96

04

## Программа организации и проведения предвыборной кампании "Президентские выборы-96".

Избирательная кампания Президента России 1996 года имеет ряд особенностей:

- во-первых, уникальность ее в том, что это - первые выборы президента в условиях реального выбора;
- во-вторых, к настоящему времени сложился низкий авторитет исполнительной власти;
- в-третьих, существует определенный багаж ошибок, просчетов в деятельности исполнительной власти, команды и лично лидера;
- в-четвертых, на подготовку, проведение и исход выборов способен повлиять относительно невысокий ресурс конкурентов на пост президента;
- в-пятых, в настоящее время имеется опыт проведения выборов 1995 года, дающего возможность учитывать опыт по их планированию и проведению: достижения, успехи и ошибки в ходе их проведения.

Предлагаемая ниже программа ориентирована на организацию предвыборной кампании действующего Президента. Она разработана с учетом опыта проведения предвыборных кампаний в стране (прежде всего собственного опыта участия в них) и за рубежом. На основе учета ошибок и просчетов в организации выборов 1993 и 1996 года нами предлагается модель повышения эффективности как отдельных акций, так и всей кампании в целом.

### Этапы кампании:

Подготовка  
Организация информационно-рекламной и пропагандистской деятельности

Основные направления организации и проведения предвыборной кампании на всех этапах:

### Информационно-аналитическое обеспечение:

1. Интеграция текущих и специальных предвыборных исследований:

- изучение (при помощи вторичного анализа баз данных проведенных исследований, организации систематического

мониторинга общественного мнения и настроений людей) политических установок и электоральных настроений людей;

2. Создание оперативной системы сбора и отслеживания информации о ситуации в регионах на период выборов, анализа факторов, способных повлиять на развитие предвыборной ситуации.

3. Диагностика имиджа Президента.

4. Диагностика имиджа претендентов - конкурентов.

5. Выработка и коррекция стратегии предвыборной кампании (ключевые рекламно-информационные идеи, слагаемые образа Президента, желаемого избирателям, принципы работы с субъектами федерации, руководителями в регионах, СМИ, ориентация специальных рекламно-информационных программ и акций), проработка вариантов ее применительно к конкретным регионам.

6. Выработка тактики предвыборной кампании (подготовка планов работы со СМИ, оригинал макетов, эскизов, текстов полиграфических, сувенирных и прочих и рекламно-информационных материалов и планов их распространения, графика проведения крупномасштабных предвыборных акций, визитов Президента).

#### Организационное обеспечение

1. Организация сбора подписей.

2. Разработка принципов и структуры центрального и региональных штабов организации проведения кампании.

3. Подбор и обучение кадров в центральные и региональные штабы.

4. Отбор консультантов и экспертов, информационное, методическое и материально-техническое их обеспечение.

5. Координация деятельности региональных руководителей, руководителей предвыборных штабов, консультантов, руководителей рекламных структур и групп агитаторов (групп реализации проектов), организационное оформление структур и определение системы взаимодействия между ними.

6. Контроль эффективности проведения предвыборных акций штабами, группами агитаторов и группами проектов.

**Материально-финансовое и техническое обеспечение  
работы центрального и региональных штабов  
предвыборной кампании.**

1. Расчет материальных и финансовых потребностей организации и проведения кампании:

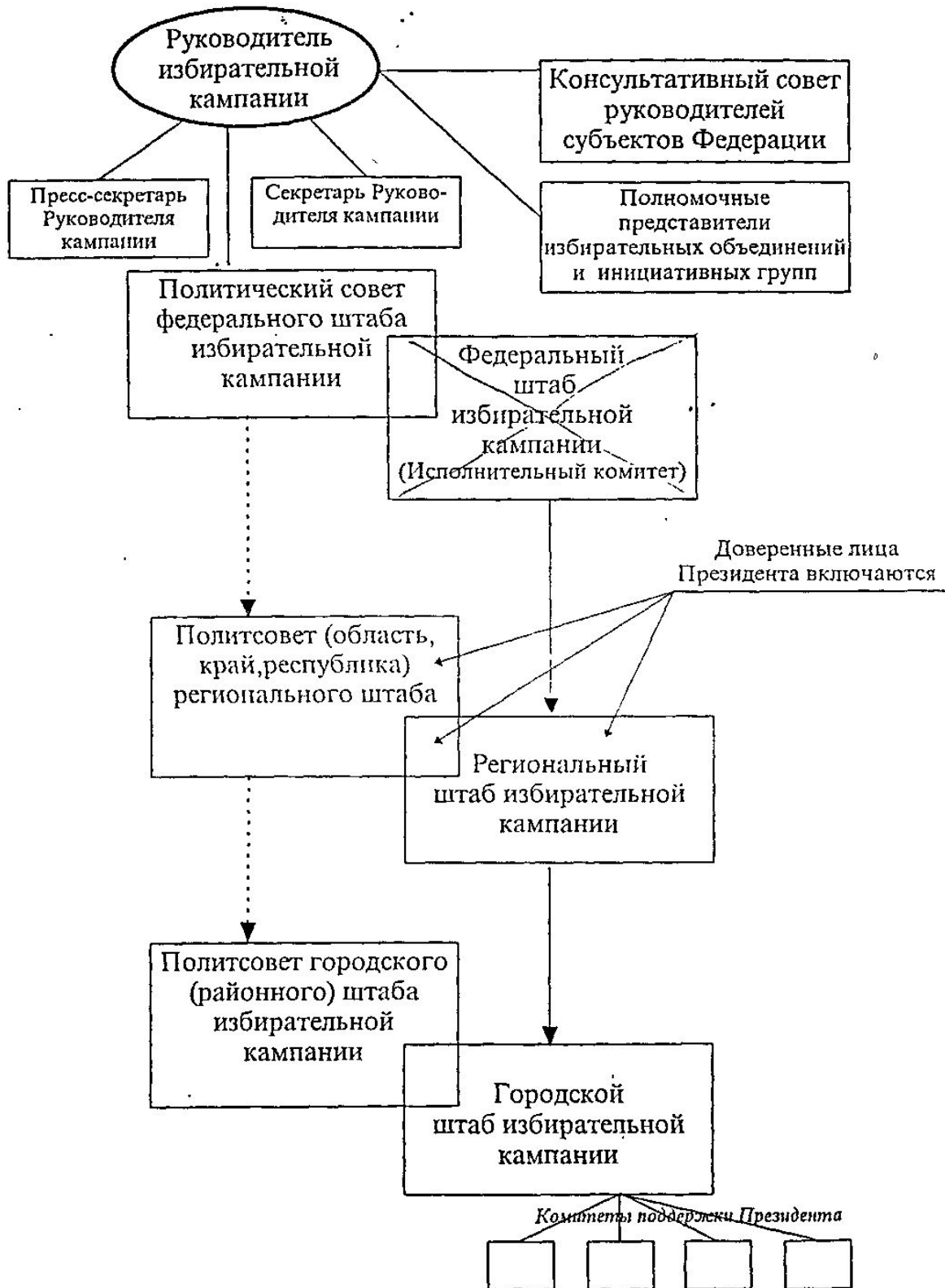
- функционирования центрального и региональных штабов;
- деятельности экспертов и консультантов;
- организации и проведения рекламно-информационных акций.

2. Выработка схем осуществления материально-финансового обеспечения кампании и методов контроля эффективности расходования средств.



План-график основных мероприятий по организации предвыборной кампании кандидата в Президенты РФ																
№ п/п	Задача	Февраль			Март				Апрель				Май		Июнь	
		1 нед	2 нед	3 нед	1 нед	2 нед	3 нед	4 нед	1 нед	2 нед	3 нед	4 нед	1 нед	2 нед	3 нед	4 нед
1	Подготовка и согласование плана-графика кампании	план кампании		детализация плана по подразделениям												
2	Работа Федерального Штаба избирательной кампании	формирование штаба, организация работы		работа штаба в основном режиме												
3	Формирование структур в регионах и крупных городах для ведения предвыборной кампании	организация региональных штабов избирательной кампании и комитетов поддержки				документное оформление штаба				работа штаба в режиме официальной предвыборной агитации				свертывание штаба		
4	Методическая работа	подготовка материалов по тематическим направлениям избирательной кампании и сбор пописок				методическая поддержка региональных штабов и комитетов поддержки										
5	Обеспечение юридической поддержки предвыборной деятельности	юридическая поддержка создания региональных штабов и комитетов поддержки				организация юридич. службы кампании				юридическая поддержка сбора пописков, мест и регионов кампании				юридическое обеспечение подведения итогов		
6	Определение источников финансирования и работа с ними, финансирование предвыборной кампании	определение источников финансирования				выборная работа с источниками финансирования				подготовка финансовых отчетов по избирательной кампании						
7	Привлечение специалистов к деятельности экспертных советов и работа экспертных советов	создание экспертных советов				разработка идеологической и пропагандистской концепции кампании				работа экспертных советов						
8	Разработка предвыборной программы и программных материалов	создание Программы действий по реализации нац. интересов граждан				разработка Программы действий кандидата				разработка программных материалов на основе Программы действий кандидата						
9	Проведение исследовательских работ	привлечение стартовых исследований				проведение исследований в целях обеспечения эффективности избирательной кампании										
10	Обучение доверенных лиц и функционеров штабов предвыборной кампании	обучение кадров центрального штаба				обучение руководителей и функционеров штабов регионов и крупных городов										
11	Федеральная помощь региональным кампаниям	выработка технологий работы в регионах				разработка плана помощи регионам				проведение дистанционных предвыборных консультаций, выездной помощи региональным штабам и комитетам						
12	Деятельность службы общественных связей	организация службы общественных связей				проведение презентационных мероприятий				проведение мероприятий с участием общественности						
13	Привлечение и создание коалиции избирательных объединений, общественных организаций и лидеров общественного мнения	проведение переговоров о создании коалиции				привлечение мероприятий в поддержку кандидата										
14	Организация и проведение Съезда представителей комитетов поддержки из регионов					подготовка и организация съезда				съезд						
15	Сбор подписей в поддержку кандидата	организация сбора подписей				сбор подписей				методическое обеспечение сбора подписей						
16	Оперативное реагирование на текущие события через СМИ	организация группы оперативного реагирования и механизма ее работы				оперативное реагирование на текущие события										
17	Косвенная пропаганда кандидата, формирование публичности (в т.ч. доверенных лиц)	подготовка к созданию косвенной пропаганды				трансляция косвенной пропаганды в центральный и региональный прессе				кандидат в пропаганде и эфирных СМИ						
18	Организация выступления доверенных лиц и лидеров общественного мнения в региональных и центральных СМИ					выступления в региональных тематиках				выступления доверенных лиц и лидеров общественного мнения в прямой предвыборной агитации						
19	Организация и проведение официальной предвыборной агитации кандидата	разработка программы предвыборной агитации				проведение предвыборной агитации										
20	Организация и проведение прямой политической рекламы кандидата в центр. и региональных СМИ	разработка и подача прямой политической рекламы в СМИ				прямая политическая реклама в СМИ										
21	Работа с аналитическими и информационными ресурсами	обеспечение подготовки аналитических материалов				подготовка и трансляция пропагандистских программ				подготовка и трансляция пропагандистских материалов на местах						

### Схема политического и оперативного управления избирательной кампании кандидата в Президенты Российской Федерации



## Сопроводительная записка к схеме политического и оперативного управления избирательной кампанией

*Основными принципами построения избирательной кампании являются следующие:*

### **четкое разделение политического и оперативного управления кампанией**

Разведение двух сфер принятия решений - политической и оперативной - позволяет строго выдерживать ведение кампании в заданном политическом русле, которое обеспечивается решениями политических фигур, и в то же время быстро и гибко решать текущие задачи кампании на оперативном уровне, чего требует высокий темп деятельности и стремительное изменение обстановки в предвыборной борьбе. Разведение сфер принятия решений осуществляется за счет структурного разведения центра принятия политических решений и аппарата их исполнения и наделения этих двух структурных звеньев различными функциями и полномочиями по принятию решений.

### **построение кампании по жесткой схеме управления сверху-вниз**

Особенностью проведения президентской кампании на такой большой территории как Российская Федерация и при наличии огромного количества ресурсов и политических сил является высокий уровень стихийности и неуправляемости событий и процессов. Компенсацией этого фактора может служить выстраивание системы управления сверху-вниз без какого-либо дублирования управленческих воздействий. Это обеспечивается через единую исполнительскую линию, в которой нижележащие звенья повторяют структуру вышележащих.

Предложенная схема управления избирательной кампанией обеспечивает реализацию этих принципов.

*Особенностями схемы управления являются следующие:*

1. Штаб избирательной кампании и Политический совет штаба на любом уровне разграничены по своим полномочиям в характере принимаемых решений. Политический совет включает политические фигуры, ответственные за выбор основных направлений ведения кампании (на федеральном уровне, региональном, городском и т.д.), а также за принятие ключевых решений по ведению кампании. Реализуемость принятых политических решений на исполнительском уровне обеспечивается за счет



- обязательного совмещения некоторыми лицами членства в Политическом совете и ответственности за ключевые должности в Штабе избирательной кампании. Подобная схема позволяет привлечь для ведения кампании авторитетные ведущие политические фигуры (политическая элита федерального и регионального уровней), которые в силу своей занятости или положения не могут посвятить себя полностью кампании, и, в то же время, привлекать квалифицированных специалистов и менеджеров в исполнительское звено.
2. Доверенные лица Президента на региональном уровне могут занимать ключевые позиции как в политическом звене управления, так и в исполнительском, в зависимости от их возможностей и личных ресурсов.
  3. Комитеты поддержки Президента подключаются в общую структуру управления кампанией на соответствующем уровне, в основном на низовом звене.
  4. Структура управления строится по территориальному принципу. Привлечение готовых отраслевых структур для управления в политических кампаниях представляется необходимым, но менее эффективным в силу того, что из-за возможного различия политических симпатий управленческая линия, выстроенная по отраслевому принципу, может терять ряд звеньев.
  5. Избирательные объединения (политические партии, общественные объединения) и инициативные группы избирателей через своих представителей подключаются к единой системе управления кампанией в соответствующих региональных или городских (районных) Штабах избирательной кампании.

В связи с вышесказанным можно отметить некоторые недоработки ранее представленной схемы Всероссийского общественно-политического координационного Совета по выдвижению и поддержке кандидата в Президенты Российской Федерации.

1. Недостаточно четко на структурном уровне отражено различие политического и оперативного управления. Отсутствует политическое управление на региональном и местном уровне и предусмотрено только исполнительское звено, тогда как региональная политическая элита будет принимать участие в избирательной кампании, но в то же время далеко не всегда будет посвящать себя оперативному управлению.
2. Доверенные лица Президента на региональном уровне не могут занимать промежуточной структурной позиции между Федеральным штабом избирательной кампании и региональными штабами, поскольку между двумя разного уровня штабами выстраиваются несколько параллельных линий управления в соответствии с направлениями предвыборной деятельности (пропаганда, финансы, сбор подписей, установление и

развитие общественных связей, методическое обеспечение, обучение и подготовка штабных кадров и т.д.). Региональные штабы, согласно предложенной схеме координационного совета находятся под двойным управлением: со стороны доверенных лиц и со стороны Федерального исполнительного комитета, - что будет приводить к управленческой неразберихе.

3. Реальная деятельность на местах дублируется через региональные предвыборные штабы и Комитеты поддержки президента, что значительно увеличивает финансовые затраты при снижении эффективности проведения самой кампании. Комитеты поддержки должны входить в единую управленческую вертикаль.

*В заключение необходимо отметить, что*

- управление избирательной кампанией по схеме, согласно которой не разводятся сферы принятия политических и оперативных решений, приводит к тому, что лица, занимающие ключевые позиции в исполнительной вертикали и уполномоченные в то же время принимать политические решения, делают это часто не согласовывая их друг с другом, что приводит на нижележащих управленческих звеньях либо к взаимной нейтрализации политических эффектов, либо к конфликту поставленных перед ними политических целей. Это заставляет исполнителей либо одну из них блокировать, либо предпринимать самостоятельно нечто третье, что вызывает хаос и несогласованность действий на оперативном уровне в целом. По подобному сценарию разворачивалась кампания "Выбора России" в 1993 г. Смещение политического и оперативного управления в кампаниях объективно допустимо для тех политических сил, где в качестве идеологической ценности признается единомыслие (например, коммунисты), в то же время для демократических и либеральных идеологий подобное смещение сфер принятия решений губительно.
- управление избирательной кампанией, где допускается дублирование управленческих вертикалей под предлогом увеличения мощностей задействованных ресурсов, приводит к значительным излишним финансовым затратам, что с успехом подтвердил опыт проведения кампании НДР в 1995 г.

Растяжников П.В.

**СТРУКТУРА ФЕДЕРАЛЬНОГО ШТАБА  
ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ (ИК)**  
(назначение и функции структурных подразделений)

**Руководитель Избирательной Кампании**

**Начальник Штаба Избирательной Кампании**

**Секретариат Руководителя Избирательной Кампании**

Ведет общее делопроизводство. Обслуживает приемную Руководителя кампании. Обеспечивает деятельность Руководителя кампании.

**Пресс-секретарь Руководителя кампании**

Устанавливает и поддерживает формальные и неформальные связи с редакторами СМИ, журналистами, руководителями информационных агентств. Готовит и организует публичные заявления Руководителя кампании. Осуществляет официальные контакты со СМИ от имени Руководителя кампании.

**Отдел кадров**

Осуществляет поиск, подбор и учет кадров для структуры избирательного штаба.

**Отдел внутренней безопасности**

Организует и проводит комплекс мероприятий по обеспечению безопасности избирательной кампании, отдельных подразделений и персонала. Обеспечивает защиту информации, курирует подбор кадров в структуры избирательного штаба и сбор информации об организациях, привлекаемых к работе на уровне подрядчиков.

**Группа мониторинга кампании и поддержки принятия решений**

Ведет мониторинг состояния избирательной кампании и системы управления избирательной кампанией.

Совместно с руководителями подразделений штаба и ведущими специалистами разрабатывает варианты стратегических и тактических решений по ведению кампании и управлению ею. Адаптирует вырабатываемые решения к реальным ресурсам и представлениям руководителей подразделений и ведущих специалистов.

Обеспечивает подготовку решений и доведение их до руководящих органов кампании.

Вырабатывает и поддерживает стиль взаимодействия руководителей подразделений и ведущих творческих сотрудников штаба как единой команды.

*информационной*  
**УПРАВЛЕНИЕ ~~ИНФОРМАЦИОННОЙ~~ ~~ПОЛИТИКИ~~ И  
ПОЛИТИЧЕСКОЙ ПРОПАГАНДЫ**

Обеспечивает всю информационно-аналитическую и пропагандистскую деятельность кампании.

**Отдел пропаганды**

Обеспечивает общее управление, координацию работы подразделений Управления и финансовый контроль.

Координирует взаимодействие между службами Управления информационной политики.

Организует подбор и обучение персонала Управления информационной политики.

Формирует и ведет заседания Совета по предвыборной агитации и пропаганде, а также Художественного Совета. *← N 1*

Формирует технические задания на проведение конкурсов по созданию пропагандистских материалов. *← N 2*

Определяет тематику материалов прямой и косвенной пропаганды.

Организует привлечение лидеров к выступлениям в СМИ.

Устанавливает и поддерживает отношения с Третьим судом. ?

Создает и контролирует механизм быстрого реагирования через СМИ.

### Информационный отдел

Обеспечивает поиск необходимой информации как для руководящих органов штаба, так и для отдельных его подразделений.

Обеспечивает мониторинг средств массовой информации и прессы, получение информации из информационных агентств, периодические информационные справки для руководства штаба и управления информационной политикой.

Обеспечивает получение статистических и иных справок на запросы служб штаба. Организует информационное диспетчерское обслуживание подразделений центрального штаба: управление по работе с кандидатом и федеральными лидерами, группу организации выездных специалистов, управление кампанией в регионах, группу планирования кампании, центр кадровой подготовки, отдел публичного сбора финансовых средств для кампании, службы по организации общественных связей. ?

*в Фир. управление*

*6 от. Кадр*

Обеспечивает информационными сводками и справками работу аналитического центра.

Информационная служба действует как координационный центр между заказчиками на информацию и источниками информации, работающими как внутри аппарата Президента, так и внешними - на подряде.

### Аналитический центр

Подготавливает материалы для разработки и коррекции программы, предвыборной платформы и других пропагандистских материалов. Формирует и ведет заседания Аналитического совета. *← N 3*

*Корректировка*

*каждый этап на ход работы*

Готовит материалы по концепции пропаганды и имиджу Кандидата, его поддерживающих лидеров и др.

*Совет совет по пропаганде. Эти же функции отдела мониторинга*

Организует систематическую аналитическую оценку хода предвыборной кампании (в том числе хода пропагандистской кампании) и подготавливает аналитические обзоры. Обеспечивает руководящие органы центрального штаба рекомендациями по корректировке как пропагандистской кампании, так и предвыборной кампании в целом. *и др. не реестр, база*

Вырабатывает технические задания и требования к проведению социальных исследований для отдела социальных исследований.

### Отдел социальных исследований

Формирует и ангажирует рабочую сеть социологических служб и центров по Российской Федерации для работы в избирательной кампании. Проводит маркетинг услуг на социологические исследования, обеспечивает качественный подбор организаций, формирует и ведет заседания Совета по социологии. *← N 4*

Обеспечивает контакты кадровых ресурсов и организаций, обеспечивающих изучение общественного мнения, с управлением кампанией в регионах и с региональными штабами.

Заключает договора с подрядчиками на проведение социальных исследований, формулирует для них заказ, контролирует ход выполнения заказа, обеспечивает контроль качества выполняемых заказов.

**Пресс-центр** *должен быть с пресс-секретарем*  
Устанавливает и поддерживает связи со СМИ и информационными агентствами, как федеральными, так и региональными.

Устанавливает и поддерживает формальные и неформальные связи с редакторами СМИ, журналистами, руководителями информационных агентств.

Обеспечивает регулярное информирование прессы и электронных СМИ о деятельности "Движения в поддержку Президента" путем организации брифингов, пресс-конференций, рассылки пресс-релизов от имени "Движения".

Обеспечивает взаимодействие пресс-секретарей поддерживающих Президента лидеров в рамках избирательной кампании.

Формирует планы-графики публикаций и выступлений в центральных СМИ в рамках косвенной и прямой пропаганды, совместно с отделом пропаганды формирует заказы подрядчикам на публикации и выступления. *он же список*

Обеспечивает оперативное реагирование на выступления оппонентов в центральных и региональных СМИ.

Организует взаимодействие с региональной прессой и пресс-секретарями региональных штабов на предмет их информирования и размещения заказных материалов в региональных СМИ.

Координирует порядок выступления доверенных лиц президента и поддерживающих его лидеров мнений в центральных СМИ.

**Рекламный отдел**

Организует творческие конкурсы рекламных агентств на создание рекламной продукции. *много конкурсов рекламных и информационных обведет*

Размещает заказы на рекламную продукцию в рекламных агентствах по результатам конкурсов. Осуществляет творческий контроль за созданием рекламной продукции.

Контролирует закупку рекламного времени и площадей в СМИ и других носителях рекламы

Координирует размещение рекламной продукции в регионах.

Контролирует размещение заказанных рекламных материалов в СМИ и других носителях рекламы.

**КОНТР**

**Отдел антипропаганды и внешней разведки** *этим занимается федеральный штаб*

Обеспечивает оперативный сбор информации о планах, действиях избирательных штабов конкурентов, об их проводимых пропагандистских акциях.

Готовит дезинформацию и обеспечивает ее проникновение к конкурентам.

Разрабатывает *КОНТР* антипропагандистские акции под действия конкурентов.

**Группа быстрого реагирования**

Обеспечивает каналы быстрых ответных реакций по электронным СМИ.

Действует в оперативном режиме по предотвращению, упреждению или нейтрализации пропагандистских акций конкурентов.

Организует оперативные публичные выступления кандидата, федеральных лидеров или доверенных лиц, а также репортажи в СМИ, информационные сообщения или публикации в целях антипропагандистского воздействия.

### УПРАВЛЕНИЕ КАМПАНИЕЙ В РЕГИОНАХ

Организует и контролирует избирательные кампании в регионах и крупных городах.

#### Служба региональных кураторов

Устанавливает формальные и неформальные связи с представителями региональных штабов на местах. *что не переносит связи с официальными инст.*

Осуществляет передачу официальной информации и документации от Федерального Штаба в регионы и сбор оперативной информации из регионов.

*дублирует материал от дел в ШИР. Упр.*

Осуществляет оперативное взаимодействие с представителями региональных штабов по оперативным организационным вопросам.

Диагностирует и экспертно оценивает потребности региональных штабов в организационных, финансовых, материальных ресурсах.

Осуществляет координацию действий региональных штабов в ходе проведения федеральных мероприятий (сбор подписей, организация съездов представителей регионов и т.д.).

*Все будет собран эти справки и работать*

Готовит тематические справки, прогнозы и экспертные отчеты о ситуации в регионах, собирает неформализованную информацию.

Обеспечивает поддержку администрациями регионов избирательной кампании.

Получает "обратную связь" от регионов на деятельность Федерального штаба.

Контролирует выполнение региональных запросов к Федеральному штабу.

Участвует в подготовке выездных групп. *Визы см. Упр. адм. изобр. тех. инст. при ШИР. Упр. в*

#### Организационно-методический отдел

Организует съезды, пленумы и др. собрания представителей регионов в Москве.

Осуществляет тиражирование и рассылку справочных, методических и инструктивных материалов для подразделений Управления и региональных штабов, разрабатываемых группой методического обеспечения.

Контролирует доведение подготовленных материалов до конечного получателя и получение обратной связи. *дублирует ШИР. Упр. - к*

#### Юридический отдел по избирательной кампании

Обеспечивает юридическое сопровождение создания региональных комитетов в поддержку Президента.

Обеспечивает взаимодействие Федерального штаба с Центризбиркомом, правовую поддержку процесса сбора подписей.

Разрабатывает для региональных штабов инструктивные и методические материалы, касающиеся законодательной и инструктивной базы.

Организует телефонное юридическое консультирование как подразделений центрального штаба, так и региональных штабов по текущим вопросам предвыборной кампании.

Обеспечивает адвокатскую поддержку (в т.ч. и на выездах) при разборе в суде спорных случаев нарушений как в регионах, так и в центре.

Обеспечивает правовое оформление пропагандистской кампании.

#### Служба доставки и рассылки

Отвечает за организацию доставки документов в регионы и получение документов от регионов.

*Уже там замечать свои рекламные*

Контролирует поступление и наличие тиражей агитационно-пропагандистских материалов на склады.

Организует взаимодействие с транспортными ведомствами по организации доставки пропагандистских материалов в регионы.

*Уширять терминологию: отдел, служба и т.п.*

Распространяет и контролирует получение агитационно-пропагандистской продукции в региональных штабах.

Центр кадровой подготовки *этими занимается у друзей - это*

Обеспечивает подготовку внутренних кадров для Центрального Штаба по различным направлениям работы и в привязке к функциональным обязанностям, а также готовит региональные кадры с учетом их специфики.

*На сколько это засекретено*

Осуществляет поиск и формирование преподавательского состава, разрабатывает учебные программы, составляет планы-графики семинаров, приглашает слушателей, составляет сметы расходов и осуществляет организационно-техническую поддержку учебного процесса.

Обеспечивает специальной методической учебной литературой кадры региональных штабов.

Отдел выездных инспекторов-кураторов *это уже было*

Взаимодействует в тесном контакте со службой региональных кураторов и с группой организации выездных специалистов.

Обеспечивает диагностику предвыборной ситуации на местах. Осуществляет инспектирование развития кампании в регионах, а также оказание экстренной организационной помощи из центра.

Рабочая группа по организации сбора подписей (временная, на период сбора подписей)

Координирует составление сводного регионально-отраслевого плана сбора подписей и его согласование с ответственными в регионах и отраслях.

Определяет задания региональным штабам на сбор подписей.

Координирует разработку плана сбора и порядок доставки подписных листов из регионов.

Осуществляет контроль за ходом сбора подписей в регионал., организует обработку, проверку, подсчет и учет подписных листов.

**УПРАВЛЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННЫХ СВЯЗЕЙ**

Служба общественных связей с организациями

Устанавливает, поддерживает, развивает формальные и неформальные связи с различными организациями (политическими партиями и движениями, общественными объединениями, творческими союзами, национальными общинами, религиозными организациями, профессиональными союзами и т.д).

Ведет согласительную деятельность в целях построения коалиции с партиями и организациями, поддерживающими выдвижение кандидата или нейтральными, и обеспечивает неконфронтационные контакты по рабочим вопросам с недружественными политическими партиями и движениями.

Осуществляет распространение информационных материалов Движения, а также оперативное реагирование на значимые события (информационный вестник, поздравления, отклики, и пр).

Организует работу по общественным связям на региональном уровне

Служба общественных связей с персоналиями

Подготавливает контакты федеральных лидеров, поддерживающих Президента, с первыми лицами других организаций, закрепляет и расширяет эти контакты.

Организует мероприятия для представителей общественности от имени "Движения в поддержку Президента" и обеспечивает участие доверенных лиц Президента в мероприятиях, проводимых другими организациями.

Обеспечивает привлечение лидеров общественного мнения (артисты, спортсмены, научная интеллигенция, видные хозяйственники и др.) к публичным выступлениям в поддержку кандидата.

Организует прием в общественной приемной первых лиц других организаций и VIP-персон.

**Общественная приемная (отдел работы с населением)**

(включает общественную приемную, службу обработки запросов, службу работы с добровольцами).

Отвечает за работу публичного "справочного бюро" об избирательной кампании и организующих ее структурных подразделениях для всех граждан и организаций.

Организует прием граждан по вопросам взаимодействия с "Движением в поддержку Президента".

Организует обработку, организацию откликов и архивацию запросов, поступающих в общественную приемную.

Организует учет поступающих предложений о помощи и сотрудничестве, переадресует их соответствующим штабным подразделениям.

Ведет учет и координацию деятельности добровольцев.

Координирует программы, осуществляемые силами добровольцев.

**Группа обеспечения массовых мероприятий**

Организует техническое обеспечение мероприятий, проводимых в общественной приемной (тиражирование материалов, рассылку приглашений, взаимодействие с транспортной службой, подготовку помещения, организацию питания, и т.д).

Организует прессконференции доверенных лиц Президента.

Обеспечивает организационную поддержку при проведении массовых пропагандистских мероприятий, фестивалей, концертов, выставок и т.д.

*Соединить*

**Отдел публичного сбора финансовых средств для кампании**  
Определяет круг потенциальных спонсоров для проведения пропагандистского сбора финансовых средств.

Организует массовую рассылку обращений с просьбой о финансовой поддержке кампании в поддержку кандидата

Организует контакты со спонсорами, учитывает поступающие в результате программы фандрайзинга средства, обеспечивает "обратную связь" со спонсорами.

Отвечает за представительские официальные отчеты о составе спонсоров кампании.

**ФИНАНСОВОЕ УПРАВЛЕНИЕ**

**Бухгалтерия**

Ведет полный комплекс бухгалтерского сопровождения деятельности Штаба избирательной кампании.

**Группа сбора финансовых средств**

Определяет круг потенциальных спонсоров для кампании кандидата и обеспечивает ведение переговоров с ними.

Обеспечивает сбор финансовых средств от спонсоров.

Организует контакты со спонсорами, учитывает поступающие в результате программы фандрайзинга средства, обеспечивает "обратную связь" со спонсорами.



**Группа внутреннего аудита**

Осуществляет формирование официальной (в рамках избирательного фонда кандидата) и неофициальной смет расходов на ведение кампании.

Осуществляет проверку соответствия законодательству поступлений от спонсоров, учитываемых в рамках трат по избирательному фонду кандидата.

Осуществляет контроль и проверку правильности расходования средств подразделениями Штаба избирательной кампании согласно разработанным сметам расходов.

**Группа учета финансовых ресурсов**

*в группу сбора фин. сред.*

Организует сбор заявок, составление, согласование и утверждение смет расходов на организацию мероприятий в рамках Федеральной избирательной кампании, а также смет расходов на организацию мероприятий в рамках кампании в регионах и крупных городах.

Обеспечивает контроль объема текущих затрат на кампанию.

Отвечает за формирование финансового отчета по официальной смете расходов в рамках избирательного фонда кандидата.

**Группа защиты источников и потоков финансирования**

*туда же*

Разрабатывает схемы явного и скрытого финансирования кампании в соответствии с преимуществами и недостатками текущего законодательства.

Разрабатывает механизмы проводок спонсорских средств на финансирование кампании от крупных спонсоров в регионы.

Разрабатывает схемы финансирования региональных кампаний от местных спонсоров.

Обеспечивает защиту источников финансирования и финансовых проводок.

Формулирует требования к юридическому оформлению договоров с организациями, обеспечивающими выполнение заказов для кампании.

**Финансовый юридический отдел**

*в юридический отдел*

Обеспечивает юридическую поддержку финансирования кампании и юридическое консультирование подразделений федерального штаба по составлению договоров с подрядными организациями.

Осуществляет юридический контроль всех договоров с подрядными организациями согласно выработанным требованиям юридической защиты финансирования кампании.

**УПРАВЛЕНИЕ ПО РАБОТЕ С КАНДИДАТОМ И ФЕДЕРАЛЬНЫМИ ЛИДЕРАМИ**

*координация выездов лидеров*

**Группа координации временных графиков кампании**

Ведет контроль графика мероприятий кампании, для организационной поддержки выездов лидеров и доверенных лиц в регионы с политическими пропагандистскими целями.

Обеспечивает координацию временных графиков различных служб и подразделений, а также согласование временных графиков кандидата и федеральных лидеров, его поддерживающих, с общим графиком мероприятий в рамках предвыборной кампании.

Контролирует текущие изменения в расписаниях лидеров и в графиках планируемых пропагандистских мероприятий с их участием, обеспечивает их оперативную увязку.

Контактирует с руководителем секретариата руководителя кампании, а также с помощниками кандидата и федеральных лидеров, отвечающих за их расписание.

#### Группа организации поездок федеральных лидеров и доверенных лиц

Обеспечивает организационную подготовку поездок пропагандистского характера федеральных лидеров и доверенных лиц по регионам.

Координирует работу службы кураторов, информационного и аналитического отделов, представителей пресс-центра, помощника выезжающего федерального лидера, привлекаемых экспертов и специалистов, а также доверенных лиц кандидата при подготовке конкретных поездок. Обеспечивает пропагандистскую поддержку в СМИ в процессе поездки.

Организует закрепление политических результатов поездки в течение некоторого периода после визита.

#### Группа консультативной поддержки

Обеспечивает консультирование федеральных лидеров и доверенных лиц, а также их помощников, по формированию и поддержке имиджа кандидата и их самих. Обеспечивает индивидуальную консультативную помощь.

Формирует и проводит обучение специальных политических предвыборных команд федеральных лидеров и доверенных лиц.

### УПРАВЛЕНИЕ ИЗБИРАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

#### Группа планирования и контроля

*все программы и мероприятия*  
*составляются*  
*с учетом*  
*данных*  
*местных*  
*властей*  
*и*  
*финансирования*  
*кампании*

Осуществляет проектирование оргструктур, обеспечивающих деятельность федеральной кампании и создание функциональных схем Федерального штаба и региональных штабов избирательной кампании в регионах и крупных городах.

Разрабатывает общий план-график кампании и планы-графики функциональных подразделений. Осуществляет процесс согласования планов между подразделениями. Контролирует ход выполнения планов и проводит их корректировку с учетом динамики развития событий.

#### Группа методического обеспечения

Разрабатывает и формализует избирательные технологии в виде методических рекомендаций по подготовке и проведению избирательной кампании.

Подготавливает инструктивные материалы для подразделений Федерального штаба и региональных штабов по текущему избирательному законодательству, а также по срокам организационной подготовки и проведения акций кампании.

#### Группа технологической координации подразделений

Согласует функциональную деятельность складывающихся "реальных" структур Федерального штаба и взаимодействующих с ним структур с целью оптимизации их деятельности и координации взаимодействия между собой.

Обеспечивает управленческое консультирование руководителей подразделений Федерального штаба и консультирование по отдельным вопросам предвыборной кампании ведущих специалистов штаба.

Выстраивает командный стиль взаимодействия между различными подразделениями.

#### Группа организации выезда специалистов

Осуществляет поиск и подбор специалистов и организаций по консультированию, подготовке и непосредственному проведению предвыборной

56  
58

Издательско-полиграфический отдел *Свершить с пропагандой*  
Выпускает информационные материалы "Движения" *и рекламной* <sup>10</sup> в поддержку  
Президента".

Организует выпуск презентационных материалов и сувениров, следит за их наличием в общественной приемной.

Обеспечивает тиражирование внутренних материалов для всех служб Федерального штаба.

Совместно с пресс-центром и региональным отделом организует обмен информацией с регионами через информационные сети.

### ОТДЕЛ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ГОСУДАРСТВЕННЫМИ СТРУКТУРАМИ

Отдел предназначен для обеспечения тесной связи подразделений Федерального штаба с такими государственными структурами, как аппарат Президента, аппарат правительства и другими. Службы отдела организуются по соответствующему "отраслевому" признаку. В целом отдел не должен превышать более 10 человек. Основная его функция - координация взаимодействия и обеспечение информационных потоков между Федеральным штабом и государственными структурами.

Специалисты в этом отделе должны иметь опыт работы в соответствующих государственных структурах, быть экспертами по использованию их возможностей, иметь личные связи с руководителями соответствующих организаций. В то же время они непременно должны быть подчинены Руководителю Федерального штаба и не иметь управляющих позиций в госструктурах. Для них они должны реализовывать только рекомендательную и согласительную функции. Подчиняются они только Руководству кампании.

#### Орготдел экспертных советов

По заказу соответствующих руководителей подразделения штаба обеспечивает организацию сбора экспертных советов, подготовку помещений и требуемого оборудования, сбор экспертов, оплату их работы, фиксацию материалов совещаний, техническую и транспортную поддержку.

### ЭКСПЕРТНЫЕ СОВЕТЫ

Экспертные советы формируются из независимых по отношению к кампании экспертов - специалистов в соответствующих областях. Они предназначены для решения возникающих текущих проблем кампании с привлечением независимого и непредвзятого по отношению к ходу кампании экспертного опыта.

Советы преимущественно должны иметь постоянный состав экспертов. Собираются они 2 - 3 раза в месяц или в зависимости от необходимости решения той или иной задачи.

*Итого  
советов*

*Аналитический совет* - для сбора и апробирования аналитических заключений о преобладающих тенденциях в развитии общественного сознания, методов пропагандистского воздействия, основных тенденций политического процесса и т.д.

*Совет по социологии* - для экспертных оценок относительно общественного мнения, качества социологических опросов, для поиска идей оригинальных подходов к изучению намечающихся тенденций общественного сознания, для экспертных оценок квалификации социологических организаций и рабочих сетей.

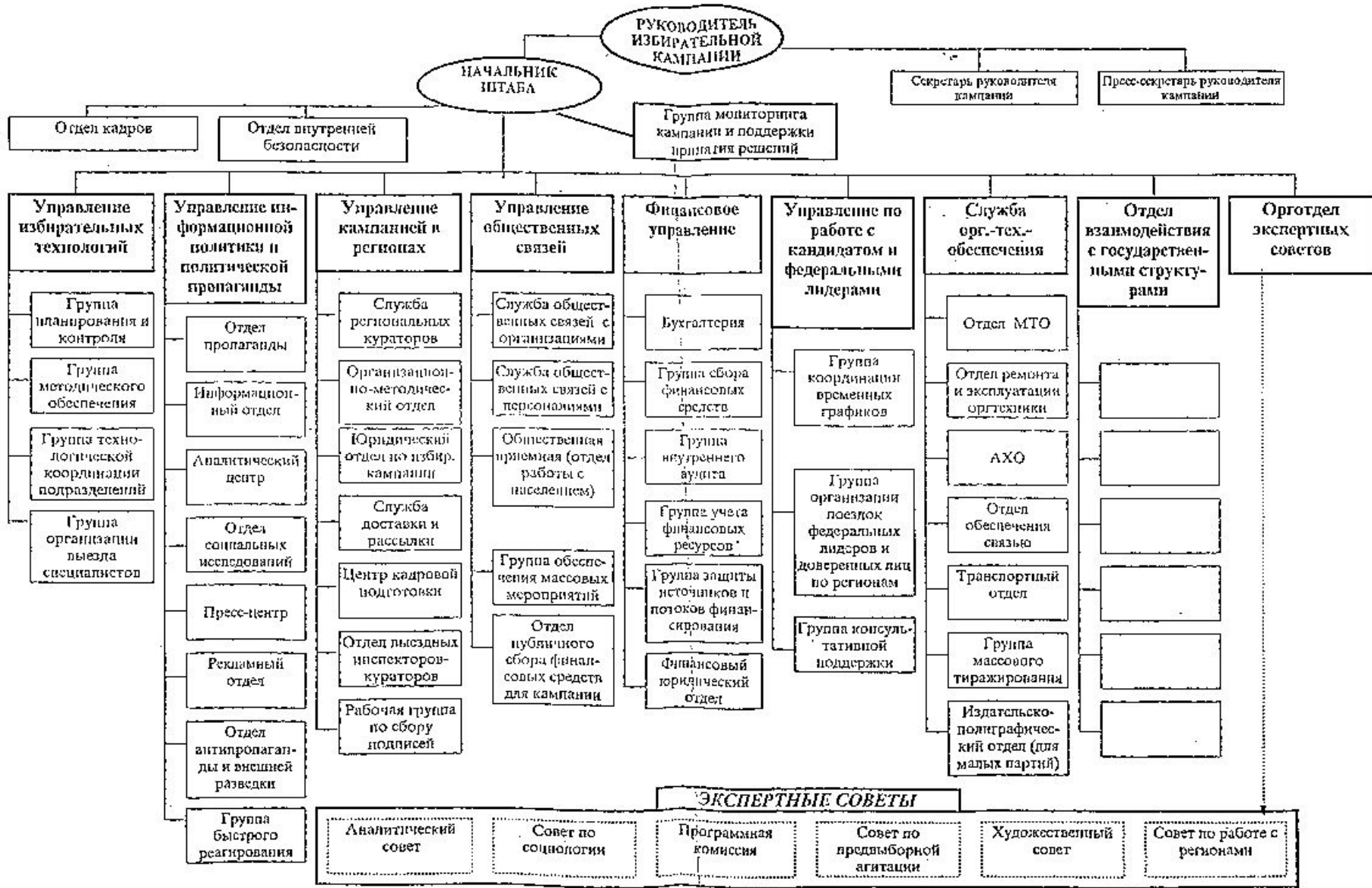
*Программная комиссия* - для поиска идей, способных стать элементами программных заключений в платформе кандидата.

*Совет по предвыборной агитации* - для поиска методов пропагандистских воздействий, возможных каналов пропагандистского влияния, для поиска путей нейтрализации контрпропаганды, для обнаружения ведущих пропагандистских тезисов для различных групп электората.

*Художественный совет* - для экспертных оценок относительно художественного качества изготавливаемого пропагандистского видео и полиграфического материала.

*Совет по работе с регионами* - для формулирования особых подходов ведения избирательной кампании в основных со стратегической точки зрения регионах и городах.

### СТРУКТУРА ФЕДЕРАЛЬНОГО ШТАБА ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ (ИСПОЛНИТЕЛЬНОГО КОМИТЕТА)



#### ЭКСПЕРТНЫЕ СОВЕТЫ

- Аналитический совет (Analytical Council)
- Совет по социологии (Sociology Council)
- Программная комиссия (Program Commission)
- Совет по предвыборной агитации (Pre-election Campaign Council)
- Художественный совет (Art Council)
- Совет по работе с регионами (Regional Work Council)

80  
81

## Группа для реализации проекта "Президентские выборы-96".

Для реализации проекта по выборам Президента России в 1996 году нами изучен опыт проведения предвыборных кампаний различного уровня в стране и за рубежом. Целью данного анализа было выявление наиболее высококвалифицированных и опытных специалистов, имеющих определенную политическую ориентацию. В итоге мы пришли к выводу, что, несмотря на большое число людей, заявляющих о себе как о специалистах настоящих профессионалов крайне мало. Предстоящая кампания по выборам Президента России потребует объединения усилий большого числа специалистов, уже имеющих узкую специализацию в избирательных технологиях. На сегодняшний день удалось собрать ядро такой команды, способной на требуемом уровне решать задачи выработки вариантов стратегических и тактических решений ведения кампании.

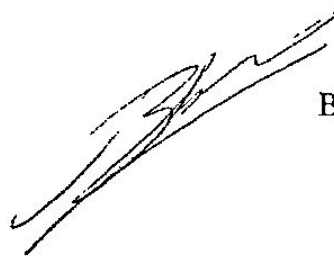
В составе команды - люди, которые участвовали практически во всех президентских выборах кампаниях республик СНГ, а также были руководителями или организаторами выборов губернаторов и мэров в разных регионах страны, в качестве наблюдателей присутствовали на выборах кампаниях в западных странах.

На сегодняшний день в ядро группы входят специалисты, способные использовать отечественный и зарубежный опыт выборов в органы власти, реализовать имеющуюся сеть региональных экспертов, участвовавших в выборах 1993 - 1995 гг., организовать работу с регионами.

Набор специалистов позволяет практически "закрыть" большинство направлений работы в рамках предвыборной кампании.

Задержки в начале работы штаба проведения выборов могут привести к потере нескольких специалистов высокого класса (уже поступили выгодные предложения и ведутся настойчивые переговоры об участии в руководстве предвыборными кампаниями Явлинского и Лебеда).

Руководитель-координатор группы



В. Минин