



ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

Институт международных отношений и социальных технологий  
Кафедра всеобщей истории, социологии и политологии

ТУШКОВ

Александр Анатольевич

Доктор исторических наук, профессор кафедры ВИПС

# ИЗБИРАТЕЛЬНАЯ КАМПАНИЯ

Презентация по курсу «Связи с общественностью»

Предназначен для студентов специальности

030201 - Политология

020251 - Политический менеджмент и связи с общественностью



## Учебные вопросы:

1. Понятие «избирательная система». Сущность, структура.
2. Субъекты выборов. Избирательное право как компонент избирательной системы
3. Избирательные технологии.



# 1. Понятие «избирательная система». Сущность, структура

## «Избирательная система» в широком смысле

1. первая группа определений рассматривает избирательную систему как **совокупность общественных отношений**:  
«В широком смысле избирательная система — это система общественных отношений, связанных с выборами органов публичной власти».
2. вторая группа определений имеет **нормативно-процессуальную основу**:  
«Избирательная система — совокупность избирательных прав и процедур, на основе которых осуществляются выборы в представительные органы власти или высших должностных лиц»



## 1. Понятие «избирательная система». Сущность, структура

Избирательная система рассматривается также и **совокупность юридических норм**, закрепляющих:

- ❖ принципы, на основе которых осуществляются выборы;
- ❖ права граждан избирать и быть избранными;
- ❖ регулирующих общественные отношения, возникающие в процессе организации и проведения выборов в органы государственной власти и местного самоуправления;
- ❖ устанавливающих гарантии избирательных прав граждан и ответственность депутатов и иных избранных лиц перед избирателями.



## 1. Понятие «избирательная система». Сущность, структура

Избирательная система рассматривается как совокупность юридических норм:

- ❖ закрепляющих принципы, на основе которых осуществляются выборы;
- ❖ права граждан избирать и быть избранными;
- ❖ регулирующих общественные отношения, возникающие в процессе организации и проведения выборов в органы государственной власти и местного самоуправления;
- ❖ устанавливающих гарантии избирательных прав граждан и ответственность депутатов и иных избранных лиц перед избирателями.



## 1. Понятие «избирательная система». Сущность, структура

Стержнем избирательной системы является деятельность по формированию системы представительной власти посредством голосования.

Избирательная система в широком смысле — это целостная совокупность политических субъектов, институтов, норм, принципов, процедур, технологий, составляющих механизм организации и проведения выборов.



## 2. Субъекты выборов. Избирательное право как компонент избирательной системы

### Субъекты выборов

- ❖ избиратели;
- ❖ политические партии;
- ❖ кандидаты на выборные должности;
- ❖ избирательные органы;
- ❖ наблюдатели;
- ❖ СМИ;
- ❖ государство



## 2. Субъекты выборов. Избирательное право как компонент избирательной системы

### Избирательное право как компонент избирательной системы

Избирательное право в широком смысле — это совокупность правовых норм, обеспечивающих и регулирующих формирование выборных институтов власти, а также отзыв выборного лица избирателями



## 2. Субъекты выборов. Избирательное право как компонент избирательной системы

Избирательная система в узком смысле слова, или электоральная формула — это способ определения результатов выборов.

Выделяют три основных типа избирательных систем:

1. мажоритарная,
2. пропорциональная,
3. смешанная.



## 2. Субъекты выборов. Избирательное право как компонент избирательной системы

### Мажоритарная избирательная система

Мажоритарная избирательная система подразумевает **голосование за отдельных кандидатов** (независимых или выдвинутых от партии).

Эта система предполагает проведение выборов по одномандатным округам (один округ — один депутат) или по единому округу. **Основу мажоритарной системы составляет принцип большинства**, т.е. победившим считается тот кандидат, который получил установленное большинство голосов избирателей.



## 2. Субъекты выборов. Избирательное право как компонент избирательной системы

### Пропорциональная избирательная система

В этом случае избиратели голосуют **за списки кандидатов**, выдвигаемые партиями.

При этой системе выборы проводятся либо по единому округу, либо по многомандатным округам. Ее основу составляет принцип пропорциональности, т.е. распределение мандатов между партиями осуществляется в соответствии (пропорционально) с числом поданных голосов.



## 2. Субъекты выборов. Избирательное право как компонент избирательной системы

### Смешанная избирательная система

**Смешанная избирательная система** используется в ряде стран с целью соединить преимущества различных избирательных систем и смягчить их недостатки. Этот тип избирательной системы представляет собой комбинирование мажоритарной и пропорциональной систем. Такое сочетание может быть различным — либо с доминированием одного из типов, либо уравновешенное.



### 3. Избирательные технологии

**Избирательные технологии** — это совокупность средств, способов, приемов организации и проведения избирательной кампании, направленных на достижение предвыборных целей кандидата или партии в конкретной электоральной ситуации.

Все многообразие технологий информационного воздействия сводится к двум типам:

- ◆ маркетинговым типам и
- ◆ не маркетинговым типам.



### 3. Избирательные технологии

**Технологии маркетингового типа предполагают информационное воздействие, которое строится в соответствии с предпочтениями потребителей и ориентировано на их удовлетворение более эффективным, чем у конкурентов, путем.**



### 3. Избирательные технологии

**Технологии не маркетингового типа** предполагают информационное воздействие, которое игнорирует потребности получателя информации и отличается монологическим характером.



### 3. Избирательные технологии

## Ресурсы избирательной кампании

- ◆ Финансовые ресурсы
- ◆ Временные ресурсы
- ◆ Интеллектуальные ресурсы
- ◆ Организационным ресурсам
- ◆ Информационные ресурсы
- ◆ материально-технические ресурсы



# Литература

1. Белов А.А. Теория и практика связей с общественностью: Учеб. пособие. – СПб.: ООО Изд-во «Северо-Запад»; Ростов н/Д.: Изд-во «Феникс», 2005. – 208 с.
2. Боброва И.И. Чёрный PR? Белый GR! Цветной IR:): менеджмент информационной культуры / И. Боброва, В. Зимин. – М.: Вершина, 2006. – 464 с.
3. Варакута С.А., Егоров Ю.Н. Связи с общественностью: Учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 246 с.
4. Галумов Э.А. Основы PR. – М.: Летопись XXI, 2004. – 408 с.
5. Горкина М.Б. Пять шагов от менеджера до PR-директора. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 220 с.
6. Катлип Скотт М., Сентер Аллен Х., Брум Глен М. Паблик рилейшнз: теория и практика: Учебное пособие / Пер. с англ. – 8-е изд. – М.: Вильямс, 2001. – 614 с.
7. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии: Учебник для студентов вузов – М.: Аспект Пресс, 2005. – 300 с.



## **Использование материалов презентации**

Использование данной презентации, может осуществляться только при условии соблюдения требований законов РФ об авторском праве и интеллектуальной собственности, а также с учетом требований настоящего Заявления.

Презентация является собственностью авторов. Разрешается распечатывать копию любой части презентации для личного некоммерческого использования, однако не допускается распечатывать какую-либо часть презентации с любой иной целью или по каким-либо причинам вносить изменения в любую часть презентации. Использование любой части презентации в другом произведении, как в печатной, электронной, так и иной форме, а также использование любой части презентации в другой презентации посредством ссылки или иным образом допускается только после получения письменного согласия авторов.