

Штаб контрkamпaнии на выборах в МГД-2019

1. Оппоненты

№ округа	Районы округа	ФИО
5	Филевский парк, Хорошево-Мневники, часть района Щукино	Гудков Дмитрий , политик, председатель “Партии перемен” (“Гражданская инициатива”)
8	Аэропорт, Сокол, Коптево, Войковский	Жданов Иван , юрист, директор Фонда борьбы с коррупцией
35	Коньково, Тёплый Стан	Милов Владимир , политик, общественный деятель
43	Арбат, Пресненский, Хамовники	Соболь Любовь , юрист ФБК
45	Красносельский, Сокольники, Басманный, Мещанский	Яшин Илья , председатель муниципального образования “Красносельский”

2. Направления работ

2.1. Мониторинг

- Внедрение агентов в структуры оппонента, инсайд.
- Мониторинг СМИ.
- Мониторинг Интернет-площадок (личные странички, районные сообщества и пр.).
- Создание закрытых информ-каналов действиях оппонентов.

2.2. Исследования

- Количественные опросы (в том числе с использованием системы “Дигитатор”).
- Тематические фокус-группы:
 - поиск тем контрkamпaнии, “обкатка” гипотез,
 - тестирование АПМ кампaнии.
- Анализ высказываний кандидатов и их сторонников (ботов поддержки) в социальных сетях на основе ежедневного мониторинга.

2.3. Медиа. Публикации, расследования, документалистика

- Информационные вбросы (например, утечка “Стратегия избирательной кампaнии кандидата на выборах в Городскую Думу”).



- Съёмочная группа на мероприятиях оппонента. Подготовка видеоконтента по результатам.
- Публикации в СМИ.
- Съёмка фильма о персонах оппонентов в стиле серии “Анатомия протеста”, распространение по сети, показ на ТВ.

2.4. АПМ

- Клоны изданий типа “Момент истины”, “Совершенно секретно” и др. с компрометирующими материалами.
- Клоны собственных АПМ кандидата с нужной коррекцией.
- “Чёрные” листовки и плакаты.
- Объявления с ложной информацией о встречах с кандидатами.

2.5. Полевые мероприятия

- Срыв мероприятий оппонента (внедрение крикунов, “шептунов”, провокаторов).
- Расклейка/зачистка.
- Спецмероприятия (нестандартные акции “в поддержку” кандидата).
- Пикеты с раздачей контрагитации.
- Разноска АПМ по почтовым ящикам.

2.7. Колл-центр. Телефонные обзвоны избирателей, рассылки.

- Телефонная агитация во внеурочные часы.
- Грубая навязчивая телефонная агитация.
- Формирующие опросы.
- Навязчивые SMS рассылки.

2.8. Спойлеры

- Размывание ядра протеста.
- Выдвижение кандидата(-ов) для оттягивания голосов у оппонента, вступающих с ним в открытое противостояние.
- Выдвижение кандидата от некоего “объединения оппозиционных сил Москвы” или “Интернета”.



2.9. Юридическое направление работы.

- Содействие регистрации кандидатов-спойлеров.
- Мониторинг кампании оппонента с точки зрения соответствию нормам законов. Атака заявлениями, жалобами — в суд, в ИК. Стратегия прессинга “кампания в суде”.

3. Оргструктура

3.1. Центральный штаб (12 человек)

- Блок мониторинга и аналитики.
- Контент-центр.
- Дизайн-блок.
- Организационно-полевой блок.
- Юридический блок.

3.2. Полевые штабы (по 7 человек в 5 округах).

