Партия за свободу и демократию

Избирательная стратегия

Подготовили:
Стажер-исследователь ЛРПИ А.Шишорина
Стажер-исследователь ЛРПИ М.Лизогуб

Общая характеристика политической ситуации в Нидерландах и ее динамики

- Конституционная монархия

- Традиционное европейское идеологическое размежевание:
  - христианская демократия (Христианско-демократический призыв, Христианский союз)
  - социал-демократия (Партия труда, Социалистическая партия)
  - либерализм (Народная партия за свободу и демократию)

+ национализм: Лист Пима Фортьюна, Партия Свободы

- Расколы:
  - религиозный: верующие – атеисты
  - социально-экономический: разделение среднего класса
  - поселенческий: город - село

Общая характеристика политической ситуации в Нидерландах и ее динамики

Многопартийность ☐ неустойчивость коалиционной политики в правительстве

- 2010-н.в.: премьер-министр М.Рютте (ПНСД) ☐ **ПНСД** + ХДП (без портфелей – партия Свободы)
- 2002-2010: премьер-министр Я.Балкененде (ХДП) ☐ ХДП + ХС + ПТ, ХДП + **ПНСД,** ХДП + **ПНСД** + Д66, ХДП + ПНСД + Пим Фортьюн
- 1994-2002: премьер-министр В.Кок, ПТ+ **ПНСД** + Д 66

Политическое позиционирование партии: основные особенности и проблемы

Либерализм:

- стремление к снижению налогов для предприятий и граждан,
- желание уменьшить государственное вмешательство в экономику
- по некоторым вопросам – государство всеобщего благоденствия

Политическое позиционирование партии: основные особенности и проблемы

Национализм:

- жесткая иммиграционная политика
- европейская интеграция,
- противостояние вступлению Турции в ЕС

Проблемы:

Классический либерализм (Марк Рютте)
VS
Государство всеобщего благоденствия (Рита Вердонк)

Основные цели и задачи предвыборной стратегии

- Выведение М.Рютта в публичное пространство

На выборах 2006 г. был обвинен собственной партией в дистанцировании от дебатов с лидерами ХДП и Партии труда

- Недопущение внутрипартийного кризиса, разразившегося в 2006 г.

Конфронтация М.Рютта и Р.Вердонк, набравшей большее число голосов на выборах по сравнению с ним

Основные цели и задачи предвыборной стратегии

- Получение не менее 25 мест (из 150) в парламенте

- Четкая коалиционная политика на основе идеологических принципов:

В случае победы (наибольшее количество мест) ХДП – коалиция с «правящей партией», в случае победы социал-демократов - оппозиция

Подходы к составлению предвыборного списка

- 19 электоральных округов
- прямое голосование по модифицированной пропорциональной системе (преференциальной) с открытыми партийными списками (порог - 1/150 голосов от числа действительных бюллетеней)

Подходы к составлению предвыборного списка

- Привлечение глав провинций (3 из 12 – члены НПСД)
- Привлечение членов исполнительной власти на региональном уровне (члены партии формируют региональные кабинеты во всех провинциях за исключением Фризии)
- Привлечение мэров (109 из 414 – члены НПСД)
- Эффект друзей и соседей

Политическая платформа

Социально-экономические требования (методы борьбы с экономическим кризисом):

- значительное сокращение государственных расходов за счет

☐ Налоговой политики: снижение топливного акциза (непопулярная мера, введенная В.Куком в 1991 г.)

☐ Пенсионной реформы: повышения пенсионного возраста и снижение пенсионных пособий (возможно лишение рейтинга ААА из-за роста госдолга)

 Миграционной политики: уменьшение пособий для иммигрантов

Политическая платформа

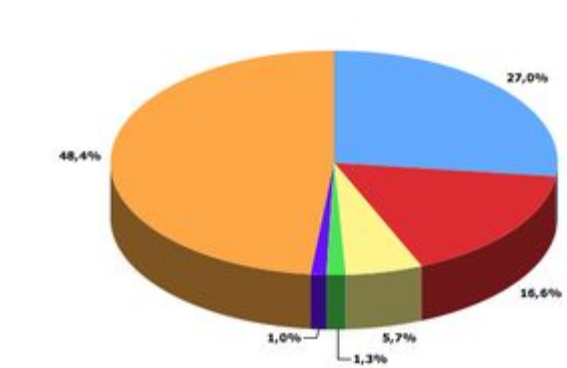
Требования в международных вопросах (в отношении ЕС):

- Референдум по членству в ЕС
- Критика плана реформ в Еврозоне (утверждение сбалансированных бюджетов с дефицитом не более 5%)
- Отклонение заявок на вступление в ЕС от Румынии и Болгарии

Основные адресные группы кампании

Устойчивый электорат

- Атеисты
- Средний класс
- Голландцы, работающие внутри страны



- Молодежь и люди среднего возраста
- Предприниматели в ТЭК, автомобилисты

Основные адресные группы кампании

Потенциальный электорат:

- Рабочий класс (за счет «государства всеобщего благоденствия»)
- Оттянуть электорат партии Труда
- Верующее население (терпимость к различным религиям за исключением ислама)

Отношения с другими партиями

	Партия труда	Партия Свободы
Идеологический уровень	Публичный противник	Возможный союзник
Методы борьбы/ взаимодействия	Публичная конфронтация, прямое опровержение, отвлекающая пропаганда	публичная конфронтация по вопросам миграционной политики, кооперация по подходам «присутствия» государства в экономике
Характеристика партии	Лидер – В.Бос Основание – 1946 Поддержка: в северных провинциях - в Гронингене, Фрисландии и Дренте, а также в крупных городах (Амстердам, Роттердам)	Лидер - Г.Вилдерс Основание – 2006 (выход из НПСД)

Отношения с другими партиями

	ХДП	Социалистическая партия
Идеологический уровень	Публичный противник	Возможный союзник
Методы борьбы/ взаимодействия	публичная конфронтация коалиция в правительстве	публичная конфронтация (заявление министров), сотрудничество по антиевропейской политики интеграции
Характеристика партии	Лидер – Я.Балкененде Основание – 1980 Поддержка: на периферийных южных провинциях, как Северный Брабант, Лимбург, и в восточном Оверэйсселе	Лидер – А.Кант Основание – 1971 Поддержка: в южных провинциях – Северном Брабанте, Лимбурге, и на северо-востоке – в Гронингене

Отношения со значимыми и организованными группами давления

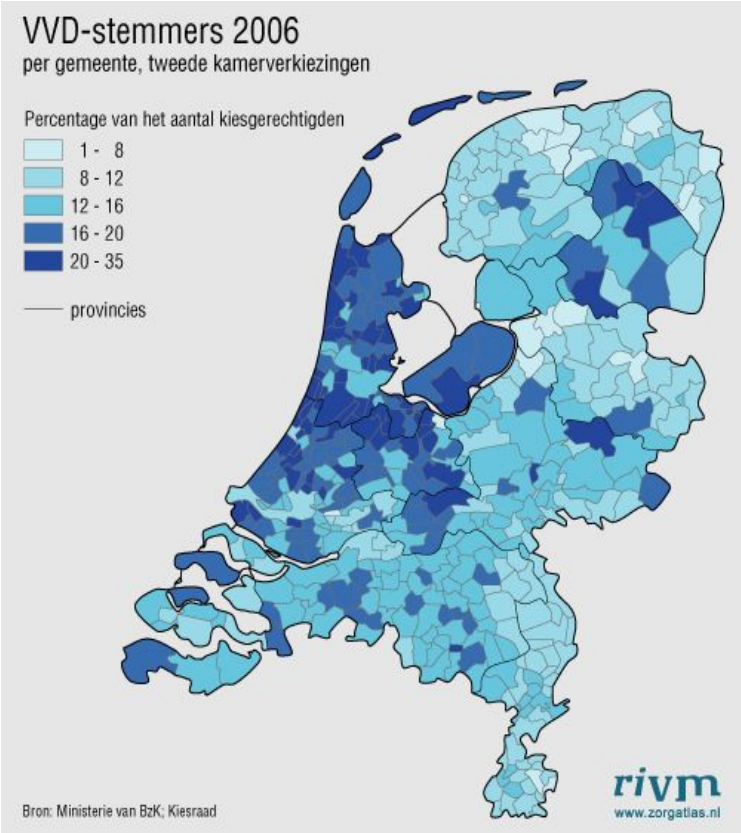
- Мобилизация членов:

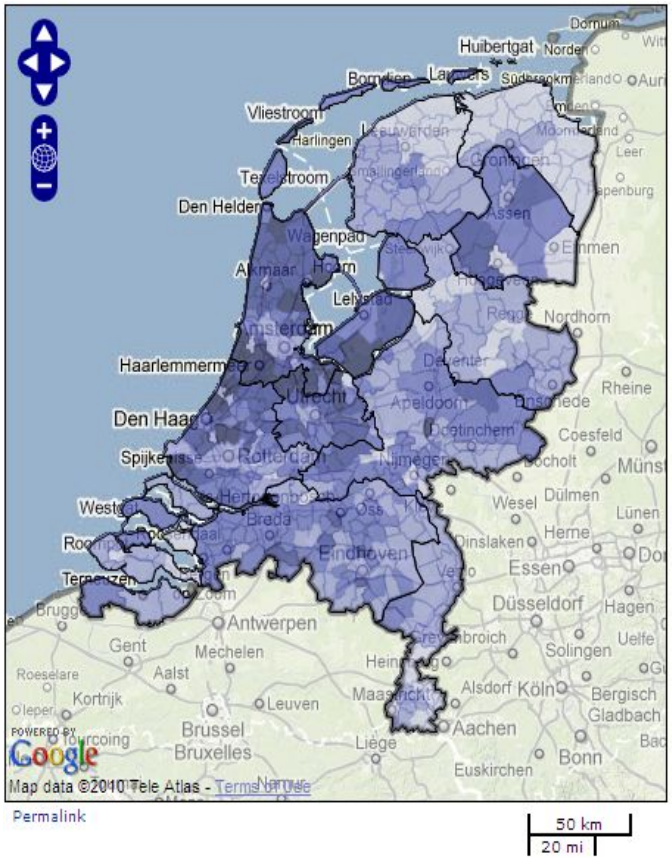
☐ Молодежных организаций: Youth Organisation Freedom and DemocracyМолодежных организаций: Youth Organisation Freedom and Democracy (член Liberal Youth Movement of the European UnionМолодежных организаций: Youth Organisation Freedom and Democracy (член Liberal Youth Movement of the European Union и International Federation of Liberal and Radical Youth).

- Научного сообщества: институт Haya van Someren Foundation

- Сотрудничество с профсоюзами

Региональная стратегия избирательной кампании





> 30 %
25 - 30
20 - 25
15 - 20
< 15

TK2010

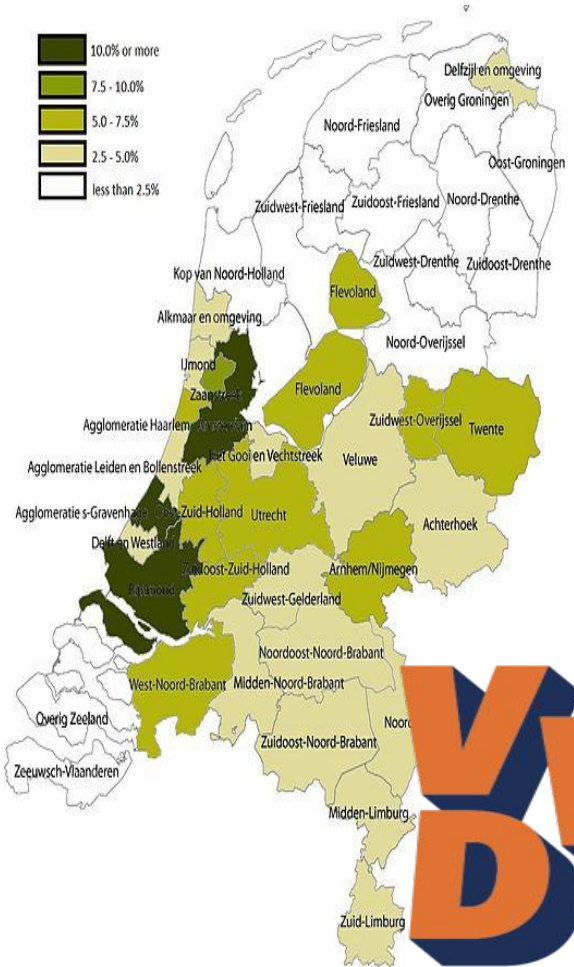
- Grootste partij
- Opkomst
- CDA
- PvdA
- SP
- VVD
- PVV

Региональная стратегия избирательной кампании

3 региональные группы:

1) Высокая поддержка, ядерный электорат: Северная и Южная Голландия, Утрехта

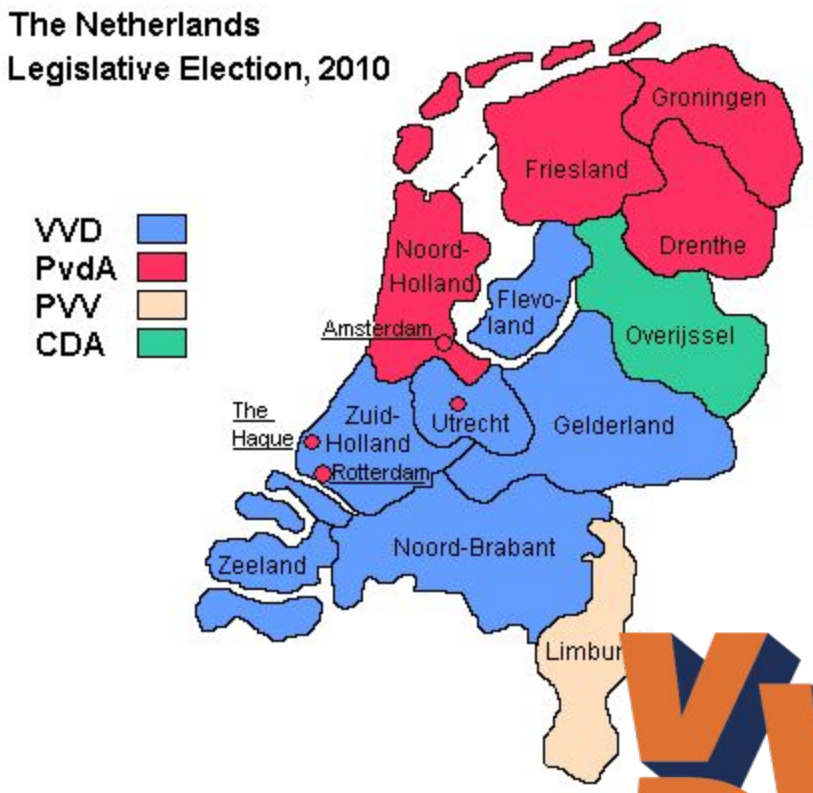
- Ключевые ресурсы на агитацию
- высокая плотность избирателей
- стимулирование мобилизации за счет эффекта соседства,
- за счет проблем с мигрантами



Региональная стратегия избирательной кампании

2) Потенциальный электорат: Гелдерланд, Флеволанд, Северный Барабант и Дренте

3) Наименьшая поддержка
- на окраинах: Фрисландия, Гронинген, Оверэйссел, Лимбург и Зеландия
- Менее всего ресурсов на агитацию (лакуны заняты другими партиями)



Информационно-коммуникационная стратегия избирательной кампании

- Агитация в Интернете
- АПМ:

☐ Ежедневные общественно-политические издания – позиции по социально-экономическим вопросам НПДС

☐ Бизнес издания – позиция НПСД по вопросам борьбы с экономическим кризисом и позициям по международным вопросам

 Бесплатные периодические издания (Metro, Spits) – привлечение рабочего Класса

☐ листовки, буклеты (в том числе адресная расы

Информационно-коммуникационная стратегия избирательной кампании

- Технологии по борьбе с оппонентами:
- Аргументированная конфронтация
- Контрпропаганда: ловушки, перенос неодобрения, общественное неодобрение, использование пугающих тем

Голосуй за VVD!