**РУКОВОДСТВО**

**КОМИТЕТА ИНФОРМАЦИИ**

**По разработке системы информационной дезориентации оппонента**

При организации стандартного комплексного подхода в предвыборной агитации:

- ATL: дискуссии, пресс-конференции, интервью, выступления, полит реклама, показ фильмов;

- BTL: мобильные группы агитаторов, встречи с избирателями, адресные поздравления;

использовать следующие **технологии информационной дезориентации оппонента**:

1. Отправить оппонента в худшую ситуацию из-за его непонимания общей картины происходящего;
2. Создать условия, в которых от оппонента ничего не зависит, - происходит его «выключение» из управления событиями;
3. Создать условия, при которых оппонент, выбирающий более предпочтительный путь, попадает в ловушку;
4. Использовать постоянное юридическое напряжение вокруг кампании оппонента;
5. Использовать элемент языковой манипуляции, например «наклеивание ярлыков»;
6. Использовать формирующие общественное мнение рейтинги и опросы;
7. Вовлекать оппонента в распространение слухов в его собственную «дискредитацию»от своего же имени;
8. Использовать принцип «виртуального конкурента»: бороться не с реальным, а с вымышленным конкурентом, игнорировать действительного противника, подменять понятия и показывать только один выход из выборной альтернативы;
9. Использовать принцип «переноса пренебрежения»: ловить оппонента на том, как он проявляет пренебрежение к избирателям;
10. Использовать принцип «люди против вас»: показывать людей, разочаровавшихся в оппоненте;
11. Доводить агитацию оппонента до абсурда: перехват управления его контр кампанией;
12. Организовывать и распространять самосбывающийся прогноз;
13. Устанавливать модели размышления (корректировка и формулирование логики);
14. Оглашать секретные факты из-за кулисы (известно больше, чем показывают и говорят);
15. Определять собственную повестку дня, например:

- публикация материалов о проблемах, которые партия затрагивает в программе, без упоминания этой партии;

- публикация материалов, которые касаются будущей сенсационной темы и которые всплывут вместе с ней;

- публикация материалов с привязкой каких-либо событий к проблемам, которых касается партия.

*Важно: Подражают только тому, что успешно,… поэтому любая предвыборная стратегия должна становиться стратегией победы.*