

УДК 324 (470 + 571)

СТРАТЕГИИ ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ НА ПРИМЕРЕ ПРЕЗИДЕНТСКИХ ВЫБОРОВ 4 МАРТА 2012 ГОДА

© 2013 г.

О.В. Булгак

Нижегородский госуниверситет им. Н.И. Лобачевского

bylgak-olga@yandex.ru

Поступила в редакцию 14.02.2013

Анализируются стратегии избирательных кампаний В.В. Путина и М.Д. Прохорова. Наиболее эффективными стали стратегии В.В. Путина, одержавшего на выборах убедительную победу. Также рассмотрены перспективы развития современной избирательной системы в России.

Ключевые слова: выборы, избирательная кампания, предвыборная агитация.

Согласно статье 81 Конституции Российской Федерации «Президент Российской Федерации избирается сроком на шесть лет гражданами Российской Федерации на основе всеобщего равного и прямого избирательного права при тайном голосовании» [1].

Согласно федеральному закону «О выборах Президента Российской Федерации», президентом может быть избран любой гражданин России не моложе 35 лет, постоянно проживающий в России не менее 10 лет [2].

Выборы Президента России, в соответствии с решением Совета Федерации, состоялись 4 марта 2012 года [3].

Для участия в президентских выборах 4 марта 2012 года официально были зарегистрированы 5 кандидатов — четыре представителя от зарегистрированных партий и один самовыдвиженец. Впервые президент России избирался на 6 лет. Выборы Президента Российской Федерации состоялись в первом туре, победил В.В. Путин.

Специалисты по связям с общественностью и PR выделяют ряд стратегий, применяемых в ходе избирательной кампании. Наиболее подходящей для характеристики избирательной кампании В.В. Путина, реализованной в ходе президентских выборов 4 марта 2012 года, является крейсерская стратегия.

Этот вид стратегии больше всего применяется теми кандидатами, которые являются однозначными лидерами с самого начала кампании и которые стремятся сохранить свои позиции в ходе проведения всей кампании. Эта стратегия предполагает плановость избирательной кампании, ровный темп в течение всего времени выборов.

Позиционирование и имидж кандидата в Президенты РФ В.В. Путина были основаны на том факте, что он являлся безусловным лидером

избирательной кампании. По данным обнародованного опроса ФОМ, населению нравились ум и образованность, компетентность и работоспособность, решительность, опытность, разумная жёсткость в достижении поставленных целей Владимира Путина.

Стратегию рывка используют те кандидаты, которые не известны большой аудитории в начале избирательной кампании. Суть стратегии состоит в рывке на ранней стадии, за несколько месяцев до выборов, который необходимо сделать кандидату. Для достижения этой цели на 10–14 дней покупается большое количество рекламного времени как в центральных, так и в региональных теле- и радиокomпаниях, делается заказ на множество газетных публикаций, распространяется большое количество агитационной продукции. Проводятся поездки лидеров (кандидата) по регионам, громкие акции, пресс-конференции, съезды и т.д. [4].

Стратегию рывка в полной мере использовал М.Д. Прохоров. По сути, он сумел выделиться на фоне остальных оппозиционных кандидатов не только тем, что он новый кандидат, но и правильным подходом в использовании избирательного маркетинга. Основной целью избирательного маркетинга является разработка приемов выборной борьбы, которые помогают добиться в ходе выборной кампании именно такого числа голосов избирателей, которое необходимо для победы [5].

В ходе избирательной кампании М.Д. Прохоров сформировал свой имидж — либерального миллиардера, умеющего связно изложить отдельные мысли. Он откликается на общественный запрос и начинает задумываться о будущем России.

Плакаты с портретами кандидата-миллиардера украсили всю страну от Калининграда до

Владивостока в один день. Участие в теледебатах показало, что он умеет держать удар и демонстрировать невозмутимость и хладнокровие. Его выступления нельзя назвать яркими, но элементарного факта, что их произносит новая персона, имеющая не во всем однозначную, но яркую и не связанную с политикой последних лет биографию, уже оказывается достаточно, чтобы завоевать популярность на уровне, сопоставимом с «традиционными» кандидатами.

В.В. Путин оказался наиболее опытным политиком и победил на выборах президента РФ. В силу этого необходим более подробный анализ стратегии его избирательной кампании. Необходимо учитывать, что она формировалась с учётом опыта президентских выборов: стратегия В.В. Путина 2012 года напоминает его предвыборную стратегию 2000 года, несмотря на принципиальное различие стартовых условий. В 2000 году он не уходил в отпуск, не участвовал в предвыборных дебатах. В открытом письме избирателям, опубликованном 25 февраля 2000 года, В.В. Путин сообщил: «Буду исполнять свои прямые должностные обязанности, специальных предвыборных мероприятий в моем рабочем графике нет» [6]. Аналогично он поступил и в 2012 году.

При реализации предвыборной стратегии штабом В.В. Путина учитывалось, что политические условия в 2000-м и в 2012 году были принципиально разные. В 2000 году В.В. Путин был вынужден избираться в сложной военно-политической ситуации и смог предъявить обществу подавление организованного вооруженного сопротивления в Чечне. В 2012 году В.В. Путин избирался в ситуации нарастания протестного движения и смог предъявить обществу программу развития в противовес деструктивным призывам оппозиции. В.В. Путин в 2000 году выглядел альтернативой Ельцину, хотя и был его преемником. В.В. Путин в 2012 году позиционировал себя как полноценный последовательный представитель политической линии Путин – Медведев – Путин.

Началом формирования избирательной стратегии В.В. Путина можно считать 24 сентября 2011 года, когда на съезде партии «Единая Россия» было объявлено, что на президентских выборах 2012 года В.В. Путин выставит свою кандидатуру от «Единой России», а правительство в случае его победы возглавит Д.А. Медведев. В свою очередь, президент Медведев принял предложение премьер-министра Путина возглавить партию «Единая Россия». В.В. Путин был поддержан партией «Патриоты России» [7]. Также его поддержала партия «Правое дело» [8].

Стратегию избирательной кампании можно понимать как ее основную направленность: голоса каких групп избирателей должны быть отданы за кандидата, каковы должны быть веские основания для этих избирателей проголосовать за этого кандидата, какие сообщения и через какие информационные каналы следует до них доносить, как правильно распорядиться всегда ограниченными ресурсами избирательной кампании для решения этих задач [9].

Стратегия избирательной кампании В.В. Путина напоминает электоральную стратегию В.В. Путина в 2000 году, однако на её реализацию существенно повлиял тот факт, что последние 10–12 лет в стране сформировался огромный пласт людей, которые на самом деле качественно улучшили свою жизнь. И у них были все основания поддерживать В.В. Путина.

Для реализации электоральной стратегии был создан народный штаб для проведения избирательной кампании, который был возглавлен известным кинорежиссёром и общественным деятелем Станиславом Сергеевичем Говорухиным.

В поддержку В.В. Путина публично высказалось большое количество известных людей: Андрей Аршавин, Игорь Акинфеев, Армен Джигарханян, Алиса Фрейндлих, Валерий Гергиев, Чулпан Хаматова, Евгений Миронов, Сергей Шойгу, Сергей Трофимов, Олег Табаков, Владимир Спиваков, Федор Бондарчук, Юрий Башмет, Татьяна Навка, Елена Ваенга, Евгений Плющенко, Михаил Давыдов, Федор Емельяненко, Михаил Галустян и др. Они помогли сформировать общественное мнение в поддержку В.В. Путина [10].

Важное место в реализации электоральной стратегии сыграли встречи В.В. Путина с рабочими, представителями технической интеллигенции, науки, студенчества. Наиболее показательной из них стала встреча с рабочими «Уралвагонзавода», в ходе которой В.В. Путин констатировал, что рабочие завода, выразившие ему безграничную поддержку, «...показали, что такое российский народ, российский трудовой человек – и рабочий, и инженер, человек труда. Вместе нам предстоит многое сделать для нашей страны и для нашего народа. Всё, о чём я говорил, всё, о чём говорили мои коллеги, – это всё исполнимо и будет сделано» [11].

При реализации избирательных стратегий штабом В.В. Путина учитывался тот факт, что в начале прошлого десятилетия российское общество было слабо структурированным, оно почти полностью состояло из более или менее обездоленных людей. Сейчас в нем стал заметен средний класс как крупная группа людей со сходными ценностями и интересами. Общество

дифференцируется, и поэтому властям стало трудно удерживать за собой единственный центр политической риторики: у разных общественных групп разные и нередко противоположные ожидания от политики и от государства [12].

В силу вышеизложенного отличительным моментом в стратегии избирательной кампании В.В. Путина 2012 года стала реализация публично-политических механизмов сохранения власти за правящей группой. Это наглядно отмечено в программных выступлениях В.В. Путина. Во-первых, написанные премьером статьи оказались весьма содержательными, а его программа – довольно цельной и более проработанной, чем у оппонентов. Во-вторых, вопреки ожиданиям, премьер не ограничил свою предвыборную аудиторию собственным электоратом «Единой России», а обращался также к «образованному классу».

В ходе президентской кампании 2012 года неоднократно в числе проблем российской политической системы В.В. Путиным назывались недостаточно сформированные партийная система и гражданское общество. Вместе с тем анализ его стратегии говорит о том, что основным актором в укреплении политической системы и в формировании гражданского общества им представлялись не граждане, а государство, то есть сила внешняя по отношению к этим институтам [13].

Таким образом, В.В. Путин в своей стратегии использовал патерналистский дискурс: «Мы будем укреплять многопартийную систему. Будем укреплять гражданское общество, делать все для того, чтобы обеспечить свободу средств массовой информации» [14].

Практика реализации стратегий избирательных кампаний показывает, что изучение предвыборной программы В.В. Путина не является главным мотивом голосовать за него для российских избирателей. Мотивы чаще всего – это известность, надежность, опасение, что иначе будет хуже, – на этом во многом и строится стратегия его публичной избирательной кампании. Однако тезисы предвыборной программы в сочетании с массовой поддержкой – это проявление политической дееспособности В.В. Путина и правильности выбранной стратегии. В процессе её реализации он продемонстрировал, что видит, как следует развивать Россию, на долгие годы вперед.

Важным элементом стратегии избирательной кампании В.В. Путина стало стремление направить предвыборную борьбу в русло публичной политики, а не полицейского подавления. В ответ на митинги оппозиции последовали контрмитинги – сначала на Манежной, потом на Поклонной, потом в Лужниках. Это в конечном счете позво-

лило скорректировать стратегию предвыборной кампании: вместо предлагаемого оппозицией «средний класс против прогнившего режима» – линия В.В. Путина «партия стабильности против партии радикальных перемен».

В ходе реализации стратегии избирательной кампании народный штаб В.В. Путина быстро и адекватно реагировал на акции оппозиции: в ответ на один митинг проводился другой. В ответ на оппозиционный автопробег проводился автопробег в поддержку В.В. Путина. Наконец, В.В. Путин неоднократно выступал перед митингующими в его поддержку и произносил речи о продолжающейся битве за Россию: «Мы показали, что нам, действительно, никто ничего не может навязать! Никто и ничего! Мы показали, что наши люди, действительно, в состоянии легко отличить желание к новизне, к обновлению от политических провокаций, которые ставят перед собой только одну цель – развалить российскую государственность и узурпировать власть» [15].

Таким образом, важной составляющей предвыборной кампании В.В. Путина являлась тема сохранения стабильности и Президента В.В. Путина как гаранта сохранения порядка в стране.

Важное место в реализации стратегии избирательной кампании В.В. Путина сыграла критика оппонентов. При этом она была разной по степени жёсткости.

В отношении кандидатов на президентский пост в 2012 году В.В. Путин использовал такой стратегический шаг, как уступка, суть которого в том, что критика тех или иных политических акторов обрамляется незначительными позитивными комментариями в их адрес. Эту стратегию В.В. Путин широко использовал в ходе избирательной кампании 2012 года. Например, 6 февраля 2012 года на встрече с политологами и 7 февраля на встрече с доверенными лицами, начав с позитивных оценок своих визави Г.А. Зюганова, М.Д. Прохорова, В.В. Жириновского и С.М. Миронова, В.В. Путин заострил внимание на критике их программ, положения которых были названы нереализуемыми и неэффективными.

Наиболее жёсткой критике В.В. Путин подверг ряд представителей оппозиции, не называя их поимённо. Можно предположить, что речь шла прежде всего о Б.Е. Немцове, А.А. Навальном, Г.К. Каспарове. Наиболее серьёзные упрёки в их отношении были высказаны В.В. Путиным в ходе выступления на митинге сторонников от 4 марта 2012 года, когда он фактически признал за принципиальной оппозицией намерения в развале страны.

Накануне выборов произошла смена главного политтехнолога Кремля В.Ю. Суркова на В.В. Володина, которая сделала предвыборную

кампанию более силовой и напористой. Это было обусловлено тем, что штаб В.В. Путина обозначил своим главным соперником на выборах протестное движение.

Акцент делался на то, чтобы в ходе предвыборной кампании показать обществу, что произошла смычка лидеров Коммунистической партии Российской Федерации и оранжевых ультралибералов в борьбе против В.В. Путина. Проправительственные СМИ акцентировали внимание на том, что они вместе ходили на Болотную площадь и к американскому послу Макфолу.

18 января 2012 года В.В. Путин выступил с резкой критикой главного редактора радио «Эхо Москвы», которое представляет собой один из редких голосов оппозиции в российских СМИ. В частности, он публично назвал его заявления оскорбительными и заявил, что тот обслуживает интересы иностранных держав [16].

Основные тезисы в поддержку В.В. Путина, которые сайт радио «Эхо Москвы» вынужден был признать, выглядели следующим образом:

– он одержал победу в первом туре на президентских выборах, победу, которую признали и его оппоненты, и международные наблюдатели, и международное сообщество;

– сегодня власть проявила готовность к реальному сотрудничеству с оппозицией, и митинги становятся неактуальными [17].

Правильность выбранной стратегии критики оппонентов в лице оппозиции подтверждает тот факт, что протестное движение против переизбрания президентом Владимира Путина не сумело убедить людей в том, что оппозиция сама способна стать властью, предложить позитивную программу действий. Оппозиции не удалось сделать главного: доказать свое нравственное, моральное, интеллектуальное превосходство над властью.

В ходе кампании В.В. Путин констатировал необходимость перемен и раздавал обещания практически всем социальным группам. Участникам протестных выступлений были даны уже вынесенные на обсуждение законопроекты о выборах губернаторов и упрощении порядка регистрации партий. Это означало усиление участия общества в управлении государством. В силу этого, по прогнозам политологов, после вступления В.В. Путина в должность президента ожидается немало суровых испытаний, в таких сферах, как политическое демократическое реформирование, экономический переход и международные отношения. Для В.В. Путина благодаря правильно подобранному избирательным стратегиям выиграть выборы было не трудно, настоящая трудность заключается в том, как в будущем решить эти сложные вопросы.

Главный вывод, который можно сделать по материалам исследования стратегий избирательной кампании на примере президентских выборов 4 марта 2012 года, заключается в том, что эти выборы стали важным тестом для оценки эффективности выбранных избирательных стратегий всех кандидатов. Их итоги показали, что наиболее эффективными стали стратегии В.В. Путина, одержавшего на них убедительную победу. Согласно официальным данным, В.В. Путин получил 63.6% голосов избирателей при явке 65.34% (Г.А. Зюганов – 17.18%, М.Д. Прохоров – 7.98%, В.В. Жириновский – 6.22%, С.М. Миронов – 3.85%).

По мнению автора, главный итог избирательного цикла 2011–2012 годов в целом и избирательной кампании по выборам президента в частности заключается в том, что в России расширилось пространство публичной политики и резко повысилась активность избирателей. Это произошло вследствие сдвигов в структуре общества. Перемены в сознании электората, особенно в столице, были настолько значимы, что политической системе пришлось реагировать на вызовы и приспосабливаться к новым реалиям в оперативном режиме.

По мнению автора статьи, перспективы развития избирательной системы в России должны заключаться в расширении инструментов практической демократии – свободы волеизъявления всех слоёв общества в ходе предвыборной кампании во всех легитимных формах. Это, в свою очередь, обеспечит то, что государство станет инструментом самоуправления нации.

Завершающийся избирательный цикл – выборы Государственной думы и президента – стал важным шагом в эту сторону. Начиная с протестного движения и заканчивая ясно обозначенным намерением самого влиятельного политика России Владимира Путина всерьез обсуждать с нацией проект развития страны – все толкает государство и граждан к реализации на практике механизмов публичной политики, к появлению таких инструментов принятия решений, которые не только допускают, но и делают необходимым участие граждан в реальном выборе тех, кто будет осуществлять государственную власть. По прогнозам автора, вполне возможно, что уже в следующем федеральном избирательном цикле 2016–2018 годов избирателям не будет заранее очевидна победа того или иного кандидата в Президенты Российской Федерации.

Список литературы

1. Конституция РФ (принята всенародным голосованием 12.12.1993 г.). Ст. 81. М.: Право, 2012.

2. Федеральный закон от 10.01.2003 г. № 19-ФЗ (ред. от 02.05.2012 г.) «О выборах Президента Российской Федерации». М.: Право, 2012.
3. Постановление Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации от 25 ноября 2011 г. № 442-СФ «О назначении выборов Президента Российской Федерации» // Российская газета. 26 ноября 2011 г. С. 1.
4. Мишина Л.А. Связи с общественностью. М.: Окей-книга, 2009. С. 33.
5. Зотова З.М. Избирательная кампания: технологии проведения. М.: Российский центр избирательных технологий, 2005. С. 80.
6. Путин В.В. Открытое письмо избирателям. 25 февраля 2000 года // <http://www.putin2000.ru/>
7. Заявление политической партии «Патриоты России» «О позиции по выборам Президента Российской Федерации 04 марта 2012 года» // http://www.patriot-rus.ru/mainNews/nws_566/
8. Резолюция Съезда Всероссийской политической партии «Правое дело» от 24 февраля 2012 года // <http://www.pravoedelo.ru/node/9463>
9. Гоулд Ф. Стратегическое планирование избирательной кампании. СПб.: Нева, 2012. С. 45.
10. Канал «Почему я голосую за Путина» на YouTube // <http://www.youtube.com/user/vote4putin>
11. Владимир Путин в режиме видеоконференции пообщался с рабочими «Уралвагонзавода» // <http://putin2012.ru/events/378>
12. Движущие силы и перспективы политической трансформации в России. Доклад Центра стратегических разработок. М.: ЦСР, 2011. С. 6.
13. Турченко М.С. Дискурсивная практика В.В. Путина в период избирательных кампаний федерального уровня 2000–2012 годов // Мир и политика. 12.11.2012 // <http://mir-politika.ru/366-diskursivnaya-praktika-vv-putina.html>
14. Путин В.В. Выступление на съезде партии «Единая Россия» 26.05.2012 г. // <http://www.rg.ru/2012/05/27/vistuplenie.html>
15. Путин В.В. Выступление на митинге своих сторонников на Манежной площади в Москве 4 марта 2012 г. // <http://putin2012.ru/>
16. Латынина Л. Путин критикует оппозиционное радио «Эхо Москвы» // Сайт «Эхо Москвы» // <http://www.echo.msk.ru/programs/victory/> 19.01.2012.
17. Коваль С. Машина времени // Сайт «Эхо Москвы» // <http://www.echo.msk.ru/programs/11.02.2012>.

ELECTION CAMPAIGN STRATEGIES (A CASE STUDY OF THE PRESIDENTIAL ELECTION ON MARCH 4, 2012)

O.V. Bulgak

This article presents an analysis of V.V. Putin's and M.D. Prokhorov's election campaign strategies. The author shows that V.V. Putin's strategy proved to be most effective and brought him a landslide victory. Prospects for the development of a modern electoral system in Russia are also considered.

Keywords: elections, election campaign, pre-election canvassing.