

ВЛАСТЬ И ПОЛИТИКА

РАЗГОВОРЧИКИ

Декорации электорального театра

Эксперты обсудили состояние политического пиара в России

Людмила Максимова

В Перми прошёл форум «Предвыборная агитация как наука и искусство», организованный отделом по исследованию политических институтов и процессов Пермского научного центра УрО РАН. Ключевым мероприятием форума стала конференция «Визуализация выбора: история и современное состояние предвыборной агитации в России». На ней ведущие российские эксперты обсудили историю и сегодняшнее состояние политического пиара в России.

Не на пустом месте

Первый день конференции был посвящён истории политической агитации в России. В Пермском научном центре историки со всей страны рассмотрели избирательные кампании в Госдуму дореволюционной России.

Декан историко-политологического факультета профессор ПГНИУ Игорь Кириянов отметил, что «процессы, связанные с выборами, развивались в России в начале XX века и сегодняшние политические институты появились не на пустом месте».

«Сложно говорить о преемственности, но культурный слой, пусть и тонкий, сложился», — подчеркнул эксперт.

Как рассказал присутствующим на конференции эксперт из Москвы Кирилл Соловьёв, выборы в Госдуму начала прошлого века были «калькой с европейского опыта» и по сути «были перечеркнуты из книжек».

Кирилл Соловьёв, ведущий научный сотрудник Института российской истории РАН (Москва):

— На выборах третьего созыва Госдумы эта система дала сбой. Зарубежный опыт оказался не универсален. Тогда в стране уже был опыт земских выборов, который был нам близок и понятен. Политическая агитация только зарождалась, и важнее были слова, а не образ. Практически не было визуализации. Партия кадетов издавала листовки зелёного цвета, который потом стал их фирменным. Были также сатирические открытки, где осмеивали всех, но кадеты

на этом фоне выглядели лучше. Использовалась и такая форма, как высмеивание прав и свобод из идеологической программы кадетов. Это привлекало внимание общественности к программе и способствовало её популяризации. Шёл поиск новых форм.

Заведующий кафедрой истории и философии Череповецкого государственного университета Андрей Егоров отметил, что партии не только пропагандировали свои идеи, но и активно занимались дискриминацией противников. Так, правые партии пытались представить кадетов не борцами за демократию, а борцами за власть, «обычными политиканами». При этом все обвинения опирались на чувства и эмоции.

Егоров представил слушателям универсальную формулу обличения политического противника: «Центральная группа партии — лицемеры, политические мошенники, люди, обратившие ложь, подлоги, клевету и плутовство в основной приём своей политической деятельности».

«Чем хороши эти приёмы? Его можно использовать на любых выборах, применимо к любой партии. Неспособность к реальным делам — универсальное обвинение. То же самое сейчас говорит «Единая Россия», заявляя о том, что только они занимаются реальными делами. Поменяйте стилистику, и эту фразу можно использовать и сегодня», — отметил Егоров.

«Слушаю доклады Егорова, потом включаю телевизор, а там продолжение доклада», — подтвердил Кириянов.



Пермские эксперты также поделились опытом проведения выборов на местном опыте. Они обсудили с приглашёнными экспертами опыт использования административного ресурса на выборах в Госдуму Российской империи четвёртого созыва. Тогда пермский губернатор Иван Кошко занимался чисткой списка избирателей, единолично давал разрешение на устройство предвыборных собраний. Законодательство того времени предоставляло широкие возможности для использования административного ресурса. Действия пермского губернатора были высоко оценены в Петербурге.

«Мощное административное влияние связано с осознанием того, что Госдума стала важным политическим институтом, в том числе и с точки зрения бюджетного контроля. Власть начинает бороться за Госдуму», — отметил Кириянов.

Однако эксперты отметили, что использование этого ресурса не всегда приводит к ожидаемому результату.

«При выборах в четвёртую Госдуму административный ресурс активно использовался. Однако реакции на это стало то, что она вышла более оппозиционной, чем предыдущие», — заметил Соловьёв.

От обсуждения выборов дореволюционного периода эксперты плавно перешли к обсуждению выборов в Советы депутатов тружеников 1960–1970 годов. О «советских» выборах, которым «не очень повезло», рассказал доцент Челябинского государственного университета Александра Фокин.

Александр Фокин, доцент Челябинского государственного университета:

— Они воспринимались как декорации, театр власти. Некая предсказуемость действительно была, но надо понимать, что стоит за 100%-ной явкой, и как при отсутствии репрессивных механизмов власти удалось добиться таких результатов. Голосование было лишь закрепляющим итогом всего процесса. Население голосовало за саму систему. За фасадом стояли механизмы функционирования избирательной системы не такие, как сейчас. Она была многоступенчатой. База

кандидатов формировалась так, чтобы они не вызывали отторжение у населения. Вёлся подбор «идеальных» кандидатов. Создавались плакаты-биографии, которые были довольно стандартизированы: успехи в труде, активная общественная позиция. Неучастие в общественных отчётах о наказах могло привести к тому, что кандидата снимали с гонки.

Выборы этого периода Фокин сравнил с айсбергом. Голосование — это лишь небольшая надземная часть, а под водой скрыта большая подготовительная работа.

Путь российского политического пиара

Во второй день конференции учёные-политологи и практики избирательных кампаний обсудили выборы последних лет в России и регионах.

Специальным гостем второго дня стал личный консультант по имиджу Бориса Ельцина во время президентской кампании 1996 года, консультант команды Владимира Путина в 2000 и 2004 годах, организатор президентских и парламентских предвыборных кампаний в США, Латвии, Литве, Польше, Никарагуа, Колумбии, Белоруссии и на Украине председатель совета директоров первой российской PR-компании «Никколо М» Игорь Минтусов.

Он представил краткую историю политического пиара в России, разделив её на пять этапов. На первом этапе (1989–1996 годы) политический пиар только зарождался. По словам Минтусова, это была неизвестная область и специалистов в этой сфере было крайне мало. Апогеем этого периода эксперта называет выборы мэра Санкт-Петербурга, когда Анатолий Собчак проиграл Владимиру Яковлеву.

«Всё решили последние дебаты. Это был яркий пример классически красивых дебатов с правильно выбранной стратегией. Собчак, уверенный в своей победе, говорил общие слова. Яковлев на все общие слова конкурента называл конкретные цифры и факты», — отметил Минтусов.

«Золотым веком» политического пиара стали 1996–2003 годы.

