

27  
августа  
2013

# ДОКЛАД

СЦЕНАРНОЕ ПРОГРАММИРОВАНИЕ КАМПАНИИ И  
УПРАВЛЕНИЕ РЕПУТАЦИЕЙ КАНДИДАТОВ



Выборы мэра Москвы – центральное политическое событие региональной избирательной кампании 2013 г., практически заслонившее собой остальные выборы. В данном докладе мы рассматриваем кампанию по выборам мэра Москвы с политтехнологической точки зрения. Действия кандидатов мы оцениваем с точки зрения авторской технологии «сценарного программирования избирательных кампаний».

Сценарием кампании мы называем динамично меняющееся представление избирателей о шансах участников выборов, их целевых группах, силах, которые за ними стоят, целях и используемых средствах. Целью кампании является управление всей кампанией в целом, а не только кампанией кандидата. Ключевое значение для исхода выборов имеет формирование обоймы кандидатов (путем переговоров, административных, юридических и иных методов) и ролевое распределение между ними. Зачастую сценаристами электорального процесса выступают не штабы кандидатов, а элитные группы, которые в ходе кампании решают свои стратегические и тактические задачи. А итог кампании не сводится к количеству голосов, отданных за того или иного кандидата. Гораздо важнее полученные элитными группами экономические, имиджевые и репутационные позиции. Причем, судя по остроте политической борьбы, торг между ними будет продолжен и за рамками собственно электоральных процедур.

В докладе «Политбюро 2.0 накануне перезагрузки элитных групп»<sup>1</sup> (февраль 2013 г.) среди элементов политической стратегии мэра Москвы Сергея Собянина мы упоминали такой сценарный ход, как легитимацию его как публичного политика в Москве через процедуру прямых выборов. «Приход на пост премьер-министра без прохождения этого этапа будет создавать возможности для негативной мифологизации итогов собянинского правления в Москве и спекуляций относительно уровня поддержки населением. При этом, несмотря на заявления С. Собянина о том, что он не планирует досрочных выборов, именно игра с таймингом может стать его конкурентным преимуществом». Собственно, так и произошло.

Сергею Собянину удалось убедить Владимира Путина в необходимости проведения выборов именно летом-осенью 2013 г., когда рейтинг поддержки московского мэра достаточно высок, а потенциальные конкуренты не смогли подготовиться к кампании. На согласие президента повлияло и повышение устойчивости на своем посту председателя Правительства Дмитрия Медведева, который превратился в «технического премьера», устраивающего в этой роли Путина (подробнее см. Доклад «Год Правительства Дмитрия Медведева» – май 2013 г.)<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> С полной версией доклада о «Политбюро 2.0» можно ознакомиться на нашем сайте: [http://minchenko.ru/analitika/analitika\\_30.html](http://minchenko.ru/analitika/analitika_30.html)

<sup>2</sup> С полной версией доклада о годе правительства можно ознакомиться на нашем сайте: [http://minchenko.ru/analitika/analitika\\_34.html](http://minchenko.ru/analitika/analitika_34.html)

Помимо стратегической задачи повышения политического веса Собянин стремится решить несколько тактических задач:

- Увеличение свободы рук в кадровых вопросах, в том числе в отношении бывших членов лужковской команды;
- Выравнивание уровня легитимности относительно идущего на выборы в Московской области Андрея Воробьева, члена команды другого члена путинского Политбюро 2.0 – Сергея Шойгу;
- Недопущение выхода на выборы альтернативной элитной коалиции, олицетворяемой тандемом Михаил Прохоров – Юрий Лужков.

Изначально команда Собянина исходила из сценария «незаметной кампании» со ставкой на слабый интерес к выборам и низкую явку, в ходе которой группа кандидатов-статистов будет выгодно оттенять фаворита выборов, который «занимается делом». В рамках этого сценария была использована технология «карнавализации процесса» за счет стимулирования выдвижения большого количества кандидатов с медийным акцентом на тех фигурах, которые имеют репутацию фриков.

Угроза публичного противостояния с тандемом Прохоров-Лужков была купирована за счет как использования законодательных запретов (в частности, запрета на владение счетами за рубежом, который Прохорову было достаточно сложно обойти в столь сжатые сроки), так и за счет закулисных переговоров, которые могли содержать обещания экономических и политических уступок федеральных властей и команды Собянина Прохорову.

На этом этапе мэрия сформировала удобную для себя обойму статусных, но не харизматичных оппонентов с низкой известностью (вице-спикеров от КПРФ и СР Ивана Мельникова и Николая Левичева), традиционного спарринг-партнера городских властей лидера «Яблока» Сергея Митрохина и молодого жириновца Николая Дегтярева. Предполагалось использование уже отработанного на губернаторских выборах октября 2012 г. сценария «крепкий хозяйственник, доказавший свою состоятельность, против безответственных политиков без опыта практической работы». Отстройка Собянина от конкурентов по этому параметру дополнялась его самовыдвижением и сбором подписей не только муниципальных депутатов, но и избирателей. В ходе сбора подписей на улицах было обозначено доминирование и.о. мэра в левом сегменте. Участие Алексея Навального в выборах изначально не предусматривалось, иначе в пару Собянину от КПРФ был бы выдвинут 34-летний депутат Мосгордумы Андрей Клычков, который наравне конкурировал бы с Навальным в номинации «молодой оппозиционный политик», а по знанию городских проблем выглядел бы выигрышнее.

Однако **стартовый сценарий мэрии был изменен политическим решением федералов** (по видимому, лично Путина) продемонстрировать высокую конкурентность выборов и допустить на них представителей несистемной оппозиции. В качестве витринных выборов были выбраны Москва и Московская область, главы которых одновременно вышли с инициативой помочь с подписями муниципальных депутатов своим конкурентам. Предполагалось, что в условиях дефицита времени и ресурсов, периода летних отпусков и информационного затишья ни Алексей Навальный, ни Геннадий Гудков не смогут получить сколько-нибудь значимый результат, а в идеале окажутся на третьем-четвертом месте. Собственно, в Московской области этот сценарий реализовался – невысокий рейтинг Гудкова дает основания полагать, что он может занять

только третье место, уступив представителю Компартии<sup>3</sup>. А антиворобьевская элитная коалиция, которая могла бы придать кампании ветерана КГБ дополнительное ускорение, не сложилась ни на федеральном, ни на региональном уровне.

Ситуация в Москве оказалась кардинально иной. Беспроblemная победа Собянина в регионе, где проживает 10% избирателей России, качественно усиливала его влияние, а значит - создавала риск серьезного дисбаланса внутри Политбюро 2.0. В результате сложилась ситуативная антисобянинская коалиция, ставящая своей целью снижение веса этой победы и потенциала Собянина как кандидата в премьер-министры и преемники, а для кого-то из участников концессии – создание возможностей торга за экономические преференции. Путинское Политбюро, в отличие от его советского прообраза, является сетевой структурой, в рамках которой конкуренция между группами даже поощряется Путиным.

Кроме того, медийное внимание к мэрской кампании создавало дополнительные возможности для оказания информационного давления на оппонентов внутри элиты.

Заметим, что кандидат Алексей Навальный в ходе кампании произвел ряд сомнительных с точки зрения электоральной эффективности действий. Он атаковал:

- Главу РЖД Владимира Якунина, недавно побывавшего в краткосрочной «медийной отставке», а затем подвергнутого жесткой публичной критике со стороны премьер-министра Дмитрия Медведева и вице-преьера Аркадия Дворковича. В городской контекст глава РЖД включен очень относительно, но как раз по тем темам, которые имеют отношение к московской проблематике и которые могли бы иметь отклик у избирателя, Навальный его не критиковал, ограничиваясь публикацией «карты бизнес-империи»;
- Бизнесменов Геннадия Тимченко и Аркадия Ротенберга, характеризующихся как «друзья Путина». Подобного рода разоблачения уже использовал в ходе выборов Президента РФ в 2004 г. кандидат Иван Рыбкин, и эффективность их была мизерная. Узнаваемость для широкой публики Геннадия Тимченко и Юрия Ковальчука, упоминавшихся тогда «кандидатом от Бориса Березовского», была практически нулевой, а значит, нулевым был и их антирейтинг. Учитывая, что с тех пор массовая известность представителей бизнес-окружения Владимира Путина критически не возросла, было бы странно ожидать серьезного электорального эффекта от введения в оборот этих фамилий;
- Министра обороны Шойгу, одного из самых рейтинговых политиков России (второе место по доверию в стране – 18%, согласно июльскому рейтингу «Левада-центра»), который в последнее время имел настолько очевидный тренд на усиление позиций, что вынужден был опровергать наличие планов слияния Минобороны и МЧС;
- И.о. губернатора Московской области Андрея Воробьева, имеющего высокие шансы выиграть выборы в регионе, являющемся соседом Москвы и тесно с ней связанным.

Однако если рассматривать эти действия как способ поиска или закрепления союзников внутри элиты по принципу «враг моего врага – мой враг», тогда в них начинает просматриваться определенная логика. На встрече с финансистами Алексей Навальный признал, что в качестве своей программы-максимум рассматривает выход во второй тур, а

<sup>3</sup> По данным ВЦИОМ (август 2013 г.), рейтинг А. Воробьева – 70,6 %, представителя КПРФ К. Черемисова – 14,6 %, Г. Гудкова – 6,7 %.

не победу. Большая часть активности штаба Навального и радикальность заявлений кандидата ориентирована не на расширение своего электорального поля, а на формирование намагниченного ядра фанатичных сторонников. **Кампания Навального выглядит не как выборы, а как попытка пройти праймериз в кандидаты в члены путинского Политбюро 2.0.** В качестве уникального ресурса предлагается возможность консолидировать значительную часть протестного электората. По этому пути в свое время шли Владимир Жириновский (1993-1999 гг.) и Дмитрий Рогозин (2003 г.). Кроме того, Навальный предпринимает успешные усилия по монополизации права на организацию уличного протеста в столице.

**Раскрутка Навального как безальтернативного лидера протестной активности происходила на протяжении последних двух месяцев по канонам событийного менеджмента при деятельном содействии властных структур.** В каждом из событий присутствовал устойчивый паттерн, трехтактная структура «Власть несправедливо атакует героя – герой страдает, это вызывает возмущение народа – герой одерживает очередную победу». В большинстве случаев этот сценарий сопровождается убедительной и кинематографичной картинкой:

1. Навальный сдает документы в избирком. Скучное рядовое событие. Но неожиданно кандидата под руки подхватывают сотрудники полиции и тащат в автобус – вокруг автобуса собираются возмущенные сторонники – Навального с извинениями отпускают;
2. Суд выносит приговор «5 лет лишения свободы», героя грубо уводят от любимой жены в тюрьму – тысячи людей выходят на улицу в Москве – на следующий день героя выпускают по протесту прокуратуры;
3. Сторонники встречают героя на вокзале, но платформу оцепляет полиция – люди возмущены – герой выходит из вагона, полиция вынуждена расступиться перед кандидатом в мэры, и он, как победитель, идет перед шеренгой омоновцев к своим сторонникам;
4. Прокуратура заявляет о возможных нарушениях в финансировании кампании – начинаются возмущенные разговоры о возможности снятия кандидата «под надуманным предлогом» - тема признается неважной, но в первый день дебатов Навальный оказывается в топе информационной повестки дня;
5. В квартиру сторонников кандидата врывается полиция – тема становится доминирующей на вторых дебатах;
6. Избирком заявляет о возможном снятии кандидата с выборов – всеобщее возмущение – в итоге избирком ограничивается замечанием;
7. Появляется информация о наличии у кандидата компании за рубежом – возникает информационная волна о возможности снятия с выборов – следует разъяснение, что это не является основанием для снятия;
8. Кандидата уводит полиция прямо со встречи с избирателями – всеобщее возмущение – кандидата отпускают после профилактической беседы.

**Именно этот событийный менеджмент является, на наш взгляд, главным мотором наращивания потенциала Навального.** Можно предположить, что ближе к выборам накал событий будет нарастать, при сохранении базового паттерна «атака на героя – народная поддержка – очередная победа».

Подобного рода активная событийная поддержка Навального со стороны правоохранительных органов стала неприятным сюрпризом для команды Собянина. **В ситуации с судом по «Кировлесу» для мэрии были бы приемлемы и вариант с условным сроком Навальному и его сохранением в кампании, и вариант с реальным сроком заключения и выходом из кампании.** В первом случае оставался шанс на проведение относительно тихих выборов с оговоркой, что «оппонент признан судом виновным, но пока право на участие в выборах имеет – издержки демократии и правого государства», а значит, повода для мобилизации его сторонников нет. Во втором случае был бы ситуативный всплеск недовольства, но, учитывая мертвый сезон, он вряд ли продлился бы более недели. Однако ситуация «посадили-выпустили» соединяла худшие стороны обоих сценариев. Команда мэрии попыталась нивелировать негативные последствия, вбросив слух о том, что Навального выпустили по личной просьбе Собянина, однако это утверждение было опровергнуто пресс-секретарем Президента Дмитрием Песковым.

Несмотря на изменение параметров кампании, команда Собянина сохранила базовую стратегию «незаметных выборов», делая акцент на медийное присутствие и косвенную рекламу. Стандартная с точки зрения выборных технологий тактика «отзеркаливания» сильных ходов оппонента не применяется, апгрейд имиджа также не используется. К числу результативных акций мэрии можно отнести «зачистку мигрантов» после нападения на полицейского на одном из московских рынков. Несмотря на логические несостыковки в самой акции (нападавший был гражданином России, а главными пострадавшими в итоге оказались вьетнамцы), медийный эффект был достигнут.

Ошибочной была стратегия команды мэра по отношению к участию в дебатах. Неучастие лидера кампании в дебатах – это распространенная практика, причем отнюдь не только в России. Поэтому тему необходимо было закрыть сразу же, как только она возникла. Однако команда Собянина затянула решение по этому вопросу более чем на месяц, и, когда в итоге последовал отказ, аргументы в пользу неучастия уже были девальвированы (если ситуация однозначная – почему так долго думали).

В противоположность этому тема переговоров с «Гражданской платформой» о вхождении ее представителей в команду Собянина прожила в качестве новостного повода менее недели, хотя из нее можно было бы сделать долгоиграющий спектакль.

Электорат и.о. мэра, ядро которого было сформировано еще в лужковские времена, состоит из лоялистов и части левых избирателей и в совокупности может достигать 70 %. **Высокий запас прочности (рейтинг более 50 %, антирейтинг не превышает 20 % и electability более 80 %) позволяет Собянину, несмотря на ошибки в ходе кампании и отрицательную динамику рейтинга, претендовать на победу в первом туре.**

Кампания Навального критикует фигуру и.о. мэра по второстепенным для избирателей вопросам (квартиры дочерей, наличие или отсутствие разрешения Президента на участие в выборах и т.д.). Тема большего удобства и доступности городской власти, заявленная в программе кандидата, не является для Навального выигрышной, поскольку как раз в этом направлении у мэрии есть очевидные успехи. Атаки на федеральную власть не являются аргументом для голосования на городских выборах и мобилизуют ту часть политизированных избирателей, которая и так уже

составила ядро электората Навального (порядка 10 %). Тема коррупции, стержневая для этой критики, находится только на пятом месте в иерархии проблем москвичей.

В то же время можно высоко оценить технологическую составляющую полевой и интернет-кампании оппозиционного кандидата. Навальный наиболее грамотно из всех кандидатов отработал тему дебатов. Он активно эксплуатировал вопрос участия в них и.о. мэра, затем информационно доминировал в них за счет событийного фона и вовремя отказался от дальнейшего участия, чтобы не становиться донором рейтинга для других кандидатов. Относительно свежим ходом стало подписание публичного соглашения с представителями бизнеса.

Как мы уже упоминали, сценарий кампании Навального «Герой против системы» может реализовываться только при постоянном воспроизводстве противостояния с представителями власти. Любые проявления административного ресурса и столкновения его активистов и самого кандидата с правоохранительными органами будут информационно подпитывать его кампанию, а оптимальным вариантом развития событий для Навального стало бы снятие его с выборов. Именно поэтому, какие бы нарушения ни были допущены кандидатом в ходе выборов, его снятие с дистанции не в интересах московских властей.

Потенциальные параметры рейтинга Навального колеблются от 11-13% (результаты оппозиционных кандидатов в мэры в 1999 и 2003 гг.) до 20% (результат Михаила Прохорова на выборах Президента в 2012 г.). Дополнительным резервуаром для притока новых голосов может стать тема «национализма» Навального – ценой потери 2-3% либералов-интернационалистов эксплуатация этой повестки может добавить кандидату от РПР-ПАРНАС 5-7%, то есть в итоге 25%. Пиковые параметры рейтинга Навального мы оцениваем в 30%. Однако подобный рост может быть достигнут только за счет «эффекта пылесоса», когда Навальный будет перераспределять за счет своего доминирования в информационной повестке голоса других оппозиционных кандидатов (которые в сумме получают менее 10%). То есть это не увеличивает вероятность второго тура. Кроме того, **серия скандалов вокруг Навального и радикальная стилистика кампании под лозунгом «Кто не с нами – тот против нас» затрудняет рост его рейтинга. Поэтому мы склоняемся к консервативного прогнозу – менее 20%.**

Учитывая некомфортность для власти лобового столкновения с Навальным, ставка делается на противостояние его и других кандидатов. В роли атакующих выступили Николай Левичев и Михаил Дегтярев. Однако низкая известность и слабая ресурсная обеспеченность кампаний этих кандидатов не дает им возможности значимо нарастить свой рейтинг, который, вероятнее всего, останется в рамках статистической погрешности.

Наиболее понятная сегментированная кампания ведется Сергеем Митрохиным, позиционирующим себя в качестве единственного коренного москвича среди кандидатов и единственного, кто имеет многолетнюю историю присутствия в городской политике. Однако проблема Митрохина в том, что именно его электорат в наибольшей степени пересекается с электоратом Навального при несопоставимости ресурсной обеспеченности. Поэтому хорошим результатом для него будет получение голосов ядерного электората «Яблока» (порядка 5 %).

Кандидат от КПРФ Иван Мельников не предложил внятной аргументации для оттока левого избирателя от и.о. мэра. Голосование за КПРФ в Москве в значительной степени является не идеологическим, а голосованием за основную оппозиционную силу, однако пока в этой нише доминирует Навальный. Поэтому ориентиром для результата Мельникова является не президентский рейтинг Геннадия Зюганова (19,8%), а процент, полученный на выборах Президента в 2004 г. Николаем Харитоновым, – около 7%. В условиях низкой явки, увеличивающей вес дисциплинированного электората коммунистов, пиковый результат Мельникова может достигнуть 13% (результат КПРФ на выборах в Мосгордуму в 2009 г.). Однако выход на такие рейтинговые параметры требует резкой активизации кампании перед финишем, чего пока не происходит. Другой ресурс роста рейтинга кандидата КПРФ – ситуативное голосование в день выборов как за «наименее противного» кандидата, стимулом к чему может стать рост антирейтингов кандидатов, занимающих первое-второе место.

К числу сильных ходов Мельникова можно отнести презентацию им своей потенциальной команды из числа представителей различных политических сил.

### Резюме

1. Можно прогнозировать победу С. Собянина в первом туре;
2. Борьба за второе место развернется между А. Навальным и И. Мельниковым. Шансы А. Навального занять второе место значительно выше;
3. Важный фактор приобретает явка избирателей, ее значительное повышение несет в себя серьезные риски для кандидата от власти;
4. Высока вероятность провокаций в день голосования и организации акций протеста по итогам выборов;
5. Рост влияния С. Собянина за счет победы на прямых выборах мэра Москвы будет несколько снижен за счет репутационных потерь (недостаточно высокая электоральная эффективность, сомнение в умении выстраивать коалиции, что до сих пор считалось в элитах одним из наиболее важных достоинств С. Собянина);
6. Ситуативная антисобянинская коалиция внутри путинского Политбюро 2.0 не прекратит свое существование. Возможны атаки на губернаторов, входящих в «собянинский пул»;
7. А. Навальный закрепит доминирование в нише радикальных протестных политиков.