

Nauka.me

5
2018

nauka.me. 2013-2020

ISSN 2413-2888

URL - <http://nauka.me>

All right reserved

5 Volume . 2018

The election campaign P.N. Grudinina. Potential opportunities and errors

A. Mamedov

RGSU

Wilhelm Pika street, house number 4, building number 1, Moscow, Russia, 129226

Abstract

The 2018 presidential elections in Russia were quite interesting from the point of view of political technologies, primarily due to new candidates of interest (first of all, Pavel Grudinina and Ksenia Sobchak), who actively resorted to the help of political strategists.

Keywords list (en): Election campaign, political technologies

Date of publication: 07.02.2019

Citation link:

Mamedov A. The election campaign P.N. Grudinina. Potential opportunities and errors // nauka.me. 2018. 5 [Electronic resource]. Access for registered users. URL: <https://nauka.me/s241328880000212-7-1/> (circulation date: 22.01.2020).

1 Выборы президента России 2018 года были достаточно интересными с точки зрения политических технологий, в первую очередь за счет новых, вызывающих интерес кандидатов (прежде всего Павла Грудинина и Ксении Собчак), которые активно прибегали к помощи политтехнологов. Особый интерес вызывает исследование агитации в интернете, в частности в социальных сетях. Это новый и пока малоиспользуемый метод привлечения электората для России, но учитывая опыт последних президентских выборов в США становится ясно какой огромный потенциал имеет данный способ агитации.

2 Павел Николаевич Грудинин на выборах президента России 2018 довольно неожиданно заменил традиционного кандидата от КПРФ Геннадия Зюганова. По всей видимости, КПРФ приняла решение сделать ставку на нового, неизвестного широкой

общественности человека, в надежде привлечь помимо традиционного им электората еще и другие группы избирателей, в первую очередь тех, кто ранее не ходил на выборы,

3 голосовал за Путина, но сейчас его поддержать не готов, и даже части либералов. Грудинин действительно имел потенциальную возможность консолидировать вокруг себя протестный электорат разной идеологической направленности, используя образ нового, незапятнанного политикой человека. Зюганов, как старый системный политик объективно не имел такой возможности.

4 Однозначно сильной стороной предвыборной кампании Грудинина является то, что он воспринимался общественностью как главный, хоть и не угрожающий, конкурент действующего президента. Это помогло привлечь ему часть протестного электората.

5 Политтехнологи Грудинина пытались воздействовать на молодежную аудиторию с помощью агитации в интернете, прежде всего, в социальных сетях. Но из-за топорности, навязчивости она не была эффективной. Ситуации, когда развлекательные сообщества в сети Вконтакте, ранее не имевшие отношение к политике, переименовывались в группы поддержки Грудинина вызвали насмешки среди широкой интернет аудитории и создавали значительный антирейтинг. Значительным событием пиар-кампании Грудинина стало его участие в самом популярном в русскоязычном интернете интервью-шоу «ВДудь». Решение прийти к Юрию Дудю было однозначно правильным. В целом, интервью прошло бы достаточно успешно и позволило бы привлечь определенное количество молодежного электората если бы не прозвучавшие одобрительные слова Грудинина в адрес Сталина: Павел Николаевич назвал Иосифа Виссарионовича лучшим правителем России за 100 лет. Это стало одной из самых больших ошибок его пиар-кампании. Этим заявлением он отрезал от себя значительную часть либеральной общественности, которые при определенных условиях могли бы поддержать Грудинина. В том числе из-за этого Павел Николаевич так и не смог стать консолидатором протестного электората.

6 Самой слабой стороной Грудинина стало то, что он был замешан в истории с вероятным мошенничеством вокруг Совхоза имени Ленина. Именно это, активнее всего использовала действующая власть с целью дискредитации кандидата от КПРФ. Во второй половине предвыборной кампании частота критических эфиров про Грудинина на федеральных каналах резко возросла, по данным крупнейшей российской системы мониторинга СМИ «Медиалогия» по числу критических упоминаний в СМИ Грудинин занимает 1 место

7 Целью политтехнологов было сделать Грудинину образ простого, честного хозяйственника. Однако истории с мошенничеством, агрессивная кампания федеральных СМИ не позволили в полной мере добиться этого. Грудинин довольно плохо провел предвыборные дебаты, ими он мог хоть как-то компенсировать потери электората.

8 Политтехнологи Грудинина использовали также и классические методы агитации такие, как распространение листовок, газет, расклейка баннеров. Из-за недостаточности финансирования это делалось в недостаточных объемах и не принесло значимого эффекта.

9 В итоге Павел Грудинин получил только 11,77% голосов. Это значит, что он не только не консолидировал вокруг себя протестный электорат, но и не получил поддержку избирателей, традиционно голосовавших за Геннадия Зюганова. Однозначно КПРФ рассчитывало не на это.

Предвыборная кампания П.Н. Грудинина. Потенциальные возможности и ошибки

Мамедов А. Э.

РГСУ

улица Вильгельма Пика, дом № 4, строение № 1, город Москва, Россия, 129226

Аннотация

Выборы президента России 2018 года были достаточно интересными с точки зрения политических технологий, в первую очередь за счет новых, вызывающих интерес кандидатов (прежде всего Павла Грудинина и Ксении Собчак), которые активно прибегали к помощи политтехнологов.

Ключевые слова: Предвыборная кампания, политтехнологии

Дата публикации: 07.02.2019

Ссылка для цитирования:

Мамедов А. Э. Предвыборная кампания П.Н. Грудинина. Потенциальные возможности и ошибки // nauka.me. 2018. 5 выпуск 2018 [Электронный ресурс]. Доступ для зарегистрированных пользователей. URL: <https://nauka.me/s241328880000212-7-1/> (дата обращения: 22.01.2020).