

Никитин А.А.
ассистент кафедры прикладной политологии КФ(П)У

Эффективность рекламных кампаний кандидатов в Президенты Российской Федерации на выборах в 2012 году

Президентские выборы в России состоялись 4 марта 2012 года. Принять участие в выборах планировали 14 кандидатов, однако зарегистрированными оказались лишь 5 кандидатов – 4 выдвинуты политическими партиями, 1 самовыдвиженец. Так, «Единая Россия» выдвинула кандидатуру В.В. Путина, КПРФ – Г.А. Зюганова, ЛДПР – В.В. Жириновского, «Справедливая Россия» - С.М. Миронова. Самовыдвиженцем оказался «новичок» политической борьбы – М.Д. Прохоров.

Прошли в один тур и уверенную победу одержал В.В. Путин, набравший, согласно данным ЦИК РФ, 63,6% голосов избирателей. На втором месте оказался Г.А. Зюганов с 17,18% голосов. Третье место занял М.Д. Прохоров, набравший 7,98%. В.В. Жириновский и С.М. Миронов оказались на четвертом и пятом месте, набрав соответственно 6,22% и 3,85% голосов. Всего же в выборах приняло участие 64,71% от зарегистрированных избирателей[1].

В этой связи интересно посмотреть суммы расходов на предвыборную кампанию кандидатов[2]. Так, наибольшую сумму потратил В.В. Путин - 399853821,51 рублей. М.Д. Прохоров потратил на свою кампанию 388192288,98 рублей. Г.А. Зюганов израсходовал 272451971,82 рублей. В.В. Жириновский - 245963948,38 рублей. И С.М. Миронов - 136916032,59 рублей. Таким образом, оценить эффективность кампаний в разрезе финансовых затрат можно в следующей таблице:

Кандидат	Потрачено на кампанию, руб.	Результат, %	Результат, кол. избирателей	СРР, руб.	Стоимость 1 голоса, руб.
В.В. Путин	327356822,4	63,6	45 602 075	5 147	7,18

				119,85	
Г.А. Зюганов	222281231,6	17,18	12 318 353	12 938 372,04	18,05
М.Д. Прохоров	246573506,7	7,98	5 722 508	30 898 935,68	43,09
В.В. Жириновский	229959926,6	6,22	4 458 103	36 971 049,29	51,58
С.М. Миронов	131036757	3,85	2 763 935	34 035 521,31	47,41

Отметим, что в графе «потрачено на кампанию» имеются ввиду расходы на предвыборную агитацию через организации телерадиовещания, через редакции периодических печатных изданий, на выпуск и распространение печатных рекламных материалов.

Исходя из полученных данных можно сделать вывод, что несмотря на то, что В.В. Путин потратил на свою кампанию почти в 2,5 раза больше средств, чем С.М. Миронов, ее эффективность по параметру «стоимость одного голоса» оказалась примерно в 7 раз выше. Вообще, разброс по данному параметру составляет от 2,5 раз (в сравнении в Г.А. Зюгановым), до 7 раз (в сравнении с В.В. Жириновским).

Однако при оценке эффективности кампании В.В. Путина необходимо отметить тот факт, что будучи Премьер-министром РФ В.В. Путин занимал гораздо больший объем медийного, особенно телевизионного, пространства, поскольку освещение его профессиональной деятельности не подходит под определение предвыборной агитации, хотя, по сути, таковой и является. В качестве наиболее яркого примера можно привести факт трансляции 29 февраля в районе 14.40 «фрагмента со встречи Владимира Путина с доверенными лицами». В начале и конце данного фрагмента прошли заставки «Выборы Президента – 2012», общее время сюжета составило около 20 минут[3].

Отметим, что по подсчетам, проведенным во время мониторинга центральных телеканалов по заказу КИРФ, выяснилось, что из эфирного времени, выделяемого на всех кандидатов, В.В. Путин получает около 67%, В.В. Жириновский и Г.А. Зюганов — по 9%, М.Д. Прохоров — 8%, а С.М. Миронов — всего 7% [4]. Помимо этого, к бесплатной агитации можно отнести также публикацию ряда статей Премьер-министра в ведущих печатных изданиях России.

В рамках Президентской кампании предвыборный штаб В.В. Путина особое внимание уделил наиболее мобильной коммуникативной среде – сети Интернет. Руководители двух интернет-компаний и рекламного агентства поделились с «Ведомостями» информацией, что общий бюджет Путина на продвижение в рунете составил 1,5-2 млн. долларов (43,9-58,5 млн. рублей). Прежде затраты партий и политиков в рунете на предвыборную рекламу не превышали сотен тысяч долларов[5].

Помимо контентной рекламы на ресурсах Yandex.ru и Mail.ru, были также размещены ролики с агитацией за В.В. Путина известных медийных персон, также транслируемых по телевидению, на популярном сайте YouTube.com[6], а также специально созданном ресурсе www.putin2012.ru.

Также интернет рекламу использовал и М.Д. Прохоров. В частности, им был куплен пакет рекламы «политический» на ресурсе Yandex.ru, однако сроки его выхода оказались гораздо позже, чем у В.В. Путина[7]. Кампания кандидата также активно освещалась в Сети. Каналы коммуникации были представлены в LiveJournal, Twitter, Facebook, «ВКонтакте», канале на YouTube, также был создан сайт кандидата в президенты[8].

Наиболее активно в социальных сетях проявил себя Г.А. Зюганов. В Twitter Зюганова на момент предвыборной гонки было больше 40 тысяч фолловеров, страница в «ВКонтакте» насчитывала около 50 тысяч подписчиков. Также команде Г.А. Зюганова удалось создать ряд вирусных роликов, особого упоминания среди которых заслуживает ролик «Путин vs

Медведев», ставший вершиной кино творчества, созданного для КПРФ, на сегодняшний день[9].

В целом стоит отметить, что использование нестандартных для российского избирателя каналов политической агитации, к которым можно отнести Интернет, принесло свои положительные, как видно из итогов голосования, результаты, поскольку позволяют покрыть молодежную часть электората, которая составляет порядка 11,5 млн. человек (молодежь в возрасте от 18 до 29 лет по данным Федеральной службы государственной статистики[10]), что составляет порядка 10,5 % от всех зарегистрированных избирателей[1].

Вообще, в рамках данной кампании кандидатами наиболее активно использовались стандартные средства агитации – телевидение и наружная реклама.

Что касается наружной рекламы В.В. Путина, то стоит отметить, что предвыборный штаб кандидата принял решение о том, что на билбордах будут присутствовать только фразы, в которых разъясняется, почему действующий премьер должен вновь стать президентом, без изображения его самого. Объяснялось это тем, что у премьера и так очень высокая узнаваемость, и в данный момент необходимо сделать акцент только на содержательной части его программы.

Рекламная кампания по направлению «наружная реклама» у Г.А. Зюганова не отличалась особым креативом и прошла в русле стандартных приемов КПРФ.

В наружной рекламе кампания М.Д. Прохорова проходила в два этапа. На первом кандидат изображался в деловом костюме с лозунгом «Требуйте большего!». Яркой деталью второго этапа стала смена образа миллиардера-самовыдвиженца – костюм заменили на пуховик. Такая смена имиджа вызвана новой политической идеей - «России нужен не царь, а эффективный управляющий», которую Прохоров высказал, выступая на пресс – конференции[8].

Несмотря на то, что значительную часть финансовых ресурсов была потрачена кандидатами на телевизионную рекламу, каких-либо откровений и неожиданных ходов использовано не было. Телевизионная реклама прошла в традиционных для представленных на выборах политических сил русле. Наибольшее оживление внесли теледебаты, в которых все кандидаты, за исключением В.В. Путина, приняли активное участие. Вместо В.В. Путина на дебатах выступали его доверенные лица.

Пресса также была использована кандидатами в рекламных целях. Так, В.В. Путин опубликовал ряд статей в ведущих российских изданиях, причем делал он это в качестве Премьер-министра РФ. 6 января «Известиях» вышла первая статья в которой В.В. Путин признает запрос общества на обновление политического процесса. Вторая статья, посвященная национальному вопросу, вышла в «Независимой газете». Третий материал был опубликован в «Ведомостях» касательно экономических задач, стоящих перед страной. Четвертая статья вышла в «Коммерсанте», в ней обсуждались вопросы демократии. Успех был закреплен пятой статьей в «Комсомольской правде», где речь уже шла о социальной политике страны. Шестая статья была опубликована в «Российской газете», ее темой стало развитие армии страны. Седьмая статья кандидата появилась в начале последней недели выборов опубликован в газете «Московские новости» и была посвящена внешней политике страны[11].

Г.А. Зюганов в аналитико-публицистическом стиле в печатных СМИ себя особо не проявил.

М.Д. Прохоров также выступил в периодике. В своей статье "Russia needs to change - but by evolution not revolution", подготовленной для газеты Guardian, он попытался проанализировать политическую ситуацию в России. В частности он пишет, что видит "настоящее пробуждение", эволюция страны выражается в массовых митингах протеста, дискуссиях в соцсетях, готовности власти идти на диалог с народом[12].

В целом можно отметить, что имидж В.В. Путина не претерпел каких-либо существенных изменений по сравнению с предыдущими кампаниями. Образ В.В. Путина, олицетворяющего сильного и властного человека, которому доверяют многие известные люди – актеры, музыканты, общественные деятели, а также образ известного среди всех политика, отличающегося четкими и емкими заявлениями по поводу своей политической программы, мог позволить себе не использовать визуальный образ самого кандидата. Однако в силу развившегося протестного движения, к имиджу В.В. Путина была добавлена новая деталь – его необходимо было позиционировать как гаранта сохранения порядка в стране.

Г.А. Зюганов уже имел имидж «идеолога советского времени». Имея за спиной электорат, ограниченный данным образом, Г.А. Зюганов не имел достаточных шансов на победу на выборах. Поэтому, был задействован молодежный коммуникационный канал – Интернет, где был сформирован образ динамичного и отвечающего современным требованиям общества кандидата.

Активная рекламная кампания кандидата М.Д. Прохорова, развернутая во всех видах средств массовой коммуникации также принесла свои плоды. По заявлению самого М.Д. Прохорова, даже в случае поражения на выборах Президента РФ в 2012 году, он не собирается уходить из большой политики. Так что все произведенные затраты на рекламную кампанию представляются нам в большей степени инвестициями в дальнейшую политическую карьеру, поскольку сама по себе кампания, если рассматривать ее исключительно как предвыборную кампанию кандидата в Президенты, явилась крайне затратной и не достаточно эффективной на фоне кампаний В.В. Путина и Г.А. Зюганова, даже при учете неравенства рейтингов при старте кампании.

Литература

1. *Результаты выборов Президента РФ 2012. Официальный сайт ЦИК РФ. [Электронный ресурс]. Режим доступа:*

http://www.vybory.izbirkom.ru/region/region/izbirkom?action=show&root=1&tvд=100100031793509&vrn=100100031793505®ion=0&global=1&sub_region=0&prver=0&pronetvd=null&vibid=100100031793509&type=2
26

2. *Финансовые отчетов кандидатов. ЦИК РФ. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.cikrf.ru/banners/prezident_2012/finance/otchet.html*

3. *Бородина А. Первый на телеканалах. // Газета «Коммерсант» № №38 (4823) от 02.03.2012*

4. *Газета «Коммерсантъ» о неравенстве доступ к телеэфиру кандидатов в Президенты. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.kprf-kaluga.ru/news/wide/17515>*

5. *Штаб Путина потратил на рекламу в интернете около \$1,5-2 млн. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.vedomosti.ru/politics/news/1521446/putin_ocenil_internet*

6. *Почему я голосую за Путина. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.youtube.com/user/vote4putin>*

7. *Штаб Путина потратил на рекламу в интернете около \$1,5-2 млн. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.vedomosti.ru/politics/news/1521446/putin_ocenil_internet*

8. *Самый высокий. Кандидат в Президенты РФ Михаил Прохоров. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.sostav.ru/news/2012/02/29/prohorov/>*

9. *Выборы – 2012. Обзор предвыборных роликов. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.ovideo.ru/%D0%92%D1%8B%D0%B1%D0%BE%D1%80%D1%8B-2012._%D0%9E%D0%B1%D0%B7%D0%BE%D1%80_%D0%BF%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%B2%D1%8B%D0%B1%D0%BE%D1%80%D0*

*%BD%D1%8B%D1%85_%D1%80%D0%BE%D0%BB%D0%B8%D0%BA
%D0%BE%D0%B2?only=1*

10. *Статистический сборник «Молодежь в России. 2010».*
[Электронный ресурс]. Режим доступа:
http://www.gks.ru/free_doc/doc_2011/MOLODEG_RUS_2010.pdf

11. *«Who is mister Putin?» Кандидат в президенты РФ*
Владимир Путин. [Электронный ресурс]. Режим доступа:
<http://www.sostav.ru/news/2012/02/29/putin/>

12. *Михаил Прохоров увидел конец «управляемой*
демократии». Электронный ресурс]. Режим доступа:
<http://www.sostav.ru/news/2012/01/12/s4/>