

**Секция «Политические науки»**

**Формирование СМИ информационной картины в рамках президентской избирательной кампании В.В. Путина 2011- 2012 гг.**

*Музыка Екатерина Владимировна*

*Аспирант*

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет политологии, Москва, Россия  
E-mail: katymuzyka@gmail.com*

Тема, выбранная для исследования, является актуальной. Президентские выборы 2012 г. отличались от предыдущих выборов (2000, 2004, 2008 гг.) контекстом, на фоне которого разворачивалась борьба между кандидатами (резкого противостояния власти и оппозиционных сил). В таких условиях избирательному штабу В.В. Путина требовалось применение новых технологий влияния СМИ, способных оказать воздействие на рост его электорального рейтинга и обеспечить доминирующее присутствие премьер-министра в информационной повестке дня.

Анализ картины, которую формировали СМИ в рамках кампании, показывает, что информационная кампания В.В.Путина строилась на основе нескольких основополагающих идей, которые транслировались СМИ: стержневой идеей, принижающей все аспекты деятельности кандидата, стала идея стабильности, которая должна была, во-первых, играть на контрасте с беспокойными 90-ми годами прошлого века, которые большая часть граждан помнит с негативной стороны, во-вторых, играть на контрасте с тем, что предлагает оппозиция и участники митинга (кардинальные перемены в общественно-политической жизни) и, в-третьих, вызывать прямую ассоциацию у граждан с благополучным и достаточно предсказуемым развитием страны.

Во всех СМИ, а особенно на телевидении были показаны сюжеты, в которых, так или иначе, фигурировал термин «стабильность»: в предвыборных статьях В.Путина [8], во время 4-х часового общения В.В. Путина с гражданами РФ в прямом эфире «Первого канала» [10].

Предвыборный штаб В.В. Путина активно стал использовать идею стабильности, противопоставляя ее «оранжевой» угрозе и хаосу, пытаясь показать, что ряд прокатившихся по стране оппозиционных митингов способны привести к печальным последствиям, в частности, к «оранжевой» революции [3].

Опираясь на идею «оранжевой угрозы», в медийной повестке дня был распространён «образ врага», который предполагал наличие «героя». Эти образы были активно растиражированы в СМИ и подкреплены репликами самого премьер-министра и его команды, а также другими материалами (документальными фильмами, выступлениями экспертов в поддержку Путина и т.д.) [9, 10].

Кульминацией распространения «образа героя» являются документальные фильмы:  
- «Кризис – 2008. Спасти Россию» о роли Владимира Путина в борьбе с экономическим кризисом, вышедший в эфир на телеканале «Россия - 1» 17 января 2012 года [11];

- фильм-размышление о ключевых этапах новейшей истории России «Мост над бездной», показанный гражданам на «Первом канале» 1 февраля 2012 года [12].

Таким образом, приведенные выше идеи, укоренились в сознании граждан с помощью механизмов внушения и убеждения по каналам традиционных СМИ: в предвыборных статьях В.В. Путина [13], в освещении митингов [1, 2], в документальных фильмах с участием премьер-министра, в публичных выступлениях как самого В.В. Путина, так и других известных лиц, выражающих свою поддержку премьеру [4]. Организация митингов в поддержку В.В. Путина с их последующим активным освещением в СМИ способствовала выработке у граждан понимания, что большинство населения России на стороне премьера. По мнению экспертов, избирательный штаб В.В. Путина успешно справился с этой задачей [5].

Результаты социологических опросов ВЦИОМа, ФОМа и «Левада-Центра» показывают, что агитационная кампания В.В. Путина признана гражданами самой эффективной: ее запомнило максимальное количество людей, при этом большинству из них она понравилась [7].

Кроме этого, под влиянием избирательной кампании, по данным ФОМа, каждый десятый гражданин изменил свое мнение в пользу другого кандидата, а максимальное количество передумавших голосовать, исходя из первоначальных представлений, в итоге проголосовало за В.В. Путина, что также позволяет говорить об эффективности его избирательной кампании [6].

### **Литература**

1. Выпуск итоговых новостей «Первого канала» «Воскресное время» от 5.02.2012 в 21.00.
2. Митинг на Поклонной. Зачем туда пришли россияне? // Аргументы и факты.
3. Россия – курс на справедливость. Интервью С.Говорухина // Известия 27.01.2012.
4. Интервью В. Матвиенко: <http://info.sibnet.ru/?id=314913>
5. Митинги как нулевой тур // Независимая газета 21.02.2012:  
[http://www.ng.ru/politics/2012-02-21/1\\_\\_meetings.html](http://www.ng.ru/politics/2012-02-21/1__meetings.html)
6. Результаты исследования общественного мнения:  
<http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=112647>
7. Результаты исследования общественного мнения:  
<http://fom.ru/politika/10340>, <http://fom.ru/politika/10338>,  
<http://www.levada.ru/05-03-2012/predvybornyi-prognoz-levada-tsentra-podannyi-v-tsik-2-marta-2012>,  
<http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=112647>
8. Статья В.Путина от 16 января 2012 года:  
<http://www.putin2012.ru/#article-1>
9. Стенограмма заседания координационного совета ОНФ:  
<http://www.mr7.ru/articles/47954>

*Конференция «Ломоносов 2013»*

10. Стенограмма общения В.Путина с гражданами:  
<http://www.moskva-putinu.ru>
11. Фильм «Кризис – 2008. Спасти Россию»:  
<http://video.rutv.ru/brand/show/id/14125/channel/1>
12. Фильм «Мост над бездной» и его расшифровка:  
<http://www.1tv.ru/documentary/fi=7434>
13. Предвыборные статьи В.В. Путина:  
<http://www.putin2012.ru>