

 Валентин Бианки

# Мотивация избирателей в условиях предопределенности

Круглый стол Российской ассоциации полит.консультантов  
Москва, 19 декабря 2017



# Бианки и партнеры

- ПОЛИТКОНСАЛТИНГ И ИССЛЕДОВАНИЯ
- более 15 лет работы
- более 30 политических проектов
- параллельный охват проектов 20 регионов
- работали в 83 из 85 регионов, и ещё 9 странах



Член правления  
Российской ассоциации  
политических консультантов



Член комитета  
по политическим  
технологиями РАСО



Member of European  
Association of Political  
Consultants



# 1. А В ЧЁМ СОБСТВЕННО ДЕЛО?

- Постмодернистский медиа-подход (интерпретация важнее фактов): опасения интерпретации «все кто не пришёл - против» ведут к логике «50% + 1 голос от списочного состава избирателей».
- «Мы за тебе всех их» – попытка регионов, вопреки всем сигналам, «проявить себя».
- С внутривнутриполитической точки зрения погоня за цифрами смысла не имеет.
- С внешнеполитической – «демонстрация сплоченности вокруг лидера».
- Отсутствие интриги в силу сверх высокого электобилити (все точно знают кто победит).



## 2. А КАК БЫЛО РАНЬШЕ?

парламентские		президентские		«прибавка»
год	явка	год	явка	
1990	77%	1991	77%	0%
1995	65%	1996	70%	+5%
1999	62%	2000	69%	+7%
2003	56%	2004	64%	+8%
2007	64%	2008	70%	+6%
2011	60%	2012	65%	+5%
2016	48%	2018	?	?

Явка последние 20 лет на президентских – в очень узком диапазоне 64-70%.

Логика прибавки 5-8% вряд ли сработает, будет примерно +13%...+20%

Аппаратная интерпретация «предыдущая команда уронила явку, а мы – нет»



### 3. ОТ ЧЕГО СЧИТАТЬ?

	явка	результат лидера	доля от числа всех избирателей
<b>1991</b>	77%	57%	44%
<b>1996</b>	70%	35%	25%
<b>2000</b>	69%	53%	37%
<b>2004</b>	64%	71%	46%
<b>2008</b>	70%	70%	49%
<b>2012</b>	65%	64%	41%

*Радикальная оппозиция 19.03.2018: «Более половины избирателей выразили недоверие власти» (при этом в 2013 «Алексей Навальный почти победил» - набрав 9% от числа всех избирателей).*



## 4. ЛОВУШКА ЧРЕЗМЕРНОГО ЭЛЕКТОБИЛИТИ



*На самом деле схема чрезмерна упрощена, есть по-разному рассуждающие избиратели. Заметная часть вначале решает, идёт ли на выборы, а потом рассуждает о кандидате.*



## 5. ТИПЫ ВЕДУЩЕЙ МОТИВАЦИИ УЧАСТИЯ

1. всегда на все выборы из принципа («гражданский долг»)
2. обычно, чтобы «не украли голос»
3. всегда на президентские из принципа («главные выборы»)
4. поддержать кандидата
5. выразить протест, но лояльны («пусть знают что не всё ОК»)
6. выразить протест, не лояльны
7. не допустить победы кандидата
8. хотят повлиять
9. из страха наказания

*Только на явку типов 4, 6, 8 негативно влияет высокая электобилити..*



## 6. КОЛИЧЕСТВЕННАЯ ОЦЕНКА

Тип мотивации участия	всего	за Путина от числа всех
1. всегда на все из принципа	15%	12%
2. обычно, чтобы «не украли голос»	9%	7%
3. всегда на президентские	10%	8%
4. поддержать кандидата	13%	11%
5. выразить протест, но лояльны	6%	0%
6. выразить протест, не лояльны	8%	0%
7. не допустить победы	4%	3%
8. повлиять	3%	2%
9. страх наказания	3%	3%
	71%	46% (65% от явки)

Количественные оценки сделаны на основе анализа фокус-групп, проведенных в 14 регионах России в марта-ноябре 2017 годы (96 групп)



## 7. РЕСУРСЫ И РИСКИ ПО ТИПАМ

	ресурсы	риски
1. всегда на все из принципа	-	-
2. обычно, чтобы «не украли голос»	-	Убеждение в честности выборов тех, кто не ходит из-за недоверия
3. всегда на президентские	«Приди на главные выборы», пафос момента	-
4. поддержать кандидата	Мобилизация, аргументы	-
5. выразить протест, но лояльны	Дать каналы внутри кампании это сделать	!!! Угроза результату
6. выразить протест, не лояльны	Кампании конкурентов	-
7. не допустить победы	-	нет
8. повлиять	«Сбор наказов»	-
9. страх наказания	-	скандалы



## ВЫВОДЫ

- **Без принципиально меняющих ход кампании событий** (появление интриги, резкое радикальное обострение с Западом, экономический кризис) и предъявлении в кампании аргументации для разных типов избирателей, **можно ожидать явку в диапазоне 57-64%, результат Путина несколько более 70%.**
- Диапазоном результатов является «явка 60% результат 70%» и «явка 70%, результат 60%», и разумно определить приоритет.
- Представляется, что **сверхконцентрация усилий** для достижения фактически предельного для текущих условий значения **явки в 70% нецелесообразна и порождает риски** в отношении легитимности, а не снижает их.
- Предъявление аргументов, рациональных и эмоциональных, позволит повысить явку и результат (про повестку кампании – см. презентацию от 23.03.17 [«Мозаичный образ кампании 2018: развилки, определяющие повестку»](#)).