

УДК 324

DOI: 10.17506/18179568_2025_22_3_213

АКТУАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ЭЛЕКТОРАЛЬНОГО ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ ПОСРЕДСТВОМ ПОВЕСТОК И СЛОГАНОВ НАЦИОНАЛЬНЫХ ПОЛИТИЧЕСКИХ КАМПАНИЙ

**Екатерина Анатольевна Репина,**

Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики»,
Москва, Россия,
erepina@hse.ru

**Екатерина Никитична Соколова,**

Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики»,
Москва, Россия,
e.sokolova@hse.ru

*Получена 03.02.2025.**Поступила после рецензирования 14.05.2025.**Принята к публикации 16.06.2025.*

Для цитирования: Репина Е.А., Соколова Е.Н. Актуальные тенденции электорального позиционирования посредством повесток и слоганов национальных политических кампаний // Дискурс-Пи. 2025. Т. 22. № 3. С. 213–228. https://doi.org/10.17506/18179568_2025_22_3_213

Аннотация

Статья посвящена анализу политических программ и слоганов как ключевых компонентов современной предвыборной повестки в контексте проблемы истощения идеологий, все возрастающей популистской риторики и «всеядности» участников

© Репина Е.А., Соколова Е.Н., 2025



политического процесса. Цель исследования – выявление основных мировых трендов, отражающих изменения в тематическом содержании концептуальных документов политических акторов (партий и кандидатов) с учетом политического спектра, а также слоганов, иллюстрирующих данные тренды. В задачи исследования входит контент-анализ политических программ партий и кандидатов, определение наиболее перспективных и ярких тем и инициатив, а также формулировка предложений по направлениям имплементации в рамках российского электорального процесса. Проанализированы политические повестки кандидатов общенациональных президентских и парламентских выборов, проходивших в 2022 г. – первой половине 2023 г. в двадцати восьми странах. В общей сложности за указанный период рассмотрено 119 программ и 1497 слоганов. Сделан важный вывод о том, что тематика повесток довольно слабо отражает приверженность кандидатов той или иной политической идеологии. Как представители левого спектра, так и правые, в том числе ультраправые партии и политики активно призывают к изменениям в социальной сфере, в частности, в здравоохранении, включают в повестку экономическую и экологическую тематики, говорят о проблемах национальной идентичности, национальной культуры, о международной миссии и продвижении имиджа страны, активно используют слоганы, связанные с проблемами обороны и безопасности. Задействуют данные темы в своих предвыборных программах и лозунгах и независимые кандидаты. Исследование дает детальное представление о приоритетных темах повестки политических сил вне зависимости от страны и может быть использовано российскими избирателями, аналитиками и участниками избирательного процесса. Результаты исследования могут быть учтены в рамках развития политической системы и государственного управления через адаптацию перспективных тем и инициатив к российским реалиям.

Ключевые слова:

политическая повестка, политический слоган, выборы, партии, кандидаты, идеология, политический спектр

UDC 324

DOI: 10.17506/18179568_2025_22_3_213

CURRENT TRENDS IN ELECTORAL POSITIONING THROUGH THE AGENDAS AND SLOGANS OF NATIONAL POLITICAL CAMPAIGNS

Ekaterina A. Repina,

National Research University «Higher School of Economics»,
Moscow, Russia,
erepina@hse.ru

Ekaterina N. Sokolova,

National Research University «Higher School of Economics»,
Moscow, Russia,
e.sokolova@hse.ru

*Received 03.02.2025.**Revised 14.05.2025.**Accepted 16.06.2025.*

For citation: Repina, E.A., Sokolova, E.N. (2025). Current Trends in Electoral Positioning Through the Agendas and Slogans of National Political Campaigns. *Discourse-P*, 22(3), 213–228. (In Russ.). https://doi.org/10.17506/18179568_2025_22_3_213

Annotation

The article is devoted to the analysis of political programs and political slogans as key components of the modern election agenda in the context of the problem of depletion of ideologies, increasing populist rhetoric and the «omnivorous» of the political process participants. The aim of the study is to identify the main global trends which reflect changes in the thematic content of conceptual documents of political actors (parties and candidates), taking into account the political spectrum, as well as slogans illustrating these trends. The objectives of the study include content analysis of political programs of parties and candidates, identification of the most promising and striking topics and initiatives, as well as formulation of proposals in the areas of their implementation within the framework of the Russian electoral process. It represents the analysis of the candidates' political agendas of the national presidential and parliamentary elections held in 2022 – the first half of 2023 in twenty-eight countries. In total, we analyzed 119 programs and 1497 slogans for the specified period. The important conclusion is that the subject of the agenda rather poorly reflects the candidates' commitment to a particular political ideology. Both left-wing and right-wing representatives, including far-right parties and politicians, actively call for changes in the social sphere, in particular, in healthcare, include economic and environmental topics in their agenda, talk about the problems of national identity, national culture, international mission and the promotion of the country's image, and actively use slogans related to defense and security issues. Independent candidates also use these topics in their election programs and slogans. The study provides a detailed picture of the proposed political priorities of various parties and candidates and can be used by Russian voters, analysts and participants in the electoral process. The results of the study can be taken into account in the framework of the development of the political system and public administration through the adaptation of promising topics and initiatives to Russian realities.

Keywords:

political agenda, political slogan, elections, parties, candidates, ideology, political spectrum

Введение

Раскол общества по культурно-идеологическим ориентирам, нарастание расово-этнических противоречий, обострение взаимоотношений президента и Конгресса в условиях разделенного правления, дестабилизация политической системы, потеря внутренних и внешних ориентиров... – так в своей книге «США: меняющийся алгоритм развития» проф. Н.М. Травкина характеризует нынешние реалии американской внутривнутриполитической жизни (Травкина, 2018, с. 15). В передовой экономике мира за последние два десятилетия появилось немало проблем: хроническая безработица, отсутствие источников для покрытия долгов и дефицитов (Шаклеина, Байков, 2014, с. 7), увеличение разрыва в благосостоянии между богатыми и бедными и др. Социально-политическая дестабилизация привела к расколу элит и нарастанию политического размежевания американского общества (Лапкин, Пантин, 2020, с. 50).

Схожие кризисные явления в разных сферах и на разных уровнях мы наблюдаем сегодня во многих государствах вне зависимости от континента. Процессы глобализации сопровождаются прямо противоположными явлениями: регионализацией, поляризацией и национальной радикализацией обществ. Такое положение дел И. Валлерстайн назвал в свое время «концом знакомого мира» (Валлерстайн, 2003). Перманентная информационная война между элитами, сменяющие друг друга финансовые и экономические кризисы, турбулентность мировой системы, отсутствие роста реального благосостояния, снижение уровня жизни молодых поколений, истощение природных ресурсов и эпидемии привели к усилению непонимания между правительствами и общественностью, снижению доверия граждан к политическим институтам. Так, в отчете ОЭСР¹, опубликованном в 2023 году, отмечается, что «перед лицом демографических, финансовых и технологических проблем странам сейчас необходимо активизировать усилия по укреплению доверия и обеспечению устойчивости демократии».

Безусловно, уровень доверия в разных странах не одинаковый, однако в целом лишь в редких случаях (например, в Финляндии или Норвегии) уровень доверия чуть превышает 60 %. В большинстве же стран он колеблется от 20 % (например, во Франции – 28,1 %, в Японии – 24 %) до 50 % (например, в Германии – 48,8 %). В России, по данным ВЦИОМа², «на прямой вопрос о доверии Владимиру Путину положительно ответили 80,0 % опрошенных». Однако, что касается политических партий и политиков, то картина менее оптимистичная. Так, Михаилу Мишустину доверяют 62,9 %, Леониду Слуцкому – 16,1 %, уровень поддержки «Единой России» составляет 42,2 %, ЛДПР – 8,6 %, «Новых людей» – 4,5 %, СРЗП – 4,4 %. Между тем, доверие является одним

¹ *Government at a Glance 2023. Organization for Economic Co-operation and Development (OECD). Paris.* <https://doi.org/10.1787/3d5c5d31-en>

² ВЦИОМ (2023, 29 декабря). Рейтинги доверия политикам, оценки работы Президента и Правительства, поддержка политических партий. Взято 10 июня 2024, с <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/reitingi-doverija-politikam-ocenki-raboty-prezidenta-i-pravitelstva-podderzhka-politicheskikh-partii-29122023?ysclid=lyrcnk424y861734107>

из критериев, которые использует федеральная власть при оценке эффективности деятельности высших должностных лиц и органов исполнительной власти субъектов РФ³.

Ответной реакцией граждан на кризисное положение дел становится не только политическая апатия и абсентеизм – уклонение от участия в каком бы то ни было голосовании или отказ выразить свое мнение, например, опустив в урну испорченный бюллетень. Политически активные граждане все чаще обращаются к альтернативным, прежде всего, виртуальным площадкам для выражения собственного мнения, поиска единомышленников, и самое главное – организации различных политических акций вплоть до создания сетевых партий и кандидатов. Чувствуя угрозу утраты поддержки электората и способности управлять общественным мнением, политические акторы, в первую очередь партии, отходят от традиционных идеологических моделей⁴ (напр.: Хейвуд, 2005; Мельвиль и др., 2008) и превращаются в так называемые «электоральные машины», которые своей основной задачей видят получение как можно большего числа голосов на выборах (вне зависимости от характеристик электората) за счет отражения чаяний общества, а не за счет формирования собственной повестки в соответствии с партийными принципами и идеологией.

Еще в 1960-х годах Отто Киркхаймер охарактеризовал такие партии как «всеядные», или партии «хватай всех» (catch-all parties) (Krouwel, 2003). Как отмечает Эндрю Хейвуд, «преобладание именно таких партий в современной политике, по-видимому, вполне подтверждает верность теорий электорального поведения, отталкивающихся от принципа рационального выбора, – теорий, с которыми в свое время выступили Йозеф Шумпетер и Энтони Даунз и которые изображают политиков как алчущих власти созданий, готовых занять любую политическую позицию, лишь бы добиться успеха на выборах» (Хейвуд, 2005, с. 311). Такая позиция, характеризующаяся желанием любой ценой понравиться массам, свойственна сегодня политическим акторам как левого, так и правого толка, смещающимся к центру. Традиционно выработка политической повестки всегда находилась в ведении субъектов политического процесса и формировалась, исходя из их целей с помощью различных управляемых посреднических структур, в частности, СМИ. Ведь «конструирование собственной повестки партиями и кандидатами в период выборов подтверждает наличие собственных интересов, широкой электоральной ниши, политической субъектности в целом» (Комаровский, Савенков, 2021, с. 21–22). Однако на стыке тысячелетий ярко проявилась тенденция, когда политики предпочитают не создавать определенную картину, а реагировать на уже существующую ситуацию.

³ Об оценке эффективности деятельности высших должностных лиц (руководителей высших исполнительных органов государственной власти) субъектов Российской Федерации и деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации: Указ Президента РФ от 04.02.2021 (№ 68) (Россия) (2021), *Собрание законодательства Российской Федерации*, (6), 966.

⁴ Имеются в виду такие традиционные идеологии, как: либерализм, консерватизм, социализм и некоторые другие, а также их разновидности.

В контексте вышеобозначенных тенденций мы предприняли попытку выявить ключевые тренды и темы, которые наиболее часто используются современными политиками и служат основой предвыборных программ. В задачи исследования входил контент-анализ политических программ партий и кандидатов на общенациональных парламентских и президентских выборах, определение наиболее перспективных и ярких инициатив, а также предложений по их реализации в рамках российского электорального процесса.

Исследование проводилось в рамках большого проекта, который осуществляет проектно-учебная лаборатория политических коммуникаций Школы коммуникаций НИУ ВШЭ. Эмпирическим материалом служили программы кандидатов на президентских и парламентских выборах в 2022 г. – первой половине 2023 г. В базу данных вошли программы всех кандидатов и партий, набравших более двух мандатов на выборах в национальную легислатуру. Для того, чтобы оценить, насколько возможно претворить в жизнь те или иные инициативы в отечественных реалиях, в перечень вошли страны, наиболее близкие России по политической культуре, социально-демографическим и экономическим показателям: Австралия, Австрия, Болгария, Босния и Герцеговина, Бразилия, Венгрия, Гватемала, Греция, Дания, Израиль, Италия, Казахстан, Кипр, Колумбия, Латвия, Малайзия, Мальта, Словения, Таиланд, Турция, Филиппины, Финляндия, Франция, Черногория, Чехия, Швеция, Эстония, Южная Корея. Источниками базы данных служили сайты избирательных комиссий; сайты, предлагающие обзорные статьи по выборам с отсылками к программам кандидатов; интернет-ресурсы партий и кандидатов, где размещались программы. В общей сложности было проанализировано 119 программ.

Президентские кампании 2022–2023: кандидаты и повестки

В последние несколько лет победы на президентских выборах одерживали кандидаты из разных частей политического спектра: консерваторы, левые популисты, центристы, прогрессисты, зеленые. Впрочем, более «левые» кандидаты, насколько это возможно определить по следам популистской волны, – это, скорее, инкубенты (Эммануэль Макрон) или «вернувшиеся» (Лула да Силва), за исключением левого популиста Густава Петро в Колумбии. Набирающие очки тенденции: прогрессизм, «зеленая» идеология и национал-консерватизм. Появляется довольно много проектов с соответствующими названиями, например, «Прогрессисты» в Латвии, «Сербская прогрессивная партия», «Партия демократического прогресса» в Боснии и Герцеговине.

Успех «зеленых» определяется не только актуальностью собственно экологической повестки, но и проработанностью и детальностью программных предложений. Экологические партии выступают с самыми развернутыми программами. Собственно экологическая парадигма задает логику решения социальных, экономических вопросов, вопросов комфортной среды и качества жизни. Нередко «зеленые» выступают в коалиции с левыми или иными партийными проектами. Например, партия «Для нового поколения» в Боснии и Герцеговине говорила о «зеленой» повестке, либеральных идеях и проевропейском выборе. В Латвии «Союз зеленых и крестьян» набрал 12,44 % на фоне запроса на развитие села, консерватизм, национализм в блоке с «зеленой» повесткой, вопросами

качества питания и т.п. Как правило, реализуются проекты с инициативами, свойственными праволиберальной повестке, близкой в чем-то российской партии «Новые люди»: коммунитаризм, усиление роли муниципального управления и муниципальное развитие, поддержка малого и среднего предпринимательства, баланс работы и частной жизни.

Практически в каждой стране есть один или несколько национал-патриотических проектов. Многие кандидаты делают ставку на уникальность страны, ее будущее величие или возвращение былого величия, «евроскептицизм», поднимают вопросы национальной идентичности и суверенитета. Для некоторых стран, например, Латвии, это основная повестка выборов в целом, характерная для всех партий. На национально-консервативной тематике были сосредоточены партии в Венгрии, Малайзии и на Мальте.

Во многих программах говорится о создании новых органов власти, перераспределении полномочий для решения тех или иных проблем. Обращает на себя внимание более широкое, чем раньше, обращение к конституционным реформам вплоть до предложений переустройства государства, созыва учредительного собрания, как, например, во Франции. Часто речь идет о реформе государственного устройства и повышении качества госслужбы, поднимаются вопросы меритократии, рекрутирования качественных кадров и повышения их компетенций. Акцент делается на информационных технологиях, которые призваны сформировать систему госуправления более открытой и удобной, а работу госслужащих сделать эффективнее.

Еще одна «горячая» тема в сфере государственного устройства – реформирование судебной системы в связи с тем, что в обществах все больше набирает обороты запрос на справедливость, равенство всех перед законом и неотвратимость наказания. Растут общественные требования борьбы с коррупцией, поэтому эта тема широко представлена в программах как оппозиционных кандидатов, так и инкубентов. Довольно часто поднимаются вопросы реформирования работы правоохранительных органов, систем исполнения наказаний. В частности, затрагиваются проблемы укрепления безопасности, увеличения личного состава соответствующих структур, борьбы с практикой пыток и т.п.

Региональное развитие, баланс полномочий, субсидиарность бюджетов – еще одна широко представленная тематика. Реверанс в сторону регионов – достаточно стандартный шаг во многих избирательных кампаниях.

Раздел социальной политики практически у любого кандидата содержит обязательный набор: здравоохранение, образование, гендерная политика, меры по поддержке семей с детьми и пожилых, меры по борьбе с бедностью. В тематике здравоохранения в восходящем тренде – тема лекарственного обеспечения, а также производства лекарств и медтехники внутри страны. Вопрос развития фармацевтики чаще поднимается в рамках обеспечения национальной безопасности и «лекарственного суверенитета» и значительно реже – как часть международных инициатив. В 2022 г. значительное место в повестке занимал COVID-19, в том числе борьба с его последствиями, оценка антиковидных мер правительств, вакцинация вплоть до продвижения систем обязательно тестирования и отслеживания контактов. Особое внимание уделялось последствиям пандемии и реабилитации переболевших, в меньшей степени –

помощи пострадавшему бизнесу. В единичных случаях поднимался вопрос о действиях властей, о противодействии пандемии и уроках на будущее.

Центральная тема на выборах 2022 года, в частности, во Франции и Италии, – пенсионные реформы – плавно перетекла в тему корректировки реформ. Страны, которым подобные реформы только предстоят, обсуждают уже не «пенсионное меню» (уроки прошлых электоральных циклов усвоены), а пакеты мер для пожилых, в которых вопрос пересмотра пенсионного возраста «зашит» в широкий набор инициатив, касающихся качества жизни людей серебряного возраста.

Актуальна для нынешних электоральных кампаний гендерная тематика. Кандидаты уделяют повышенное внимание равенству прав и доходов трудящихся мужчин и женщин. Ключевая тема – борьба с насилием в отношении женщин, с семейным насилием. Она поднимается большинством кандидатов в большинстве рассматриваемых стран.

Еще один четко выделяющийся трек социальной политики – меры по поддержке семей с детьми. Тема поднимается не только левыми партиями и увязывается с задачами демографической политики, с профилактикой бедности и социального расслоения, так как семьи с детьми наиболее уязвимы в финансовом плане. Меры по повышению доступности и качества жилья – обязательная тема во всех избирательных кампаниях всех стран. Этот трек обозначен нами как «комфортная среда». Сюда включаются вопросы инфраструктуры комфортной среды, в том числе обеспечение доступа к качественной питьевой воде (наиболее часто), благоустройство и т. п.

К этой проблематике примыкает широкий спектр экологических инициатив. Чаще всего речь идет о «зеленом переходе» и климатической повестке, актуальность которой усиливает контекст антироссийских санкций. Однако нередко тренд включает и более широкую тематику, связанную с комфортной средой и запросом на безопасность, в том числе продовольственную.

Активно поднимается тема развития сельского хозяйства и сельских территорий. Несмотря на то, что многие визионеры предсказывают упадок сельских территорий и рост городских агломераций, электоральный спрос на повестку, связанную с натуральным и здоровым питанием, а следовательно, с повышением производительности сельского хозяйства и престижа профессий агропромышленного комплекса, задает противоположенный тренд.

В контексте налогово-финансовой темы встречаются следующие инициативы: упрощение налогообложения, облегчение соответствующих процедур; налогообложение в контексте «справедливости», например, введение прогрессивной шкалы; налоговые инициативы, направленные на профилактику бедности, в том числе, освобождение от налогов семей с низкими доходами; налоговые меры, призванные поддержать развитие малого бизнеса и покупательской способности. Поддержка малого бизнеса часто рассматривается как возможность обеспечения роста благосостояния населения. Набирает популярность тема криптовалюты. В повестке ряда стран звучали предложения по выпуску собственной криптовалюты, регулированию майнинга и цифровых активов.

Актуальной становится тема информационных технологий. В повестках говорится как о необходимости собственно технологического развития,

так и о высоких технологиях в развитии госуправления, здравоохранения, сельского хозяйства и других сфер.

Популярность культурных инициатив в предвыборных кампаниях во многом связана с осознанием гражданами важности вопросов национальной идентичности и суверенитета, с ростом национального самосознания в последние годы. Здесь чаще всего поднимаются темы национального языка, поддержки культуры, традиций и продвижения духовно-материального наследия народов.

Международные отношения – одна из обязательных тем для президентских выборов, что связано со спецификой полномочий главы государства. Возросла роль проблематики, связанной с обороной и безопасностью. Значительное место занимают инициативы в области укрепления обороноспособности страны, перевооружения армии, усиления военной доктрины, а также развития международного сотрудничества в военной сфере.

На многих выборах выделяется тип кандидатов-трикстеров, которые «взрывают» повестку скандальными, спорными, раскалывающими общество инициативами, такими, как: легализация каннабиса, оружия; для католических стран – аборт; для исламских стран – разводов, а также азартных игр и т. п. вплоть до петушиных боев в зависимости от специфики страны.

Несколько тем, бывших в топе избирательной повестки политических партий и кандидатов в прошлых электоральных циклах, со временем сошли на нет. Общества переработали их и либо реализовали, либо отнесли к маргинальным. Так, например, тема всеобщего базового дохода звучала в трех программах: независимого кандидата Наташи Пирц-Мусар, ставшей президентом Словении; бразильского популиста Чиро Гомеша и оппозиционной «Партии Справедливости» в Южной Корее (кандидат Сим Сан Чжон), набравших по 3 % голосов и ухудшивших свои показатели по сравнению с предыдущим электоральным циклом. «Базовый доход» становится частным случаем, ситуативно используемым в политических кампаниях. Кто-то предлагает поддержать таким образом независимость молодежи, кто-то – гарантировать пенсии людям, не имеющим соответствующих пенсионных накоплений. Еще одной утратившей актуальность темой можно назвать защиту прав сексуальных меньшинств.

Эта тема встречалась только у кандидатов на выборах в Колумбии. Тема на нисходящем тренде, однако остающаяся долгое время в повестке, – цифровое гражданство, неотъемлемое право на доступ к сети, к культурному достоянию «онлайн».

Парламентские кампании 2022–2023: кандидаты и повестки

Повестки парламентских кампаний несколько отличаются от повесток президентских выборов, особенно в случае их несовпадения по времени. Это объясняется разницей задач и полномочий глав государств и законодателей. В парламентских кампаниях в значительной мере доминируют вопросы социальной сферы и экономического развития, меньше говорится о политических институтах и международной политике. Самое популярное направление – социальная сфера, в частности, поддержка различных категорий населения.

Обязательными темами для партийных программ во всех странах являются здравоохранение (очень актуальное тематическое направление в связи с последствиями пандемии), образование (ключевые вопросы – приобретение компетенций для будущего – от практического обучения в школе до образования в течение жизни и освоения цифровых квалификаций), защита материнства и детства, поддержка семей с детьми и борьба с бедностью и неравенством.

В экономике выделяются вопросы занятости и человеческого капитала, в том числе возвращения национальных трудовых мигрантов, поддержка предпринимательства и развитие сельского хозяйства.

Вопросы обороны и безопасности, в том числе продовольственной, вышли на третье место за счет роста турбулентности и перехода латентных конфликтов в острую фазу. Здесь поднимаются вопросы повышения обороноспособности, укрепления границ, усиления работы правоохранительных органов, борьба с насилием (семейным, над женщинами, в школах и молодежной среде), незаконной миграцией, организованной преступностью и наркотрафиком.

Экология – практически обязательная проблематика повесток, тесно связанная с пониманием будущего, качеством жизни поколений, а также комфортной средой.

Большинство партий, претендующих на представительство в национальных парламентах, говорит о проблемах национальной идентичности, а в связи с этим – и о национальной культуре, а также о международной миссии и продвижении имиджа страны.

Политический слоган как квинтэссенция политической повестки

Слоган – это «обращение в лаконичной форме, выражающее руководящую идею, требование»⁵. Он представляет собой краткий текст примерно из двух-шести слов, представляющий собой оформленный в красивую, выразительную форму определенный политико-идеологический тезис. Слоган является важнейшим элементом любой политической кампании, так как именно он ярко и кратко передает основные идеи программы кандидата. Это «визитная карточка политика, партии или социальной программы; краткая и емкая фраза (которая может выполнять задачу привлечения внимания), содержащая основную идею, которую необходимо донести до адресата» (Тортунова, 2015, с. 106). Как правило, он обращён к максимально широкой аудитории и используется в агитационных материалах разного типа: публичных выступлениях, листовках, плакатах, политической рекламе, программах партий и т. п. В нашем исследовании общий массив данных составил 1497 слоганов.

В целом прагматический аспект современных слоганов сводится к двум ключевым направлениям: протестные, в основе которых лежат требования, нередко довольно жесткие, выраженные в форме вербальной агрессии, и декларативные, содержащие речевую экспрессию, речевые действия, выражающие определенное внутреннее состояние. Большая часть слоганов за указанный период –

⁵ Ожегов, С. И., Шведова, Н. Ю. (1999). *Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений*. 4-е изд., доп. Москва: Азбуковник. С. 332.

1002 из 1497 – не содержит явной агрессии или резких требований, а направлена на привлечение внимания избирателей с помощью лаконичных фраз, которыми выражаются всеобщие базовые ценности: стабильность, благосостояние, безопасность, комфортная среда («*Во благо Бразилии*», «*Четырехдневное государство всеобщего благосостояния*» – речь идет о новом законе о труде, «*Государство – для человека*», «*Германия. Все в ней есть*»), развитие, обновление, гражданские права («*Честная власть – лучшая жизнь для всех*», «*Измени власть, измени свою жизнь*», «*Колумбия – страна порядка и возможностей*»), безопасность. Основная цель таких слоганов – оказать влияние, вовлечь в процесс как можно большую часть населения вне зависимости от принадлежности избирателя к той или иной возрастной, гендерной, этической, социальной и т. п. группе.

В последних электоральных циклах слоганы, как правило, построены на попытках создать общность с избирателем («*вместе*» – в четырех названиях кампаний, т. е. в 10 % случаев, «*общее*» – в двух, «*единение*» – в одном). Обращает на себя внимание тот факт, что в слоганах практически отсутствует персонализм. Лишь иногда мы видим концентрацию внимания на личности кандидата, например: слоган «*Я предпочитаю Чиро*» бразильского политика Чиро Гомеша, слоган Каракат Жаксылыккызы Абден (Казахстан) «*Я знаю, что нужно семье, обществу и Родине!*», подчеркивающий особое знание кандидата, слоган Симоне Тебет (Бразилия) «*Женщина голосует за женщину*», призывающий к солидарности по гендерному признаку.

Можно отметить популистский тренд на вовлечение избирателя в деятельность по преобразованию страны. Вместе, как правило, предполагается что-то делать: «*действовать*», «*сделать*», «*работать*», «*справиться*» и т. д. Причем собственно слово «*изменить*» не востребовано и встречается лишь однажды – слоган «*Измени власть, измени свою жизнь*». За годы популистской волны запрос на изменения как таковые ослаб. Теперь он представлен запросом на «*лучшую жизнь*», «*новую страну*» (с какими-то характеристиками), «*мечту и будущее*» (например, слоган Марин Ле Пен «*Франция, которую мы хотим*»). Слово сочетание «*новая [республика, страна]*» используется трижды, причем даже инкумбентами. Так, в качестве заголовка программы Эммануэля Макрона была использована его цитата: «*Открыть заново наш борцовский дух, чтобы построить новую Францию*».

Смелость, решимость, дух также часто используются в слоганах, побуждающих к действию. Акт выборов превращается таким образом не в обыденность, а в нечто неординарное, историческое: «*Смелость действия*», «*Действуй решительно*». Нередко идет отсылка ко времени. Уверенность в успешности совместных действий будто задается тем, что именно сейчас удачный момент для страны (например, «*Момент настал*», «*Мы обещаем новую эру*», «*Настало время Колумбии*»). Слово «*будущее*» использовано в слоганах лишь дважды (менее 5 % случаев). Оно, как правило, заменяется чем-то образным, например: «*Франция счастливых дней*».

Вторым ключевым направлением для формулирования посланий – наряду с побуждением к совместным действиям во имя лучшей жизни – становится пробуждение чувства гордости за страну, причем гордость как залог развития и лучшей жизни в будущем, например: «*Германия. Все в ней есть*», «*Австрия прежде*

всего», «Для Франции. Остаться Францией», «Колумбия – страна порядка и возможностей», «Колумбия – Мировая держава жизни»; «Мое Дело – Колумбия».

И третий магистральный вариант – это прямая работа с запросом на честную и справедливую власть, например: «Правосудие и порядок – залог открытого и честного общества», «Свобода, Справедливость, Солидарность!». В этом же ключе лежат, пожалуй, лучшие слоганы, точно и прямолинейно отражающие ключевые запросы любого общества в контексте пандемии и конфликтов: «Новая Республика Корея на основе справедливости и здравого смысла», «Восстановление справедливости и здравого смысла. Нормализация страны». Данные слоганы были ключевыми для будущего южнокорейского президента Юн Сок Ёля. Слово «порядок» было использовано всего в двух случаях, однако, на наш взгляд, запрос на порядок и стабильность будет возрастать.

Довольно часто форма слоганов придаётся заголовкам разделов политических программ. В этом случае слоганы либо носят технический характер, отражая содержание части текста, либо характеризуют желаемый результат. Приведем примеры за авторством южнокорейских кандидатов, которые, на наш взгляд, могут быть близки и российскому электорату: «Страна, где все счастливы», «Решительная дипломатия, сильная безопасность», «Смелое будущее. Страна, в которой уважают самостоятельность и творчество» (слоган, который мог бы произвести существенный эффект в плане повышения уважения к частному предпринимательству в России), «Эпоха счастливой экономики, благотворный цикл роста и благосостояния», «Чистая и ясная окружающая среда», «Будьте уверены! Южная Корея – страна, где все в безопасности».

На первом месте по частоте использования среди центральных слоганов избирательных программ на парламентских выборах 2022 г. оказалось слово «сила» и однокоренное «сильный/-ая». Скорее всего, подобные слоганы отвечают запросу на безопасность настоящего и надежность, защищенность будущего. Например, «Защищаем Италию» – слоган итальянской правой коалиции. В ключевых слоганах четырех кампаний использован запрос на «справедливость». Как и в президентских выборах, одно из наиболее часто встречаемых в слоганах слов – «вместе». Выборы – это точка совместных усилий, когда избиратели непосредственно должны помочь политикам преобразовывать настоящее и создавать будущее (слово «будущее» встречается в четырех слоганах). Частый мотив слоганов: для лучшего будущего нужна смелость, решимость, мужество, например: «Воля и мужество для будущего Италии» – слоган «Движения пяти звезд» в Италии). В коммуникационном плане данный посыл похож на попытку «взять на слабо» избирателя. Голосование за партию представляется актом смелости, решимости человека, его вкладом в будущее страны и детей. Итальянская левая коалиция интересно использовала мотив ответственности выбора с помощью слогана «Исторический выбор».

В целом в большей части современных предвыборных слоганов слабо выражен призыв к борьбе, практически отсутствует явная агрессия и жесткая критика оппонентов. Слоганы такого типа являются, скорее, декларативными, нежели директивными. В них чаще содержится не прямая, а имплицитная «призывность» к действию, выраженному в первую очередь в «правильном» голосовании (за «правильного» кандидата, предлагающего лучшее настоящее или будущее), призыв к объединению граждан путем осуществления «правиль-

ного» (причем разумного) выбора для достижения всем понятных благих целей. Такие слоганы имеют всеобъемлющий характер, направлены на привлечение внимания как можно большей части общества и содержат ключевые ценности, такие, как всеобщее благосостояние, стабильность, равенство, гражданские права, единство и идентичность, внутренняя и внешняя безопасность.

Заключение

В результате проведенного исследования мы выявили следующие мировые тренды, отражающие изменения в тематическом содержании концептуальных документов политических партий и кандидатов с учетом политического спектра.

Раздел социальной политики в повестках содержит следующий обязательный набор: здравоохранение, образование, гендерная политика и защита прав женщин, меры по поддержке семей с детьми и пожилых, меры по борьбе с бедностью. Налоговое регулирование почти всегда рассматривается как ключевой путь реализации решений, направленных на борьбу с социальным неравенством и стимулирование экономического развития. Практически всё перечисленное, за исключением гендерной политики, входит и в предвыборную повестку российских политиков.

В экономическом блоке выделяется тема занятости и производительности труда, а также научно-технологического развития. Наравне с обсуждением создания рабочих мест, защиты трудовых прав отдельных категорий граждан (молодежь, люди предпенсионного возраста, женщины, люди с ограниченными возможностями), все чаще в разных странах звучат вопросы о сокращении трудовой недели. На наш взгляд, эта тематика будет неизбежно набирать актуальность по объективным причинам изменения рынка и производительности труда, развития технологий. Представляется, что магистральным путем для ее продвижения в сознании электората становится включение в нарратив вопроса о балансе работы и жизни (work-life balance). По образцу с включением темы повышения пенсионного возраста в широкий нарратив о качестве жизни пожилых людей. Во многих программах можно встретить перечень передовых отраслей, на которые, по мнению кандидатов, стоит делать ставку в развитии страны.

Обязательной является тема качества продуктов питания, их безопасности, натуральности. Она поднималась в программах кандидатов всех рассмотренных стран, за исключением Казахстана и Туркменистана. Мы полагаем, что это одна из наиболее перспективных тем в мировой повестке и очень значима для будущей российской повестки, причем как внутри страны (продовольственная безопасность, качество питания школьников и пожилых людей, обеспечение продуктами 100-километровой зоны и т. д.), так и при продвижении имиджа России и ее сильных сторон (производство и экспорт натуральных продуктов, «житница мира»).

Сквозная тема для большинства программ – информационные технологии. Политики говорят как о необходимости развития собственно технологий (то, что в России принято называть «технологическим суверенитетом»), так и о технологиях как инструменте развития других сфер. Темы, которые, на наш взгляд, будут набирать обороты в следующих электоральных кампаниях в мире – регулирование или запрет майнинга, выпуск национального аналога биткоина.

Во всех программах прослеживается кризис образа будущего, который характеризуется нарастанием неопределённости и сложностью в формировании долгосрочных целей. Это связано, с одной стороны, с отходом от больших идеологических моделей и популистской войной, а вслед за ней – с ориентацией на диалог с избирателем об актуальных проблемах, мерах поддержки, достижениях и измеримых результатах, а с другой – с событиями 2020–2022 годов (пандемией COVID-2019 и реакцией на нее государств, с обострением региональных конфликтов).

Нарастает значимость национальной идентичности, уникальности, национальных интересов и государственного суверенитета. Набирают популярность такие направления, как национал-консерватизм, «зеленые», прогрессизм. Последнее, по сути, является достаточно удачной попыткой примирить консервативный запрос на стабильность с запросом на развитие, что можно выразить формулой «развитие без потрясений». Объединяющими становятся тематика обороны, безопасности и призывы набраться смелости, мужества и терпения. Прослеживается евроскептицизм. В этом плане российская электоральная практика лежит в значительной мере в русле мирового тренда.

Во всех повестках поднимаются вопросы укрепления обороноспособности страны, перевооружения армий или пересмотра военной доктрины. Эти темы оттеснили традиционно обязательные темы экологии, «зеленого перехода», а также близкие к ним вопросы комфортной среды.

Некоторые темы, бывшие в топе в прошлых электоральных циклах, практически сошли на нет. К ним можно отнести вопросы защиты прав сексуальных меньшинств, тему всеобщего базового дохода. Снижается присутствие таких до недавнего времени популярных тем, как цифровое гражданство, неотъемлемое право граждан на доступ к сети, в том числе к пространству культуры и искусства.

Если сравнить президентские и парламентские кампании, то отличие имеется лишь в том, что связано со спецификой полномочий. В президентских повестках больше вопросов, касающихся государственного устройства, государственного управления и международных отношений, чаще звучат вопросы суверенитета и национальной идентичности.

В целом связь между вышеобозначенной тематикой программ и приверженностью кандидатов к той или иной политической идеологии прослеживается слабо. Темы эксплуатируют и правые, в том числе ультраправые, политические движения, партии, кандидаты, и представители левого спектра, и независимые кандидаты.

Попытки создать через слоганы пространство единства, совместного действия, общей идентичности избирателя, зачастую приводят к тому, что сам посыл неизбежно распадается и диверсифицируется соответственно типам электоральных запросов разных социальных групп. Схожую картину можно наблюдать и в российской практике. Здесь выделяются такие целевые аудитории, как: молодежь (проблемы образования и первого найма, проблемы жилья и «стеклянных потолков» в политике и профессии), пожилые (пенсии, активное качественное долголетие), семьи с детьми (специальные меры поддержки, налоговые режимы), женщины (проблемы насилия и возможностей), жители сельских территорий, малоимущие граждане.

Результаты исследования могут быть учтены в рамках развития политической системы и государственного управления через адаптацию перспективных тем и инициатив к российским реалиям.

Список литературы

1. Валлерстайн, И. (2003). *Конец знакомого мира: Социология XXI века*. Москва: Логос.
2. Комаровский, В.С., Савенков, Р.В. (2021). Политическая повестка и образ будущего в предвыборных документах политических партий на выборах депутатов Государственной Думы 2021 г., *Южно-российский журнал социальных наук*, 22(2), 21–36. <https://doi.org/10.31429/26190567-22-2-21-36>
3. Лапкин, В.В., Пантин, В.И. (2020). Глобальная политико-институциональная динамика в условиях дестабилизации миропорядка (на примере стран ЕС и России). *Полис. Политические исследования*, (4), 55–77. <https://doi.org/10.17976/jpps/2020.04.05>
4. Мельвиль, А.Ю., Алексеева, Т.А., Боришполец, К.П. и др. (2008). *Политология: Учебник*. Москва: Моск. гос. ин-т междунар. отношений (Ун-т) МИД России: ТК Велби: Проспект.
5. Шаклеина, Т.А., Байков, А.А. (Ред.). (2014). *Мегатренды: основные траектории эволюции мирового порядка в XXI веке*. (2-е изд., испр. и доп.). Москва: Аспект Пресс.
6. Тортунова, И.А. (2015). Жанрово-стилистический портрет современного политического лозунга. *Научный диалог*, (9), 100–111.
7. Травкина, Н.М. (2018). *США: меняющийся алгоритм развития*. Москва: Весь Мир.
8. Хейвуд, Э. (2005). *Политология: Учебник для студентов вузов*. Москва: ЮНИТИ-ДАНА.
9. Krouwel, A.P.M. (2003). Otto Kirchheimer and the catch-all party. *West European Politics*, 26(2), 23–40. <https://doi.org/10.1080/01402380512331341091>

References

1. Heywood, A. (2005). *Politologiya: Uchebnik dlya studentov vuzov* [Political Science: Textbook for university students]. Moscow: YuNITI-DANA.
2. Komarovskiy, V.S., & Savenkov, R.V. (2021). Politicheskaya povestka i obraz budushchego v predvybornykh dokumentakh politicheskikh partiy na vyborah deputatov Gosudarstvennoy Dumy 2021 g. [Political Agenda and Image of the Future in the Election Documents of Political Parties for the Election of Deputies of the State Duma 2021]. *Yuzhno-rossiyskiy zhurnal sotsial'nykh nauk*, 22(2), 21–36. <https://doi.org/10.31429/26190567-22-2-21-36>
3. Krouwel, A.P.M. (2003). Otto Kirchheimer and the catch-all party. *West European Politics*, 26(2), 23–40. <https://doi.org/10.1080/01402380512331341091>
4. Lapkin, V.V., & Pantin, V.I. (2020). Global'naya politiko-institutsional'naya

dinamika v usloviyakh destabilizatsii miroporyadka (na primere stran ES i Rossii) [Global Dynamics of Political Institutions in the Context of the Destabilizing World Order (Cases of the EU and Russia)]. *Polis. Politicheskie issledovaniya*, (4), 55–77. <https://doi.org/10.17976/jpps/2020.04.05>

5. Melville, A. Yu., Alekseeva, T. A., Borishpolets, K. P. i dr. (2008). *Politologiya: Uchebnik* [Political Science: Textbook]. Moscow: Mosk. gos. in-t mezhdunar. otnosheniy (Un-t) MID Rossii: TK Velbi: Prospekt.

6. Shakleina, T. A., & Baykov, A. A. (Eds.). (2014). *Megatrendy: osnovnye traektorii evolyutsii mirovogo poryadka v XXI veke* [Megatrends: the Main Trajectories of the Evolution of the World Order in the XXI century: Textbook] (2nd ed., corr. and augm.). Moscow: Aspekt Press.

7. Tortunova, I. A. (2015). Zhanrovo-stilisticheskiy portret sovremennogo politicheskogo lozunga [Genre and Stylistic Portrait of Modern Politic Slogan]. *Nauchnyy dialog*, (9), 100–111.

8. Travkina, N. M. (2018). *SShA: menyayushchiysya algoritm razvitiya* [USA: a Changing Algorithm of the Development]. Moscow: Ves' Mir.

9. Wallerstein, I. (2003). *Konets znakomogo mira: Sotsiologiya XXI veka* [The End of the World as We Know It: Social Science for the Twenty-First Century]. Moscow: Logos.

Информация об авторах

Екатерина Анатольевна Репина, кандидат филологических наук, доцент Школы коммуникаций факультета креативных индустрий Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», Москва, Россия, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0622-8949>, e-mail: erepina@hse.ru

Екатерина Никитична Соколова, кандидат политических наук, руководитель проектно-учебной лаборатории политических коммуникаций факультета креативных индустрий Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», Москва, Россия, ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-3188-707X>, e-mail: e.sokolova@hse.ru

Information about the authors

Ekaterina Anatolievna Repina, Candidate of Sciences (Philological Sciences), Associate Professor, School of Communications, Faculty of Creative Industries, National Research University «Higher School of Economics», Moscow, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0622-8949>, e-mail: erepina@hse.ru

Ekaterina Nikitichna Sokolova, Candidate of Sciences (Political Sciences), Head of the Project and Educational Laboratory of Political Communications, Faculty of Creative Industries, National Research University «Higher School of Economics», Moscow, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-3188-707X>, e-mail: e.sokolova@hse.ru