



## СОВРЕМЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ПОПУЛИЗМ

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ДОКЛАД

#### OT ABTOPOB

Это исследование стало итогом наблюдений последних лет и было подготовлено в январе-феврале 2017 года после неожиданной для политологического сообщества победы на президентских выборах в США Дональда Трампа и на фоне развивающейся кампании по выборам президента Франции, в которой наибольшие шансы на выход во второй тур имеют три популистских лидера Марин Ле Пен, Эммануэль Макрон или Жан-Люк Меланшон.

В этой версии не представлены наблюдения и рекомендации по российской ситуации. Но рассмотрены основные содержательные и технологические характеристики современного популизма, волна успеха которого, прокатившись по Европе и США, только начала свое движение в России. Как показывает логика этого движения, в полную силу она может сказаться на отечественной политике еще через 6-7 лет, то есть в следующем электоральном цикле.

И мы уже находимся в выгодном положении. Потому что понимаем те ошибки, которые совершали правительства и традиционные партии в противостоянии популизму, и те ответы на радикальный популизм, которые нащупали зарубежные политики и эксперты, наиболее верный из которых – оседлать волну и стать первым среди популистов.

## ПОЛИТИКА НА ГРЕБНЕ ВОЛНЫ

Рискнем утверждать, что триумф популизма – естественное циклическое явление в политике с периодом в XX веке примерно в 20-25 лет – в одно поколение или в один структурный кризис.

Мы находимся на гребне новой волны, связанной с реакцией на затяжные кризисные явления в экономике и витком развития коммуникационных технологий.

ок. 2005 г. - н/в современный

технологический популизм

#### конец 80-х - начало 90-х

популизм национальной гордости и самоопределения, от Станислава Тимински и Роса Перро в Канаде и США до немецкого «Републиканера»

### конец 60-х - начало 70-х

левый популизм почти по всей Европе, за исключением правого датского движения Могенса Глиструпа

## конец 40-х – начало 50-х

правые движения, вызванные антикоммунистическим откатом, например, «Любой человек» (l'Uomo Qualunque) в Италии, маккартизм в США, пужадисты во Франции (среди них был и юный Жан-Мари Ле Пен, когда-то самый молодой член Национального собрания).

Современный популизм – явление не уникальное. Он перенимает подходы и технологии у предшественников и из смежных областей.



# Характерные особенности современного популизма, которые и делают его эффективным:

Политика для избирателя с синдромом рассеянного внимания	6
Ни вправо, ни влево. Только вперед!	8
Разочарованный избиратель. Класс без будущего	10
Разгневанный избиратель и надежда на изменения	12
Не идеология, а идеи: Прямая демократия и мудрость народа	16
Качество жизни как программа	18
Производство контента в распределенных сетях	20
Понимание сети и эффективный веб-популизм	22
Big Data против сетевого маркетинга	24
Сайт как единственный адрес	26
Блоги и твиттер	28
Самораспространяемые сообщения. #УправляйСторонниками	30
Самораспространяемые сообщения. Смотри, кто говорит	31
Местный активизм. Типология активизма	32
Лидерство. Язык лидера	36
Политическая франшиза и горизонтальное управление	38
Бренд и символическое управление	38
Логика и хронология развития движения	40
Несимметричный ответ	41
<b>ВМЕСТО РЕЗЮМЕ</b> . «технологическая карта» современного популизма	43
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 1.</b> Современный итальянский популизм: «Движение 5 звезд» и Маттео Ренци	48
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 2</b> . Президентские выборы во Франции 2017 года	59
ПРИЛОЖЕНИЕ 3. Муниципальные выборы 2015-2016 гг. Выборы в крупных европейских горолах	73

## ПОЛИТИКА ДЛЯ ИЗБИРАТЕЛЯ С СИНДРОМОМ РАССЕЯННОГО ВНИМАНИЯ

## **СОВРЕМЕННЫЙ ПОПУЛИЗМ** – ЭТО ПОЛИТИКА ДЛЯ ИЗБИРАТЕЛЕЙ С СИНДРОМОМ РАССЕЯННОГО ВНИМАНИЯ.

Таких сейчас большинство с учетом гипернасыщенного информационного пространства, в котором сложно ориентироваться, и нарастающей электоральной усталости («выборы ничего не меняют, от моего голоса ничего не зависит, зачем идти на выборы?»).

В зависимости от электоральных традиций страны таких избирателей может быть от 20 до 60%. В странах с устойчивыми двухпартийными системами меньше. Это те, кто не ходил на выборы или определялся в последний момент.

Современный популизм – это обретение голоса немыми, это возвращение «неголосующих» в активную политику. Популизм не отнимает голоса у традиционных партий. Он приводит на свою сторону, как правило, новых избирателей.

Технологии современного популизма позволяют наиболее эффективно на данном этапе получить поддержку этого пула избирателей. Он использует простой набор посылов и технологий для привлечения внимания дезориентированного гражданина, который не помнит, за кого обычно голосует, или вовсе не ходит на выборы, не читает программ, не разбирается в политике, определяется с выбором в последний момент. Его внимание неустойчиво, а решения импульсивны.

С появлением всеобщего избирательного права выборы были свежим и увлекательным развлечением. На массы натянули развилки аристократического выбора – гвельфы и гибеллины, тори или виги, федералисты или демократ-республиканцы, правый или левый. Выбор был традиционен и даже наследовался.

К концу 60-х годов прошлого века это всем основательно надоело. Все больше нарастал абсентеизм, то есть люди стали все меньше участвовать в выборах. Наконец, выросло поколение, которое уже не помнит, положено ему быть правым или левым и что это, вообще, означает. Простых дихотомий больше нет. Ответом стали так называемые catch-all («улавливающие всех») партии, аккумулировавшие самые разные интересы.

Современный популизм – следующий шаг на этом пути.



28% избирателей за десять дней до первого тура президентских выборов во Франции утверждают, что примут участие в голосовании, но пока не определились, кого из кандидатов поддержать, и готовы изменить свое решение в любой момент.

Наибольшее внимание неопределившихся привлекает Эммануэль Макрон. Он получает большинство «вторых выборов» неопределившихся избирателей.



Дональд Трамп получил 15% голосов тех, кому он не нравился. Трампа сделали президентом его противники, а не сторонники.

Обычно этот показатель – 3-6%. Но доля таких избирателей постепенно нарастает.

Он также получил большинство среди тех, кто определялся с выбором в последний момент.

После выборов социальные сети еще пару недель пестрили признаниями:

«Я мусульманин / гей / латиноамериканец, но голосовал за Трампа. Почему?»



## Забыли, за кого требует голосовать традиционная социология

Ряд рабочих штатов «Ржавого пояса» в США выбрали на праймериз своим кандидатом демократа Берни Снадреса, а на выборах проголосовали за республиканца Дональда Трампа. В условиях разрушения традиционных общностей с единой политической культурой на смену дружному голосованию членов профсоюзов в рамках контракта с демократами пришло «спонтанное» решение свободного избирателя в последний день.



**26%** избирателей в Италии решили, как голосовать на конституционном референдуме в декабре 2016 г., в последний месяц.

Большинство этих голосов ушло в пользу «Нет изменениям конституции», за что агитировало «Движение 5 звезд».

## НИ ВПРАВО, НИ ВЛЕВО. ТОЛЬКО ВПЕРЕД!

Современный популизм – явление постидеологическое. Абстракции больше не управляют.

Вопрос к современному популизму, левый он или правый, не имеет никакого смысла. Он такой, каково общество. В развитых странах оно перестало быть классовым и индустриальным десятилетия назад, а значит – и перестало относиться к левому и правому как к важным для себя границам.

Современный популизм по сути индифферентен к границам политических абстракций. Одни насущные вопросы можно решать в правом духе, другие – в левом, третьи – в духе экологизма. Главное – предлагать решения насущных вопросов.

С развитием общества потребления избиратель начинает вести себя, как покупатель. Он не выбирает стратегически между правым и левым ответом. Он выбирает набор благ, который желает получить. И яркие маркетинговые решения. Качество жизни как программа и маркетинг как технология – вот основа современного популизма.

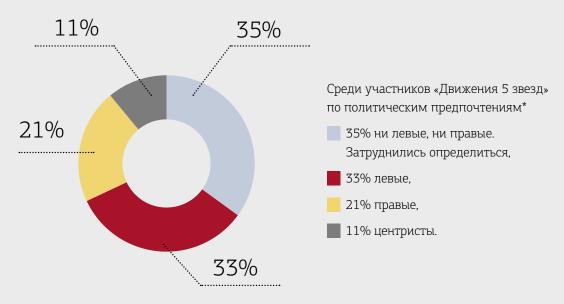
Постиндустриальное общество – это множество подвижных, постоянно формирующихся вокруг конкретных вопросов и распадающихся групп интересов (квази-классов, идентичностей). За последние годы популистами выработан и успешно апробирован технологический подход к управлению энергией этих неустойчивых сообществ.

В семидесятые годы XX века один из первых идеологов трансгуманизма Фереидун М. Эсфандиари, известный как FM-2030, сформулировал концепцию «Верхнего крыла», или «Крыла в полете». «Neither right nor left – but up» – «не вправо, не влево, а вверх».

Избирателя заботит развитие, а не выбор между правым и левым подходом к нему.

Этот постидеологический сдвиг может объясняться по-разному:

- разочарованием в политэкономическом провиденциализме. Мировой кризис показывает на пальцах, что нет панацеи, потому что нет точно заданного вектора развития, в котором были бы однозначно правы социалисты или либералы;
- бессмысленностью на современном этапе вопроса о том, что лучше социализм или капитализм;
- развитием общества потребления;
- концом классового индустриального общества.



Данные исследования Demos.



Данные исследования Ifop и Paris Match..

<sup>\*</sup>Подробнее о первой партии нового типа – «Движении 5 звезд» в Италии – см. Приложение 2.

<sup>\*\*</sup> Подробнее о кандидатах и раскладах в президентской предвыборной гонке 2017 года во Франции – см. Приложение 3.

## РАЗОЧАРОВАННЫЙ ИЗБИРАТЕЛЬ. КЛАСС БЕЗ БУДУЩЕГО

Триумф современного популизма – это, прежде всего, реакция на затяжной структурный кризис в экономике, в результате которого сформировался «квази-класс» без надежды на будущее. Это не единая общность, но критическая масса тех, кто чувствует падение уровня материального благосостояния и покупательской способности, перед кем с рождения маячит потолок из бронированного стекла.

Главное, на что отвечает современный популизм – это сжимание экономических возможностей так называемого «среднего класса». Те, кому раньше хватало на отпуск и бытовую технику, вдруг начинают влезать в потребительские кредиты.

При этом возрастает индекс Джинни – индекс социального расслоения. Отмечается падение покупательской способности среднего класса и наименее обеспеченных слоев одновременно с ростом состояний наиболее богатых.

Оттуда и значимость для популистских лидеров призывов к социальной справедливости, к меритократии (каждому по способностям – жизненные шансы определяются навыками и компетенциями).

Оттуда же антииммигрантские (для правого популизма) или антиэлитистские (для популизма, тяготеющего влево) настроения. Так, например, избиратели Британской национальной партии (British National Party) в наибольшей мере поддерживают следующие позиции: «никаких социальных пособий мигрантам», «никаких экономических преференций мигрантам», «работодатели должны отдавать предпочтение белым». «Лузерами глобализации» называют французские социологи избирателей Национального фронта – фермеров и синих воротничков, чье положение изменилось разительно за последние полтора десятка лет из-за структурных сдвигов в экономике и иммигрантского давления на рынке труда.



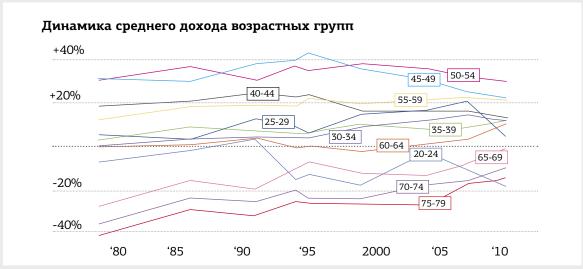
Участники митинга в поддержку Берни Сандерса. Надпись на плакате: **«Будущее, в которое можно верить»**.

Фото: Jim Young/Reuters

75-летний кандидат в президенты США Берни Сандерс оказался на удивление популярен среди так называемого Поколения К – людей в возрасте от 14 до 22 лет, в том числе в его более старшем сегменте, имеющем уже право голоса. Сандерс был единственным, кого назвали молодые люди в ответ на вопрос «Кому из политиков Вы доверяете?».

В частности, молодым импонировали заявления Сандерса о необходимости противостоять привилегиям крупных корпораций и, в целом, о социальной справедливости – ценности очень значимой для этого поколения. Поколение селфи не так уж зациклено на себе, как принято считать: 92% верят в важность помощи другим людям, 70% называют неравенство как одну из наиболее значимых для себя проблем, отнюдь не менее важную, чем террористические угрозы.

Это поколение не верит в меритократию. Наоборот, молодые люди считают, что именно социальный статус родителей, цвет кожи и пол будут существенно определять их жизненные шансы, которые изначально осознаются как весьма ограниченные. Это фактически сразу фрустрированное поколение.





В последние 10-15 лет в среднем во всех развитых страна снижается уровень доходов наиболее активных возрастных групп. Там, где падение доходов охватывает все или большинство людей в возрасте от 20 до 45-50 лет, мы имеем наиболее яркие проявления популизма – в Италии, Франции, США.

При этом важен не абсолютный уровень доходов и покупательской способности, а именно - негативная динамика, так как старшие возрастные группы пенсионеров стандартно беднее работающих, а сравнительно высокий достаток во все времена лишь у людей в возрасте от 45 до 55 лет. Но когда тебе было 20, ты знал, что к 35-40 годам, работая, сможешь жить достойно. Но вот тебе 35, но в 20 ты явно был богаче. И это несправедливо, ведь ты столько труда вложил в свою страну.

## РАЗГНЕВАННЫЙ ИЗБИРАТЕЛЬ И НАДЕЖДА НА ИЗМЕНЕНИЯ

#### Иногда это называют антисистемным вызовом.

«Революция» называет свою программу Эммануэль Макрон, кандидат в президенты Франции, «Отправить их (политиков и бюрократов) к чертям домой» призывает Беппе Грилло, «новое правительство», «прочь из болота!» требует Маттео Ренци, «изменить порядок вещей» надеется испанское движение «Подемос», «Выбирай бизнесмена, а не очередного политика-вруна,» – говорит агитация Трампа.

Но на деле антисистемный запал устроен гораздо проще. Спросите человека, который не разбирается и толком не следит за политикой, особенно в условиях кризиса, все ли идет хорошо или нужно что-то менять? Конечно, нужно!

И понятно, кто виноват, что все так как есть – нынешний профессиональный политический класс, бюрократы.

Фактически все успешные кандидаты и движения говорят о необходимости изменений. Не конкретизируя, каких именно, потому что точность, «определенность» убивают религиозное откровение. В популистском языке «план» не продаваем. А посул абстрактных изменений сходен с обещанием благодати. Главное создать веру в возможность изменений. А какие они должны быть, будто очевидно для каждого.

Слоганы популистов, как правило, побуждающие, содержащие указание на необходимость действовать, на последнюю возможность что-то изменить: Сегодня, Сейчас, Время пришло, Смелее, Решайся.

Кандидат или движение становятся сосредоточением надежд. На тех же настроениях победил Брекзит.

Преодоление себя, борьба с самим собой за улучшения, на самом деле, идеи, близкие современному обществу.

Это одно из проявлений новой религиозности. Традиционная религиозность – это «изменение себя» в соответствии с этической моделью данной религии, «очищение».

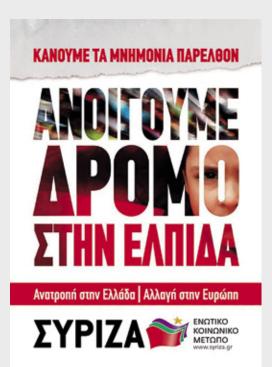
Обыденные проявления «пострелигиозности» – это знакомые многим усилия по изменению тела (похудение, культуризм, здоровый образ жизни), сознания (позитивное мышление, расширение кругозора, эмоциональный интеллект) и другая деятельность, направленная на саморазвитие. Политический популизм – изменение общества, его очищение (в условно левом дискурсе – от несправедливости распределения, в условно правом – очищение само по себе, возвращение к базовой чистоте). Люди идут голосовать за популистов с тем же настроением, с каким идут в спортзал или бросают курить в 40 лет.





## Мы можем изменить положение вещей.

Слоган испанского «Подемос».



#### Мы открываем путь надежде.

Слоган греческой партии «Сириза».

#### На этот раз мы можем выбирать Выметем Их

Не стой на месте, голосуй за Движение.



#### #Решайся.

#### Время изменить Рим.

Виржиния Раджи стала первой женщиной – мэром Рима, набрав на выборах в 2016 году 67%. Она была единственным, пожалуй, кандидатом, чьи плакаты не имели антииммигрантской конкретики и вообще конкретики.



#### #РеволюцияНаМарше

Выступление кандидата в президенты Франции Эммануэля Макрона:

«Франция заблокирована. Вот что нужно, чтобы двигаться вперед».



#### Хватит, значит хватит.

Слоган кампании Берни Сандерса.

#### ГОЛОСОВАНИЕ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ОТНОШЕНИЯ К РАБОТЕ ЦЕНТРАЛЬНОГО ПРАВИТЕЛЬСТВА США

Отношение к работе центрального правительства США	За Клинтон	За Трампа	Другое
Восторженное (всего по стране 6%)	78%	19%	3%
Удовлетворенное (24%)	76%	19%	5%
Неудовлетворенное (46%)	46%	48%	6%
Разгневанное (23%)	18%	75%	7%

В 2016 году уровень доверия граждан американскому правительству остается рекордно низким. Конгресс с 9% доверия занимает последнюю строчку по этому показателю среди американских институтов, уступая телевидению, газетам и крупному бизнесу. 59% граждан США считают, что правительство нуждается в серьезной реформе.

Среди тех, кто назвал основной характеристикой кандидата способность что-то изменить, безоговорочно победил Дональд Трамп. В этой когорте он набрал 83%.

75% разгневанных избирателей и большинство неудовлетворенных действиями правительства США отдали голоса за Трампа.

Карл Роув, бывший советник Джорджа Буша, заявил: «Трамп был кандидатом изменений. 62% избирателей заявили, что их страна на неверном пути. Эти избиратели разделились на 69% за Трампа и 25% за Клинтон. Жажда изменений была настолько сильной, что она перевесила сомнения относительно квалификации и темперамента мистера Трампа».



«Будем бунтовщиками и изменим Италию!» – первые слова обращения Маттео Ренци к членам Демократической партии в качестве ее секретаря. «Быть мятежным означает прежде всего схватку с самими собой. Мы мятежники, когда каждый из нас пытается изменить собственную жизнь. Мы должны быть в силах изменить и нашу маленькую Италию».

Естественно, что популистские посылы о радикальных изменениях породили устойчивые слухи о конфликте между действующим премьер-министром Энрико Леттой и его однопартийцем Ренци. #ЭнрикоБудьСпокоен – затвиттил Ренци, когда это начали обсуждать на телевидении.

Но уже через месяц съезд демократов поддержал 136 голосами против 16 призыв Ренци к «новому правительству и радикальной программе реформ». Летта вынужден был подать в отставку, а Ренци получил назначение, став самым молодым премьер-министром Италии, на 52 дня младше Бенито Муссолини в 1922 году.



# VAFFANGULO

#### День V. 8 сентября 2007. Болонья.

Наиболее известной акцией «Движения 5 звезд» стал V-day (День V), на первый взгляд, будто напоминающий о Победе и поворотных моментах Второй мировой. Но V обозначает здесь не победу, не римскую пятерку и не V как вендетта из известного каждому итальянцу комикса, а может и все это сразу. V сокращение от Vaffanculo – дословно «в задницу».

14 июня 2007 г. генуэзский комик Беппе Грилло в своем блоге назначил читателям встречу 8 сентября на площадях Италии, чтобы напомнить, что с 8 сентября 1943 г. (дата заключения перемирия итальянским правительством с союзниками) в стране ничего не изменилось: «Король в бегах. Нация в растерянности. Политики, отгородившиеся от всех во дворцах, погружены в «культурные» проблемы». И пора послать все это в задницу.

В этот день на двух сотнях площадей по всей Италии, а также перед некоторыми зданиями итальянских посольств за рубежом собрались последователи Грилло, который сам выступил в Болонье со списком того, от чего нужно избавиться: от профессиональных парламентариев, ограничив пребывание в парламенте двумя сроками; от депутатов из криминала, запретив избираться приговоренным за умышленные преступления к сроку более 11 месяцев; от манипуляций списками, введя «открытый лист». Этот первый день был посвящен «Чистому Парламенту».

Вдохновившись успехом первого Дня V, Грилло объявил второй против журналистов – «цепных псов власти».

# НЕ ИДЕОЛОГИЯ, А ИДЕИ: ПРЯМАЯ ДЕМОКРАТИЯ И МУДРОСТЬ НАРОДА

#### Дилетантизм в политике – ценность, а не недостаток.

Как такового политического содержания нет. Есть признание того, что люди могут и сами поднять наиболее важные проблемы, и предложить решения. «Не идеология, а идеи» провозглашает сайт «Движения 5 звезд».

Современный популизм связан с верой в синергетический эффект гражданского общества и общественного мнения, в то, что, во-первых, нация лучше политиков понимает суть стоящих перед ней проблем, а во-вторых, имеет народную мудрость для поиска и выработки принципиально новых простых решений.

**Популизм – это всегда магия простых решений,** которые не могут найти профессиональные политики, погрязшие в коррупции и идеологических абстракциях, но которые может предложить народ. Именно простые решения увлекают рассеяного избирателя.

Один из первоочередных посылов – **современные технологии способны вернуть людям право на реальную прямую демократию участия.** Популистский призыв всех веков о доступе большинства граждан к принятию решений теперь еще и подкреплен технологиями.

Отсюда вытекает и значительное число политических требований подобных движений (например, доступ к Интернету как неотъемлемое право гражданина) и технологических решений (онлайн и оффлайн референдумы и формирование программ).



От имени народа / Во имя народа.

Новый слоган кампании Марин Ле Пен



**Сделать иначе. Голосуй за блок. #Реальные люди** (Португалия)



dai voce de cittadini si incontrano

Найджел Фарадж вернет Британии голос.

Дай голос твоим идеям. Граждане встречаются.

Муниципальная агитация «Движения 5 звезд» (Италия)

Среди поддержавших Брекзит больше всего, согласно опросам, тех, кто разделяет утверждение: «Я скорее доверяю мудрости обычных людей, чем мнению экспертов».

Мудрость большинства одержала верх над экспертами, предупреждавшими о негативных экономических последствиях выхода Британии из Евросоюза.



Пришло время народа. Ясно, что мы сможем.



**Улыбка народа. Мы можем.** (Испания)

## КАЧЕСТВО ЖИЗНИ КАК ПРОГРАММА

## Избиратель действует как потребитель, набирая себе корзину наиболее нужных ему простых благ.

Поскольку программы формируются из обсуждений в сети и на основе предложений граждан, то и в программный набор попадает именно то, что важно для качества жизни: здравоохранение, жилье, образование, экология, транспорт, работа.

Общество потребления создает привычку покупать вполне утилитарные ценности и блага, в том числе и в политике. Люди делают не комплексный идеологический выбор, а приобретают конкретные решения и изменения – чистую воду, хороший транспорт, современное образование.

Это не политический, а потребительский выбор.



Название и символика «Движения 5 звезд» восходят к метафоре Беппе Грилло, сравнившего качество жизни и качество гостиниц: «Мы можем иметь пятизвездочную жизнь».

В программе движения – направления, указанные на баннере выше: вода, окружающая среда, транспорт, энергетика и экономическое развитие.

Примечательно, что избирателей «Движения 5 звезд» одинаковый процент на Севере, Юге и в Центре Италии. Популисты меняют сам формат предпочтений, формируя большинство. Место старых общностей (рабочие отраслей промышленности, профсоюзы, крестьяне, женщины, жители региона), занимают «новые». Это работает даже в такой разделенной и исторически не единой стране, как Италия. Ровно за счет поднятия простых насущных проблем, бытовых, а не национально-политических, популисты приобретают электорат в любых когортах разделенных, гетерогенных сообществ.



**Покончить с жесткой экономией: Мир. Хлеб. Жилье. Здоровье. Образование.** Баннер португальского Левого блока, направленный против политики жестких ограничений расходной части бюджета, вмененной Португалии Международным валютным фондом.



**Коалиция Бьерсо. Все будет хорошо.** (Испания)



#### Коалиция за общее благо, или за хорошее для всех (Мексика)

На президентских выборах 2006 года, несмотря на распад коалиции еще в ходе кампании, ее кандидат, лидер антиэлитистской, протестной «Партии демократической революции» Лопес Обрадор уступил победителю Фелипе Кальдерону всего полпроцента. Его сторонники инаугурировали его как «легитимного президента» в родном городе.

Программа коалиции состояла из ставших теперь хрестоматийными для современного технологического популизма слоганов:

- «Институты не работают сменим институты», «10 причин мирного гражданского сопротивления»,
- «Настоящие реформы не в залах заседаний, а на улицах и площадях»,
- «Вернем мексиканскому народу Мексику»,
- «20 дел за 20 дней».

## ПРОИЗВОДСТВО КОНТЕНТА В РАСПРЕДЕЛЕННЫХ СЕТЯХ

Современный популизм обвиняют в бессодержательности, отсутствии конкретного сообщения. Это не так. Просто сообщения создаются не в одном центре, а в «распределенных сетях», в различных сообществах, объединениях и тусовках, но по заданным правилам.

Общество не просто перестало быть классовым. Налицо **кризис всех традиционных со-обществ:** профсоюзов, релизиозных организаций, партий. Социальные идентичности изменчивы и ситуативны.

Голоса членов сообществ больше не получаются партией или кандидатом механически, как раньше. Нельзя сказать: «Я демократ, значит – за меня члены профсоюзов», просто потому что профсоюзные комитеты политического действия продолжают по традиции оплачивать твою кампанию. Или «я республиканец» – за меня члены религиозных общин. Вопервых, членов профсоюзов в два раза меньше, чем десять-двадцать лет назад. Во-вторых, член профсоюза может быть членом домового комитета, союза против абортов, «зеленым». И любая из этих идентичностей может стать политической в день голосования.

В этой ситуации нужны гибкие способы управления энергией сообществ.

Вертикально организованные, формализованные сообщества, в которых люди не знают другу друга и почти не имеют общих интересов, безусловно, менее эффективны, чем система локальных сообществ, объединенных, в том числе и неполитическими интересами. Они перестают быть «классами для себя», теряют способность слажено действовать.

В современных условиях любая партия всегда будет слабее «ассоциации гражданских клубов по интересам».

Популистские движения задают самые общие рамки работы, организуют пространство для диалога и формирования клубов на местах. Движения тем более успешны и живучи, чем дольше им удается избежать формализации, превращения в вертикально интегрированную партию.



Согласно опросам в США, только 41% населения доверяет церкви и религиозным общинам. 23% – профсоюзам, причем только 8% считают их действительно важными.

Трамп получил высокую поддержку среди членов профсоюзов в то время, как профсоюзные организации поддерживали Клинтон и вложили в кампанию демократов около 100 млн долларов, взятых, в том числе из членских взносов.

Клинтон опередила Трампа среди семей членов профсоюзов на 8% – это самое незначительное преимущество с 1984 года, когда Уолтер Мондейл проиграл Рональду Рейгану. Преимущество Барака Обамы среди членов профсоюзов и членов их семей в 2012 составляло 18%. В Огайо, где Клинтон проиграла Трампу, она получила среди членов профсоюзов и их семей на 9% меньше соперника.



## Ищем гражан, готовых войти в список на следующих выборах.

Среди участников и сторонников «Движения 5 звезд» в Италии, согласно опросам, – более значительное число атеистов и непрактикующих верующих, чем в среднем по стране; но при этом больше и тех, кто принимает активное участие в различных общественных организациях и волонтерских движениях.

«5 звезд» открыло для них подходящий формат гражданской и социальной активности.

## ПОНИМАНИЕ СЕТИ И ЭФФЕКТИВНЫЙ ВЕБ-ПОПУЛИЗМ

#### Социальные сети – это не новые медиа.

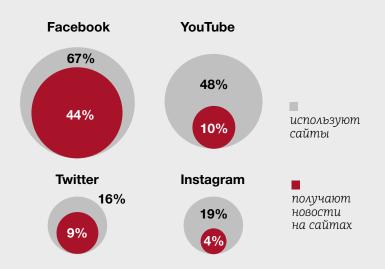
Современный технологический популизм нередко называют web-популизмом, так как его успехи во многом основаны на Интернет-технологиях и, в первую очередь на работе с социальной сетью.

Успешный web-популизм понимает сеть не как новые медиа – технологически новый способ распрострнанения информации, вроде газеты и агитки, но только в сети Интеренет; а в самом прямом смысле. Сеть как набор горизонтальных взаимодействий между людьми. Интернет становится только средством облегчения коммуникации между ними.

Популизм не пытается запустить информацию в соцсети, которая вполне вероятно не будет пользоваться доверием пользователей. Он организует коммуникацию людей, которые сами создают необходимую информацию, ее обсуждение и поддержку.

Социальные сети для популистов не средство доставки сообщения вроде газеты 2.0 или ТВ-канала 2.0, а пространство создания общих ценностей. Вместо «фиксированного контента» предлагаются площадки и пространства обсуждения. Вместо «не думай, а распространяй» – «вместе придумаем».

Это, на самом деле, добрая старая «народная программа», только организованная на совершенно другом идеологическом и технологическом уровне.



Все больше граждан не просто используют социальные сети каждый день, но и основывают на публикациях в сетях свои политические суждения. Для США это в среднем по стране 67 и 44% соответственно. Для Италии и Франции примерно на 60% уверенных пользователей сети приходится около 30% основывающих на публикациях в соцсетях свое мнение о политике.



#### Meetup. 5 звезд в Каникатти

(сицилийский поселок)

Среди участников «Движения 5 звезд» в Италии больше, чем в среднем по стране, число уверенных пользователей Интернета – 80% против 60%. А среди избирателей стремительно теряющей электорат правой партии Лига Севера их, напротив, меньше среднего – около 42%.

Успех «Движения 5 звезд» как сетевой организации, использующей возможности социальных сетей, связан с именем сооснователя движения и консалтинговой компании Casaleggio Associati Джанроберто Казаледжо – гуру Интернет-технологий и социальных сетей. (Умер в апреле 2016 года. Руководство принял его сын Давид. Casaleggio Associati продолжает управление сайтом Движения, блогом Беппе Грилло и брендом «5 звезд»).

Именно Казаледжо сформулировал понимание социальных сетей как инструментария для работы с сетью реальных взаимодействий между людьми.

В книге Давида Казаледжо, в которой он описывает самые базовые подходы своего отца, рассматриваются в качестве сетей, например, сбалансированные пищевые цепочки в природе.

В июле 2005 года Беппе Грилло предложил своим сторонникам и читателям блога использовать социальные сети, вроде Мееtup, для того, чтобы встречаться и обмениваться идеями о том, как сделать Италию лучше, начав с собственного города (до этого в 2003 году Мееtup использовал Ховард Дин для своей кампании на праймериз Демократической партии в США). Так, в Мееtup возникли 40 первых групп «Друзей Беппе Грилло», которые образовывали в сети тематические рабочие группы по вопросам собственной повестки.

## BIG DATA ПРОТИВ СЕТЕВОГО МАРКЕТИНГА

Big Data – связанные наборы данных, позволяющие иметь сведения об объекте по множеству параметров из различных источников. Например, госданные о владельцах разрешений и лицензий, избирателях, данные о покупках в сети и т.д. «Большие данные» настолько огромны, что обычные программные средства не могут с ними адекватно работать. Они требуют специально разработанных алгоритмов и программ.

«Большие данные» все больше используются в экономике и политике. Развивается аналитика данных, позволяющая получить интересные результаты о масштабных трендах; журналистика данных, в том числе разоблачительная.

Современный техпопулизм к Big Data индифферентен, делая ставку на управление поведением людей в сети, на изменение и формирование, а не анализ их предпочтений. Гораздо эффективнее на практике оказывается таргетинг и сетевой маркетинг.

#### В чем уязвимость технологии Big Data?

Применение «больших данных» в ходе кампаний ограничено. Не везде есть качественно собранные и опубликованные данные. Узок круг тех, кто умеет с ними работать.

А главное ограничение в неустойчивости предпочтений и самих социальных групп, малая релевантность сценариев, построенных машинными алгоритмами. Проще - в том, что политическое сообщение создает новые ситуативные сообщества, которые в условиях ослабления традиционных идентичностей вдруг становятся более важными, чем традиционные. Исследователи анализируют человека по 4000 выявленным ранее позициям. А потом в его жизни появляется 4001 и становится доминантой, но она не попадает в анализ.

#### Штаб Хиллари Клинтон использовал Big Data в большем объеме, чем штаб ее оппонента.

У демократов более обширная и детальная база (наработанная в ходе кампаний Барака Обамы в 2008-2012 гг., постоянно расширяемая и дополняемая). Хиллари Клинтон имела доступ к базам демократической партии начиная с праймериз, Дональд Трамп получил доступ



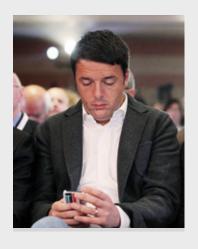
к республиканской только после номинации, в июле 2016 года. Тогда же он заключил контракт с Cambridge Analitica, которая известна анализом психологических профилей избирателей и сопровождала кампанию проигравшего ему Теда Круза. В кампании использовалась база данных проекта Alamo, содержащая сведения о 220 млн жителей США по примерно 4000-5000 позициям онлайн и оффлайн жизни.

Содержание кампании Хиллари Клинтон в значительной степени определялось анализом Big Data. Выверенная стратегия с использованием информации об избирателях (каждый шаг замерялся и прогнозировался с учетом анализа больших массивов данных).

Штаб Клинтон говорил в ходе кампании о том, что ни одно важное решение (содержание рассылаемых сообщений и лозунгов, твиттов, маршруты передвижения волонтеров) не принимается без консультации с подразделением, анализирующим Big Data.

## Комплексный компьютерный алгоритм «Ада» в день моделировал 400 000 сценариев (симуляций) кампании Клинтон против Трампа.

Информации о том, сколько из этих сценариев были проигрышными для Клинтон, в открытых источниках нет.



Во время открытых праймериз Демократической партии в Италии 2013 года Маттео Ренци получил 67,55% голосов, в частности, призвав своих сторонников в блоге протянуть ему руку помощи, пролистать записные книжки телефонов и контакты электронной почты и найти хотя бы десятерых, кто не идет на выборы или не знает, что скоро праймериз. «Это не моя избирательная кампания. Это наша кампания. И мне нужна помощь. Приведи голосовать 10 человек. Попробуем изменить Италию вместе».

Этот призыв Ренци будто в точности из учебника сетевого маркетинга MLM, но он сработал.

## САЙТ КАК ЕДИНСТВЕННЫЙ АДРЕС

**URL-адрес** – единственный юридический адрес организации. Что тоже удерживает от формализации и превращения в партию.

Сайт или личный блог кандидата/лидера движения становятся первым и нередко единственным его представительством, местом для сбора сторонников, совместного формирования программы и избирательных списков и даже местом проведения акций.

Эта площадка централизована. Все должно происходить вокруг одной фигуры лидера. Так, отдельные кандидаты «Движения 5 звезд» в Италии гораздо меньше представлены в Интернете. Они пишут на сайте beppegrillo.it, ставшего одновременно и доменом движения.

Интернет-технологии обеспечивают прямую демократию участия.

#### Типичный функционал сайта популистского движения:

- возможность найти сторонников в своем городе или поселке;
- создать собственную ячейку сторонников;
- открытое обсуждение программы и предложений, организованное, как ветки форумов или на базе более продвинутых платформ учета мнений;
- онлайн опросы и референдумы;
- ознакомиться с программой;
- узнать об акциях;
- внести пожертвование;
- получить / купить символику;
- посмотреть декларации и отчеты партии и кандидатов;
- стать кандидатом на местных или парламентских выборах;
- виджеты блога, твиттера, YouTube-канала и инстаграма кандидата или движения.





Официальный сайт «Движения 5 звезд» – блог его основателя Беппе Грилло расположен на двух адресах, прописанных в Не-Уставе движения beppegrillo.it и movimento5stelle.it. На закладке карикатура с лицом Грилло.

Если зарегистрироваться, можно участвовать в постоянных онлайн референдумах по поводу программы и предложений движения.

PARTECIPA ALLA SCRITTURA DELLE LEGGI DEL M5S



Каждый может принять участие в подготовке текстов законопроектов.

#### ISCRIVITI AL MOVIMENTO

Iscriviti al MoVimento 5 Stelle! Potrai votare il programma e le proposte. Ognuno conta uno!

Cognome:

<b>ISCRIVIMI</b>	<b>AGLI</b>	<b>AVVISI</b>	DELLE	LISTE
CIVICHE D	I QUE	ESTO C	OMUNE	

Inserisci la tua email per rimanere informato sulla lista certificata della tua città

- Tenetemi aggiornato Sono disponibile ad aiutare una lista

Iscrivimi

#### **TUTTE LE LISTE A 5 STELLE**

Можно посмотреть карту гражданских комитетов по всей стране, связаться с ответственными на местах, посмотреть информацию о их работе. В разделах комитетов наборы информации разные, контент создают сами граждане – от обсуждения законодательства до песен про организацию.

Посмотреть финансовую очетность движения, избирательных кампаний и депутатов.



visualizza tutte le Liste a 5 Stelle >

#### CREA LA TUA LISTA

Promuovi le idee a 5 stelle nella tua città e crea una lista civica.

Crea la tua lista

#### RENDICONTI PUBBLICATI:

Associazione MoVimento 5 Stelle 2014 >

Comitato promotore elezioni europee 2014 >

Comitato promotore elezioni politiche 2014 >

Associazione MoVimento 5 Stelle rendiconto 2013 ▶

Можно подключиться к работе гражданских комитетов в родном городе в трех форматах:

- получать новости;
- помогать в работе комитета;
- участовать в официальных избирательных списках на муниципальном уровне.

Создать собственный гражданский комитет.

## БЛОГИ И ТВИТТЕР

Сопричастность, динамика и доверие – важно ощущение личной вовлеченности и постоянного нахождения в гуще событий.

Сетевая аудитория чувствительна к формату и содержанию сообщений. Они должны быть живые, острые, от первого лица. Только такие сообщения получают доверие публики и стремительно распространяются без особых усилий.

Само по себе наличие блога или аккаунта в Твиттере ничего не меняет. Необходимы правильная динамика и содержание сообщений, создающих нерв событий не хуже сценария боевика, непосредственное участие главного героя; и возможность прямого интерактива для подписчиков. Ведь популизм увлекает избирателя, вовлекая и развлекая.

Сложно создавать пользующийся доверием контент. Чувствительность сети к этому высока. Он обязательно должен быть от первого лица. А наибольшим доверием пользуется негативный контент. Для этого необходимо, в первую очередь принять роль разгневанного избирателя, создавать негативный контетнт в адрес других от первого лица. Как это делали Трамп, Грилло и Ренци.

Твиттеры кандидатов увлекают не только граждан, но и традиционные медиа. Заявление или спор политиков в Твиттере становятся медиа-событиями. Журналисты получают новости из сетей, следят за блогами и твиттером кандидатов. И в итоге увлекаются их повесткой. Для кампании Трампа, имевшего ограниченный доступ к СМИ, даже сформулировали специальный термин – «новостной угон», описывающий как Трамп увлек за собой традиционные медиачерез Тивиттер.

**Кандидаты становятся уязвимы.** Практически невозможно провести закрытое для медиа мероприятие. Любой человек, имеющий телефон, может стать автором самораспространяемого сообщения в сети. Свидетельства любого промаха политика могут попасть в Сеть. Так, например, кандидат в президенты США в 2012 году Митт Ромни на закрытой встрече со спонсорами сказал о 47% бездельников, которые никогда не поддержат республиканца. Заявление заснял один из участников встречи и выложил в Интернет, что здорово подорвало репутацию Ромни.

«Посредством своего Твиттера Трамп сумел взять традиционные медиа в заложники», – пишут аналитики. Трамп давал пищу для работы. Темы для раскрутки. А они давали беспокойство, потрясение, придавали новую энергию его битве с истеблишментом.

Трамп активно и давно использовал социальные сети для собственной раскрутки. Генерируя по 15-20 твиттов в день, он к августу 2016 года написал почти 33 тыс. твиттов, набрав 10,9 млн читателей и значительно опередив по данным показателям всех участников кампании. Он сам называет себя «Эрнестом Хэмингуэем 140 знаков» (максимальный размер сообщения в Твиттере). Практически каждый его скандальный твит сам по себе был медиа-событием, обсуждался в прессе.

В отличие от Трампа, Клинтон уделяла этому мало внимания. Из ее твитов было видно, что их пишет команда, причем никак это не скрывая, публикуя новости от третьего лица и размещая сообщения во время выступления самой Клинтон в прямом эфире. Все это лишний раз подчеркивало отчуждение кандидата от пользователей, наличие барьера между ними. Цифровая команда Клинтон даже провела в начале октября круглый стол, на котором прямо рассказала, как пишутся за Клинтон ее месседжи, подчеркивая, что к авторству твитов она имеет опосредованное отношение. Ее самый яркий и популярный твит – призыв Трампу «удали свой аккаунт», на который он отреагировал сам, напомнив об «удаленных Хиллари электронных письмах».

Сейчас схожую ошибку совершает Марин Ле Пен. Несмотря на то, что руководить кампанией специально назначен 29-летний сторонник Национального фронта Давид Рашлен, кампания ведется недостаточно грамотно с точки зрения Интернет-технологий. Например, блоги Марин Ле Пен («Мои дневники») размещаются на сайте в отсканированном формате с подписью и не имеют опции комментариев. Так, Марин Ле Пен дает журналистам интервью на фоне портрета Ришелье, чтобы потом в «дневниках» просторно, дидактично и излишне прямолинейно объяснить, почему она выбрала эту политическую фигуру – в духе сильного государства.

В социальных сетях также публикуются новости от третьего лица. Прямой диалог Марин Ле Пен ведет лишь в ходе оффлайн встреч со сторонниками.

Sans lui, sans sa conception de l'unité fondamentale de la France et sans sa vision de l'Etat au service de la Nation, il n'y aurait pas eu le Grand siècle, il n'y aurait peut-être pas la France moderne.

Без него (кардинала Ришелье), без его концепции единой Франции и его видения Государства на службе Нации у нас бы не было Великого века и вряд ли была бы современная Франция.

ain lay

Марин Ле Пен

И никакого окна для комментариев.

## САМОРАСПРОСТРАНЯЕМЫЕ СООБЩЕНИЯ |

## #УПРАВЛЯЙСТОРОННИКАМИ

Хештеги становятся неотъемлемой частью онлайн и оффлайн агитации, оформления выступлений кандидатов.

Хештег – это одновременно:

- яркий запоминающийся слоган, сообщение, «мем», на распространение которого
  не требуются ресурсы, потому что он передается сторонниками и даже противниками
  «из уст в уста»;
- политический бренд;
- ссылка, по которой ты можешь получить всю информацию о явлении, его сторонниках и действиях;
- социальная идентичность, которую ты принимаешь и разделяешь, размещая хештег в своем аккаунте;
- призыв, программируемая модель поведения или отношения к какому-то вопросу.



#ЯГоворюНет конституционному референдуму. Премьр-министр Маттео Ренци проиграл агитацию «Движению 5 звезд» и вынужден был подать в отставку.



Акиця Э.Макрона #БольшинствоВперед по выдвижению кандидов от движения En Marche! на праламентских выборах летом 2017. Твитт участника движения: «Когда на электронную почту приходит предложение выдвинуть свою кандидатуру [в НацСобрание], понимаешь, что действительно живешь в эпоху демократической революции».

#РеволюцияНаМарше – фрагмент трибуны выступления Макрона в Париже 10 декабря 2016 г.



## САМОРАСПРОСТРАНЯЕМЫЕ СООБЩЕНИЯ |

## СМОТРИ КТО ГОВОРИТ

Еще одним технологичным типом самораспространяемых сообщений являются видеоролики в YouTube.

Фактически по любому вопросу запускаются ролики с разъяснениями позиции лидеров движения или его видных участников. В контрпропаганде нередко используются мультики и вирусные ролики.

Особенность в том, что ссылкой на ролик обмениваются внутри сети. И вероятность, что ты досмотришь и дослушаешь до конца гораздо выше, чем при просмотре рекламы и специальных передач на телевидении.



В день инаугурации Трампа Эммануэль Макрон публично обратился к нему: «Мистер Трамп, помните, ваша история – это наша история, история Лафайетта. Ваша свобода это наша свобода. Французская, европейская свобода». Видео тут же попало в Интернет.

YouTube канал кандидата в президенты Франции Жан-Люка Меланшона с еженедельными аналитическими обзорами, получающими по 200 000 просмотров.



JEAN-LUC MÉLENCHON [2] 204 085 просмотров • 6 дней назад CC



#RDLS15 - FLORANGE, ÉNERGIE, JEAN-LUC MÉLENCHON 🖾 188 055 просмотров • 2 недели назад



#RDLS14 - FRANCE INTER, L'IVG, JEU VIDÉO, BD, NÉGAWAT... ARME NUCLÉAIRE, DISPARITIO... TRUMP ET LA CHINE, FILLON E... JEAN-LUC MÉLENCHON 🖾 267 648 просмотров • 3 недели назад

Подборка видео на сайте кандидата в президенты Франции Марин Ле Пен демонстрирует наиболее популярные форматы: выступление кандидата – прямое общение с избирателями; мнение участника движения «Слово – народу!»; разоблачительный мультик об оппоненте – третий выпуск о Франсуа Фийоне и коррупционном скандале.







## МЕСТНЫЙ АКТИВИЗМ. ТИПОЛОГИЯ АКТИВИЗМА

Местный активизм, базирующийся на сети самоорганизующихся вокруг насущных для активистов проблем, – основная энергия и залог успеха современного популизма.

Технология стимулирования местного активизма на муниципальном уровне – характерная черта успешных популистских движений. В избирательной кампании Трампа были задействованы самостоятельные штабы активистов, работавшие по модели самоорганизующихся сетей, без координации с центральным штабом. Впрочем, возможность найти единомышленников в своем районе и организовать совместную акцию – постоянная функция сайтов политических партий в США уже не менее десятка лет.

Местные ячейки разрабатывают муниципальные программы, обсуждают предложения национального уровня, проводят акции, формируют списки на муниципальных выборах, организационно поддерживают кандидатов в период национальных и европейских выборов.

Активисты получают ощущение причастности к общему делу, востребованное ими участие в прямой демократии, разработке важных решений, обеспечении роста качества жизни на местах и в масштабах страны.

Потребность в таком участии в современном мире нарастает, люди гораздо больше кооперируются на местах и участвуют в гражданской и социальной жизни, с готовностью становятся в присяжными или членами домовых комитетов, решают на что направить в первую очередь средства муниципального бюджета, выступают волонтерами в благотворительных организациях.

Широкий спектр форматов активизма позволяет вовлечь людей с любым психотипом. Конечно, с учетом барьеров число участников в разных форматах различно.

Активисты легко получают психологическое вознаграждение за участие – быстрые победы на муниципальном уровне (в выборах и в улучшении качества жизни родного города), популярность и признание, поддержка круга единомышленников, новые интересы и развитие собственных компетенций.

### Активизм «5 звезд»

«Движение 5 звезд»» началась с общения активистов и создания групп «Друзей Беппе Грилло» на местах. Они получили прозвище «гриллины».

Следующим шагом стало создание «Гражданских списков» на местах, которые формировали программы и выдвигались в органы местного самоуправления.

Кандидаты «5 звезд» за несколько лет стали лидерами муниципальных выборов.

Некоторые исследования приводят выдержки из интервью сторонников движения, рассказывающих, какую уникальную атмосферу создавали эти встречи, кружки единомышленников, как впервые они почувствовали свою принадлежность к общему делу и находящимися в кругу настоящих друзей.



#### Кампания Leave

Инфраструктура кампании **Leave** (за выходы Британии из Евросоюза) давала возможность ее сторонникам не только объединяться вокруг одного из официальных направлений: более радикального под руководством UKIP или более умеренного, представленного членами консервативной партии, – но и создавать инициативы на местах. Эмоциональный заряд кампании питал низовой активизм, стимулировал участие в агитации простых людей, что в свою очередь подчеркивало антиэлитистский характер кампании и привлекало дополнительных сторонников. Этот массовый активизм контрастировал с широким участием в кампании Remain за то, чтобы остаться в ЕС, «звезд», представляющих различные области жизни, руководителей организаций (прежде всего, профсоюзов), а также иностранных политиков. Сторонники выхода из ЕС были более активны не только «в поле», но также в сети, производя больше уникального контента, чем сторонники сохранения членства в Евросоюзе.

## Зарождение сети на местах. «Подемос»

«Подемос» с момента создания опирался на популярность своего лидера Пабло Иглесиаса Турриона и широкое привлечение местных активистов через сеть «кругов», или ассамблей. По задумке, участники «кругов», построенных на базе местных сообществ или вокруг узких муниципальных интересов, могли бы встречаться, обсуждать важные темы и голосовать – лично или через Интернет. К их созданию Иглесиас призывал через свой канал в YouTube.

Эффективность призыва стала ясна в ходе избирательной кампании, в которую «Подемос» включился почти сразу после создания. Скорость возникновения инициативы «снизу» стала частью ставшей легендой истории успеха «Подемос». Один из основателей партии Мигель Урбан рассказывал в интервью «Гардиан», как понял во время одного из первых митингов в Сарагосе, что «Подемос» может преуспеть: «Я ждал у двери, и кто-то спросил, являюсь ли я членом «Подемос» из Сарагосы. Я занимался всей организационной частью в «Подемос», но думал, что мы еще не оформились толком в Сарагосе, поэтому я просто ответил, что я из мадридского «Подемос». На что тот ответил: «А я из «Подемос» в Калатьюде». Это городок с населением всего 20 000 человек. Внезапно я понял,что чтото изменилось. Это было политическим эквивалентом захвата площадей».

#### Groupe d'Histoire Sociale 18ème (GHS 18)

Publié par Jerome Martin le 18/11/2016 17:52

Le Groupe d'Histoire Sociale (GHS) a décidé de relancer son activité en se constituant en groupe de soutien de la candidature de Jean-Luc Mélenchon. Ce groupe rassemble trois des membres du GHS.

00 Brasserie les Oiseaux 12 Place d'Anvers Paris 75009 France Carte et itinéraires

CONTACT Jerome Martin

## Группа любителей социальной истории

(3 человека из 18 района Парижа) решила поддержать кандидатуру Меланшона. Встречаются в пекарне.

На президентских выборах во Франции по этой схеме развивает деятельность большинство лидирующих кандидатов.

Эммануэль Макрон объявил о начале движения En Marche! в апреле 2016 года в родном Амьене. На 04.02.17 инициативно создано на местах 3696 комитетов, заявлено 7794 события и темы для рассмотрения, привлечено 180619 «единомышленников» и их число постоянно растет. 19 января Макрон предложил своим сторонникам выдвигаться в Национальное собрание. Выборы пройдут летом. Макрон расчитывает представить 577 кандидатов по числу мандатов.

Схожей технологией пользуется кандидат правой коалиции Франсуа Фийон. Как и его программа, группы поддержки сегментированы по целевым аудиториям (молодёжь, женщины, предприниматели, фермеры, люди среднего возраста), что создает, с одной стороны, больший эффект доверия, а с другой – представление о некоторой искусственности этих образований.

Независимый левый кандидат Жан-Люк Меланшон использует на сайте своего движения «Непокорная Франция» тот же «движок», что Макрон и Фийон. На первой странице карта созданных событий и местных групп с возможностью создавать собственные группы и события на местах. Но содержание очевидно слабее. События не разнообразны и явно создаются сверху, в основном это «выборы в легислатуру» и «митинг». А группы явно не очень политически активны и нередко являются просто рекламой кафе в городе.

Марин Ле Пен находится в ином положении. Ей не нужно создавать новых сетей сторонников, как вышедшим из партий и коалиций Макрону и Меланшону. Она может пользоваться развитой сетью сторонников Национального фронта на местном уровне. А в части вовлечения электората – идущими на сайте Национального фронта подписными кампаниями.



В ряде территорий, где у Трампа не было штабов, они возникали спонтанно в виде самоорганизующихся сетей, члены которых организовывали обзвоны своих друзей и знакомых, причем безо всякой координации с центральным штабом и местными организациями республиканцев. В основном это были белые пенсионеры – они не использовали базы данных или заранее заготовленные сценарии бесед, но были основательно идеологически и эмоционально заряжены.

## ЧТО ДЕЛАТЬ В ПОПУЛИСТСКОМ ДВИЖЕНИИ?

Быть лидером, основателем,
кандидатом в президенты.
Управлять на национальном уровне
в штабе, «управляющей компании».
Депутат национального или европейского
парламента. Писать законы, продвигать позиции.
Эксперт.
Создавать специальный контент.
создарать спеднальный контент.
Депутат МСУ.
Продвигать программу.
Организатор событий и волонтеры.
Создавать события на местах, поддерживать кампании.
создавать соовтитна местах, поддерживать кампатите.
Распространитель.
Заказывать и распространять материалы.
Стать оправиленных двойки
Стать организатором ячейки,
ее представителем и контактным лицом.
Местный активист. Войти в число участников местной
ячейки, участвовать во встречах.
•
Меценат. Сделать пожертвование
или купить и разместить символику.
<b>Участник митингов</b> и встреч с лидером.
Out of the second of the secon
Онлайн активист. Участвовать в рефендумах,
обсуждениях, создании законопроектов.
Интересующийся.
Подписаться на новости.

## ЛИДЕРСТВО. ЯЗЫК ЛИДЕРА









Лидерство для популизма – краеугольный камень, на котором основана вся вера, все здание политического движения.

Именно поэтому блог Беппе Грилло стал сайтом движения, а первые ячейки на местах назывались «Друзья Беппе Грилло».

Лидер всегда один, в центре. О существовании Джанроберто Казаледжо, сооснователя «5 звезд», известно. Но лидером всегда был только Грилло.

Сценография выступлений и язык тела лидера отсылают к религиозному экстазу и эстетике раннего политического кино. Он будто избранный, его выбрало Провидение. За ним обещание счастья и спасения (может, от кризиса, а может – и в более широком смысле).

Образ лидера, его язык наиболее приближен к «народному», намерено снижен. «Он такой же, как каждый из нас».

Огромная роль непосредственного прямого общения, встреч. Лидер в гуще толпы – обязательная картина.

Он всегда провокационен, чтобы привлекать внимание рассеяного избирателя и заскучавших СМИ. Чтобы его цитировали, разглядывали, обсуждали снова и снова.

Он всегда неконкретен, чтобы каждый в аудитории мог услышать и поверить в свое, чтобы увлекать всех, не разбирая политических предпочтений и привычных социальных границ.









Согласно анализу Traveltracker, за всю кампанию (с учетом праймериз) Трамп совершил 344 поездки, Клинтон – 293.

Трамп посетил 47 штатов, Клинтон – 45. Самая частая цель поездок Хиллари Клинтон – «организованное мероприятие», Трампа – «митинг».

Клинтон делала упор на статичные, не особо многолюдные внутрипартийные мероприятия, с тщательно отобранной публикой, с отрепетированными вопросами и выверенными ходами. Практически всюду она выступала с пюпитром. Она выступала для новостей, а не для людей.

Трамп пошел на провокационный стиль проведения массовых акций, с привлечением публики, с эпатажем, со стычками сторонников и оппонентов на улицах. Вокруг лидера – простые горячие ребята, рядом с ним всегда интересно. Его агрессивный, вызывающий стиль поведения, его кривляние и пародирование оппонентов долго обсуждалось в соцсетях, распространялось и противниками, становилось самораспространяемым мемом.

Трамп понимал, что лидер должен быть один. В отличии от Клинтон, которая, особенно на финальном этапе кампании, в ходе массовых мероприятий делала ставку на участие звезд.

Язык тела Трампа, его яркая завораживающая жестикуляция стала притчей во языцех.

**Трампояз** – новый политический язык нового президентства. Его отличает:

- любовь к превосходным степеням (outstanding, great, brilliant, etc), так идущая к экстатической манере публичных выступлений почти всех современных популистов;
- отсутствие конкретики, позволяющее втянуть в орбиту сторонников практически любого, каждому дать услышать и поверить в свое;
- уход от ответа на любой конкретный вопрос вменением счастья, успеха и удовольствия всем причастным. Это определенный провиденциализм, обещание вечного счастья в дальнейшем. Программирование. Бесконечные «вам понравится», «они будут счастливы», «мы сделаем прекрасную работу», «он примет единственно верное блестящее решение»;
- представление о deal («сделке»), которая решает все вопросы. «Мы заключим отличную сделку», «Наша сделка защитит Британию от негативного влияния Brexit», «Это хорошая сделка». Чисто семантически Трамп видит политику как совокупность двухсторонних отношений между субъектами, регулируемую двухсторонними же, изолированными от остального мира «сделками». Отсюда же во внутренней политике два способа предлагаемого решения проблем: «назначить отличного парня и пусть он решает» (в более простых случаях) или «заставить этих парней заключить выгодную нам сделку» (если направление более сложное, например, сохранение рабочих мест на территории США). Здесь же кроется нежелание говорить конкретные вещи относительно стратегии и тактики. Любой человек, входящий в сложные переговоры, знает, что если противнику будут известны параметры сделки, на которую ты готов, можно растерять преимущество. «Бессодержательность» трампояза это еще и стремление не выдать информацию раньше времени.

Ну и конечно, трампояз – идеален для твиттера, где вся сложноподчиненность и сложносочиненность мира за его пределами отлично рубится на кусочки из 140 знаков.

# ПОЛИТИЧЕСКАЯ ФРАНШИЗА И ГОРИЗОНТАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

Каким образом обеспечивается координация в самоорганизующихся сетях? На основе моделей горизонтально интегрированных корпораций.

Общий бренд, общие элементы малого стиля, общий набор самых основных целей и базовый свод корпоративных регламентов и правил, одно первое лицо, совет директоров (штаб кандидата или национальный комитет движения), периодические общие собрания акционеров и распространение меморандумов по общим значимым проблемам – это своеобразная политическая франшиза.

Местные ячейки и даже национальные депутаты управленчески абсолютно независимы.

Такая организация позволяет существенно оптимизировать расходы на кампанию и поддержание сети.

Большинство движений старательно отстраиваются от партий, заявляя, что не являются и никогда не будут ими являться. Действительно, чем дольше движению удастся избежать институционализации и вертикальной интеграции, тем выше и более восстановима его энергия.

# БРЕНД И СИМВОЛИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ

Символика – это полноценный бренд и торговая марка, а также важнейшая часть конструирования идентичности, в том числе идентичности сторонника кандидата или движения.

Вступление в число сторонников движения происходит, в первую очередь за счет принятия символики и бренда.

Брендовая продукция – агитация – может производиться в самих сетевых организациях на местах с соблюдением самых общих принципов и правил. Такая продукция создает даже больше доверия, так как более приближена к вкусам и пониманию местных жителей, чем элегантная, спущенная из центра социальная реклама. Например, в местной агитации «5 звезд» часто виден задор капустника или стенгазеты местной ячейки. И это подкупает.

Символика – это тоже самораспространяемое сообщение. Сумка, кепка, ручка, значок с символикой и слоганом кандидата или движения не только маркирует идентичность обладателя, но, прежде всего, является партизанским маркетингом, продвигающим политическое сообщение.

В США и чуть в меньшей степени в Европе приобретение символики как род пожертвования и способ политического маркетинга распространен давно. На сайте практически любой партии или кандидата можно найти магазин, в котором предлагается широкий выбор продуктов со слоганом и символикой. Один из самых ходовых товаров такого плана, например, в США – знак, который вкапывается на лужайке перед домом, маркируя дома за Трампа для всей округи. В результате соседская община формирует мнение района.

Сейчас выше требования к акутальности дизайна продукции.



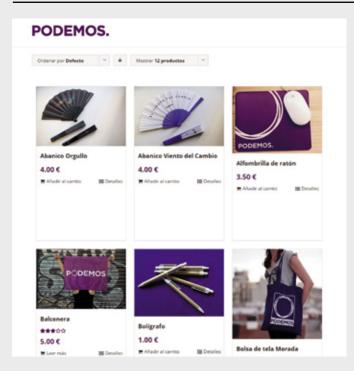
Итальянские «5 звезд» – общественно-политическое движение, построенное по сетевому принципу и управляемое как горизонтально интегрированная корпорация консалтинговой фирмой Casaleggio Associati.

Управление ведется на основе распределения целей, принципов, принятия бренда и символики, а также соблюдения короткого набора корпоративных регламентов.

Местные «гражданские списки» – ячейки движения – автономны.

«Не-устав» движения (Non-statuto) состоит из 8 статей и оговаривает обязательные позиции для итальянского законодательства. Но это странный документ. «Не-устав» оговаривает, что «Движение 5 звезд» не является ассоциацией или партией и никогда ею не будет, а представляет собой консультационную платформу. А присоединение к движению происходит путем принятия символа движения.

На сайте движения можно также найти «Кодекс поведения депутатов парламента, избранных от «Движения 5 звезд»», в котором оговариваются правила взаимодействия между депутатами и принятия ими решений о голосовании на основе выбора большинства, правила взаимодействия с гражданами, в том числе обязательности рассмотрения их законодательных инициатив, нормы открытости и прозрачности деятельности, явно написанные корпоративным юристом.



Онлайн магазин сувенирной подукции движения «Подемос» (Испания)

Хороший пример продукции «партизанского маркетинга». Такая продукция привлекает внимание и заставлет говорить о движении.



Примеры агитации и символики местных ячеек «Движения 5 звезд».

# ЛОГИКА И ХРОНОЛОГИЯ РАЗВИТИЯ ДВИЖЕНИЯ

Как любой идентичности сторонникам движения или кандидата нужно успеть обрасти собственной героической историей, образцами поведения, убеждениями и эмоциями.

Универсальных рецептов нет. В случае избирательной кампании кандидата полное развитие потенциала движения может занимать 1-1,5 года.

Более трех лет прошло при подготовке референдума по Brexit.

«Движение 5 звезд» в Италии от первых встреч до успеха на национальных выборах развертывалось 8 лет. Это было связано не только с продолжительностью итальянского избирательного цикла. Энергия движения, доступ к власти намеренно сдерживались его лидерами, чтобы дать собраться пружине.

В случае испанской «Подемос» путь от создания в 2014 году (без денег, структуры и четкой программы) до первого электорального успеха был преодолен стремительно. За два года она стала второй по численности партией в стране. На первых же выборах в Национальный парламент заняла третье место, получив 21% голосов. Убедительно выступила на выборах в Европейский парламент с 5 мандатами. В 2016 году при поддержке Podemos были избраны мэры крупнейших городов Испании: Мадрида и Барселоны.

Эммануэль Макрон начал создание движения «Вперед» в 2016 году с рейтингом ниже 10%. К февралю 2017 года он обогнал и бывшего премьер-министра Франсуа Фийона и лидера Национального Фронта Марин Ле Пен. Многие тексты своей кампании, как и подход к организации сторонников Макрон позаимствовал у «5 звезд». Слоган «Osez!» – фактически прямой перевод #Coraggio!, придуманного «5 звезд» – Смелее! Дерзай! Решайся!

В любом случае должны появиться:

- героические точки в истории,
- быстрые победы как обещание успеха,
- модели соответствующего гражданского поведения,
- набор аргументации и аффектов.



# НЕСИММЕТРИЧНЫЙ ОТВЕТ

Там, куда популистская волна докатилась раньше, как в политической практике, так и рассуждениях ведущих «фабрик мысли» наработан арсенал методов снижения влиятельности популистских движений и лидеров.

Эффективность и оправданность применения тех или иных методов зависит от степени радикальности конкретного движения и от того, на каких струнах в сознании избирателей оно играет.

С некоторой долей условности эти методы можно разделить на три стадии развития реакции политической системы на популистский вызов: от полного неприятия и отторжения через содержательную дискуссию и рациональную апелляцию к избирателю к перенятию популизма как экффективной модели, к заимствованию его форматов и программных заявлений.

## I. НЕПРИЯТИЕ

**Игнорирование** становится первой реакцией системы на популистский вызов. И абсолютно неадекватной. У граждан лишь усиливается ощущение, что политики не представляют их интересы. И чтобы быть услышанными популистские активисты прибегают к более радикальным методам.

Оскорбление, стигматизация. Отвечать симметрично, обмениваясь оскорблениями и бросаясь тухлыми яйцами - это все равно, что «тушить костер спиртом». Во-первых, это лишь подпитывает рейтинги антисистемных кандидатов и создает вокруг них своеобразный «тефлоновый слой», от которого отлетают любые тезисы контркампании, основанной на личности кандидата. Он становится героем, слабым человеком, противостоящим политической машине. Во-вторых, зачем «системе монопольного насилия», сосредоточению всех ключевых ресурсов или влиятельной парламентской партии с традиционным электоральным ядром играть на единственном поле, где они слабы?

**Исключение, отстранение** от публичной политики и политического управления может проводиться с разной степенью жесткости, в том числе через прямой законодательный запрет деятельности и преследование лидеров или дезавуирование в глазах избирателя через клеймо «экстремизма» в ходе политических дебатов. Как правило, этот вариант ведет к радикализации позиции популистов. И без того неудовлетворенный работой политической системы разгневанный избиратель, поддерживающий популистов, окончательно теряет доверие к публичной политике. Меры государства воспринимаются как фактически экзистенциальная угроза, временные предпочтения вдруг обращаются в принципиальные «вечные ценности». Вернуть доверие такого избирателя неимоверно сложно.

## І. СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЙ ОТВЕТ

Обезвреживание, маргинализация посыла популистов путем смещения акцента в политическом обсуждении и информационном пространстве с выгодных для них вопросов (например, миграции и коррупции) на вопросы, в которых преимущество за традиционными партиями и истеблишментом (безопасность, социальное и экономическое развитие). Это можно назвать рациональной маргинализацией, изменением нарратива, что делается в русском языке, как правило, с помощью слова «зато». Да, мигранты не являются носителями нашей традиционной культуры, зато приносят пользу экономике, – пытаются объяснить традиционные партии в Швейцарии и Германии. Такая тактика может дать временную победу по отдельным вопросам. Но прибегать к ней постоянно опять же означает игнорировать важные для граждан проблемы, что может иметь негативные последствия для системы.

**Канализация, перенаправление** протестного запала, например, с общенационального на муниципальный уровень в случае с популизмом может сработать лучше. Ведь это как раз лучший способ перевести в позитивную деятельность, в решение конкретных проблем местный активизм. Впрочем, в случае радикальных версий, прежде всего, правого националистического толка поиск «козла отпущения» может дать нежелательный и малоуправляемый эффект.

**Регулирование, решение проблемы**, поднятой на щит популистами и являющейся основной мотивацией для избирателя, будь то схлопывание рынка труда, приток мигрантов, снижение покупательской способности. Регулирование не всегда означает полное решение проблемы, но начало широких консультаций и направленный поиск решений.

## III. ЗАИМСТВОВАНИЕ

Имплементация, заимствование идей и предложений популистов, воплощение их предложений в собственной политике государства. Стратегия неоднократно продемонстрировавшая свою успешность (например, в деятельности Маттео Ренци на посту премьер-министра Италии, проведшего ряд радикальных реформ, предложенных «Движением 5 звезд»). Однако стоит быть осторожнее. Перенимать можно идеи право- или левоцентристского популизма. Но заимствование радикальных изводов популизма может оттолкнуть собственных основных избирателей.

Заимствование форматов работы. Традиционным партиям и лидерам стоит вернуться на землю, работать на местах, непосредственно с избирателями и местными сообществами, чтобы вернуть доверие и развеять аргументы против истеблишмента и профессиональных политиков. Перенимая методы работы, традиционные партии и лидеры получают серьезное преимущество. Фактически, скорее всего, именно это происходит сейчас с бывшим членом правящей Социалистической партии, членом правительства действующего президента Франции Франсуа Олланда – Эммануэлем Макроном, который создал свое движение «Вперед!», еще находясь на государственной службе.

# ВМЕСТО РЕЗЮМЕ. «ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА» СОВРЕМЕННОГО ПОПУЛИЗМА

# ОБЩИЕ ПРИЗНАКИ СОВРЕМЕННОГО ПОПУЛИСТСКОГО ДВИЖЕНИЯ:

- Открытая враждебность к бюрократии и политическому классу, которому противопоставляется «простой человек», «любой гражданин» с его неотъемлемым правом на прямое политическое участие.
- Интеллектуалы, эксперты, медийные аналитики, журналисты и комментаторы в СМИ воспринимаются как обслуживающий элемент политического класса и не пользуются доверием.
- Отказ от идеологии и в особенности от категорий правого и левого, воспринимаемых как искусственные способы разделения общества, отвлечения народа от реальных категорий «высших» и «низших».
- Убежденность в эффективности простых решений для решения сложных социально-экономических проблем.
- Убежденность в том, что народ носитель здоровых ценностей и истиной мудрости и что его коллективные решения ценнее политических изысканий интеллектуалов.
- Отсылки к неотъемлемому праву граждан на политическое участие, призывы к прямой и электронной демократии участия вместо представительского парламентаризма. Парламент больше не представляет нацию. Нация должна вернуть управление себе.
- Харизматический лидер, с простой речью, близкой каждому, с ярким языком тела, символически отсылающим в значительной мере к образам религиозного экстаза.
- Намеренно сниженная стилистика выступлений лидеров, близкая к народному языку.
- Отказ от формальной организации, старательная отстройка от образа традиционных политических партий.
- Использование энергии новых общностей и малых групп интересов, технологическое базирование на сети самостоятельных местных активистов, самостоятельно формирующих повестку и координируемых как разветвленная корпорация (за счет общей символики, бренда и корпоративных правил).
- Интернет и соцсети как возможность непрерывного референдума и социологии.

## СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ

1. Успешное привлечение «электорального болота», рассеянного электората и традиционно аполитичных граждан с синдромом рассеянного внимания.

Современный популизм – это политика для людей с синдромом рассеянного внимания. А таких сейчас, с учетом гипернасыщенного информационного пространства, безусловное большинство – от 30 до 60%, в зависимости от электоральных традиций страны. Поэтому популисты используют яркий и простой формат, привлекающий традиционно аполитичные слои

Большинство сторонников популистских партий и лидеров – рассеянный, неустойчивый электорат, как правило, определяющийся в последний момент и способный легко поменять предпочтения.

2. Качество жизни как программа. Политика для общества потребления.

Общество потребления создает привычку покупать вполне утилитарные ценности и блага, в том числе и в политике. Люди делают не комплексный идеологический выбор, а приобретают конкретные решения и блага – чистую воду, хороший транспорт, современное образование. Это не политический, а потребительский выбор.

3. Внеидеологичность, отказ от идеологии.

Популизм явление постидеологическое. Абстракции больше не управляют. Вопрос к современному популизму, левый он или правый, не имеет никакого смысла. Он такой, каково общество. Он по сути индифферентен к границам политических абстракций. Он призван дать простой потребительский ответ на насущные вопросы общества, особенно в условиях кризиса. Отказ от идеологии и, в особенности, от категорий правого и левого, воспринимаемых как искусственные способы разделения общества, отвлечения народа от реальных категорий «высших» и «низших» классов. «Neither right nor left – but up» – не вправо, не влево, а вверх, – постулирует современный популизм.

В 90-е нарастал абсентеизм, то есть люди стали все меньше участвовать выборах. Наконец, выросло поколение, которое уже не помнит, положено ему быть правым или левым и что это, вообще, означает. Простых дихотомий больше нет. Ответом стали так называемые catch-all (улавливающие всех) партии, аккумулировавшие самые разные интересы. Современный популизм – следующий шаг на этом пути. Он использует простой набор посылов и технологий для привлечения внимания дезориентированного гражданина, который не ходит на выборы, не читает программ, не разбирается в политике.

- 4. В самом популизме условно можно различать «правый» и «левый» толк в зависимости от трактовок социальной справедливости, а точнее источников социальной несправедливости:
  - **4.1** Популизм «левого» толка: коррупция политического класса и нечистоплотность финансовой системы, выселяющей нас из ипотечного жилья, основные препятствия к развитию и повышению качества жизни и социального обеспечения.
    - Более характерен для средиземноморских стран (Португалия, Испания, Франция в части левоцентристских движений «Вперед!» Макрона и «Непокорная Франция» Меланшона, Италия, Греция).
  - **4.2** Популизм «правого», националистического толка: наши рабочие места, благосостояние, образ жизни отнимают мигранты / правила Евросоюза / Китай (нужное подчеркнуть).

Более характерен для стран Северной Европы и США (Германия, Дания, Бельгия, Норвегия, Нидерланды, Финляндия, Франция в части Национального Фронта Ле Пен).

## 5. Критика и делегитимизация политического истеблишмента в ситуации кризиса.

Последние десятилетия доминирующей была технократическая легитимность: политики – профессионалы и знают, что делать. В условиях затяжного экономического кризиса доверие к «черному ящику» политики и государственного управления, в котором непонятно что происходит, подрывается.

Это запрос на видимые изменения, которые не может принести нынешний профессиональный политический класс, а лишь новые народные политики.

#### 6. Дилетантизм в политике – ценность, а не недостаток.

Убежденность в том, что народ – носитель здоровых ценностей и истиной мудрости и что его коллективные решения – ценнее политических изысканий интеллектуалов. Современный популизм связан с верой в синергетический эффект гражданского общества и общественного мнения, в то, что, во-первых, нация лучше политиков понимает суть стоящих перед ней проблем, а во-вторых, имеет народную мудрость для поиска и выработки принципиально новых простых решений, например, путем обсуждения в сети Интернет со сбором проблем и предложений. «Не идеология, а идеи».

## 7. Политическое участие как ценность.

Участие ценнее патернализма и эффективности. Люди не ждут и не приемлют готовых решений, они хотят участвовать в их выработке.

Отсылки к неотъемлемому праву граждан на политическое участие, призывы к прямой и электронной демократии участия, вместо представительского парламентаризма. Парламент больше не представляет нацию. Нация должна вернуть управление себе, заставить открыться «черный ящик». Призыв к участию подкреплен современными технологическими возможностями.

## 8. Предложение простых, принципиально новых решений сложных социально-экономических проблем

Популизм создает надежду на изменения за счет предложения простых и ярких мер, кажущихся простыми решениями сложных проблем. Это подчеркивает «коллективную мудрость народа» и «непрофессионализм профессиональных политиков».

## 9. Антиэлитизм.

Противопоставление бюрократии и политического класса «простому человеку», «любому гражданину» с его неотъемлемым правом на прямое политическое участие. Политики отгородились от нации, не представляют интересы граждан, погрязли в коррупции.

В значительной мере, это претензия к стилю и языку. Люди в пиджаках и галстуках сложно рассуждают свысока (с подиума, трибуны, на центральном телеканале) о непонятном и неважном для жизни слушателей.

Перенимание нового стиля лидерства делает возможным успешный антисистемный популизм внутри системы. Как например, это удалось Маттео Ренци внутри правящей Демократической партии или недавнему члену социалистического правительства Франции Эммануэлю Макрону.

- **10. Недоверие к экспертам.** Восприятие экспертов и журналистов как обслуживающего элемента политического класса. Не пользуются доверием.
- **11.** Отсутствие конкретного политического содержания, детализированного образа будущего. Приверженность тактике, теории малых дел и быстрых побед.

#### 12. Формирование надежд на изменения к лучшему для большинства

Популизм вселяет надежду на желанные изменения. Не задает план действий, с которым можно спорить или соглашаться. А дает надежду каждому на реализацию именно его представлений о желаемом будущем.

Популизм – новая религиозность. Традиционная религиозность представляла внутренний путь изменения себя в соответствии с этической религиозной моделью. Пострелигиозность стала изменением себя, своего мышления и тела в соответствии с запросами общества. Популизм – изменение общества, «правил игры», социально-экономической ситуации в соответствии с установками активной общественности, изменившей сначала себя. Люди голосуют за популистов с тем же упорством и теми же надеждами на изменения, с каким начинают ходить в спортзал или бросают курить в 40 лет.

## 13. Опора на разочарованный класс, класс без будущего.

Популистские движения приобретают дополнительную энергию не только за счет конкретных ущемленных интересов (например, пострадавших от ипотечного кредитования), но и за счет общего в кризисе ощущения экономической деградации (упадок в промышленности, снижение благосостояния и качества жизни, жизненных шансов для молодежи), а также обиды на неуважительное отношение политического класса (не объяснили, не посоветовались, не спросили, решили за нас).

#### 14. Зонтичный бренд для привлечения любых проблемных общностей.

Использование энергии новых общностей и малых групп интересов. Популизм формирует большинство за счет объединения различных интересов на одной площадке обсуждения. Популизм эффективно преодолевает издержки разрушения традиционных общностей. Современное, развитое постиндустриальное общество больше не является ни классовым, ни религиозным. У гражданина нет точного «порта приписки» вроде членства в профсоюзе, партии или принадлежности к приходу, нет и корпоративных правил голосования. Постиндустриальное общество – это множество подвижных, постоянно формирующихся вокруг конкретных вопросов и распадающихся групп интересов (квази-классов, идентичностей). Каждый человек совмещает множество социальных ролей. И какая из них окажется доминирующей при голосовании, и есть вопрос эффективности политической кампании. За последние годы популистами выработан и успешно апробирован технологический подход к управлению энергией этих сообществ.

## ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ

**15.** Базирование на сети местных ячеек, самоорганизующихся вокруг насущных для активистов проблем. Местный активизм. Повестка формируется не в одном центре, а в «распределённых сетях», в различных сообществах, объединенных именем лидера или движения.

# 16. Понимание сети не как новых медиа, а как горизонтального взаимодействия между людьми.

Понимание сети не как новых медиа (не как газеты 2.0 или телевидения 3.0), не как замены информационного канала. Это в прямом смысле сеть горизонтальных взаимодействий между людьми. Интернет становится только средством облегчения коммуникаций между ними, обеспечивающим постоянное удаленное общение. Современный техпопулизм делает ставку на управление поведением людей в сети, на изменение, а не анализ их предпочтений, используя, в том числе, таргетинг и сетевой маркетинг.

- **17.** Огромная роль Интернета в политической повестке, начиная с тезиса о «цифровом гражданстве по праву рождения» доступе в Интернет через вай-фай как общественном благе, которое должно быть бесплатным, до поддержки электронной демократии.
- **18.** Интернет и соцсети как возможность непрерывного референдума и социологии. Разработка повестки на основе постоянных консультаций в сети.
- 19. Активное использование самораспространяемого контента мемов, вирусных роликов, хештегов для управления мнением и поведением сторонников.
- **20.** Использование живых реальных твиттеров и блогов лидеров от первого лица для формирования повестки. Сопричастность, динамика и доверие важно ощущение личной вовлеченности и постоянного нахождения в гуще событий.
- **21.** Отсутствие единого центра принятия решений. Высокая автономность ячеек на местах. Тематическая кампания национального уровня может быть инициирована любой из них.

## 22. Горизонтальное управление

Отказ от формальной организации, старательная отстройка от образа традиционных политических партий.

Координация за счет общей символики, бренда и базовых корпоративных правил.

23. Значительная роль харизматического лидера, «стилистически» (по манере говорить и вести себя) близкого гражданам. «Он такой же как мы». Яркий, несколько эпатажный, привлекающий внимание к своим действиям. Часто в центре толпы, окружен сторонниками.

## СОЦИАЛЬНЫЙ ПРОФИЛЬ СТОРОННИКОВ

- **24.** Группы со сниженной покупательской способностью. Без возможности дальнейшего роста
- 25. Активные пользователи Интернета.

Газеты и телевидение тоже используются как источники информации, хотя новости почти не пользуются вниманием.

#### 27. Меньше пожилого электората

В силу непривычности к Интернет-форматам взаимодействия, во-первых. Для Европы, в силу более стабильного и высокого уровня благосостояния, во-вторых.

## 28. Активисты среднего возраста

Наиболее активные сторонники - наиболее разочарованные избиратели – служащие частного сектора в возрасте от 30 до 45 лет со средним и высшим образованием. Высокая нагрузка – необходимость содержать семью. Снизившаяся покупательская способность за последние несколько лет.

- 29. Привлекательность для молодежи. Среди молодежи уровень протеста традиционно выше. Это можно назвать синдромом «страха выпуска» выхода во взрослую жизнь, в которой жизненные шансы оказываются ограничены стеклянными потолками, правилами первого найма, что лучшие места под солнцем уже заняты старшими поколениями. Молодежи кажется, что «правила игры» не на ее стороне и что верный путь это кардинальная смена правил.
- **30. Активная гражданская позиция участников.** Участие в деятельности различных общественных организаций, волонтерских движений и др.



# ПРИЛОЖЕНИЯ

## ПРИЛОЖЕНИЕ 1.

# СОВРЕМЕННЫЙ ИТАЛЬЯНСКИЙ ПОПУЛИЗМ

## ДВИЖЕНИЕ 5 ЗВЕЗД

«ДВИЖЕНИЕ 5 ЗВЕЗД», СОЗДАННОЕ В 2005 ГОДУ, СТАЛО ОДНОЙ ИЗ САМЫХ ИЗВЕСТНЫХ ПОПУЛИСТСКИХ ПАРТИЙ В МИРЕ БЛАГОДАРЯ КОМПЛЕКСНОМУ ХАРАКТЕРУ СВОИХ ТЕХНОЛОГИЙ, ПОЗВОЛИВШИХ ДВИЖЕНИЮ НЕ ТОЛЬКО ПОЛУЧАТЬ БОЛЬШИНСТВО НА МУНИЦИПАЛЬНЫХ ВЫБОРАХ, НО И ВЗЯТЬ ЧЕТВЕРТЬ ГОЛОСОВ ИЗБИРАТЕЛЕЙ УЖЕ НА ПЕРВЫХ В СВОЕЙ ЖИЗНИ ВЫБОРАХ НАЦИОНАЛЬНОГО УРОВНЯ. СЕГОДНЯ ПОДХОДЫ «5 ЗВЕЗД» ЗАИМСТВУЮТ БОЛЬШИНСТВО ЛИДЕРОВ И ДВИЖЕНИЙ ПОПУЛИСТСКОГО ТОЛКА.



## «Движение 5 звезд» имеет множество признаков популистского движения:

- открытая враждебность к бюрократии и политическому классу, которому противопоставляется «простой человек», «любой гражданин» с его неотъемлемым правом на прямое политическое участие;
- восприятие интеллектуалов и журналистов как прихвостней нечестных политиков;
- отказ от идеологии и, в особенности, от категорий правого и левого, воспринимаемых как искусственные способы разделения общества, отвлечения народа от реальных категорий «высших» и «низших»;
- убежденность в эффективности простых решений сложных проблем;
- убежденность в том, что народ носитель здоровых ценностей и истиной мудрости и что его коллективные решения ценнее политических изысканий интеллектуалов;
- отсылка к неотъемлемому праву граждан на политическое участие, призывы к прямой электронной демократии участия вместо представительского парламентаризма. Парламент больше не представляет нацию. Нация должна вернуть управление себе;
- харизматический лидер, с простой речью, близкой каждому, с ярким языком тела, отсылающим, в значительный мере, к эстетике религиозного экстаза;
- намеренно сниженная стилистика, близкая к народному языку;
- отказ от формальной организации, старательная отстройка от образа традиционных политических партий.

**Некоторые аналитики называют «Движение 5 звезд» крупнейшей в мире трансгумани- стической партией.** И не только благодаря базированию на современных Интернет-технологиях и принципах электронной демократии. «5 звезд» – в прямом смысле восходит к филосо-

фии «Верхнего крыла», или «Крыла в полете», сформулированной в политическом манифесте трансгуманиста Фереидуна М. Эсфандиари, известного как FM-2030. «Neither right nor left — but up» – не вправо, не влево, а вверх.

Название и символика «Движения 5 звезд» восходят к первым политическим заявлениям его лидера – генуэзского комика Беппе Грилло: «Мы можем иметь пятизвездочную жизнь».

На самом деле, удивительная особенность «Движения 5 звезд» в том, что оно очень медленно раскатывалось. Это была именно стратегия, направленная на накопление энергии, формирование сети, выработку идей, даже сдерживание конкретных действий для решительного выступления. Долгое время лидеры-основатели движения Беппе Грилло и Джанроберто Казаледжо выступали против участия в выборах.

Движение изначально позиционировалось как платформа для обсуждения необходимых мер и законодательных инициатив.

В июле 2005 года Беппе Грилло предложил своим сторонникам и читателям блога использовать социальные сети, вроде Мееtup, для того, чтобы встречаться и обмениваться идеями о том, как сделать Италию лучше, начав с собственного города (до этого в 2003 году Мееtup использовал Ховард Дин в своей кампании на праймериз Демократической партии в США). Так, в Мееtup возникли 40 первых групп «Друзей Беппе Грилло», которые образовывали в сети тематические рабочие группы по вопросам собственной повестки. Это была эпоха форумов с их ветками обсуждения.

В результате этого самодвижущегося референдума, или точнее непрерывной онлайн социологии, сконцентрированной на собственной площадке, формируется актуальная повестка дня.

Она, во-первых, содержит конкретные интересы граждан, в Италии это, например, экология, чистая вода, возобновляемые источники энергии, здравоохранение, образование, доступ к Интернету и т.д. А во-вторых, использует экспертизу граждан в поисках привлекательных решений. «Не идеология, а идеи», фактически, этими словами открывается сайт «Движения 5 звезд».



«Агора. Прямая демократия и законность». Сетевой баннер Движения.

Первым программным документом стала одностраничная «Флорентийская карта» – 12 целей для кандидатов на муниципальных выборах.

Результатом к национальным выборам 2013 года стала программа «Движения 5 звезд», представляющая собой 15-ти страничный список кратких мер, сгруппированных по основным блокам качества жизни:

- информация;
- экономика;
- энергетика и энергоэффективность;
- транспорт;

- здравоохранение;
- образование:
- государство и граждане.

Считается, что для новых популистских партий подарком является антиммигрантская проблематика и националистические настроения. В слишком регионально разделенном обществе Италии, как оказалось, сложно создать вокруг этой темы большинство. Для избирателей «Движения 5 звезд» тема мигрантов (а для Италии это постоянный номер один в прессе) оказалась на дальнем плане. Среди них на 20% меньше тех, для кого эта тема политически значима. Виржиния Раджи, например, выигравшая в 2016 году выборы мэра Рима под слоганом «#Решайся! Время изменить Рим!», набрав 67% голосов, была единственным, пожалуй, кандидатом, чьи плакаты и выступления не имели антиммигрантской направленности, в духе «очистим город» и «Рим для римлян».

Это фактически технология «наказов избирателей», но только выведенная на новый технологический уровень и уровень доверия.

С конца 2005 года то одна, то другая местная группа активистов созывала национальную встречу с участием Беппе Грилло.

Следующим шагом стало формирование так называемых гражданских списков на местном уровне. Это, с одной стороны, перепись активистов – на сайте движения вы можете найти список для любого города и поселка, контакты участников и основные материалы. С другой – форма политического участия на местном уровне. Законодательство позволяет гражданам выдвинуть список самовыдвиженцев на выборы. По этому пути и пошло «Движение 5 звезд», следующие несколько лет успешно выступавшее на местных выборах.



**Изменим все.** Выйдем на площадь поддержать наших кандидатов.

Технология стимулирования местного активизма на муниципальном уровне – характерная черта успешных популистских движений. В избирательной кампании Трампа были задействованы самостоятельные штабы активистов, действовавшие по модели самоорганизующихся сетей, без координации с центральным штабом. Точно так же, как и в работе «Движения 5 звезд». Сейчас по этой же схеме развивает активность движение En Marche! кандидата в президенты Франции Эммануэля Макрона и «Непокорная Франция» Жан-Люка Меланшона.

Некоторые исследования приводят выдержки из интервью сторонников движения, рассказывающих, какую уникальную атмосферу создавали эти встречи, кружки единомышленников, как впервые они почувствовали свою принадлежность к общему делу и находящимися в кругу настоящих друзей.

#### Каким образом обеспечивается координация в самоорганизующихся сетях?

«5 звезд» — это движение, построенное по сетевому принципу и управляемое, как горизонтально организованная корпорация. Более того, это движение, управляемое корпорацией Casaleggio Associati.

Управление ведется как в разветвленной, горизонтально интегрированной корпорации, на основе распространения целей, принципов, бренда и символики, а также короткого набора корпоративных регламентов.

Местные «гражданские списки» – ячейки движения – автономны. Их связывает общий брендинг и набор корпоративных принципов. Своеобразная социально-политическая франшиза.

«Не-устав» движения (Non-statuto) состоит из 8 статей и оговаривает обязательные позиции для итальянского законодательства. Но это странный документ. «Не-устав» оговаривает, что «Движение 5 звезд» не является ассоциацией или партией и никогда ею не будет, а представляет собой консультационную платформу. Это очень важная антисистемная отстройка от традиционного политического класса и политических партий. В качестве места расположения указан адрес сайта в сети Интернет. А присоединение к движению происходит путем принятия символа движения, права на который имеют Грилло и Казаледжо.

# Символика – важнейшая часть конструирования идентичности сторонников популистских партий. Символы – это полноценный бренд и торговая марка.

На сайте движения можно также найти «Кодекс поведения депутатов парламента, избранных от «Движения 5 звезд», в котором оговариваются правила взаимодействия между депутатами и принятия ими решении о голосовании, взаимодействия с гражданами, в том числе обязательное рассмотрение их законодательных инициатив, правила открытости и прозрачности деятельности, явно написанные корпоративным юристом.

Помимо символики, необходимым элементом конструирования идентичности становится яркая акция, точка объединения. Впрочем, для современного популизма это даже более похоже на мероприятие для поддержки лояльности партнеров.

Для конструирования идентичности, а политическое движение – это безусловная идентичность, требующая от разделяющих ее людей строго определенного набора знаний, убеждений и поведенческих моделей, – для конструирования такой идентичности очень важно яркое, коллективное, совместное переживание.

Беппе Грилло и Джанроберто Казаледжо организовали V-day, на первый взгляд будто напоминающий о Победе и поворотных моментах Второй мировой. Но V обозначает здесь не победу, не римскую пятерку и не V как вендетта из известного каждому итальянцу комикса, а может и все это сразу. V сокращение от Vaffanculo – дословно «в задницу». 14 июня 2007 года генуэзский комик Беппе Грилло в своем блоге назначил читателям встречу 8 сентября на площадях Италии, чтобы напомнить, что с 8 сентября 1943 г. (дата заключения перемирия итальянским правительством с союзниками) в стране ничего не изменилось: «Король в бегах. Нация в растерянности. Политики, отгородившиеся от всех в дворцах, погружены в «культурные» проблемы». И пора послать все это в задницу.

Это была первая столь масштабная проверка на то, что ячейки активистов в сети Meetup и зрители YouTube смогут слажено действовать в оффлайн по призыву в сети.

И это удалось сделать. Действительно, в этот день на двух сотнях площадей по всей Италии, а также перед некоторыми зданиями итальянских посольств за рубежом собрались последователи Грилло, который сам выступил в Болонье со списком того, от чего нужно избавиться. Этот первый день был посвящен «Чистому Парламенту». Был обнародован набор мер, включавший запрет на выдвижение в парламент лиц, приговоренных за умышленные преступления к сроку более 10 месяцев и 20 дней, ограничение двумя сроками для парламентариев и введение открытого листа (система, при которой избиратель может проголосовать за конкретного кандидата внутри партийного списка, в последствии была проведена правительством Маттео Ренци). Было собрано более 300 тысяч подписей – на 50 тысяч больше, чем требует Конституция Италии для вынесения общественной законодательной инициативы. Вдохновившись успехом первого Дня V, Грилло объявил второй против журналистов – «цепных псов власти».



«Либо мы, либо они. Наши кандидаты: ни одного под следствием, ни одного судимого, ни один не идет на второй срок, ни одного профессионального политика». (Плакат «Движения 5 звезд»).

Антибюрократический вызов, протест против профессиональной бюрократии и политики – самая, пожалуй, характерная черта современного популизма.

Этот вызов устроен до нелепости просто. Если спросить человека, не разбирающегося в политике, все ли идет хорошо или надо что-то менять, то он, естественно, ответит, что нужны изменения. Особенно – в ситуации кризиса. И в том, что все не так уж хорошо, понятное дело, виноват действующий политический класс и бюрократия.

#### Каков социологический профиль сторонников «Движения 5 звезд»?

Традиционно считается, что подобные движения рассчитаны на молодой электорат. Действительно, только 6,5% избирателей Беппе Грилло старше 64 лет, в силу наличия устойчивых политических предпочтений и непривычности к Интернет-форматам. Но это скорее новое политическое поколение – основную базу сторонников движения составляют мужчины в возрасте от 35 до 44 лет с высшим образованием, служащие частного сектора.

Превалирование мужского электората для Италии объясняется большим распространением навыка владения Интернетом среди мужчин в стране.

Что примечательно, избирателей «Движения 5 звезд» одинаковый процент на Севере, Юге и в Центре Италии, хотя традиционно они имеют очень разные электоральные предпочтения. Популисты меняют сам формат предпочтений. Ровно за счет поднятия простых насущных проблем, бытовых, а не национально-политических, популисты приобретают электорат в любых когортах таких разделенных, гетерогенных сообществ, как Италия.

Электорат примерно одинаков среди образованных и менее образованных, хотя отмечается, что избиратели со средним образованием голосуют за «Движение 5 звезд» охотнее, чем за другие партии. Популизм содержательно и по формату доступнее. Это лишний раз подтверждает, что популизм отлично работает с так называемым электоральным «болотом», неопределившимся и определяющимся в последний момент электоратом (для сравнения, значительная часть избирателей Трампа приняла решение о поддержке его кандидатуры в последний месяц перед выборами и даже в последний момент).

#### Выделяет электорат «5 звезд» несколько характерных черт:

- большее чем в среднем по стране число уверенных пользователей Интернета (80% против 60%, между тем среди избирателей правой партии «Лига Севера», напротив, около 42%¹), особенно учитывая именно частоту использования за день;
- выше в среднем, чем среди избирателей других партий, людей, использующих Интернет для формирования мнения по политическим вопросам, хотя газеты и телевидение все равно остаются основными средствами получения информации (это все-таки не поколение Z);
- значительное число атеистов и непрактикующих верующих;
- это неустойчивый электорат, не имеющий постоянных предпочтений;
- активное участие в различных общественных организациях и волонтерских движениях.

С технологической точки зрения «Движение 5 звезд» нередко характеризуют как **web- популизм.** 

Его успех как сетевой организации, использующей возможности социальных сетей, связан с именем сооснователя движения и консалтинговой компании Casaleggio Associati Джанроберто Казаледжо – гуру Интернет-технологий и социальных сетей. Он умер в апреле 2016 года. Руководство принял его сын Давид. Casaleggio Associati продолжает управление сайтом Движения, блогом Беппе Грилло и символикой «5 звезд».

Казаледжо использует принципиально отличное от устоявшегося понимание социальных сетей. Социальные сети частно называют новыми медиа. Сеть используют так же, как сайт или газету, для распространения информации, как новую форму информационного канала. «Каждый чиновник должен вести блог», «У кандидата должен быть свой инфопоток» и так далее.

Успешный веб-популизм понимает сеть буквально. Сеть – набор горизонтальных взаимодействий между людьми (в книге Давида Казаледжо, в которой он описывает самые базовые подходы своего отца, рассматриваются в качестве сетей, например, сбалансированные пищевые цепочки в природе). Интернет становится только средством облегчения коммуникаций между людьми.

Популизм не пытается запустить информацию в соцсети, которая вполне вероятно не будет пользоваться доверием. Он организует коммуникацию людей в сетях, которые сами создают и необходимую информацию, и энергию движения.



Беппе Грилло и Джанроберто Казаледжо.

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Данные на начало 2014 года.

Интересно, что кандидаты движения меньше представлены в Интернете собственными страницами. В самом начале движения его единственными представительствами были объявлены блог Беппе Грилло и сайт. Все персоналии и активности сосредоточены на этой площадке.

Сайт используется как место формирования «гражданских листов», обсуждения инициатив, назначения мероприятий и даже собственной культурной жизни.

Помимо сайта и блога, современный веб-популизм активно использует хештеги. Это одновременно:

- яркий запоминающийся слоган или заразительная шутка, которая передается «из уст в уста»;
- политический бренд;
- ссылка, по которой можно получить всю информацию о явлении, его сторонниках и действиях;
- социальная идентичность, которую ты принимаешь и разделяешь, размещая хештег в своем аккаунте;
- призыв, программируемая модель поведения или отношения (например, #отправимихдомой <sup>2</sup> – о профессиональных политиках и бюрократах, #скажиренцинет – о конституционном референдуме, #решайся – слоган избирательной кампании кандидатов от «Движения 5 звезд»).

Еще одним технологичным инструментом являются ролики в YouTube, очень широко используемые Движением. Фактически по любому вопросу запускаются ролики с разъяснениями позиции Движения от кого-то из его лидеров или видных участников. Особенность в том, что ссылкой на ролик обмениваются внутри сети. И вероятность, что ты досмотришь и дослушаешь до конца гораздо выше, чем при просмотре рекламы и специальных передач на телевидении.

Впрочем, сила роликов связана с особой ролью харизматических лидеров в современном популизме. Для «Движения 5 звезд» это фигуры двух основателей – генуэзского комика Беппе Грилло и остававшегося в тени гуру Интернет-технологий Джанроберто Казаледжо.

В фигуре Беппе Грилло для популистских лидеров характерно следующее:

- намеренно сниженная стилистика речи, максимальная приближенность к образу «человека из народа». «Он такой же, как мы», говорят его последователи и разделяют его мнение;
- самоидентификация сторонников движения с его именем. «Друзья Беппе Грилло», потом превратившиеся в «гриллини»;
- яркий язык тела, напоминающий временами религиозный экстаз, всегда рождающий сильные переживания.

На выборах в итальянский парламент 2013 года «Движение 5 звезд» набрало 25,1% голосов избирателей. Коалиция «Италия. Общее благо», возглавляемая Демократической партией набрала 29,54%, из которых демократам принадлежало 25,48%. Но особенность избирательной системы Италии в том, что партии или коалиции, получившей больше всего голосов, накидывается мандатов до 345 мест, 54% от общего числа депутатских кресел. Так что Демократическая партия сформировала свое правительство и потом несколько лет получала упреки в том, что премьер не избран нацией.

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Здесь и далее приводятся переводы, а не собственно тексты хештегов.

## МАТТЕО РЕНЦИ. ПОПУЛИЗМ ВНУТРИ СИСТЕМЫ

МОЛОДОЙ ПРЕМЬЕР-МИНИСТР ИТАЛИИ МАТТЕО РЕНЦИ СТАЛ ОДНИМ ИЗ ПЕРВЫХ ПРИ-МЕРОВ ЗАИМСТВОВАНИЯ ПОПУЛИСТСКИХ ФОРМАТОВ И ИДЕЙ СИСТЕМНЫМИ ПОЛИТИ-КАМИ ИЗ ТРАДИЦИОННЫХ ПАРТИЙ. БОЛЕЕ ТОГО, РЕНЦИ ВЫИГРЫШНО ИСПОЛЬЗОВАЛ АНТИСИСТЕМНЫЙ ПОСЫЛ ПОПУЛИЗМА, НАХОДЯСЬ ВНУТРИ ПРАВЯЩЕЙ ПАРТИИ.

Не стоит забывать, что на выборах в Европейский парламент в конце мая 2014 года, на следующий год после первого оглушительного успеха «Движения 5 звезд» на национальном уровне, Демократическая партия во главе с М.Ренци получила 40,8% (31 мандат), что стало вторым результатом итальянской партии за всю историю общенациональных выборов. До этого только в 1958 году Христианско-демократическая партия взяла 42,4%. Надо понимать, что итальянское общество довольно гетерогенное, в том числе в силу уже отмеченных географических особенностей, и отличный показатель для партии там между 25 и 30%. Что интересно, 10% от полученных ДемПартией голосов принесли ей бывшие избиратели «Движения 5 звезд». Большинство избирателей популистских партий и лидеров – рассеянный, неустойчивый электорат, как правило, определяющийся в последний момент и способный легко поменять предпочтения.

Недаром его имя столь созвучно с именем первого в истории Италии популиста в современном смысле Кола Ди Риенца, который в середине XIV века предпринял довольно удачную попытку вернуть власть в Риме реальной народной демократии. Даже если «Движение 5 звезд» более технологично, именно Ренци представляет наиболее комплексное явление современного популизма в Европе, со всеми его содержательными посылами, технологичными приемами, рисками и фатальными ошибками.





## Участвуй!

## Вместе Сейчас!

Реклама М.Ренци на первых открытых праймериз Демократической партии.

Ко дню выборов в Европарламент Маттео Ренци занимал пост секретаря партии около полугода и чуть больше трех месяцев – пост премьер-министра.

Во время открытых праймериз Демократической партии 8 декабря 2013 года Ренци получил 67,55% голосов, в частности, призвав своих сторонников в блоге протянуть ему руку помощи, пролистать записные книжки телефонов и контакты электронной почты и найти хотя бы десятерых, кто не собирается голосовать или не знает, что скоро праймериз. «Это не моя избирательная кампания, – написал молодой политик. – Это наша кампания. И мне нужна помощь. Приведи голосовать 10 человек. Попробуем изменить Италию вместе».

**Для современного популизма очень характерно заимствование технологий из смежных сфер, прежде всего, пожалуй, из маркетинга.** Казалось бы, этот призыв Ренци будто в точности из учебника сетевого маркетинга MLM.

«Будем бунтовщиками и изменим Италию!», – первые слова обращения Маттео Ренци к членам партии в качестве ее секретаря. «Быть мятежным означает, прежде всего, схватку с самими собой. Мы мятежники, когда каждый из нас пытается изменить собственную жизнь. Мы должны быть в силах изменить и нашу маленькую Италию».

Популистские партии всегда становятся ответом на кризисные явления. В принятом по итогам съезда документе говорилось о необходимости встретить те вызовы – экономические, социальные и институциональные, – которые стоят перед нацией. В частности обещалось трансформировать Сенат и провести существенные реформы, направленные на обеспечение экономического роста и занятости. По большому счету, четкое следование обещаниям в итоге погубило Маттео Ренци.

Естественно, что популистские посылы о радикальных изменениях породили устойчивые слухи о конфликте между действующим премьер-министром Энрико Леттой и Ренци. #ЭнрикоБудьСпокоен – затвиттил Ренци, когда это начало обсуждать телевидение.

Но уже через месяц съезд демократов поддержал 136 голосами против 16 призыв Ренци к «новому правительству и радикальной программе реформ». Летта вынужден был подать в отставку, а Ренци получил назначение, став самым молодым премьер-министром Италии, на 52 дня младше Бенито Муссолини в 1922 году.

## Так, Маттео Ренци совершил антисистемный популистский маневр, находясь в руководстве партии власти.

Поддерживать протестный образ приходилось даже на посту премьер-министра. Так, приехав в Москву, Ренци в первую очередь почтил память Бориса Немцова на Большом каменном мосту.

Ренци осуществил значительную часть тех мер, которые были выдвинуты активистами «Движения 5 звезд» в ходе парламентской избирательной кампании 2016 года. Он провел избирательную реформу, в том числе внедрив «открытый лист». Заставил итальянских парламентариев узаконить однополые браки, признав право таких пар на семейную жизнь. Несмотря на свою левоцентристскую партийную принадлежность, провел радикальную для Италии реформу трудового законодательства. В январе 2016 года Ренци объявил о 500 000 новых рабочих мест, созданных за время его правительства. Реформа, касающаяся доступа к сети Интернет и использования технологий в школьном образовании, была, правда, проведена до Ренци — в 2012 году.

Президент Франции Олланд и премьер-министр Валльс называли Ренци «примером третьего пути в политике», образцом для подражания.

Через год после назначения Ренци 5 сенаторов и 1 депутат перешли в его партию в поддержку правительства.

Однако постоянное введение новых налогов в попытке вывести национальные финансы из кризиса плохо повлияли на рейтинг Ренци и несколько ослабили позиции Демократической партии.

К непопулярным популистским мерам Ренци также относились проведение Экспо в Милане и заявка на проведение Олимпиады в Риме, против которой выступила новый мэр города Верджиния Раджи, пообещав прибегнуть к прямой демократии и объявить референдум.

В сентябре 2016 года Ренци жестко выступил против политики Германии и Франции в отношении европейских экономических правил и иммигрантов.

Проиграл Ренци, не дождавшись следующих парламентских выборов, а объявив конституционный референдум. Это стало следующим логичным шагом в заявленном им реформировании системы. Но были допущены серьезные технологические ошибки и просчеты.

Во-первых, конституционный референдум из нескольких пунктов, центральный из которых – создание «истинного бикамерализма» – это слишком сложно для популизма и его сторонников. «Ничего особо привлекательного для миллионов избирателей, избегающих политики», – написал один из аналитиков.

Во-вторых, не стоило смешивать столько серьезных вопросов: превращение Сената в палату регионов, более компактную и с более сильными полномочиями, собственно права провинций, число голосов граждан для внесения законодательной инициативы и т.д.

В-третьих, Ренци передавил и слишком упростил ситуацию. Даже комитет поддержки референдума назывался «Достаточно сказать да». В сети смеялись, что даже из утюга идет реклама референдума. Противники же – в том числе, «Движение 5 звезд» – опирались на развернутую не очень сложную аргументацию, поддержку лидеров общественного мнения, сеть активистов на местах.

В-четвертых, очевидны социологические и тактические ошибки. На период победы Демократической партии в Европейских выборах в мае 2014 поддержать реформу было готово, по опросам, абсолютное большинство избирателей при небольшой доле неопределившихся. Но решение о проведении референдума Парламент принял только через два года – в апреле 2016 года, через полгода после официального старта кампании против референдума, когда число неопределившихся возросло до 50%. Официальная кампания за референдум началась только через полтора месяца. Когда в конце сентября 2016 года правительство назначило день голосования, по результатам опросов, немного лидировали противники с сохраняющейся большой долей неопределившихся. Повторимся, с неопределившимся электоратом лучше работают сети активистов на местах, популизм в духе «5 звезд» и негатив против решений действующей власти. При этом популистский электорат в значительной мере определяется в последний месяц или даже уже на участках для голосования.

Интересно, что социология показывает временный спад рейтинга Демократической партии и Ренци в период ноября-декабря 2016 года. Сейчас ДемПартия снова лидирует в опросах.

## ПРИЛОЖЕНИЕ 2.

# ПРЕЗИДЕНТСКИЕ ВЫБОРЫ ВО ФРАНЦИИ 2017 ГОДА

## ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЕ ЗАМЕЧАНИЯ И ОБЩИЕ ПАРАМЕТРЫ КАМПАНИИ

Первый тур выборов президента Франции пройдет 23 апреля 2017 года. С высокой степенью уверенности можно утверждать, что никто из кандидатов не наберет большинства голосов. В настоящее время ни один из кандидатов не набирает более 25-26% голосов – половины от требующихся для победы в первом туре. Второй тур состоится 7 мая 2017 года.

Если в январе наибольшие шансы на выход во второй тур имели два кандидата от правых Франсуа Фийон и Марин Ле Пен, то после скандала «ПенелопаГейт» (Фийон выплачивал из казенных средств заработную плату своей жене Пенелопе) аналитики сходятся во мнении, что участниками второго тура станут Марин Ле Пен и Эммануэль Макрон.

По февральским опросам, около половины избирателей еще не сформировала окончательно мнения (44-45%), что дает значительные возможности для технологических популистских лидеров.

Выборы при этом вызывают большой интерес. 77% следят за выборами и заявляют о готовности прийти на участок. 11% однозначно заявили, что не собираются принимать участие в голосовании.

Для французского электората сформировался довольно устойчивый круг тем, вокруг которых ведутся политические дискуссии: трудовое законодательство и реформирование 35-часовой рабочей недели, реформа госуправления и здравоохранения, отношение к мигрантам, отказ от атомной энергетики в пользу возобновляемых источников энергии.

Как показывают опросы, для избирателей наиболее важными проблемами, которые оказывают влияние на их выбор, являются:

- 1. Безработица (85% опрошенных отмечают эту проблему как очень значимую или достаточно значимую, 52% как очень значимую);
- 2. Безопасность (84% и 51% соответственно);
- 3. Террористическая угроза (81%, из них для 50% очень значимая);
- 4. Социальные гарантии (82%, 46%);
- 5. Ситуация с мигрантами (75%, 40%);
- 6. Закон о труде (74%, из них для 38% очень значимая).

Кандидаты, безусловно, в различной мере отрабатывают эти проблемы. Естественно, для избирателей, отдающих предпочтение лидеру Национального Фронта Марин Ле Пен, на первом месте стоят вопросы безопасности и терроризма (94% в когорте назвали эту проблему значимой), а также положение с мигрантами (93%), на четвёртом месте для избирателей Ле Пен стоит проблема безработицы.

Между тем, для избирателей всех остальных кандидатов (даже правого Франсуа Фийона) безработица – стабильно ключевая проблема. С той небольшой разницей, что для правых

на втором месте безопасность и террористическая угроза. А для левоцентристов – социальные гарантии, а безопасность и терроризм на третьем месте.

Такое состояние общественного мнения существенно скажется на исходе избирательной кампании: выбор будет предопределять баланс экономической проблематики и вопросов безопасности в заявлениях кандидатов.

В настоящее время выдвинуто 10 кандидатов. Франсуа Олланд отказался баллотироваться. 29 января 2017 года по итогам праймериз был определён кандидат от правящей Социалистической партии, им стал бывший министр образования Бенуа Амон, неожиданно обошедший более популярных представителей партии и правительства Мануэля Валльса и Арно Монтебура.

Ниже будут рассмотрены кандидаты, способные, согласно опросам, набрать более 10% при голосовании и повлиять на исход первого тура голосования.

## ПРОГНОЗ ВТОРОГО ТУРА

На данный момент (до завершения открытых праймериз левых), по результатам опросов, во второй тур имеют шанс выйти четыре кандидата: Марин Ле Пен, Франсуа Фийон и Эммануэль Макрон и Жан-Люк Меланшон. Мы бы рассматривали их шансы на попадание во второй тур как относительно равные. С наибольшей вероятностью 7 мая у французов будет выбор между Марин Ле Пен и Эммануэлем Макроном.

В таком случае, следует рассматривать две пары кандидатов во втором туре1:

	Франсуа Фийон / Марин Ле Пен	Эммануэль Макрон / Марин Ле Пен	Жан-Люк Меланшон / Марин Ле Пен
Эммануэль Макрон		61% (58,5%)	
Франсуа Фийон	56%		
Жан-Люк Меланшон			61%
Марин Ле Пен	44%	39% (41,5%)	39%
Всего	100%	100%	100%

Аналитики сходятся во мнении, что Марин Ле Пен не удастся стать президентом Франции, с учетом довольно четких границ ее электората и малого потенциала его расширения.

На данный момент, наиболее сильные позиции по получению голосов именно во втором туре имеет Эммануэль Макрон, отвечающий чаяниям значительной части левого, правого и центристского электората.

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> – Данные по результатам onpoca Ifop-Fiducial pour iTELE, Paris Match et Sud Radio. Baromètre de l'élection présidentielle de 2017. Апрель 2017 года; в скобках также Sondage POP 2017, апрель 2017 года.



## МАРИН ЛЕ ПЕН

48 лет.

Младшая дочь Жан Мари Ле Пена, выросшая на митингах отца и в 2011 году перенявшая у него руководство Народным фронтом, праворадикальной французской партией, которую тот возглавлял с момента основания.

На президентских выборах 2012 года в первом туре заняла третье место, набрав 17,9% голосов избирателей.

Приняв руководство Национальным фронтом взяла курс на расширение сторонников за счет смягчения позиции.

В августе 2015 году ей удалось исключить из партии своего отца за одиозные высказывания о Холокосте. Аналитики признали это существенным шагом в придании Национальному фронту «человеческого лица». На муниципальных выборах Марин Ле Пен и сторонники фронта начали получать более высокие результаты.

Через полгода, 8 февраля 2016 года Марин Ле Пен объявила намерении выставить свою кандидатуру на президентских выборах.

В сентябре кампания сменила слоган времен местных выборов «Франция без потрясений», слишком уже перекликавшийся с одним из предвыборных слоганов Франсуа Олланда в 2012 году «За Францию без потрясений». Теперь это типичный популистский слоган «От имени (во имя) народа».

Полностью от антиимиджа отца, впрочем, отстроиться не удалось. В январе 2017 года появилась информация, что Жан-Мари Ле Пен является ключевым спонсором кампании дочери. В ответ на сайте Марин Ле Пен появился мультик «Настоящий Фийон» о неоднозначных сторонниках и спонсорах кампании Франсуа Фийона.

Несмотря на то, что кампанией Ле Пен руководит 29-летний сторонник фронта Давид Рашлен, технологически кампания ведется без учета современных популистских технологий, в том числе обращает внимание несовременное устройство сайта www.marine2017.fr. Например, блоги Марин Ле Пен («Мои дневники») размещаются на сайте в отсканированном формате с подписью и не имеют опции комментариев. Так, Марин Ле Пен дает журналистам интервью на фоне портрета Ришелье, чтобы потом в «дневниках» просторно, дидактично и излишне прямолинейно объяснить, почему она выбрала эту политическую фигуру – в духе сильного государства.

Фейсбук и инстаграмм тоже являются перепечатками новостей и ссылок на сайт. Хотя, конечно, подписанты страницы Ле Пен в Фейсбуке в 50 раз превышают число подписчиков технологичного популиста Макрона. Календарь событий на сайте – график выступлений Марин Ле Пен в различных городах без событий местных активистов.

Есть и попытки новых подходов, создания вирусных роликов. Например, мультиков «Настоящий Фийон». Впрочем, одноименная страница в Фейсбук не имеет отсылок к Национальному фронту.

Безусловно, с технологической точки зрения Марин Ле Пен находится в ином положении. Ей не нужно создавать новых сетей сторонников, как движению En Marche! Эммануэля Макрона, «Непокорной Франции» Жан-Люка Меланшона или новому кандидату от правых Франсуа Фийону. Она может пользоваться развитой сетью сторонников Национального фронта на местном уровне. А в части вовлечения электората – идущими на сайте Национального фронта подписными кампаниями.

К сожалению, это как сильная сторона кандидата, так и серьезное ограничение. Марин Ле Пен получает наименьшее число вторых выборов, в том числе от неопределившегося электората. На 89% это те же избиратели, что голосовали за нее на президентских выборах 2012 года. 79% ее избирателей уже не поменяют свое мнение, хотя для остальных кандидатов этот показатель колеблется в районе 50-60%.

Если у других кандидатов избиратели примерно в равной степени представлены среди всех социальных когорт, то у Марин Ле Пен, согласно опросам, прослеживается социальный дисбаланс и четкое ограничение электората. Это преимущественно мужчины в возрасте от 35 до 65 лет, рабочие или наемные служащие, со средним образованием (ниже бакалавриата), правые по убеждениям (среди левых ее готовы поддержать 5%, среди центристов – 3%). Расширить эти границы крайне сложно. Отчасти есть потенциал среди молодежи.

Кроме того, Марин Ле Пен имеет довольно высокий антирейтинг и потенциал его повышения из-за участия отца в кампании, позиции по Brexit и первых мер Трампа после инаугурации (в рамках некоторой общности образов и обсуждений поддержки России).

Согласно сайту, основные направления программы кандидата на следующие 5 лет:

- антиевропейский блок: «вернуть территориальную, монетарную, экономическую и законодательную независимость». В этой теме на избирателей сильное влияние будут оказывать успехи и проблемы Великобритании после Brexit;
- «реставрировать сильное государство и установить повсюду республиканский порядок»;
- «укрепить французские ценности и светские правила»;
- «повысить ценность труда, защищать покупательскую способность и развитие французских работников»;
- «организовать налоговую справедливость и эффективность в управлении национальными финансами»;
- «сохранить Социальную защиту и гарантировать пенсии»;
- «способствовать повышению качества образования»;
- «вернуть влиятельную дипломатию и международное влияние страны».

Кроме того, естественно, поднимаются вопросы инноваций при условии экологической ответственности, борьбы с терроризмом.

Марин Ле Пен также нередко публично поддерживает политику России, в том числе, в январе 2017 года СМИ опубликовали ее заявление о необходимости признания Крыма в качестве субъекта Российской Федерации.

В первом туре Марин Ле Пен, согласно текущим опросам, может получить 20-26%, заняв первое место. Имеет наиболее высокие шансы выйти во второй тур. Но проигрывает в нем как Франсу Фийону, так и Эммануэлю Макрону из-за ригидности и ограниченности электората. Позиции, антирейтинг и технологии Марин Ле Пен на данный момент не позволяют существенно улучшить результат.



## ЭММАНУЭЛЬ МАКРОН

39 лет

Основатель движения «En Marche!», выступающего со слоганом «Osez!», аналогичного слогану итальянского «Движения 5 звезд» #Coraggio! – Смелее! Дерзай! Решайся!

На самом деле, если победное шествие современного технологичного популизма – тенденция, то на президентских выборах 2017 во Франции стоит приглядеться к бывшему министру экономики, промышленности и информатизации Эммануэлю Макрону, который действует точно по технологической схеме Грилло-Казаледжо с харизматическим зарядом Маттео Ренци и которому, по последним опросам, готова отдать голоса четверть избирателей того же Национального фронта. Начав с 10%, в опросах на начало января 2017 года Э.Макрон обогнал и бывшего премьерминистра, кандидата правых Франсуа Фийона, и лидера Национального Фронта Марин Ле Пен, и только что покинувшего пост для участия в выборах премьер-министра Мануэля Валльса.

В августе 2016 года Олланд отстранил его от должности, после того, как тот создал движение «Вперед!» (En Marche!). Движение в точности копирует схему итальянского «Движения 5 звезд».

Данные опросов подтверждают, что современный популизм лучше всего работает с неопределившимися избирателями. При учете «второго выбора» тех, кто пока не определился точно за кого голосовать, Эммануэль Макрон получает наибольшую прибавку к рейтингу по сравнению с другими кандидатами (+10%). Для Марин Ле Пен, работающей в классической технологии правого популизма этот показатель всего +3%. У Франсуа Фийона – +6%.



Эммануэль Макрон с супругой Бриджит Троньо

Родился в Амьене в медицинской семье. Отец – видный нейрохирург.

Учился в частном лицее, а последние классы старшей школы – в Париже. Как большинство последних президентов окончил Национальную школу администрирования.

Свой первый диплом он посвятил Гегелю, второй – Макиавелли. В 24 года Макрон стал секретарем французского философа Поля Рикёра (Paul Ricoeur) и работал вместе с ним над его книгой «Память, история, забвение», предварившей на год его «Путь Признания», в которой философ проводит линию от самоидентификации к социальному признанию, связанному со способностями человека и, прежде всего, способностью быть ответственным субъектом действия. Похоже, что на этом основывает свою политическую технологию Эммануэль Макрон.

Работал в банке Ротшильд&Ко. На девятимиллиардной сделке по продаже Файзер корпорации Нестле заработал 9 млн евро. После чего в 30 лет женился на своей лицейской учительнице французского языка Бриджит Троньо из семьи амьенских производителей шоколада, в которую влюбился в 16, будучи ее учеником. Разница между супругами 24 года. Макрон гордится тем, что он, не имея своих детей, является дедушкой 6 внуков. Николя Саркози пытался поймать его, намекая на тайную личную жизнь, но папарацци засняли страстный поцелуй пары во время прогулки по пляжу, явно спонтанный, и Бриджит начала активнее выходить на официальные и светские мероприятия с мужем.

Макрон публично порвал с Социалистической партией в 2009, в которую входил с 2006 года. В партии он занимался сетью сторонников.

В августе 2014 года Франсуа Олланд пригласил его стать министром экономики, промышленности и информатизации в правительстве Мануэля Валльса. Он стал основным двигателем проекта закона об экономическом росте и покупательской способности, получившего даже название «закон Макрона», хотя первоначальный проект был подготовлен его предшественником Арно Монтебуром (одним из участников левых праймериз 29 января). Закон был представлен в декабре 2014 года и содержал радикальный для Франции набор, преимущественно, правых мер по стимулированию частной инициативы и занятости, а также отдельные левые меры, например, по развитию общественного транспорта (скоростных автобусов пригородного и междугородного сообщения) и дорожной системы. В том числе, речь шла о такой «священной корове» французской экономики, как торговля в воскресенье (проект предлагал разрешить ее специальным магазинам и в высоко туристических зонах). Закон провели без голосования в парламенте, воспользовавшись соответствующей оговоркой в конституции. По оценкам экономистов, меры носили отрывочный характер и могли дать прирост в 0,3% в горизонте 5 лет.

В январе 2016 года был представлен законопроект «Макрон 2», или о «новых возможностях в экономике». Но в оппозиции к нему выступил премьер-министр Мануэль Валльс, поддержав проект другого министра – Эль Хомри.

6 апреля 2016 года в родном Амьене Эммануэль Макрон основал политическое движение En Marche! (Вперед!) и объявил о намерении участвовать в президентских выборах, после чего в августе был вынужден оставить правительство.

С начала августа по начало октября он провел ряд публичных встреч для того чтобы «диагностировать» состояние французского государства.

На 4 февраля 2017 года в рамках движения инициативно создано на местах 3696 комитетов, заявлено 7794 события и темы для рассмотрения, привлечено 180619 «единомышленников», и сайт движения позволяет приглашать своих знакомых, создавать комитеты и новые темы, а также содержит программу кандидата, в целом, повторяя технологию мобилизации социальных сетей «Движения 5 звезд» в Италии. «Политика – это не регламентированная профессия, – объявляет Э.Макрон на первой странице сайта движения. – Наше участие не должно ограничиваться только правом выбирать и быть избранными. Я повсюду встречал людей, которые активно вовлекаются для решения вопросов образования, сельского хозяйства, жилья, предпринимательства, против изменения климата и по многим другим вопросам. Для меня это и есть политика, то, что важно для страны... Наша коллективная ответственность – сделать участие возможным для всех... Призыв движения «Вперед» – это призыв к динамичному изменению нашего политического пейзажа в духе открытого диалога...».

Правда, действует Макрон быстрее, чем стратегически выдержанное «5 звезд», долгие годы не участвовавшее в национальных выборах. 19 января Макрон запустил акцию по выдвижению кандидатов на парламентских выборах, объявив о намерении выдвинуть 577 кандидатов во всех округах для обеспечения президентского большинства (выборы в Национальное собрание пройдут в июне 2017 года. Число мест во французском парламенте – 577). Акция #LaMajoriteEnMarche («большинство вперед») открыла возможность выдвижения кандидатов из числа комитетов движения на сайте.

Кроме технологических аспектов с современным популизмом Макрона роднит определение антисистемного, антипартийного кандидата. Как пишут аналитики, «Макрон вселяет новые надежды».

Свою программу Макрон озаглавил просто «Революция».

Предложения по традиционным французским вопросам, которые мы обозначали в начале и которые поднимаются в полной мере и в программе Фийона, выглядят в программе Макрона как принципиально новые доступные решения. Как правило, они построены по простому принципу регулирования конфликтов: «Если пирог не удается разделить, добавьте к нему слоев» – добавьте смежную тему и делите позиции пакетно.

### Несколько примеров:

- 35 часовая рабочая неделя определенный атавизм современного мира. В зависимости от возраста и характера занятости можно работать и больше 35 часов (например, молодежи), а пожилым людям стоило бы работать не более 30-32 часов в неделю. Возможность более гибко выстраивать карьерные стратегии позволит обеспечить большую занятость;
- «пенсионное меню». Точно также предлагается реформировать еще одну священную корову французских левых пенсионный возраст. Защитив покупательскую способность пенсионеров как важную часть экономики, он предлагает создать гибкую систему возрастов выхода на пенсию в зависимости от условий труда от 60 до 67 лет;
- сократить разрыв между фактической и начисленной заработной платой, отменив страховые медицинские взносы и страховые взносы по безработице, использовав

пенсионные взносы и единый социальный налог, что, по его расчетам, позволит семье из двух человек с минимальной оплатой труда заработать дополнительные 500 евро «на руки» в месяц;

- начиная с «закона Макрона» важнейшей темой для кандидата является стимулирование частной предпринимательской инициативы, которая требует большей ответственности за карьеру. Макрон намерен защитить трудовые права фрилансеров и самозанятых. Ввести выгодный режим микропредприятия для независимых специалистов, фрилансеров и частных предпринимателей;
- помимо усиления кадрового состава полиции и жандармерии на 10 000 специалистов в ближайшие три года, Макрон планирует реконструировать систему мониторинга территорий и сбора данных в наиболее чувствительных районах, а также создать новую муниципальную полицию, полицию «шаговой доступности»;
- он планирует упразднить ряд департаментов в наиболее урбанизированных зонах, усилив систему управления и услуг для граждан в сельской местности;
- Макрон выступает за приоритет развития образования и, прежде всего, начальной школы. Он хочет предоставить большую автономию образовательным учреждениям, покончить с единой системой начального образования и восстановить «школьную карту», соответствующую примерно нашей системе подушевого финансирования. Она дает право на образование не только в зависимости от места проживания, но гарантирует лучшее предложение в соответствии со склонностями и выбором ученика. Так планируется усилить возможности школ в бедных районах привлечь специалистов и повысить качество образовательной среды за счет большей конкуренции.

Его называют интернационалистом и сторонником европейского выбора. Эммануэль Макрон, в отличие от большинства кандидатов, видит Францию частью Европы. Впрочем, как и Фийон не считает выгодными условия соглашения о Трансатлантическом коммерческом и инвестиционном партнерстве (ТАЕТА). Примечательно его заявление во время инаугурации Дональда Трампа: «Сегодня вечером я хочу обратиться к Месье Трампу. Вспомните свою историю. Ваша история – это наша история, история Европы. Ваша Свобода изобретена во Франции, это наша общая свобода, свобода Европы...».

Значительно опережает других кандидатов по показателю электабилити. 39% опрошенных назвали его в ответе на вопрос «Как Вы считаете, кто будет избран следующим президентом Франции?». Франсуа Фийона и Марин Ле Пен назвали по 18% опрошенных. И по показателю «Кого бы Вы хотели видеть следующим президентом Франции, избранным 7 мая?» – 24%.

Макрона называли «прихвостнем Олланда». Показательная затяжка с праймериз, выбор достаточно слабого кандидата от социалистов – это не только демонстрация слабости правящей партии, но и игра в пользу Макрона. Он рассматривается как противовес популизму Марин Ле Пен. По опросам, набирает от 14 до 30% голосов. Но учитывая динамику рейтинга (за февраль прибавил 10%) и тот факт, что он лидер по «вторым выборам» (второй ответ на вопрос о то, за кого бы Вы проголосовали) среди неопределившихся пока избирателей и сторонников левых, центристов и даже умеренно правых, может выйти во второй тур, в котором однозначно выигрывает и у Марин Ле Пен, и у Франсуа Фийона.

В последние недели марта – начале апреля начинает терять по итогам дебатов голоса в пользу левого популиста и популярного видеоблогера Жан-Люка Меланшона, но пока сохраняет шансы на выход во второй тур.



## ФРАНСУА ФИЙОН

На момент выборов исполнится 63 года.

Возглавлял правительство в течение всего президентского срока Николя Саркози. Второй по продолжительности нахождения в должности премьер-министр Пятой республики после Жоржа Помпиду.

Обманув все прогнозы, Франсуа Фиойон набрал 68% на праймериз правых, значительно опередив фаворита Алена Жюппе. Он был признан лучшим кандидатом, способным противостоять и левым, и радикально правым. Во многом в противоборстве с этими двумя полюсами проходит его избирательная кампания. В частности, левые и Национальный Фронт Марин Ле Пен обвиняют его в желании приватизировать систему медицинского страхования и критикуют планы по реформе государственной службы. Фийон отвечает, что, если бы он хотел приватизировать систему медстрахования, он бы сделал это будучи премьер-министром, а реформировать систему действительно пора. Так на предвыборном сайте Марин Ле Пен можно найти мультики, видимо, для распространения в сети, под названием Настоящий Фийон (Le Vrai Fillon). Один из них с титром «Филлон сделает вас больными» рассказывает о якобы предлагаемой реформе здравоохранения (сокращении местных больниц, больничных коек и медицинского персонала, централизации выплат страховки в случае тяжелых и длительных заболеваний). В Фейсбук существует одноименная страница Le Vrai Fillon, которая в частности сравнивает некоторые его предложения с предложениями бывшего социалиста, современного популиста Эммануэля Макрона.

Программа кандидата разделена на три приоритета и 15 первоочередных мер.

## Приоритеты Фийона:

- либерализация экономики;
- восстановление авторитета государства для защиты французов (в том числе, Фийон выступает за создание единого силового ведомства объединение в министерстве внутренних дел жандармерии, полиции, таможни и других силовых органов, а также усиление пенитенциарной системы за счет создания 16 000 новых мест в тюрьмах);
- утверждение французских ценностей.

## 15 приоритетов программы Фийона:

 «100 млрд евро экономии за пять лет на гражданских служащих (бюджетниках)». Кандидат предлагает сократить число гражданских служащих на 500 000 человек (это 8,9% от их нынешнего числа в 5,6 млн человек, 23 человека на 100 экономически активных жителей), просто не занимая вакантные должности, например, после ухода служащего на пенсию (240 000 человек в ближайший год). Это красная тряпка для крайне правых и левых, считающих что упадет качество услуг и возрастет безработица;

- 2. «40 миллиардов снижение налогов для предприятий и 10 млрд от отчислений домохозяйств». Это предполагает отмену налога на высокие заработные платы, введенного Франсуа Олландом в начале президентского срока;
- 3. «Конец 35 часовой рабочей недели для частного сектора и возвращение к 39 часам в госсекторе»;
- 4. «Отмена солидарного налога на состояние для финансовой помощи предприятиям»;
- 5. Повышение пенсионного возраста до 65 лет и унификация пенсионных режимов для поддержания покупательской способности пенсионеров;
- 6. «Приведение налоговых режимов для коммерсантов, людей творческих профессий и фрилансеров на один уровень с индивидуальными предпринимателями»;
- 7. «Отмена дополнительных французских норм к европейскому регулированию, чтобы наши сельхозпроизводители смогли занять первое место в Европе»;
- 8. «Установить единое социальное ассигнование, чтобы заработная плата всегда превышала пособие»;
- 9. «12 миллиардов евро в систему безопасности, обороны и правосудия, а также создание 16 000 мест в тюрьмах для отбывающих наказание»;
- 10. «Предотвратить возвращение на территорию Франции групп, сражающихся на стороне зарубежного терроризма, приговаривать лиц, виновных в заговоре с врагами, высылать из страны иностранцев, являющихся членами террористических движений»;
- 11. «Снизить иммиграцию за счет ежегодно утверждаемых парламентом квот и не выплачивать пособие иностранцам в стабильной ситуации после двух лет пребывания в стране»;
- 12. «Начало школьного образования сместить на 5 лет, с нынешних 6, чтобы способствовать лучшему освоению детьми чтения и фундаментальных знаний»;
- 13. «Унифицировать выплаты семейных пособий и установить предельный коэффициент выплат, равняющийся 3000 евро, наполовину предназначенный для поддержки семей»;
- 14. «Усыновление детей только для гетеросексуальных пар, искусственное оплодотворение для гетеросексуальных бесплодных пар, препятствовать суррогатному материнству»;
- 15. «Защита нашего наследия, снижение культурных разрушений из-за плана «наследие для всех» и поддержка творчества для престижа Франции».

Программа Фийона, таким образом, представляет собой достаточно традиционный набор правых мер.

Интересно, что приоритетные меры, как правило, сформулированы в деньгах и других цифрах, пригодных для простой инфографики.

Кроме того, Фийон предлагает ряд предложений по занятости, трудоустройству молодежи, информатизации, частному предпринимательству, сельскому хозяйству, Европейскому союзу (уважение национального суверенитета), культуре, обороне, заморским провинциям Франции, экологии (обновляемая энергетика и постепенный выход из ядерной энергии), местным сообществам. На сайте кандидата www.fillon2017.fr есть возможность высказаться по предложениям, но она недостаточно интуитивно понятная и не соответствует правилам минимума кликов.

Фийон также работает с комитетами поддержки через собственный сайт. Как и у большинства кандидатов – это интерактивная карта с указанием местных комитетов и их руководителей, а также возможностью присоединиться к работе комитета.

Как и его программа, группы поддержки сегментированы по целевым аудиториям (молодежь, женщины, предприниматели, фермеры, люди среднего возраста), что создает, с одной стороны, больший эффект доверия, а с другой – представление о некоторой искусственности этих образований.

## Je rejoins un comité de soutien

JE SOUHAITE CRÉER UN COMITÉ

Feprice

America

Ame

Из-за скандала с использованием бюджетных средств на выплату заработной платы собственной жене в качестве помощницы Франсуа Фийон потерял порядка 6-5% голосов, необходимых для выхода во второй тур. По опросам, Франсуа Фийон набирает в первом туре около 15-23% голосов, идя рядом с Эммануэлем Макроном и Бенуа Амоном. С некоторой долей вероятности может выйти во второй тур, в котором, по прогнозам, значительно опережает наиболее вероятного оппонента Марин Ле Пен.



## ЖАН-ЛЮК МЕЛАНШОН

65 лет.

Родился в Танжере, Марокко.

В 2012 году выдвинут кандидатом в президенты Франции Коммунистической партией и был поддержан всеми движениями-членами Левого фронта. По итогам голосования набрал 11,1 % голосов, заняв 4-е место. Во втором туре поддержал кандидата от социалистов Франсуа Олланда.

Позже в 2012 году проиграл Марин Ле Пен и кандидату от социалистов на выборах Национального собрания Франции, упустив депутатский мандат.

Объявил о намерении участвовать в выборах еще в июле 2015 и уже в феврале 2016 заявил свою кандидатуру, тем самым отказавшись от участия в открытых праймериз левых и, соответственно, от поддержки всего Левого фронта.

Типичный левый интеллектуал, активный участник событий 1968 года, легко перенимающий технологии современного популизма. Во время прошлой президентской избирательной кампании призывал сторонников к «мирной гражданской революции – перевороту, который делает не рабочий класс, но все граждане, болеющие за страну».

Программа кандидата Меланшона образца 2012 года шла под слоганом «Человек прежде всего».

К выборам 2017 года Меланшон организовал собственное движение «Непокорная Франция». Определение движения фактически прямо заимствовано из «Не-Устава» итальянского «Движения 5 звезд». «Непокорная Франция» – это не политическая партия. Это движение граждан, признающих призыв Жан-Люка Меланшона и не настаивающих на присоединении к какой-либо партии или ассоциации».

Еще один кандидат, использующий Интернет-платформу для своего продвижения и коммуникации сторонников. Собственно, «движок» сайта движения Меланшона тот же самый, что у En Marche! Макрона. На первой странице – карта созданных событий и местных групп с возможностью создавать собственные группы и события на местах. Но содержание очевидно слабее. События не разнообразны и явно создаются сверху, в основном это «выборы в легислатуру» и «митинг». А группы явно не очень политически активны и нередко являются просто рекламой кафе в городе.

Сайт также дополнен вкладкой о распространении программы, а также онлайн окном твиттера от лица Меланшона. Еженедельный видеоблог кандидата набирает более 200 тысяч просмотров. При этом Меланшон пользуется наибольшим доверием избирателей как человек и успешно проводит публичные дебаты, что позволяет ему набрать серьезный темп в последние предвыборные недели».



5 февраля 2017 года Меланшон впервые потряс публику, появившись на политическом митинге в виде голограммы. Спецэффект из «Звездных войн» кандидат планирует использовать еще раз 18 апреля, приняв участие одновременно в политических встречах сразу в 7 городах.

Одновременно проходят парламентские выборы. На первом национальном митинге движения в Париже Меланшон представил 20 кандидатов движения (10 мужчин и 10 женщин). На сайте размещены правила для кандидатов, касающиеся использования символики, продвижения тезисов программы, взаимодействию с избирателями, этике, антикоррупционным мерам и открытости.

Программа кандидата, основанная на версии 2012 года «Человек прежде всего», – эклектична, как восточный ковер, и охватывает все направления. Свои предложения сделаны для каждой сферы: сельского хозяйства, обеспечения безопасности, образования, культуры, правовой системы, полной занятости, здравоохранения, возобновляемой энергетики, пенсионной и правовой системы, работы Европейского союза, экономики, равенства, обеспечения жильем.

Программа составлена на основе голосования участников движения «Непокорная Франция».

Наиболее яркие предложения вполне характерны для подходов французского популизма с традиционно большой долей антиевропейских настроений:

- отказ от создания трансатлантической зоны свободной торговли и прекращение переговоров с США по данному вопросу (поддержали 48% участников движения), выход из НАТО;
- отмена новой редакции трудового законодательства, в частности нормы о плате 1,45 евро в час за сверхурочную работу (43,5%);

- правила в отношении сохранения природных ресурсов, «зеленые правила» (38,5%);
- «демократический пересмотр» европейских соглашений (38%), предусматривающий более мягкий план A и жесткий план B с сокращением вклада Франции в бюджет Евросоюза в 3 раза и признанием евро общей, но не единственной валютой на территории EC;
- план по переходу на возобновляемые источники энергии и выходу из атомной энергетики (36%);
- референдум и сбор конституционной ассамблеи (35%), конец Пятой Республики, выродившейся в олигархию, разработка и принятие Конституции Шестой Республики;
- «охрана общественных благ» воды, воздуха и т.д. (33%);
- создание пула государственных банков (31%);
- увеличение размера минимальной месячной оплаты труда с 1143,72 до 1300 евро (28%);
- развитие системы прогрессивного налогообложения. Увеличение числа уровней прогрессивного налога на прибыль с 5 до 14. Сверхналог на прибыль свыше 400 000 евро в год.

Как правило, умеренно поддерживает политику российских властей, в том числе в отношении Украины и войны в Сирии. Близко знаком с Сергеем Удальцовым.

По различным опросам на январь 2017 года, ему были готовы отдать голоса порядка 10-11% избирателей. Однако к апрелю их число достигло 19-20%, прежде всего, за счет голосов левого, социалистического электората, отдавшего по итогам дебатов предпочтение Меланшону, а не выступающим с левоцентристских позиций Макрону и Амону. Именно у них он оттягивает голоса, набирая хорошую динамику для возможного выхода во второй тур, в котором с небольшим перевесом в 10-15% голосов одержит верх над Марин Ле Пен. Впрочем, около 8% из 19% не до конца уверены в выборе.



## БЕНУА АМОН

49 лет

### «Поздний кандидат социалистов»

Президент Движения социалистической молодёжи в период с 1993 по 1995 год, депутат Европарламента с 2004 по 2009 год, спикер Партии социалистов с 2008 по 2012 год. С мая 2012 по август 2014 года входил в правительство, занимал пост министра образования и науки.

Левые выбрали своего кандидата позже всех. Итоги праймериз были подведены 30 января 2017 года.

Победа Амона в праймериз левой коалиции стала достаточно неожиданной и расколола левых. Он обошел более популярных по опросам Мануэля Валльса (премьер-министра социалистического правительства до декабря 2016 года) и министра Арно Монтебура.

Кампания началась под слоганом «Заставить биться сердце Франции».

Содержание программы достаточно традиционное для современных социалистов:

- социальная защита. Амон сторонник «Универсального дохода» ежемесячной выплаты в размере 750 евро всем взрослым гражданам;
- экология: адаптация экологичных моделей производства и потребления после большой национальной конференции по вопросам экологии и здоровья, которую предлагается собрать в течение шести месяцев после выборов, реформа энергетики, отказ от дизеля и переход на 50% обновляемых источников энергии к 2025 году, план по защите животных и др.;
- толерантность. «Гуманная и доброжелательная Республика» в отношении любых меньшинств, разрушение «стеклянных потолков» для женщин и молодежи;
- международная кооперация и интернационализм;
- развитие институтов гражданского политического участия. Гражданские законодательные инициативы, референдумы, учет при подсчете голосов на выборах пустых и аннулированных бюллетеней, право голоса на местных выборах иностранцам, постоянно проживающим в муниципальном образовании, публикация списков крупных жертвователей избирательных кампаний.

Амон предлагает также ряд конституционных реформ. В том числе, ограничение мандата президента одним сроком, а также мандатов парламентариев во избежание формирования профессионального политического класса.

Как и на сайтах большинства кандидатов, реализованы функции стать волонтером и поддержать кампанию, сделать пожертвование, а также размещены виджеты с твиттером и видеоблогом кандидата.

По февральским опросам, «поздний кандидат партии власти» набирал порядка 16-18%. Аналитики были склонны говорить, что избиратели еще не сформировали отношение к неожиданному победителю праймериз от социалистов. Скорее, соревнуется в категории с Жан-Люком Мелашоном, который к апрелю убедительно обошел Амона, снизив его электоральный потенциал до 8-10%.

# ПРИЛОЖЕНИЕ 3.

# МУНИЦИПАЛЬНЫЕ ВЫБОРЫ 2015-2016 гг. ВЫБОРЫ В КРУПНЫХ ЕВРОПЕЙСКИХ ГОРОДАХ

НАИБОЛЬШУЮ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЗА СЧЕТ СЕТИ АКТИВИСТОВ, ПРИЗЕМЛЕННОСТИ ПОВЕСТКИ И ПРОСТОТЫ РЕШЕНИЙ, А ТАКЖЕ МЕХАНИЗМОВ ПРЯМОЙ ЭЛЕКТРОННОЙ ДЕМОКРАТИИ, СОВРЕМЕННЫЙ ПОПУЛИЗМ ПОКАЗЫВАЕТ НА МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЕ.

«НОВЫЕ ЛИЦА», ВЫДВИГАЕМЫЕ ПОПУЛИСТСКИМИ ДВИЖЕНИЯМИ НА ГОРОДСКИХ ВЫБОРАХ, СТАНОВЯТСЯ МОЩНЫМ ВЫЗОВОМ ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ПОЛИТИКОВ И ОДЕРЖИВАЮТ ПОБЕДЫ В КРУПНЫХ ГОРОДАХ ПРАКТИЧЕСКИ С НУЛЯ.

На основе анализа недавних успешных для популистов избирательных кампаний во многих европейских городах-миллионниках, таких как Рим, Турин, Лондон, Мадрид, Барселона, Валенсия и Сарагоса (и отчасти Лондон, где избранный мэр Садик Хан хотя и не является представителем «популистской волны», но принадлежит к этноконфессиональному меньшинству и в своей кампании использовал яркие лозунги против политических элит), мы можем выявить не только ряд общих черт, приведших популистов к победе, но и – ряд ошибок в построении контркампаний против популистов.

Во-первых, это ошибочное восприятие антимигрантской риторики как одного из важнейших инструментов популизма. Это действительно так в случае праворадикальных и националистических движений. Но это отнюдь не основной путь современного популизма. В большинстве мегаполисов националистическая и антимигрантская риторики не работают и не применяются популистами.

В качестве яркого примера можно привести нового мэра Рима Вирджинию Раджи, шедшую на выборы от популистского «Движения 5 звезд».

Ада Колау, выигравшая выборы мэра Барселоны, представляла движение «Barcelona en Comu», которое стоит на сепаратистских позициях и декларации «особости» Каталонии. При этом в программе движения и в собственной предвыборной программе Колау не присутствовали выпады в сторону иммигрантов и испанцев – сепаратистские высказывания выдавались очень дозированно и не играли ключевой роли в кампании, которая в целом была направлена на более общие понятия вроде борьбы с коррупцией и обновления власти.

В ходе предвыборной гонки в Лондоне консерваторы во главе с Заком Голдсмитом, претендовавшим на пост мэра города, запустили скоординированную мощную кампанию по дискредитации кандидата от лейбористов Садика Хана. Основными опорными точками её стали происхождение Хана (он выходец из семьи пакистанцев, иммигрировавших в Великобританию), его вероисповедание (ислам), превратившееся в пропаганде в гипотетические связи с исламскими фундаменталистами и террористами. Кампания консерваторов носила довольно острый и временами даже расистский характер, но не достигла успеха. Садика Хана поддержали не только иммигранты и потомки иммигрантов, но и коренные лондонцы, признающие культурное разнообразие неотъемлемой характеристикой города.

Эти примеры показывают, что антимигрантская риторика не является значимым рычагом влияния на предпочтения избирателей в крупных городах. Она может работать, скорее, в «провинции», в небольших городках, в которых воспринимают «пришельцев» как угрозу образу жизни. Это может работать в рамках кампаний национального уровня, как в случае кампаний Дональда Трампа, Марин Ле Пен и правых партий в Дании, Швейцарии и ряде других стран.

Дональд Трамп смог разыграть антииммигрантскую риторику в абсолютно популистском ключе (закрытие границ, стена на границе с Мексикой, антиарабизм и антиисламизм), но в больших городах эта тема потерпела неудачу. Трамп проиграл Клинтон во всех крупных городах США, выиграв повсеместно в малых городах и в сельской местности.

Во-вторых, «традиционные» политические силы пытались играть с популистами на «своем поле», в области «политики конкретных дел». В своей агитации и во время дебатов, политики от «истеблишмента» предъявляли избирателям конкретные результаты своей деятельности, делая упор на собственный «профессионализм», «опыт» и «качество работы». Действующие мэры и политические партии, занимавшие большинство кресел в местных парламентах к моменту новых выборов, делали ставку на рационализм избирателей и некомпетентность своих оппонентов.

Эта стратегия потерпела поражение. Популисты не действуют в рамках «политики конкретных дел», их поле – это пространство иллюзий, идей, общих представлений избирателя о лучшем будущем и правильном настоящем. Когда действующий мэр говорит «мы построили для вас ещё 1000 парковочных мест», его оппонент-популист отвечает: «Да, это ваша обычная работа. Вы получаете деньги налогоплательщиков именно за эти парковки, дороги и скверы. И мы могли бы сделать их больше, дешевле и лучше, если бы очистили местную власть от коррупции и разгильдяйства».

Яркий пример – кампания Кьяры Аппендино в Турине, которая также выдвигалась от «Движения 5 звезд». Аппендино выступала с популистской антиэлитной позиции и призывала упразднить существующую смесь «кумовства и закулисных сделок», сложившуюся в местной администрации. Это был классический набор популистских предложений. Противники даже окрестили Аппендино «Жанной Д'Арк общественной морали». Слоганом её предвыборной кампании стало «Ясная альтернатива!». В ходе дебатов действующий мэр бросил ей фразу: «Почему бы Вам не сесть в моё кресло и не осуществить всё то, о чём Вы тут так красиво распинаетесь?!».

Популисты говорят о конструировании нового будущего, не предлагая по сути ничего конкретного, они играют на недовольстве избирателя существующей властью и предложении некой альтернативы. Принцип сменяемости власти – это один из ключевых принципов, на которых строится эта альтернатива.

В-третьих, несистемные кандидаты, выдвинутые популистами, приобрели «тефлоновость». Главными драйверами рейтинга антисистемных кандидатов стали контркампании, которые велись против них системой.

Кандидатами от популистов стали те люди, которые не имели для этого никаких оснований в системе координат «традиционной» политики – беременная женщина (Кьяра Аппендино в Турине), представитель этнического меньшинства (Садик Хан в Лондоне), женщина глубоко пенсионного возраста (Мануэла Кармена в Мадриде), женщина, неоднократно задержанная полицией (Ада Колау в Барселоне). Казалось бы, сам статус дисквалифицирует их и снимает с гонки за первое место, однако, они сумели добиться успеха.

Очень мощным приёмом их кампании стало использование энергии контркампании оппонентов. Любые нападки на беременную женщину делают её жертвой произвола и не могут получить одобрения избирателей. Расистские высказывания и нетерпимость в адрес представителя национального меньшинства приводят к обратной реакции в крупном городе и отрицательно сказываются на рейтинге их автора.

Несистемные кандидаты приобретают «тефлоновость» - любой агитационный прием, основанный на личности кандидата, будет разбиваться об его образ «борца за справедливость», слабого человека, бросившего вызов политической машине, страдающего за нас, простых граждан.

# **РИПАТИ**

### РИМ

На муниципальных выборах в Риме в июне 2016 года уверенную победу одержала кандидат от «Движения 5 звезд» Вирджиния Раджи. В первом туре она набрала 36% голосов, показав лучший результат, которого удавалось достичь «5 звездам» на муниципальных выборах. Во втором туре Раджи 67,15% голосов против 32,85% победила заместителя председателя Палаты депутатов Италии Роберто Джакетти, кандидата от левоцентристской коалиции во главе с Демократической партией при участии «зелёных» и «Италии ценностей».

Интересно, что в январе 2016 года, когда кандидат от Движения еще не был определен (рассматривались варианты выдвижения Раджи или Де Вито), Вирджиния Раджи имела самый низкий уровень известности среди всех возможных кандидатов – всего 15% избирателей было знакомо ее имя. Марчелло Де Вито – 23%. При этом, как показывают те же январские опросы, за любого кандидата от «5 звезд» были готовы проголосовать 29% избирателей. Вирджиния Раджи оказалась «свежим лицом» для римского избирателя 1.

### ПОБЕДИТЕЛЬ

**Вирджиния Раджи** – юрист, специализировалась на авторском праве, интеллектуальной собственности и новых технологиях. Работала волонтёром в нескольких муниципальных собачьих приютах, а также в университете и адвокатских бюро (как выяснилось после вы-

<sup>1</sup> – http://www.termometropolitico.it/1205618\_sondaggi-roma.html



Можно быть мамой и мэром одновременно. Это происходит со всеми работающими женщинами, и это всегда неимоверный трюк. Я готова.



Твой вклад является ключевым. Моя кампания полностью финансируется за счет пожертвований. Поддержи ее.

боров, связанных со сторонниками Берлускони). По «легенде», с политикой Раджи впервые столкнулась, решая локальную проблему, когда в числе представителей своего квартала явилась на приём к муниципальному чиновнику добиваться организации автобусного маршрута до ближайшей станции метро. Когда он спросил, кто из посетителей старший, все указали на неё. В 2011 году вступила в «5 звёзд» и была избрана в муниципальный совет Рима. В центре её внимания находились вопросы школьного образования и охраны окружающей среды.

#### ОППОНЕНТЫ

Основными оппонентами Раджи на выборах были:

- **Роберто Джакетти** кандидат от левоцентристского блока, представитель Демократической партии, как и ушедший в отставку мэр Игнацио Марино. Несмотря на все негативное «наследие» однопартийца, смог выйти во второй тур;
- Джорджия Мелони кандидат от правоцентристского блока, бывший лидер молодежного крыла партии Сильвио Берлускони «Народ свободы», министр по делам молодежи правительства Берлускони, отошедшая от него в 2012 году и организовавшая собственное движение национальный альянс «Братья Италии». Известна крайне правыми заявлениями о близости к фашизму и отношении к Муссолини, противница признания однополых браков. К концу кампании находилась на поздних сроках беременности. Результаты Мелони дополнительно ослабил выход из коалиции лидера «Лиги Севера» Матео Сальвини и партии Берлускони «Вперед Италия!», поддержавшей самовыдвиженца Альфино Маркини, выходца из семьи богатых римских застройщиков.

### ПРОГРАММА

В отличие от других кандидатов и вопреки общему «тренду», который эксплуатирует антииммигрантскую риторику и националистические настроения, Вирджиния Раджи не использовала эти темы в своей предвыборной кампании. Она выиграла выборы под слоганом «Решайся! Время изменить Рим!» («Coraggio! E ora di cambiare Roma!»), обыгрывающим её фамилию. Основой её кампании стали обещания борьбы с коррупцией и уничтожения практики «проникновения криминала» в городские тендеры. После нескольких громких скандалов, связанных с администрацией города и её связями с криминальными структурами, повестка Раджи встретила одобрение горожан. Традиционно для «5 звезд» повестка и программа строилась на основе онлайн консультаций с горожанами. В частности, Раджи выступила против проведения в Риме Олимпийских игр 2024 года, пообещав провести референдум по подаче заявки. Призывает «не строить соборы в пустыне» и выступает за сокращение «бессмысленных» государственных расходов.

### ПОСЛЕ ВЫБОРОВ

Победа Раджи, по мнению итальянских экспертов, связана, прежде всего, с тем, что она стала «новым, свежим лицом» в политике, в то время как две основные политические силы, боровшиеся за власть в Риме, себя полностью дискредитировали, будучи замешанными в крупных скандалах, горожане даже стали называть городскую администрацию – «Главная (столичная) Мафия» («Маfia Capitale»). А Раджи предложила повестку по жёсткой борьбе с околовластным криминалом.

Однако вскоре и она сама оказалась вовлечена сразу в несколько коррупционных скандалов, связанных с членами ее команды. Беппе Грилло, лидер «5 звезд», поддержал Раджи: «Были совершены ошибки. Вирджиния осознала, что доверяла не совсем честным людям и не очень правильно подобрала членов свей команды. Но теперь мы можем исправить ситуацию. Мы будем изо всех сил бороться, чтобы изменить Рим к лучшему!».

Вирджиния Раджи выдвигалась кандидатом от «Движения 5 звезд» и, как и все остальные, подписала контракт, обязывающий её уплатить большой штраф и уйти в отставку в случае, если она причинит ущерб имиджу «Движения», она также обязалась представлять на рассмотрение экспертов Беппе Грилло все важные документы, принимаемые коммунальным советом. Это стало причиной критики её несамостоятельности. Сейчас рейтинг «5 звёзд» в Риме незначительно снизился.

### ТУРИН

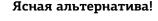
В «единый день голосования» в Италии в 2016 году «Движение 5 звезд» одержало победу на выборах мэра в Турине. Особенно значимой эта победа представляется, учитывая, насколько сложно было движению на Севере Италии, где традиционно сильны местные правые партии, вроде «Лиги Севера».

Кьяра Аппендино стала матерью в ходе кампании, что не помешало ей набрать в первом туре 31,8% голосов, и обойти во втором туре инкумбента Пьеро Фассино, представителя Демократической партии (54,6% против 45,4%).

### ПОБЕДИТЕЛЬ

**Кьяра Аппендино** долгое время работала в ФК «Ювентус», затем в компании своего мужа. В 2010 году пришла в политику и занималась разработкой городского бюджета Турина для программы «Движения 5 звезд», в 2011 году избралась в местный совет и заняла должность заместителя председателя Бюджетной комиссии. В ноябре 2015 года объявила о своём намерении баллотироваться в мэры Турина и получила поддержку «5 звезд».







#### ПРОГРАММА

В ходе своей кампании Аппендино постоянно повторяла: «Судите меня по тому, кто я, и по тому, какая у меня команда». Аппендино выступала с популистской антиэлитной позиции и призывала упразднить существующую смесь «кумовства и закулисных сделок», сложившуюся в местной администрации. Это был классический набор популистских предложений. Противники даже окрестили Аппендино «Жанной Д'Арк общественной морали». Слоганом её предвыборной кампании стала фраза «Ясная альтернатива!» («L'Alternativa e Chiare»), обыгрывающая её имя. В ходе дебатов действоваший мэр бросил ей фразу: «Почему бы Вам не сесть в моё кресло и не осуществить всё то, о чём Вы тут так красиво распинаетесь?!»

Аппендино обвиняли в отсутствии внятной программы, с которой она шла на выборы, однако при поддержке «5 звёзд» эти обвинения удалось «отбить»: «Нас обвиняют в том, что мы сторонники «нет-программы» и не можем предложить ничего конструктивного, но посмотрите - у нас есть 350 страниц программы, наполненной одними «да» и конструктивными предложениями!». Эта программа включает в себя такие меры, как создание фонда поддержки молодёжной занятости в размере 5 миллионов евро (за счёт сокращения зарплат работников муниципалитета), а также введение компенсаций жертвам ограбления и мошенничества старше 65 лет.

#### ПОСЛЕ ВЫБОРОВ

Самой спорной инициативой нового мэра стал её призыв жителей города к отказу от употребления мясных продуктов. Аппендино назвала введение вегетарианской диеты «одним из приоритетов» городской администрации. Российским наблюдателям новая мэр Турина запомнилась высказыванием в пользу необходимости отмены антироссийских санкций на открытии семинара предпринимателей из России и Италии, организованного ассоциацией «Познаем Евразию», и призывом привлекать в Турин больше российских туристов.

16 января 2017 года по итогам социологического исследования популярности политических деятелей Governance Poll Кьяра Аппендино объявлена победительницей и «самым любимым мэром Италии» – она улучшила свой прошлый показатель на 7,5 пунктов, достигнув уровня одобрения 62%.

# ИСПАНИЯ

В 2015 ГОДУ ВОЗНИКШАЯ ЧУТЬ БОЛЕЕ ГОДА НАЗАД ПАРТИЯ PODEMOS СМОГЛА В СОЮЗЕ С ДРУГИМИ ОБЩЕСТВЕННЫМИ И ПОЛИТИЧЕСКИМИ ДВИЖЕНИЯМИ «ВЗЯТЬ» МУНИ-ЦИПАЛИТЕТЫ КРУПНЕЙШИХ И ПРИ ЭТОМ РАЗНЫХ ПО ТИПУ ГОРОДОВ ИСПАНИИ: МА-ДРИДА, БАРСЕЛОНЫ, ВАЛЕНСИИ И САРАГОСЫ.

## МАДРИД

В мае 2015 на муниципальных выборах в Мадриде второе место (20 мест из 57) заняло движение Ahora Madrid («Сейчас Мадрид»), возглавляемое бывшей судьей 71-летней Мануэлой Кармена. Ahora Madrid было основано в марте 2015 года - за два месяца до выборов - и сразу получило поддержку Podemos. Основой новой партии было движение Ganemos Madrid («Победим в Мадриде», ранее – Municipalia).

Ahora Madrid удалось заключить коалиционное соглашение с социалистами, получившими 9 мест и продвинуть своего лидера Мануэлу Кармену в мэры Мадрида.



Мэр Кармена. Очистим Мадрид!

### ПОБЕДИТЕЛЬ

Мануэла Кармена долгое время работала судьёй и вела публичную борьбу против коррупции в судебной системе, а затем и в области защиты прав человека (получила национальную премию). В 1993 году была избрана главной судьей Мадрида, в 1996 году вошла в Генеральный совет судебной власти (национальный орган). Входила в число основателей ассоциации «Судьи за демократию». Участвовала в работе фабрики мысли Patronato de la Fundacion Alternativas, связанной с социалистической партией, вместе с бывшими премьер-министрамисоциалистами Фелипе Гонсалезом и Хосе Луисом Сапатеро. Была основателем кооператива Yayos emprendedores («Бабушки-предпринимательницы»), спонсировавшего малый бизнес по продаже детских игрушек, одежды и обуви, которые производили заключенные.

### ПРОГРАММА

Мануэла Кармена выступает против мер жесткой экономии правительства, обещает бороться против экономического неравенства. Также она выступает с программой защиты окружающей среды и уже начала осуществлять конкретные меры в этом направлении – выступает за расширение использования экологичного общественного транспорта, сети велодорожек, в январе 2017 года главный проспект города был закрыт для движения автотранспорта, а к 2025 году планируется и вовсе ввести запрет на въезд в город автомобилей с дизельными двигателями.

### ПОСЛЕ ВЫБОРОВ

Вскоре после избрания городской совет открыл сайт «Оригинальная версия» для опровержения статей, содержащих по мнению мэрии «неточности и неверное понимание», что вызвало серьезные нарекания с точки зрения демократии и свободы СМИ.

### БАРСЕЛОНА

24 мая 2015 на выборах городского совета Барселоны первое место завоевала гражданская платформа Barcelona en Comu («Барселона сообща», ранее - Guanyem Barcelona, «Победим в Барселоне») и получила 11 кресел из 41.

Barcelona en Comu объединила видных социальных активистов и представителей популярных гражданских движений, построенных на технологических принципах современного популизма, в том числе, Podemos, «Гражданская сеть», «Х партия – Партия будущего».

Лидер платформы Ада Колау стала мэром Барселоны.



### Прекратить выселение!

### ПОБЕДИТЕЛЬ

**Ада Колау** – известная правозащитница, основавшая в 2009 год «Платформу для людей, пострадавших от ипотеки». К 2014 году движение насчитывало 190 ячеек по всей стране и значительно расширило формат и тематику своей работы. Помимо борьбы с выселением и переговоров с финансовыми институтами по условиям ипотеки, движение запустило Гражданскую Законодательную Инициативу.

Новый мэр Барселоны ранее принимала непосредственное участие в акциях протеста и неоднократно задерживалась полицией.

#### ПРОГРАММА

Ада Колау и платформа «Barcelona en Comu» выступают на сепаратистских каталонских позициях.

«Я хочу быть мэром, обслуживающим людей, здесь больше никогда не будет жителей первого и второго сорта», – заявила после выборов Ада Колау.

### ПОСЛЕ ВЫБОРОВ

После избрания Ада Колау начала проводить широкую кампанию по переименованию улиц города, удалению монархических символов из Барселоны. Она препятствовала работе инициативной платформы «Барселона со сборной», установившей большие экраны на городских площадях для демонстрации футбольных матчей с участием сборной страны.



Городской совет должен выступать в роли обвинения в серьёзных делах о коррупции, например, как в деле о Дворце каталонской музыки. Ада Колау.

### Голосуйте за Педро!



### CAPAFOCA

Мэром пятого по величине города Испании также стал лидер движения Zaragoza en Comun («Сарагоса сообща»), основанного при участии Podemos и других гражданских движений («Пираты Арагона», «Мы Демос+», Equo, «Левый союз» – Izquierda Unida, Puyalon de Cuchas и др.).

Движение получило 24,57% голосов, уступив лишь «Народной партии». В дальнейшем, сформировав коалицию, смогло избрать своего кандидата на пост мэра.

### ПОБЕДИТЕЛЬ

Мэром стал **Педро Сантистеве** – университетский преподаватель, социальный активист, адвокат и правозащитник, специализирующийся на правах заключенных и критике пенитенциарной системы, один из видных участников антикоррупционного движения 15-М.

### ПРОГРАММА

Своими приоритетами новый мэр объявил:

- защиту прав человека и социальных прав;
- защиту прав на жилье, остановить выселения из ипотечного жилья (как и мэр Барселоны);
- меры социальной антикризисной поддержки, включая увеличение государственного жилищного фонда, борьбу с нехваткой электроэнергии и др.;
- налоговою реформу;
- открытие возможности участия в составе советов директоров и руководящих органов любой муниципальной организации для любого гражданина;
- повышение прозрачности городских финансов (постоянный муниципальный аудит) и партисипаторное бюджетирование принятие решений о расходах на основе решений общественности.



Валенсия, наш общий компромисс

### ВАЛЕНСИЯ

В 2015 году мэром Валенсии стал кандидат от партии валенсийских националистов Compromis Жоан Рибо.

Compromis ориентированы в большей мере на левый спектр и довольно плотно сотрудничает с Podemos.

### ПОБЕДИТЕЛЬ

**Жоан Рибо** – химик, учёный, занимавшийся проблемами совершенствования сельского хозяйства, доктор наук. Преподавал в течение семи лет в Политехническом университете Валенсии, работал в Высшей школе агрономов, Институте Мелиана и ещё нескольких учебных заведениях.

В молодости примкнул к коммунистической партии, с 1995 по 2007 год избирался в совет депутатов Валенсии. Он был депутатом в валенсианском парламенте в период с 1995 по 2007 год, в 2010 примкнул к коалиции Compromis и выдвигался кандидатом в мэры на муниципальных выборах, с результатом в 9% занял третье место. В 2012 году, когда «Compromis» окончательно оформилась в политическую партию, стал одним из двух её лидеров.

### ПРОГРАММА

Жоан Рибо в ходе своей кампании выступал с популистских позиций и одним из его основных предложений стала борьба с коррупцией и закрытостью в городской администрации. Он призывал сделать её работу прозрачной и понятной, предавать огласке весь процесс принятия решений, что позволит повысить доверие к власти у населения, которое не будет иметь оснований подозревать чиновников в попытках незаконного обогащения, нецелевого использования средств и т.д. Также он обещал снизить зарплату себе и чиновникам администрации, бороться за сокращение внешнего долга города и урезание муниципальных расходов. Одним из главных лозунгов его кампании стал «Наш компромисс!» («El nostre compromis!»).

### ПОСЛЕ ВЫБОРОВ

Одной из первых мер по совершенствованию валенсийской администрации стал запуск практики обнародования всех подарков, которые преподносятся мэру. На сайте мэрии ежемесячно публикуются фото всех подарков, помимо этого здесь же пользователи могут найти сведения об использовании мэром и его командой служебных автомобилей (назначение поездки, километраж и прочие данные), а также информацию о расходах мэра, связанных с исполнением служебных обязанностей. Мэр также отказался от использования престижных бронированных автомобилей для передвижения по городу и выставил их на продажу, он предпочитает пользоваться велосипедом и дешёвым автомобилем «Ford Mondeo».



# Авторы



КУЗНЕЦОВ
Глеб Сергеевич,
Член Совета Директоров
Экспертного института социальных исследований (ЭИСИ)



**СОКОЛОВА Екатерина Никитична**, руководитель Департамента ЭИСИ, кандидат политических наук