АНАЛИЗ ДЕМОГРАФИЧЕСКОГО МЕССЕДЖА В ЭЛЕКТОРАЛЬНОЙ КАМПАНИИ КАНДИДАТА В ПРЕЗИДЕНТЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В.А. ДАВАНКОВА В 2024 ГОДУ

Аннотация

В данной статье исследуется вопрос применения демографического месседжа в избирательной кампании В.А. Даванкова. Автор предлагает классифицировать и оценить эффективность демографического месседжа в электоральной кампании кандидата, который позиционирует себя как сторонник прогрессивной партии. Оценка осуществляется с помощью контент-анализа на основании разработки математической модели посредством написания программы, свидетельствует о вынужденном использовании в своей агитации данного месседжа и представляет его с позиции развития человеческого капитала и необходимости развития комфортной среды для активного долголетия.

Ключевые слова: выборы, месседж, демография, демографический месседж, электоральная кампания, человеческий капитал, политический дискурс.

Автор

Никулина Дарья Сергеевна

Студентка Института лингвистики
и международных коммуникаций
Южно-Уральского государственного университета
(национальный исследовательский университет)
Челябинск, Россия

При разработке своей избирательной стратегии федеральной кампании уровня президента кандидат обязательно учитывает отношение к демографическим вопросам в независимости от спектра политических взглядов, так как президент в первую очередь представляет интересы нации в целом. Это особенно важно для анализа политических перспектив (АПМ) и на протяжении всей кампании, как отмечает И.А. Ветренко [9, с. 138].

В XXI веке наиболее часто к темам демографии обращаются консервативные и традиционалистские партии и политики. Здесь примером может служить высказывание депутата Государственной Думы от партии «Единая Россия» от 17 сентября 2024 года А.Ю. Кузнецовой: «Первые дети у нас должны родиться, когда маме примерно 20 лет, тогда семья, по статистике, сможет иметь трех, четырех и более детей. Как раз тот образ будущего, о котором говорил президент»[1]. Данный консервативный месседж транслируется на всех уровнях власти в современной России через меры государственной поддержки, оказываемой правительством РФ семьям и на уровни политического дискурса.

Исследования демографического развития долгое время занимали российских ученых, но особое внимание им уделяли со второй половины XX века. Советские и российские ученые, а именно В.А. Борисов [7], Д.И. Валентей [8], А.Я. Кваша [14], Б.Ц. Урланис [20] заложили основу для понимания влияния демографических процессов

[1] Первые дети у нас должны родиться, когда маме примерно 20 лет, тогда семья сможет иметь 4-х и более детей. — Кузнецова. // Дума ТВ. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://t.me/dumatv/4982 (дата обращения: 19.11.2024).

на социально-экономическое развитие страны. Они предложили методы учета демографических факторов в долгосрочных прогнозах, что улучшило качество государственных программ. После распада СССР исследователи В.Н. Архангельский [3], В.Э. Багдасарян [4], А.Г. Вишневский [11] продолжили развивать эти идеи, уделяя внимание новым демографическим вызовам, включая депопуляцию и миграционные процессы. Социологи И.И. Белобородов [5] и В.И. Жуков [12] показали, что социальные факторы, такие как уровень благосостояния и социальной защищенности, непосредственно влияют на демографические показатели. Исследования Ж.В. Черновой [21] помогли понять восприятие населением демографической политики государства и эффективность мер поддержки. Аксиологические исследования, проведенные Г.В. Антоновым [1], Н.В. Зверевой [13], О.Н. Савиновой [19], изучили роль семейных ценностей и культурных факторов в демографическом поведении. Исследователи утверждают, что эффективная демографическая политика должна опираться на традиционные ценности, такие как уважение к браку и родительству. В политическом дискурсе современной России такие ценности активно стали обсуждать в 2012 году в контексте программной статьи В. Путина «Россия: национальный вопрос», в которой он обозначил данные ценности общими и скрепляющими многонациональный народ России [6]. И далее во многих электоральных кампаниях демографический месседж становится значимым направлением позиционирования партии или кандидата.

Таким образом, исследования в области демографического развития, государственной политике в этой области и развития традиционных ценностей в электоральных кампаниях является значимым направлением для исследования в отечественной науке. Исследования советского и постсоветского периодов, как общетеоретические, так и прикладные, позволяют не только понять сущность демографических процессов, но и выработать конкретные рекомендации по их регулированию. Социологические и аксиологические аспекты демографической политики государства влияют на необходимость и форму демографического месседжа в электоральных кампаниях. Важным результатом этих исследований является осознание необходимости комплексного подхода к решению демографических проблем, который учитывал бы как экономические, так и социальные, культурные и идеологические аспекты развития страны.

Для анализа использования демографического месседжа был применен комплексный подход, включающий дискурс-анализ, контент-анализ на основании разработки математической модели посредством написания кода. Контент-анализ позволил систематизировать и количественно оценить упоминания и характер риторики, связанной с демографической повесткой, в заявлениях и программах кандидатов. Математическая модель на основе контент-анализа была использована для оценки влияния демографического месседжа на электоральные результаты. Особое внимание было уделено анализу специфики использования демографического месседжа партией «Новые люди» и их кандидатом на пост президента РФ в марте 2024 года для выявления их подходов к интеграции демографической повестки в политическую стратегию. Таким образом, предложенный подход обеспечил всестороннее исследование роли демографического месседжа в политических кампаниях и его влияния на электоральное поведение.

Стоит пояснить, почему в условиях современных обществ в избирательных кампаниях кандидатов на всех уровнях значительное место занимает демографический аспект. Особенно он актуален в странах, переживших так

называемый второй демографический переход. Этот период характеризуется обострением противоречий между семейными и трудовыми ролями, а также ослаблением традиционных ценностей, касающихся семьи, брака и воспитания детей [17, с. 172].

Обращение кандидатов или партий с демографическим месседжем, основанным на воспроизводстве населения, особенно характерно для тех, кто придерживается традиционалистских и консервативных взглядов. Их программная агитация направлена на преодоление снижения рождаемости, стимулирование многодетности, создание инфраструктурных объектов для семей с детьми и внедрение льгот для них и оптимизацию растущего давления на систему социального обеспечения.

Для формулирования своего демографического месседжа кандидат должен определиться со своей позицией по ключевым темам: поддержка семьи и материнства, пенсионное обеспечение и помощь пожилым людям, а также молодежная и миграционная политика.

В свою очередь, демографический месседж может существенно повлиять на восприятие избирателями партии, которая его выдвинула, и кандидата. Термин «месседж» появился в современном русском языке благодаря английскому языку и закрепился во многих сферах нашей жизнедеятельности, означая в каждой из них — сообщение или послание [15, с. 1].

Таким образом, месседж — это набор ключевых ценностей, которые определяют позицию кандидата по всем вопросам. Месседж более точно и полно отражает личность кандидата, чем его отдельные высказывания. Все, что кандидат говорит по этим вопросам, должно поддерживать и усиливать воздействие его месседжа [10].

Демографическая политика представляет собой деятельность государственных органов и других социальных институтов, направленную на прямое или косвенное воздействие на процессы воспроизводства и миграции населения, а также на ключевые факторы, влияющие на них [18, с. 101].

Значит, определение «демографического месседжа» можно сформулировать следующим образом. Демографический месседж — это краткое, целенаправленное сообщение, содержащее достоверную информацию, систематически транслируемую с целью убедительного воздействия на аудиторию в рамках реализации или популяризации демографической политики. Это сообщение акцентирует внимание на ключевых аспектах воспроизводства и миграции населения, а также на связанных с ними социальных, экономических и культурных факторах, стремясь сформировать соответствующие установки и действия в обществе.

Электоральные стратегии российских кандидатов зачастую включают обращение к социально-демографическим проблемам, особенно на федеральном и региональном уровнях. Примером может служить программа кандидата в Президенты РФ в 2024 году от КПРФ, Николая Харитонова, в которой он акцентирует внимание на «поддержке молодых и многодетных семей», «увеличении минимальной оплаты труда» и другом[1]. На федеральных выборах политические партии и ключевые кандидаты формируют широкие месседжи, направленные на поддержку демографической стабильности и экономической устойчивости. Одним из примеров может служить выступление В.В. Путина 19 декабря 2024 года на «Итогах года — 2024», в ходе которого он подчеркнул, что вопросы семьи в государственной политике должны занимать ведущие позиции, и только тогда «мы сможем выйти на успешное решение демографических

[1] Программа Победы. — Текст: электронный // КПРФ. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://kprf.ru/kharitonov-program (дата обращения: 21.11.2024).

проблем, создать такие условия, чтобы родители стремились иметь как можно больше детей»[1]. Таким образом, кандидаты, придерживающиеся традиционных ценностей, характеризуются использованием демографического месседжа в контексте увеличения воспроизводства населения.

Как уже отмечалось ранее, подобные сообщения больше характерны для кандидатов, придерживающихся консервативных взглядов, однако даже кандидату в президенты невозможно игнорировать эту тему. Партия «Новые люди» придерживается принципов классического либерализма, которые включают в себя поддержку прав человека, свободы слова и собраний, а также экономических свобод [2].

Чтобы исследовать эти аспекты, необходимо провести комплексный анализ, который будет включать в себя изучение текстов избирательной кампании В.А. Даванкова в 2024 году. Такой подход позволит нам понять, как демографический месседж отражается на риторике партии и ее кандидата.

Можно выделить 3 типа основных месседжей, которые были использованы в кампании В.А. Даванкова в 2024 году, отталкиваясь от этого, мы будем рассматривать наличие демографического месседжа. В кампании В.А. Даванкова, учитывая его политический бэкграунд (членство в «Новых людях»), акцент был дан на модернизацию и прогрессивные реформы. При проведении анализа мы выявили, что демографические месседжи были направлены на следующие обобщенные группы избирателей. Во-первых, это молодежь. Акцент был сделан на цифровую экономику, возможности карьерного роста, поддержку стартапов. Целью являлось привлечение молодых избирателей, апеллирующих к технологическим инновациям и социальной мобильности. Во-вторых, средний класс. Целью являлась мобилизация экономически активных избирателей за счет упрощения налогообложения, развития малого и среднего бизнеса. В-третьих, жители регионов России, при обращении к которым были подняты вопросы, связанные с инфраструктурой, развитием транспорта, доступом к современным медицинским и образовательным услугам. Для данных целевых групп были использованы следующие типы месседжей. Эмоциональный, который связан с призывом к оптимизму и надежде на перемены, а также с социальной справедливостью. Рациональный, при котором использовались цифры и факты, к примеру, обещание увеличить финансирование регионов на 25%, а также снизить налоговую нагрузку на малый бизнес. Противопоставление. Альтернатива традиционным кандидатам: акцент на инновации и «новый стиль» управления.

Для дальнейшего анализа мы будем использовать официальный сайт В.А. Даванкова[3]. Среди его программы мы можем фиксировать демографический месседж, включающий «массовый спорт» и «социальную политику и инвестиции в человеческий капитал», что можно обобщить до идеи создания условий для здорового развития личности[4].

На официальном сайте кандидата в разделе «Социальная политика и инвестиции в человеческий капитал» речь идет об обновлении социальной

[1] *Пламенев И., Зыкина Т.* Путин призвал переломить негативную ситуацию со снижением рождаемости // РБК. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.rbc.ru/society/20/12/2024/67658ed59a7947214c0dc906 (дата обращения: 20.12.2024).

[2] *Савостьянов С.* Чем известны партия «Новые люди» и Партия роста // ТАСС. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://tass.ru/info/19619615 (дата обращения: 23.11.2024).

[3] Программа в кандидаты президента России // Даванков — кандидат в президенты России 2024. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://davankov2024.ru/ (дата обращения: 15.11.2024).

[4] Там же.

сферы, которая «позволит людям создать счастливую семью», также акцент делается на молодые, многодетные семьи и будущих мам. Данный аспект рассматривает демографическую повестку с точки зрения формирования развития человеческого капитала (активное долголетие). Человеческий капитал (ЧК) — комплементарная полезность (способность удовлетворять какую-либо потребность) инвестиций, вкладываемых в уникальную систему качеств (целостная характеристика знаний, умений и навыков) и свойств (раскрываются в конкретных условиях и с отдельных сторон личности) человека [2, с. 47]. Другие кандидаты рассматривают данный вопрос с точки зрения того, чтобы повысить коэффициент рождаемости и стимулировать молодых людей к созданию семьи. В разделе «Массовый спорт» можно увидеть, что кандидат использует демографический месседж, в котором упор делается на то, что «любая семья может записать ребенка на спорт».

Таким образом, демографический месседж В.А. Даванкова заключается в развитии человеческого капитала с целью формирования внутренней мотивации населения для улучшения демографии, созданию условий для развития среды по формированию здорового образа жизни (так же через внутреннею мотивацию населения), что подтверждается его программой, указанной на официальном сайте.

Вопрос влияния использования демографии В.А. Даванковым можно оценить через математическую модель, основанную на контент-анализе, которая на основе данных с официального сайта может вычислить использование вопросов демографии в его предвыборной кампании.

При помощи контент-анализа математической модели и информации с официального сайта кандидата в президенты России В.А. Даванкова, определив смысловые единицы, основанные на демографической повестке — «демография», «семья», «семьи», «рождаемость», «дети», «многодетные», «мамы», «пособие», «родители», «молодые семьи», «материнство», «новорожденные», «усыновление», «детство», «подростки» — результат упоминания в программе кандидата демографического месседжа по подсчетам смысловых единиц составил 3 (см. приложение 1), что можно характеризовать как скорее вынужденное использование данного месседжа в рамках кампании. Процентное соотношение вопросов демографии в программе кандидата 0,11 % (см. приложение 1) среди всех слов.

На основе АПМ предвыборной кампании кандидата была выявлена тенденция, что темы, связанные с демографией, наиболее активно поднимаются в следующих частях программы: 1. «Социальная политика и инвестиции в человеческий капитал» (меры для поддержки молодых и многодетных семей, программы пособий, помощь в пособии для молодых мам, обеспечение комфортного детства для формирования созидательного поколения) и 2. «Равные права на самореализацию» (меры поддержки для родителей, предоставление жилья для студенческих семей с детьми).

Подводя итоги, можно выдвинуть предположение о том, что кандидаты от прогрессивных либеральных партий, таких как «Новые люди», в своей программе опирающиеся на основной посыл инновационности и акцентирующие внимание на урбанизацию, вынуждены прибегать к использованию демографического месседжа для привлечения избирателей. Это обусловлено тем, что в историческом контексте российской политической традиции подобные вопросы имеют высокую социальную значимость для сохранения себя как государства-цивилизации. Смыслы, которые конструируются в АПМ и используются партиями данного типа, делающих акцент

на технологии, в России имеют свою специфику в конструировании месседжа, связанного с акцентом на развитие человеческого капитала и создание условий для активного долголетия граждан, который, однако, не является основной программной характеристикой этих партий, но становится необходимым инструментом для достижения электоральных целей.

Выражаю благодарность своему научному руководителю Двойненко Максиму Олеговичу, старшему преподавателю кафедры международных отношений, политологии и регионоведения Южно-Уральского государственного университета, за ценные советы при проведении исследования и рекомендации по оформлению статьи.

Приложение 1

Код программирования на языке Python для вычисления процентного соотношения слов

```
import re
from docx import Document
doc_path = '/mnt/data/Программа_Владислава_Даванкова.docx'
document = Document(doc_path)
full_text = ""
for paragraph in document.paragraphs:
    full_text += paragraph.text + " "
keywords = [
    "демография", "семья", "семьи", "рождаемость", "дети", "многодетные",
    "мамы", "пособие", "родители", "молодые семьи", "материнство",
    "новорожденные", "усыновление", "детство", "подростки"
]
import re
mentions = sum(len(re.findall(rf"\b{word}\b", full_text, re.IGNORECASE)) for word in keywords)
mentions
Результат:3.
Процентное соотношение вопросов демографии в программе кандидидата:
total_words = len(re.findall(r'\b\w+\b', full_text))
percentage_mentions = (mentions / total_words) * 100
percentage_mentions
Результат: 0,11.
```

Литература

1. *Антонов Г.В.* Демографические установки населения как объект государственной демографической политики // Власть. — 2013. — № 9. — С. 149–153.
2. *Арнаут М.Н.* Человеческий капитал: базовое определение и принципы управления // Азимут научных исследований: экономика и управление. — 2021. — Т. 10, № 4(37). — С. 46–48. — DOI: 10.26140/anie-2021-1004-0008. — EDN XXTTET.
3. *Архангельский В.Н.* Детерминация репродуктивного поведения: методологические вопросы исследования и учет в демографической политике // Парадигмы и модели демографического развития: сборник статей XII Уральского демографического форума: В 2 т. — Т. I. — Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2021. — С. 179–195.
4. *Багдасарян В.Э.* К вопросу о формировании теории демографической вариативности как новой объяснительной модели демографических процессов. — М.: Научный эксперт, 2006. — С. 60–87.
5. *Белобородов И.И.* Социальные технологии формирования семейно-демографической политики в России в условиях демографического кризиса: Автореф. дисс. ... канд. соц. н. — М., 2008. — 25 с.

6. *Бислер М.А.* Традиционные ценности как составляющая российской безопасности: исследование президентского дискурса 2012–2022 гг. // Политическая наука. — 2023. — № 2. — С. 273–294. — DOI: 10.31249/poln/2023.02.12. — EDN VWZLSJ.
7. *Борисов В.А.* Еще одна дата возникновения теории демографической революции // Социологические исследования. — 1989. — № 3. — С. 135–137.
8. *Валентей Д.И.* Теория и политика народонаселения. М.: Высшая школа, 1967. — 184 с.
9. *Ветренко И.А.* Периодизация электоральной кампании и ее аналитическое сопровождение // Вестник Омского университета. Серия: Исторические науки. — 2024. — Т. 11, № 2(42). — С. 134–140. — DOI: 10.24147/2312-1300.2024.11(2).134–140. — EDN BQEGZO.
10. *Двойненко М.О.* Масс-медийный образ врага в коммуникативной тактике избирательных кампаний // Наука ЮУрГУ. Секции социально-гуманитарных наук: Материалы 75-й научной конференции, Челябинск, 11–12 апреля 2023 года / Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Южно-Уральский государственный университет. — Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2023. — С. 340–345. — EDN OYHDNF.
11. Демографическая модернизация России, 1900–2000 / Под ред. А.Г. Вишневского. — М.: Новое издательство, 2006. — 608 с.
12. *Жуков В.И.* Демографический потенциал России. — М.: Изд-во Российского гос. социального ун-та, 2010. — 457 с.
13. *Зверева Н.В.* Демография современной России: преемственность развития или «догоняющая модернизация»? // Федерализм. — 2012. — № 1(65). — С. 89–102. — EDN OVXWUJ.
14. *Кваша А.Я.* Демографическая политика в СССР. — М.: Финансы и статистика, 1981. — 200 с.
15. *Моругина И.Н.* Политический месседж как имиджеформирующий фактор // Nauka.me. — 2018. — № 2. — С. 3. — EDN JLRLOB.
16. *Октаева Е.В.* Математические модели и методы оценки рисков // Молодой ученый. — 2016. — № 15(119). — С. 310–313. — EDN WHJKYR.
17. Родители и дети, мужчины и женщины в семье и обществе / Под науч. ред. С.В. Захарова, Т.М. Малеевой, О.В. Синявской; Независимый институт социальной политики. — М.: НИСП, 2009. — С. 163–184.
18. *Рыбаковский О.Л.* Демографическая политика: определение, структура, цели // Наука. Культура. Общество. — 2019. — № 1. — С. 100–111. — EDN ZARAEP.
19. *Савинова О.Н.* Ценностные ориентации в СМИ: к проблеме продвижения традиционных семейных ценностей // Демографические исследования. — 2012. — № 14. — 5 с.
20. *Урланис Б.Ц.* Народонаселение: Исследования, публицистика. — М.: Статистика, 1975. — 196 с.
21. *Чернова Ж.В.* Семья как политический вопрос: государственный проект и практики приватности / Ж.В. Чернова; [Европейский ун-т в Санкт-Петербурге]. — СПб.: Изд-во Европейского ун-та в Санкт-Петербурге, 2013. — 287 с.