

ВЛАСТЬ И ПОЛИТИКА

ЭКСПЕРТ

За закрытыми штабами

Как на самом деле проходила избирательная кампания нового депутата краевого парламента



Людмила Озновишина,
директор Центра
избирательных технологий

Сейчас, читая комментарии высокопоставленных персон о том, что «ничего страшного не произошло» и «победитель выборов устраивает всех», остается вопрос: а стоило ли тогда огород городить? За кадром — затраченные ресурсы, поляризация местных элит, беспрецедентное для Соликамска использование административных рычагов.

Неожиданный отказ главы Соликамска Сергея Девяткова от участия в выборах сделал вопрос о том, кто мог бы победить, практически решённым. Скорее всего, это был бы Алексей Попов, третий участник выборной кампании. Если бы он принимал участие в выборах в паре с Евгенией Насекиной, то легко победил бы. Во-первых, за них не было «чиновниччьего» багажа местных проблем, которые в Соликамске присутствуют, в том числе и по социальному направлению. Во-вторых, его протестная повестка находила хороший отклик у избирателей. Поэтому основной вывод на старте кампании можно было сделать следующий: процедуру отбора кандидатов надо проводить как можно более тщательно.

Соликамск — город промышленный, с хорошими традициями, с богатым кадровым резервом. Из 36 тыс. избирателей, проживающих в округе №13, почти 10 тыс. заняты в промышленном производстве, поэтому чиновник, выдвинутый здесь на выборы, должен обладать огромным авторитетом и хорошей репутацией.

Решение выдвинуть Юрия Фисюка было обусловлено не столько желанием промышленного предприятия (ОАО «Соликамсбумпром») укрепиться в краевом парламенте, сколько стремлением помешать прохождению в Законодательное собрание людей неизвестных, несистемных. Фисюк же — человек компетентный и грамотный.

В итоге он победил и в Соликамске, и в Александровском и Соликамском районах. Это доказывает, что стратегия его выборной кампании была выбрана верно.

Стоит учитывать, что в округ №13 входит территория Соликамска, где проживают калийщики и магниевики и где появление кандидата из северной части города, из Боровска, воспринимается очень болезненно. К сожалению, город до сих пор ментально расколот на две половины. То есть объективные условия

за многочисленными комментариями в СМИ о ходе технической, по сути, избирательной кампании в Кунгуре и о «краснокамских кошмарах» самая масштабная, действительно конкурентная и интересная выборная гонка нынешнего сезона осталась незамеченной. Речь идет о довыборах в краевое Законодательное собрание по округу №13. Именно здесь можно было ощутить всю сложность проведения выборов в начале сентября. Плюс к этому на выборы здесь так или иначе наложились два фактора: голосование в Александровском районе и ситуация с ОАО «Уралкалий».

Появления кандидата от «Соликамсбумпрома» были очень непростые.

В Александровском районе проходило несколько выборных кампаний, избиратели получали пачки агитационных материалов практически каждый день. Делать к трём агитационным газетам «в нагрузку» ещё и четвёртую было крайне нерационально. А заваливать листовками с призывами и обещаниями — неэффективно.

Но самым проблемным в такой кампании стало преодоление административного ресурса в Соликамске. До объявления агитационного периода в СМИ заместитель главы администрации Евгения Насекина регулярно появлялась на местном телевидении. Попутно массово выходили сюжеты и статьи о прекрасной работе мэрии, о скорейшем разрешении всех-всех проблем. И это не

считая разнообразных совещаний с бюджетниками, подключения соцзащиты по голосованию на дому. В последнюю неделю глава города не сходил с экранов с агитационными выступлениями. То есть административный ресурс работал здесь на полную катушку.

Штаб другого кандидата, Алексея Попова, по максимуму использовал всю палитру протестной повестки. Поэтому так важно было найти свою нишу, свою стратегию работы. За основу были взяты следующие подходы.

— Дифференцированное ведение кампании в каждой территории, соответственно, содержательно агитация в каждой территории была своя.

— Работа на рост и закрепление узнаваемости. Социологи отмечали: в летнюю предвыборную кампанию известность кандидата может «плыть»,

размываться. Это связано с прибытием отпускников, с отсутствием дома представителей активного избирателя.

— Содержательно отстраиваться от конкурентов стали на последнем этапе. Согласно всем социологическим исследованиям, за неделю до выборов процент «болота» был очень велик — 50%. Для отстройки была выбрана (особенно в Соликамске) линия самовыдвиженца. Поэтому когда избиратели узнавали, что Юрий Фисюк — единственный кандидат, выдвинутый в Законодательное собрание соликамцами, а не партийными структурами, это являлось для них хорошим аргументом.

Эмоционально кампания проходила на подъёме, с большим количеством личных встреч.

К тому времени конкуренты (и Евгения Насекина, и Алексея Попова) «оседали» две любимые стандартные темы — рост зарплат, пенсий, пособий и коммунальную тему. Но избиратель поумнел, борьбой с коммунальным бардаком и обещаниями повысить зарплаты уже никого не удивишь. Поэтому люди голосовали либо ногами (не ходили на выборы), либо предпочитали Юрия Фисюка, который если и предлагал, то реальные пути решения проблем.

В выборных газетах впервые использовалось большое количество инфографики. Поэтому рекламные технологии в сочетании с работоспособностью кандидата, его команды и выверенная эмоционально кампания принесли свои плоды. ■



Руководитель «Соликамсбумпрома» Виктор Баранов сумел усадить своего человека в депутатское кресло в краевом парламенте, ставшее вакантным после того, как Геннадий Тушноловов согласился возглавить правительство Пермского края