

Серия «Библиотека политических технологий»



Е. Н. Минченко

КАК СТАТЬ И ОСТАТЬСЯ ГУБЕРНАТОРОМ

Издательство
«Урал ЛТД»

УДК 342.84
ББК 66.3(2 Рос)68
М 62

ISBN 5-8029-0173-X

© Издательство «Урал ЛТД», 2001
© Минченко Е. Н., 2001

Содержание

Книга «о гайках и болтах». Введение	10
Свердловский полигон. Выборы губернатора Свердловской области-1995	15
Психологическая характеристика Эдуарда Росселя. Приложение	27
Коротко о методологии комплексного описания личности политика	27
Трудное детство: источник силы и слабости	32
Ресурсы личности	33
Обратная сторона медали	34
Сила внушения: стратегии воздействия	37
Контроль: потребность и реакция на стресс	42
Тип личности: «Делать — сейчас, платить — позже»	44
Имидж	46
Выводы	50
Дополнительные цитаты	51
Как перестать быть губернатором. Выборы в челябинской области-1996	59
Долгая дорога к поражению	59
Правила игры и игроки	64
Динамика кампании	69
Итоги	75
Освещение прессой заказных убийств в Челябинской области: технологический аспект. Приложение	77
Выводы	81

Иркутский блицкриг. Выборы губернатора Иркутской

области-1997	83
Контекст выборов	83
Кандидаты	84
Ход кампании	86
Итоги	91

Красноярская эпопея. Выборы губернатора

Красноярского края-1998	93
Долговременные политические и социально-экономи- ческие факторы, повлиявшие на исход выборов	94
Ситуативные факторы, оказавшие влияние на ход кампании .	97
Ход кампании в первом туре	97
Ход кампании во втором туре	109
Послесловие	112

Психологический комментарий к теледебатам

Зубов – Лебедь. Приложение	115
Контекст дебатов	115
Установление правил	116
Игра по правилам	117
Дискуссия	127
Дискуссия под видом игры по правилам	128
Перемирие	135
Обращение к избирателям	137
Выводы	138

Звездные войны губернатора Росселя. Выборы

губернатора Свердловской области-99	142
Расстановка сил на старте	142
Борьба за элиты, или Возвращение Джедая	145
Сценарий выборов	151
Битва медиа-холдингов, или Империя наносит ответный удар	154

Неласковый «Май», или Скрытая угроза	160
Кандидаты второго плана и интрига второго тура	162
Постфактум	164
Сравнительный анализ личностных особенностей Э. Э. Росселя и А. М. Чернецкого. Приложение	167
Юридические аспекты губернаторских избирательных кампаний. Приложение	173
Ханты-Мансийский плацдарм. Выборы губернатора Ханты-Мансийского автономного округа-2000	196
Элитные игры	203
Кампания губернатора	211
Пенсионер в борьбе за недра	214
Сценарные войны	217
Итоги	219
Контуры предстоящей кампании по выборам губернатора Ханты-Мансийского округа. Приложение	221
Особенности национальной охоты на губернаторов-1999	221
Москва слезам не верит, или Занимательная физика региональных выборов	226
Элитный консенсус, или Кольцо друзей сжималось	230
Словник для составителей текстов. Приложение	233
Челябинская область: сценарий победы. Выборы губернатора Челябинской области-2000	235
Смысл событий	235
Правила игры	238
Формирование сценария выборов	244
Петр Сумин: курочка по зернышку клюет	246
Валерий Гартунг, красивый и решительный, или Один и тот же фокус два раза не показывают	249
Михаил Гришанков: Путин нас поддержит	253
Владимир Уткин: где я раньше был?	256

Пропавшая коалиция	257
Итоги	260

Качественный анализ динамики мотивации избирателей в ходе выборов губернатора

Челябинской области. Приложение	262
Критерии выбора	264
Портрет идеального губернатора	266
Имиджи основных претендентов	268
Аргументация «за» и «против» возможных претендентов на пост губернатора	273
После выборов	283
Таблицы	286

«Темная лошадка» начинает и выигрывает.

Выборы губернатора Приморского края-2001	299
Ты помнишь, как все начиналось?..	299
Моряк, который слишком долго плавал, или утраченные иллюзии	305
Не догоним, так согреемся	308
Охотники за Синей Птицей, или Битва за административный ресурс	310
«Темная лошадка»	318
Фактор Наздратенко	320
Второй тур: без сюрпризов мы не можем	323

Анализ предвыборных ресурсов кандидатов в губернаторы

Приморского края. Приложение	326
---	-----

Приморье, которое мы потеряем? Аналитическая записка, подготовленная по заказу федеральных структур.

<i>Приложение</i>	341
-------------------------	-----

Действующие лица. Биографии некоторых героев

этой книги. <i>Приложение</i>	351
-------------------------------------	-----

Результаты выборов руководителей регионов**России. Приложение** 402**Как это делается в России. Комплексная технология**

проведения кампании по выборам губернатора 415

Факторы, влияющие на исход выборов 415

Непрерывный политический цикл 436

Губернатор накануне выборов 440

 Стратегическое планирование избирательной
 кампании 444

Как остаться губернатором 450

Как стать губернатором 456

Битва в чистом поле 460

Интерпретация итогов выборов 461

Вместо заключения 462

Обратная сторона политики. Интервью

с Евгением Минченко 463

Книга «О гайках и болтах»

*Мудрый учится на чужих ошибках,
умный — на своих,
дурак ничему не учится.*

Народная мудрость

Вы держите в руках книгу, посвященную выборам губернаторов. Пожалуй, выборы глав исполнительной власти регионов — это наиболее сложные с технологической точки зрения выборы, своего рода «высший пилотаж» для профессионала.

Несмотря на многочисленные разговоры о том, что после начатой Владимиром Путиным реформы исполнительной власти влияние губернаторов сведется к нулю, автор уверен, что тема остается актуальной. Почему-то желающих быть губернатором меньше не становится, а если судить по затраченным на последние выборы бюджетам, людей, готовых эти выборы финансировать, более чем достаточно.

Кстати, умение правильно вложить деньги в политику — тоже искусство. Ведь мы неоднократно были свидетелями того, как люди, обеспечивавшие, в том числе и финансово, приход губернатора к власти, в итоге получали прямо противоположный результат. Вспомним хотя бы многострадального Анатолия Быкова, который в немалой степени поспособствовал победе Александра Лебеда в Красноярском крае. Но это тема для отдельной книги.

Здесь же мы хотим рассмотреть методы прихода к власти в регионе и ее удержания. Основное внимание уделяется элементам стратегического планирования и критериям выбора наиболее эффективных приемов из многообразного арсенала избирательных технологий.

Один из друзей автора этой книги, прослушав аудиозапись конференции по избирательным технологиям, сказал: «Ну вот, опять ты о гайках и болтах. Все рассказывают об этических нормах консультанта, о гра-

ницах применимости технологий, о месте технологов в политическом процессе, а ты — о том, как это на самом деле бывает».

Разговоры об этической стороне предвыборных технологий всегда казались автору несколько нарочитыми. Как правило, люди, которые любят порассуждать о профессиональной этике, принадлежат к двум категориям — это или неумехи, которые пытаются прикрыть подобными рассуждениями собственную профессиональную несостоятельность, или циники, которые на практике ведут себя с точностью до наоборот. А самое главное — попытки установить так называемые профессиональные стандарты и ввести элемент регулирования деятельности политтехнологов чаще всего оказываются способами перекраивания рынка в чью-либо пользу.

На наш взгляд, к тому, что принято называть «грязными» технологиями, в большинстве случаев прибегают от недостатка профессионализма, и эффективность их весьма сомнительна. Есть такой распространенный типаж — «черные технологи». Их разговор с потенциальным заказчиком, вне зависимости от ситуации, сводится к обещаниям применить «ну самые грязные технологии» за соответствующую плату. Как способ «разводки» — эффективно, как способ одержать победу — срabатывает далеко не всегда, поскольку правильная организация контрkamпании требует особых усилий и филигранной работы.

Выбор инструмента диктует ситуация. Именно поэтому в книге с громким названием «Как стать и остаться губернатором» мы не стали идти по пути многих наших коллег и писать нечто вроде учебника. Тем более что очень уж все эти учебники напоминают самоучитель по каратэ — вроде все понятно и красиво, но с хулиганами в темном переулке лучше не встречаться.

Подобно тому, как в шахматах в качестве метода обучения используется анализ партий, так и применительно к выборам весьма полезно анализировать уже прошедшие кампании. Тем более что ссылки на какие-

либо отдельные приемы, использованные в той или иной кампании, и их чудодейственность широко используются как в политической публицистике, так и во вполне наукообразных статьях. Автору доводилось встречать безапелляционные заявления о том, что Лебеда, например, губернатором сделал Доренко, а Дарькина — Наздратенко. В действительности все намного сложнее, и смысл той или иной использованной технологии становится ясен только при понимании общего контекста кампании. Нет одного общего рецепта на все случаи жизни, и не бывает работающей во всех случаях единой технологии. Однако существует определенный инструментарий анализа многофакторной политической реальности и принятия на основании этой информации решений, выработки стратегии и тактики кампании.

Данная книга включает в себя описание нескольких кампаний (case-study) по выборам губернаторов в разноплановых регионах.

Немного о критериях отбора. Во-первых, здесь описываются успешные кампании как действующих губернаторов (в Свердловской и Челябинской областях — в 1999 и 2000 гг., в Ханты-Мансийском автономном округе — в 2000 г.), так и их оппонентов (в Свердловской и Челябинской областях — в 1995 и 1996 гг., в Красноярском крае — в 1998 г.), а также стратегии претендентов, действующих в условиях неучастия в выборах главы региона (в Иркутской области — в 1997 г. и в Приморском крае — в 2001 г.). Некоторые из них, такие как, скажем, выборы в Свердловской области, Красноярском и Приморском крае, стали событиями в масштабе всей страны и стоят в особом ряду. Да и выборы губернатора Ханты-Мансийского округа, оставшиеся незаметными на фоне президентской кампании Путина, фактически подготовили почву для последующей победы Сергея Собянина на выборах губернатора Тюменской области.

Во-вторых, описываются те кампании, в которых автор непосредственно участвовал либо в качестве технолога, либо в качестве независимого эксперта, а

соответственно, имел доступ не только к открытым источникам информации¹, что давало возможность понимать глубинные процессы. Естественно, это накладывает на автора некоторые ограничения в смысле конфиденциальности информации, и кое-что неизбежно осталось за кадром.

Большая часть аналитических записок писалась по горячим следам, и автор при составлении книги решил оставить их в том виде, в каком они были, ограничившись лишь минимальной редакторской правкой и исправлением некоторых фактических неточностей. Возможно, это привело к некоторому стилистическому разнообразию, но зато сохраняется энергетика только что прошедшей и пережитой кампании, что, наверное, тоже немаловажно и небезынтересно для читателя.

В приложениях к некоторым главам вы встретите документы, иллюстрирующие разнообразный инструментарий политического технолога — психологический анализ личности политиков, качественные исследования массового сознания, политологический анализ ситуации и, естественно, описание выходящих сегодня на первый план юридических аспектов избирательных кампаний.

Книга рекомендуется действующим политикам, членам их команд и профессиональным политтехнологам.

Автор будет рад, если данная книга послужит вам подспорьем в практической политической деятельности или стимулом для генерирования новых идей.

И в заключение — несколько слов по поводу принятой в книге терминологии. Естественно, не во всех регионах России глава исполнительной власти именуется губернатором, но для удобства используется именно это наиболее распространенное название. Автор заранее извиняется перед сторонниками политкорректности за то, что, говоря о кандидате, именуется

¹ В частности, в книге широко используются результаты социологических исследований, проводившихся избирательными штабами кандидатов. Характеристики этих исследований: выборка — не менее 1500 респондентов, маршрутная, пропорциональная, перевзвешенная. Статистическая погрешность — в пределах 3%.

его «Он». Естественно, автор отнюдь не исключает участия женщин в политическом процессе, более того, всячески его приветствует.

Автор выражает свою благодарность коллегам, совместная работа с которыми была одинаково приятна и полезна:

Наталье Беленко
Игорю Даровину
Игорю Дубову
Виктору Гафту
Алексею Куртову
Сергею Маркелову
Михаилу Омскому
Николаю Петропавловскому
Игорю Писарскому
Юлии Русовой
Николаю Сидорову
Алексею Ситникову
Александрю Чумикову
Александрю Шаравину

...друзьям и соратникам по «Нью Имиджу», которые также являются полноправными соавторами этой книги:

Ирине Выбойщик
Владиславу Андрюшину
Сергею Кравцову
Алексею Баранову
Алексею Бурлеву
Андрею Горюнову
Тихону Паскалю
Льву Харламову.

Особая благодарность — Эдуарду Коридорову и Станиславу Наумову за их ценные замечания и предложения, а также Фрэнку Фарелли за моральную поддержку.

Свердловский полигон

Выборы губернатора Свердловской области-1995

Выборы губернатора Свердловской области, проведенные после долгого перерыва, стали первыми в новом электоральном цикле и послужили эталоном всех дальнейших выборов глав исполнительной власти. Поэтому они имели федеральное значение и привлекли особое внимание центральных СМИ. В первую очередь это стало ресурсом для опального Эдуарда Росселя, поскольку, как правило (и данный случай не был исключением), позиции претендента в местном информационном пространстве слабее, чем у действующего главы.

В условиях рассредоточения административного ресурса между тремя кандидатами более значимыми становились такие ресурсы, как личность кандидата и грамотная организация предвыборной кампании. Именно в сфере выборных технологий появились интересные новинки, такие как успешная передача голосов между первым и вторым туром (что затем было применено на выборах Президента 1996 г.), технология «запутывания», эффективно использованная Росселем в борьбе с компроматом против него, удачные примеры игры «в третьего» и превращения губернаторских выборов в плацдарм для решения других задач.

На этих выборах, расписанных как шахматная партия, победителей оказалось больше, чем один. Эдуард Россель получил кресло губернатора, Валерий Трушников — председателя областного правительства, Евгений Зяблицев и Малик Гайсин стали депутатами Государственной думы. Не осталась обделенной и команда Антона Бакова¹, сыгравшая для Росселя роль бульварьера. Впрочем, обо всем по порядку.

¹ Один из сторонников Бакова, Александр Бурков, возглавил после выборов областной комитет по управлению госимуществом.



Эдуард Россель

Осенью 1993 г. Эдуард Россель потерял пост главы администрации Свердловской области¹, но приобрел он больше — имидж незаслуженно обиженного страдальца за народ. Идея равенства всех субъектов Федерации, выразившаяся в парадоксальной форме провозглашения «Уральской республики», была поддержана на апрельском референдуме 1993 г. 84% избирателей области и продолжала оставаться популярной.

На волне сочувствия к гонимому властью Росселю он легко победил 12 декабря 1993 г. на выборах в Совет Федерации, создал движение «Преображение Урала», а затем победил на выборах в областную Думу и в апреле 1994 г. стал ее председателем. Несмотря на то что депутаты от «Преображения» не имели большинства в Думе, Росселю в ходе активных переговоров с депутатами удалось объединить вокруг себя до 70% законодателей. Получив статусный пост, Эдуард Эргартович привлекал к себе союзников в элите, одним уже сегодня помогая решать их проблемы, а другим обещая блага в случае своего возвращения в главное кресло области.

Для любого претендента вполне применима *стратегия Росселя* — *имиджевые дивиденды превращаются в статусную позицию, а та, в свою очередь, конвертируется в новые имиджевые дивиденды*. Победа на одном из направлений позволяет получить более сильные позиции на другом.

Несомненной имиджевой победой Росселя стало принятие в октябре 1994 г. Устава области², продолжа-

¹ Недоброжелатели Эдуарда Эргартовича любят рассказывать истории о том, что на самом деле идея Уральской республики выдвигалась Росселем при негласной поддержке Кремля с целью шантажа руководителей национальных республик, и только когда Шаймиев и Рахимов не только не поддались на провокацию, а наоборот — поддержали Росселя, Москва была вынуждена пойти на его снятие.

² Впоследствии, уже во время выборов, ряд положений Устава был оспорен в Верховном суде, однако команда Страхова этот факт никак не использовала.

ющего традиции «Уральской республики», и закона о выборах губернатора. Прибавил ему популярности и ряд принятых Думой популистских законов (о помощи ветеранам и т. д.).

И как публичный политик, и как опытный переговорщик, Россель превосходил Алексея Страхова, назначенного в январе 1994 г. главой администрации области, а до того занимавшего пост заместителя мэра Екатеринбурга. *Страхов позволил втянуть себя в жесткое противостояние с областной Думой и тем самым настроил против себя депутатов. К переговорам с областными элитами он приступил только накануне выборов*, когда у Росселя уже была налажена система взаимоотношений. Не осталась незамеченной и активная деятельность Страхова по максимальному откладыванию выборов губернатора, которая создавала неблагоприятное впечатление — значит, боится открытой борьбы и предпочитает поражение.

Роковым для губернатора стало решение возглавить областную организацию ВОПД «Наш дом — Россия». К тому моменту в окружении президента было достаточное количество людей, опасавшихся усиления Черномырдина (в первую очередь, группа Коржакова—Сосковца). *Выборы губернатора Свердловской области стали своеобразными «праймериз» перед выборами в Госдуму, и оппоненты Черномырдина внутри властной элиты сделали ставку на Росселя*. Кроме того, антирейтинг ЧВСа и его «партии чиновников» неизбежно переносился на Страхова, известность которого на старте кампании не превышала 40%, а содержательная известность была и того ниже¹.

Имиджевое положение Страхова перед выборами было достаточно сложным: клеймо «диспетчера Москвы» плюс два громких скандала, связанных с приватизацией предприятий алюминиевой промышленности (корпорация «АЛКОР», под контролем которой оказалось около 70% всего сырья в стране) и так называемым

¹ Достаточно сказать, что в «глубинке» многие были уверены, что Россель до сих пор возглавляет область.

«хлебным делом» (когда на закупку зерна для области был выделен кредит в размере 12 млрд рублей, половина из которых исчезла)¹.

То, что Страхов *однозначно ассоциировался с «партией власти»*, подвинуло его консультантов изменить оценку этого факта, делая акцент на том, что Страхов — это «*добрая сила*». Однако этот лозунг, скалькированный с избирательной кампании Франсуа Миттерана (и впоследствии неоднократно использованный его автором Жаком Сегелой), плюс коллективистские мотивы (с акцентом на «единстве») не возымели желаемого результата. В агитационных материалах Страхова было слишком много официоза (в отличие от более «личных» и непринужденных обращений Росселя). У Страхова была отвратительная наглядная агитация, совершенно не соответствующая официальному имиджу. Листовки были решены в молодежно-гопническом стиле. Например, становой хребет Урала издали очень походил на очередь голых женщин, держащих шайки, в баню. На полном серьезе обсуждался и даже был подготовлен выпуск книжки-раскраски для детей, где Россель фигурировал как тевтонский рыцарь, а Страхов — как русский богатырь.

Собственно мессидж кампании Страхова, проходившей под девизом «Уверенность и сила», сводился к банальной мысли: «Сидел на этом кресле и дальше собираюсь». Однако за счет быстрого роста известности и целевой работы в Екатеринбурге удалось получить первоначальный скачок рейтинга (до 30%), который, впрочем, не удалось удержать даже на этом уровне.

Как и большинство «назначенцев», Страхов оказался не силен в личных контактах с людьми, публичных выступлениях. Встречи с избирателями в большинстве своем стали для него провальными. Поэтому *отказ Страхова от дебатов с Росселем*, несомненно, не

¹ Это громкое дело после многолетних разбирательств закончилось ничем, но перед выборами это был подарок оппозиции.

прибавивший ему популярности, был *«меньшим злом» по сравнению с возможным фиаско.*

Вопреки мифу о том, что Страхов опирался на московские, а Россель — на местные финансовые элиты, первого поддержали именно Свердловские банки, среди которых можно выделить «Уральский банк реконструкции и развития», Уралкомбанк, КУБ-банк, Свердловсоцбанк, а также местные отделения Промстрой- и Центробанка. В результате избирательный фонд Страхова оказался самым большим — 793 млн руб., хотя, по оценкам экспертов, сумма, затраченная на его кампанию, составляла не менее 20 млрд руб.

Сильным, хотя и не принесшим ожидаемых дивидендов, ходом стала осуществленная по просьбе Страхова выплата федеральным центром части долгов оборонным заводам региона. Это произошло слишком поздно и было воспринято (не без помощи команды Росселя) как попытка покупки голосов. В общем, Страхов бросился решать проблемы, вместо того чтобы рапортовать о достигнутом.

Организационно штаб действующего главы представлял собой бесформенный конгломерат чиновников, личных друзей и знакомых Страхова, а также немногочисленных профессиональных журналистов и организаторов. Например, руководителем кампании стал бесконечно далекий от политики человек — директор недостроенного метрополитена Сурин.

Страхов, несомненно, доминировал на Центральном телевидении (которое предсказывало его уверенную победу) и на местном государственном, что было особенно важно для сельских районов и малых городов, которые не принимают коммерческие телестанции (поддерживающие скорее Росселя). Среди газет, занявших простраховскую позицию, можно назвать «Торг» и «Главный проспект» (перед вторым туром). Кандидатуру Страхова поддержали местные отделения движений «Демвыбор России», «Вперед, Россия», «Наш город», «Земский союз», екатеринбургский Совет ветеранов войны и труда. Из Москвы поддержать Страхова

приехал известный бизнесмен Артем Тарасов¹ (и совершенно напрасно, поскольку подтвердил тем самым версию о том, что Страхов — ставленник московских финансистов). Зато удовольствие екатеринбуржцам доставили концерты Валерия Леонтьева.

В противовес «формальному лидеру» Страхову команда Росселя демонстрировала его качества харизматического лидера. Большое количество встреч с избирателями в сочетании с изобразительным рядом рекламной продукции (где Россель всегда предстает в окружении людей) создавали впечатление «близости к народу»².

В очередной раз *разыгрывался образ гонимого страдальца*, в состав которого был умело инкорпорирован рассказ о нелегком детстве Росселя.

Естественно, что основной программной идеей «отца Уральской республики» и кандидата от «Преображения Урала» оставалось требование равноправия регионов. С другой стороны, необходимо было отмежеваться от обвинений в сепаратизме, что делалось благодаря использованию в рекламных носителях слогана «Россель — сын единой России».

Кроме «Преображения Урала», кандидатуру Росселя поддержали местная организация ПРЕС (лидер — Антон Баков, депутат областной Думы и издатель газеты «Республика»), Союз пенсионеров, «бабушка русской демократии» М. Салье, И. Кобзон. Что же касается СМИ, то, кроме уже упомянутой «Республики», можно выделить благожелательное отношение коммерческих телестанций АСВ и «Четвертый канал». Битва за «районки» была выиграна Росселем уже в ходе кампании. Если на старте выборов большая часть местной прессы склонялась в сторону Страхова и даже бесплатно публикова-

¹ Точнее, ехал он поддерживать своего соратника по Партии экономической свободы Некрасова, но к тому времени Некрасов уже снял свою кандидатуру в пользу Страхова.

² Было сделано до 10 видов адресных листовок, на которых Россель был заснят с представителями разных социальных групп: например, фото с ветеранами и немудреный слоган «Дорогие мои старики, я с вами».

ла его агитационные материалы, то затем Россель переломил ситуацию тем, что материально помог многим редакциям, в том числе купил факсы.

Официальный избирательный фонд Росселя составил 254 млн руб., и он был единственным из кандидатов, кто не назвал источники финансирования. Можно предположить, что это были представители местной «контрэлиты» — фирмы и предприятия, которым не удалось добиться для себя «режима наибольшего благоприятствования» со стороны администрации области.

Страховские СМИ пытались создать Росселю образ «кандидата от криминала», называя в качестве его основных спонсоров «уралмашевскую преступную группировку» (в те времена эта уважаемая организация еще не носила политкорректное название «уралмашевское экономическое сообщество»). Однако в ответ команда Росселя прибегла к *технологии «запутывания»* — *те же самые обвинения не менее массово зазвучали в адрес основного оппонента* (например, «Известия» заявили, что «мафия» решила поддержать действующего Страхова).

То, что Россель уже был у власти, не ставилось ему в вину, скорее наоборот, поскольку во времена его правления был развернут ряд программ, впоследствии «похороненных» Страховым, в частности, программа помощи военным (6 млрд руб.), на которую Страхов выделил только 1,8 млрд руб. Зато серьезные имиджевые проблемы возникли у Росселя на фоне скандала с его четырехэтажным коттеджем в Малом Истоке. Так и повелось с тех пор: ни одни губернаторские выборы не обходятся без темы роскошного дома (коттеджа, квартиры, на худой конец, автомобиля) одного из претендентов.

Выгодно подчеркивался *контраст между мощным финансированием Страхова и «скромным» финансированием Росселя*, хотя на самом деле разница в размерах была невелика: несомненно, закупка фильмов для фестиваля «Новое кино России», проходившего под эгидой движения «Преображение Урала», обошлась Росселю в кругленькую сумму.



Валерий Трушников

Наиболее выигрышной особенностью предвыборной кампании Росселя была ее направленность на личный, неформальный контакт с избирателями. При этом сам Эдуард Эргартович практически не критиковал Страхова. За него это с успехом делал председатель комитета областной Думы по законодательству Антон Баков. 30-летний депутат, «мальчиш-плохиш Свердловской политики», к тому времени уже успел прославиться своими попытками

создания Мансийской республики и ее присоединения вместе с нефтяными месторождениями к Свердловской области (в 1993 г.). *Баков и его команда превратили политику в выгодный бизнес.*

Однако жестокая война между Росселем и Страховым увеличивала антирейтинг обоих основных претендентов. Избиратели начали уставать от беспрерывных конфликтов, и тут на политической сцене появился первый заместитель главы администрации области *Валерий Трушников*.

Кампания Трушникова была полностью проведена на позитивной ноте. Имидж «своего человека», «рубашки-парня» и в то же время опытного хозяйственника дополнялся идеей «золотой середины» между Росселем и Страховым. Была выдвинута компромиссная идея о том, что «губернатор должен быть вне политики настолько, насколько это возможно». Более политическим, по мнению Трушникова, является пост председателя Думы, но его и так уже занимает Россель.

Выдвижение Трушникова стало неожиданностью для Страхова¹ и еще больше распылило административный и финансовый ресурс. На стороне Трушникова выступили собственники ряда предприятий алюминии-

¹ А с другой стороны, кто мешал губернатору быть полюбезнее с потенциальным соперником, который пошел на выборы, в частности, потому, что у него начали отбирать реальные рычаги влияния на экономику.

евои отрасли, несколько мэров, местные структуры МЧС и ДОСААФ. Среди общественно-политических движений и партий его поддержали: РДДР, АПР, «Яблоко», «Кедр», «Зеленое движение», ДПР, «Партия народной совести». Подняло рейтинг Трушникову участие в организации встреч с Александром Лебедем.

Поскольку Трушников начал свою кампанию всего за месяц до выборов, то охватить всю территорию области он физически не смог. Поэтому основной акцент был сделан на «глубинке», — в первую очередь, на севере области, откуда Трушников родом. Там он позиционировался как «кандидат малых городов».

Поздний старт кампании и уже сложившееся в сознании избирателей представление о противоборстве двух основных кандидатов не дали Трушникову возможности вырваться вперед. Однако уверенное третье место сделало позицию Трушникову крайне важной во втором туре, и его альянс с Росселем стал если не решающим, то, по крайней мере, значимым фактором для исхода выборов.

Что же касается остальных кандидатов, то стоит выделить *Владимира Кадочникова*. Глава местного отделения КПРФ, бывший первый секретарь обкома, генеральный директор АО «Русская печь» был выдвинут коммунистами, аграриями, «РОС», «Отчизной» и ветеранскими организациями. Несмотря на самый маленький предвыборный фонд (1 млн руб.), он занял четвертое место благодаря традиционному электорату и акценту на личных встречах с избирателями.

Удачные кампании по собственной раскрутке накануне думских выборов провели Малик Гайсин и Евгений Зяблицев.

Гайсин, президент холдинга «Среднеуральское АО», владелец около 120 предприятий, заявил, что и так уже является «теневым губернатором», а теперь намерен быть и номинальным. Массированная рекламная кампания, представляющая Гайсина успешным промышленником и эффективным собственником, особую интенсивность имела на территории Каменск-Уральского округа, где Гайсин и намеревался баллотироваться в Госдуму.

Подобную же технологию использовал *Евгений Зяблицев*, президент АО «Русский дом», а также общественного «Зяблицев-фонда», владелец газеты «Новая хроника». Во время выборов он делал акцент на социальной защищенности населения, выступал инициатором благотворительных акций, целевым образом обрабатывая несколько районов Екатеринбурга, также с прицелом на выборы в Госдуму.

В роли «дублера» Страхова выступил банкир *Леонид Некрасов*, руководитель финансово-промышленной группы «Эстер» и депутат Госдумы, член Совета Партии экономической свободы. Во время выборов в роли его рупора выступала газета «Главный проспект», владельцем которой является сам Некрасов. Интересен тот факт, что незадолго до выборов он сместил главного редактора за статью «Россель уже победил».

Некрасов пытался разыграть карту обманутых вкладчиков, пообещав выплатить им деньги. Немудрено, что поддержать его приехал *Константин Боровой*, автор этой идеи (впрочем, Боровой еще и товарищ Некрасова по Партии экономической свободы).

Некрасов перед первым туром снял свою кандидатуру в пользу Страхова, однако особого влияния на исход выборов это не оказало.

Также к кандидатам-аутсайдерам можно отнести *Калетина* и *Мартьянова*. *Калетин*, директор завода ЭМА, пытался эксплуатировать идеи перемен, необходимости новых людей в политике, о чем говорит его рекламный слоган «Калетин — свежий ветер». Эта незамысловатая идеология в сочетании с приятной внешностью и поддержкой ряда средней руки коммерческих структур была явно недостаточна для победы, но зато директор екатеринбургского завода оттягивал, в первую очередь, голоса Страхова, делавшего основной акцент именно на привлечении избирателей столичного города.

Мартьянов, кинорежиссер-документалист, координатор ЛДПР по Свердловской области, вел себя агрессивно, допускал оскорбления в адрес соперников и

даже избирателей, но ему явно не хватало обаяния его шефа, который, впрочем, приехал его поддержать и разъяснил, что подобные методы агитации поощряются в ЛДПР. Венцом этого стали набранные Мартьяновым 2,5% голосов и почетное восьмое место.

Лидеры предвыборной гонки пришли к моменту голосования в первом туре «ноздря в ноздю»: Россель — 26%, Страхов — 23% и Трушников — 20%. Голоса Трушникова, не вышедшего во второй тур, сразу же стали предметом торга. Страхов направил к нему посредников, Россель приехал договариваться сам. Трушников получил пост председателя областного правительства, а Россель публично пообещал не вступать в конфронтацию с Москвой и не добиваться немедленных выборов глав городов и районов.

Альянс Росселя и Трушникова стал основным событием (причем событием позитивным) перед вторым туром. В то же время акцент в агитации команды Страхова был сделан на обличении Росселя, причем чувство меры было явно потеряно: сравнение Росселя с Дудаевым, попытки представить его чуть ли не как отца свердловской мафии и разыграть «национальную карту» успехов не имели.

В адрес Страхова было выдвинуто обвинение в том, что его сторонники агитировали избирателей отдать ему свои голоса в обмен на рюмку водки. Вне зависимости от того, была ли это инициатива сторонников Страхова или провокация со стороны конкурентов, данная акция, раздутая СМИ, вызвала негативную реакцию избирателей.

Против самого Страхова применялись *технологии создания физиологического отвращения* — обыгрывалась фамилия (лозунг «Голосуй против страха»), особенности внешности (листовка «Лысая фея с лысой горы»). Пиком антистраховской кампании стало появление накануне второго тура фальшивого письма к пенсионерам от имени главы областного отделения Пенсионного фонда Дубинкина, где он якобы обещал, что в случае избрания Страхова пенсии платить не будут.

В итоге во втором туре результат Росселя увеличился вдвое (до 59%), в то время как прирост голосов у Страхова оказался весьма незначительным (до 32%). Не последнюю роль в этом сыграл эмоциональный надлом Страхова и его команды, переставших верить в победу и предпринимавших порой бессистемные телодвижения.

Психологическая характеристика Эдуарда Росселя¹

Эдуард Россель является одним из наиболее успешных региональных политиков. Его триумфальное возвращение в исполнительную власть в 1995 г., а затем активная раскрутка на федеральном уровне ввели его в десятку самых известных губернаторов страны. Но с точки зрения анализа технологии успеха важны не только имиджевые ходы, но и исследование личности самого кандидата, тех ее черт, которые помогли ему одерживать победы в политической борьбе.

Коротко о методологии комплексного описания личности политика

Область применения технологии — анализ личности клиента и основных действующих лиц политического процесса (оппонентов, союзников и т. д.)

Политическое консультирование можно рассматривать как взаимодействие клиента и его «команды» с группой консультантов, направленное на эффективное достижение целей клиента. В таком контексте особое значение приобретает психологический аспект этого процесса. Взаимодействие, команда, цель, личность клиента и его мотивация — все это психологические категории, которые необходимо учитывать при выстраивании стратегии поведения лидера, претендующего на более высокий социальный статус.

Формирование и коррекция имиджа, прогноз поведения в критических ситуациях, поиск внутренних ресурсов личности могут существенно облегчить путь политика к поставленной им цели. При этом задача психолога состоит не в том, чтобы «вывернуть» социально адаптированную личность наизнанку, препарировать ее на части и вернуть ей этот набор разрозненных частей, которые могут ублажить или, наоборот, болезненно ущемить самооценку кли-

¹ Глава написана при участии Ирины Выбойщик.

ента. Важно получить базовую информацию о личности клиента, которая бы представляла собой не просто набор психологических параметров, выраженных в той или иной степени, а некую систему данных, с одной стороны, дающих максимально корректное и полное представление об этой личности, а с другой — позволяющих применить полученную информацию в конкретных практических целях.

Помимо сложности построения системы психологической информации о клиенте как таковой существует еще одна: тестирование политиков с помощью классических психодиагностических методик чаще всего трудноосуществимо. Это связано с двумя основными причинами — временными затратами и особой ранимостью, обусловленной спецификой самооценки политических деятелей. Поэтому, на наш взгляд, для описания личности политика наиболее адекватными являются косвенные методы извлечения информации, основанные на искусстве наблюдения, качественного анализа текстов и биографических данных. Используя упомянутые методы, помимо составления психологической характеристики личности, *можно производить сравнительный анализ сильных и слабых сторон клиента с его предполагаемыми конкурентами и союзниками, что может служить основанием для принятия решений по поводу стратегии взаимодействия с ними.*

Для описания личности политика мы используем следующую сформулированную нами схему, которая оказалась наиболее пригодной для практического применения:

1. Базовые свойства (темперамент, особенности мышления, восприятия, самооценка, родительские установки).

2. Компенсаторные свойства (способы адаптации, защитные механизмы в их позитивном и негативном для личности проявлении).

3. «Точки риска» (ситуации, являющиеся разрушительными для стабильности личности и ограничивающие эффективность поведения).

4. Ресурсы, которые необходимо развить или наработать.

5. Рекомендации по взаимодействию (в ряде случаев).

В процессе описания вычленяется основной внутренний конфликт личности, который влияет на характер мотивации клиента и, как правило, проявляется в различных сферах личности (коммуникативной, интеллектуальной и эмоционально-волевой). Суть этого конфликта порождает соответствующую

щие защитные механизмы, анализ которых позволяет делать прогноз поведения и определять его «слабые места». Наиболее распространенным среди политиков является конфликт самооценки.

Для анализа могут быть использованы разные теоретические основания и модели личности. Та или иная теория выступает на первый план в зависимости от характера внутреннего конфликта. Это могут быть транзакционный анализ, типология Юнга и ее модификации (Майерс-Бригс, Кейрси), комплекс «неполноценности» (Адлер), акцентуации характера (Леонгард); черты личности (Кеттелл); локус контроля (Роттер) и т. п. Кроме того, для описания стратегий восприятия, мышления и мотивации мы используем методы нейролингвистического программирования.

Методы оценивания состоят в следующем:

1. При анализе видеоматериалов и наблюдении в ситуациях беседы, публичного выступления или публичного мероприятия с участием исследуемого лица ключевыми для его оценки являются невербальные признаки поведения, включающие следующие параметры:

Дистанция:

1. Первичное установление дистанции (в см, м)
2. Наличие изменений в дистанции в процессе взаимодействия (как и когда происходят)

Жесты:

1. Иллюстративные, усиливающие речь
2. Присоединяющие
3. Защитные:
 - опорные
 - закрывающие
4. «Сорняки»
5. Другие

Мимика:

1. Мышцы лица
2. Рот
3. Нос
4. Подбородок
5. Брови
6. Глаза

Контакт глаз:

1. Есть — нет
2. Продолжительность
3. Частота установления
4. В каких случаях устанавливается

Паралингвистика:

1. Акценты
2. Паузы
3. Междометия
4. Анекдоты, шутки, метафоры
5. Другое

Поза:

1. Общее положение тела
2. Спина, плечи
3. Голова
4. Руки
5. Ноги

Аудиальные характеристики речи:

1. Тон
2. Громкость
3. Четкость
4. Скорость
5. Темп

Присоединение к аудитории:

1. Сверху—снизу
2. Какая стратегия используется

2. Содержание речи, зафиксированное в аудио-, видеозаписях, интервью (устных и опубликованных в СМИ) оценивается, исходя из качества и количества следующих параметров:

Восприятие:

1. Отнесение событий к разным периодам времени:
 - какое время преобладает (прошлое, настоящее, будущее)
 - стратегия изменений временных параметров
 - какие события оказывают влияние на временное изменение
2. Позиции восприятия: я, вы, мы, они, отстраненная
3. Модальные слова, определяющие предпочитаемый канал восприятия (аудиальный, кинестетический, визуальный)
4. Стратегии восприятия (связи между характером ситуации с точки зрения ее негативности-позитивности и используемым каналом выхода информации).

Мышление:

1. Логика изложения:
 - причинно-следственные связи
 - вводные слова и предложения, уточнения

Поведенческие установки:

1. Референция:
 - внешняя
 - внутренняя
2. Способ действия
 - процесс
 - результат
3. Мотивация:
 - достижение успеха
 - избегание неудачи

Кроме того, в ряде случаев возможно выделение «ценностных» слов, маркируемых интонационно, которые позволяют выявить внутренний план речи, ее контекстуальный смысл.

3. Биографические данные извлекаются из интервью и биографических справок. При этом важно сопоставление информации из разных источников для сведения к минимуму ее искажения. В ряде случаев можно получить еще более точную информацию в личной беседе с клиентом. Здесь принимаются во внимание важнейшие события жизни, отражающие ее процесс, восприятие собственного детства и влияний, которые оказывали на личность другие люди. Существенной может оказаться информация о семейных традициях, мифах и жизненных позициях родителей.

Поскольку самые тщательные оценки носят гипотетический характер, они осуществляются рядом независимых экспертов, а также проверяются и корректируются в процессе личной коммуникации (если она происходит) и наблюдения.

Косвенные методы оценивания психологических характеристик личности дисциплинируют исследователя, ответственность которого возрастает, т. к. его выводы не могут быть подтверждены статистическими нормами. Кроме того, такой подход щадит самооценку политика и экономит его личное время.

Предложенная схема описания личности может быть использована и в других областях консультирования. Она содержит в себе

позитивное начало — анализ ресурсов личности — и может принести практическую пользу любому клиенту.

Трудное детство: источник силы и слабости

«Немец, да еще из семьи репрессированных,— это клеймо будет преследовать еще долго».

Из статьи (2)

Корни некоторых уникальных качеств и стратегий личности ЭЭР лежат в его детстве¹. Он — сын репрессированных родителей, поволжских немцев, родился после расстрела отца и в 4 года стал беспризорником. По выражению самого ЭЭР, его «колыбелью стали траншеи» (1, 2). Уже с этого времени заботиться о себе приходилось самому — объединяясь с себе подобными, используя любые возможности и средства для выживания: «Сколотилась сама собой *стайка мне подобных. Промышляли везде и всюду...*» (1).

ЭЭР до сих пор помнит слова, которые настойчиво повторяла мать, когда ее уводили в тюрьму: «Эдик, не забудь, что твоя фамилия Россель. Запомни: Россель! *Я тебя найду...*» Видимо, все последующие годы это мощное внушение, сделанное на фоне сильнее-шего стресса, поддерживало веру ЭЭР в себя и надежду на лучшее. Тем более что мать выполнила свое обещание и действительно его нашла через... 7 лет. Вскоре мать умерла...

«Сделала меня человеком, *поставила на ноги интеллигентнейшая женщина*, жена политического заключенного, сосланного из Ленинграда. *У них не было ничего, даже необходимой одежды, но имелось порядка двух тысяч книг*, за них я и принялся. Читал, читал, чуть зрение не испортил, зато к 4-му классу уже никто не мог сказать, что я немец», — вспоминает ЭЭР (1).

Трудное детство ЭЭР дало ему многое:

- *комплекс недостаточности* (он был не как все — «белая ворона», он был отвергаем, т. к. говорил на языке врага — немецком, а родители его были «врагами народа»);

¹ Недоброжелатели губернатора любят поговорить о том, что все трогательные истории о детстве Росселя на самом деле выдуманы, а было все совсем не так. Не исключая элемента фантазирования в этих рассказах, хотим отметить, что фантазии человека зачастую тоже весьма симптоматичны. Более того, ряд современных направлений психотерапии активно использует приемы формирования личностного мифа личности. Вслед за основателями нейролингвистического программирования повторим: «Может быть, это и не так, но это работает».

- постоянное чувство нехватки чего-либо (еды, одежды, безопасности, любви и т. п.), т. е. осознание ограничений в удовлетворении базовых потребностей и *сильнейшую мотивацию* их все-таки удовлетворить для того, чтобы *выжить*;
- веру в успех — *оптимизм*, вселенный и подтвержденный матерью;
- *четкую самоидентификацию*: «Я — Россель»;
- *мотивацию на интеллектуальное развитие*.

Ресурсы личности

Такая серьезная психологическая база послужила источником ряда внутренних ресурсов личности ЭЭР, которые можно назвать выдающимися:

1. Высочайшая способность к «выживанию» в любых условиях, высокая адаптивность, чрезвычайная гибкость поведения.

2. Комплексность восприятия, в процессе которого активно участвуют все системы (визуальная, кинестетическая, аудиальная), и как следствие — высокая точность, скорость реагирования, способность проживать ситуации здесь и сейчас.

3. Независимость, самодостаточность (в контексте: «освою все, что можно, а потом — обойдусь и без вас»).

4. Чувство собственного достоинства.

5. «Бойцовские качества»: способность преодолевать препятствия, стремление быть первым, «выигрывать» во всех ситуациях.

6. Широта души, глобальность целей и размах в делах.

7. Блестящая самоподача, артистичность.

8. Высокая чувствительность, утонченность вкуса, ориентация на эстетические и интеллектуальные ценности.

9. Способность тонко присоединяться и вести за собой собеседника (аудиторию), умение находить нужные слова, убедительные доводы, затрагивающие ценности людей (и вследствие этого очень действенные).

10. Способность подводить философские (теоретические) обоснования под любые свои действия.

11. Бесстрашие, способность пойти на риск в ситуации неопределенности.

Обратная сторона медали

Поскольку указанные качества носят компенсаторный характер, в своем крайнем, гипертрофированном, проявлении они попадают в категорию «слабых мест».

Так, широта и размах оборачиваются склонностью к роскоши (избыточной), мечтам о еще большей роскоши... которые, скорее всего, полностью реализовать так никогда и не удастся.

«Я знаю, как живут губернаторы,— однажды сказал он.— Мне никогда так не жить. За рубежом губернатор переезжает в резиденцию не такую, как моя, имеет полное обеспечение, обслугу. Я был в Америке, в штате Колорадо, был в Германии — видел своими глазами. У них пресс-служба только 120 человек. А у меня все делает моя жена...» (3).

Самоподача, с учетом размаха, иногда приобретает слишком демонстративный, манерный характер... ЭРР способен заполнить собой все психологическое пространство и, естественно, ущемить «личное пространство» других людей. «Российская газета» по этому поводу писала:

«Свердловский губернатор давно *причислил себя к лидерам геополитического масштаба*,— встречи на уровне президентов для него нормальное явление, поэтому ему есть, с чем сравнивать и куда стремиться. Вместе с тем *заграничный лоск «всемирно избранного губернатора» уже давно вызывает раздражение у подавляющего большинства жителей Свердловской области*» (3).

С этой точки зрения интересен пример, иллюстрирующий стратегию «захвата» пространства и самопрезентации, доведенной до абсурда, где ЭЭР, как будто забыв о гостеприимстве, разбивает в пух и прах амбиции Лужкова (психологическая игра — «А у меня... Я все равно лучше...»):

«...Условия были неравные — Россель показывал, а Лужков смотрел. И уже после того, как услышал фразу “В Свердловской области есть все”, не выдержал и сказал: “А зато у нас с пчеловодством лучше. Вот сейчас я отправлюсь передавать детям мед, собранный на подмосковных пасеках, в том числе и на моей...”. Но *распавшийся Россель срезал и этот наезд*: “Меда мы в этом году 600 тонн собрали. Нужен?”» (4).

Самодостаточность и независимость приводят к образу «замкнутой системы», стремление к которой было тонко подмечено одним из журналистов:

«Многовековая история демократии такого еще не знала. Эдуарду Росселю осталось дожидаться назначения членом Верховного суда, и процесс сплетения всех ветвей власти в одном человеке будет завершен. Сам-сенатор принимает для себя-губернатора законы, сам-губернатор перед собой-министром отстаивает интересы региона (возможно, сам себе в чем-то отказывая), сам-член правительства от себя-губернатора требует исправного перечисления налогов, и, наконец, сам-регион критикует себя-центр за все подряд и грозит отделением от самого себя» (5).

С этими чертами личности связан и пресловутый сепаратизм, в котором до сих пор упрекают ЭЭР и по поводу которого ему постоянно приходится давать объяснения.

*Следствие чрезвычайной гибкости и способности приспосабливаться — манипулирование людьми и ситуацией*¹ без оглядки на моральные обязательства, способность говорить неправду, вести двойную игру, искусно загонять в ловушку тех, кого он запланировал использовать в своих целях. Слабость этой стороны личности ЭЭР в том, что, рано или поздно, игра разоблачается (и, соответственно, утрачивается доверие людей), а те, кто попадает в ловушку, — начинают сопротивляться, мстить ответным манипулированием или прямой агрессией.

«Идея Уральской республики наделала много шума лет пять назад, когда Эдуард Россель, первый в России губернатор, который был избран, а не назначен, заговорил о создании буфера между вверенным ему регионом и федеральной властью. *Теперь губернатор утверждает, что никогда не был сепаратистом. Однако, по мнению многих, Россель просто сменил тактику.* Он по-прежнему старается сделать Свердловскую область самодостаточной» (6).

«Уже давно замечено, что, переезжая из Москвы в Екатеринбург, г-н Россель удивительным образом меняет мнение. Если в столице он выступает в качестве члена президиума правительства, друга Бориса Ельцина и активного борца с региональным сепаратизмом и оппортунизмом, то за Уральским хребтом г-н Россель занимает прямо противоположные позиции... *Двойственность позиции уральского политика очевидна*» (7).

«Россель клялся, что кости государя императора вывезут из

¹ Сразу оговоримся — манипулирование мы не считаем негативной чертой политика. Это просто одно из технологических умений, которое необходимо любому, кто намерен достичь успеха в этой профессии.

Свердловска только через его, Росселя, труп. Вывезли, однако. Теперь этот как бы труп предлагает остановить хождение доллара. Кости не остановил, а доллар остановит?» (8).

Склонность к риску может оборачиваться прямыми авантюрами. Самая мягкая реакция СМИ на эти авантюры — обвинения в непродуманности, декларативности заявлений, касающихся, например, конкретных мер в кризисных ситуациях. При этом умение подводить философские обоснования под свои действия спасает имидж ЭЭР не всегда, т. к. чаще всего воспринимается окружающими как откровенное манипулирование.

«Нынешний указ губернатора, воспринятый в области в целом положительно, некоторые представители деловых кругов все же считают *декларативным*. По их мнению, многие перечисленные в документе меры либо являются утопией, либо требуют дальнейшей конкретизации» (38).

«Восприимчивость президента к идеям земляка связана, видимо, не столько с их глубиной, необычностью и полезностью для страны, сколько с *теоретической базой, которую подвел г-н Россель под свои идеи*. Пролит бальзам на президентские раны, он утешил его тем, что требования отставки президента происходят не от нелюбви российского народа к Борису Ельцину, а из-за неразрешенности вопросов выплаты зарплат и пенсий. Ну, не мог президент не откликнуться на идеи человека, который, может быть, впервые за последние месяцы честно сказал Борису Николаевичу, что народ его любит» (10).

«Эдуард Россель фактически признал, что использует «уралмашевские» деньги в капитальном строительстве. *И даже придумал по этому поводу свою, весьма своеобразную, философию*» (11).

«Я пригласил к себе одного такого «вора», как его называют, побеседовал и дал ему поручение, — рассказал губернатор. — Оказалось, вполне интеллигентный, умный бизнесмен. Поручение мое выполнил, вложив свои деньги в конкретную строительную программу. За что же его сажать? «Уралмашевская», «центровые»... — они все обычные жители Свердловской области, пока ими не занимается прокуратура. Поэтому я не боюсь за свою репутацию, когда общаюсь с ними» (12).

Чувствительность в сочетании с артистизмом и потребностью быть в центре внимания (быть первым) могут выливаться в обидчивость, капризность или так называемое манипулирование «снизу». Одна из любимых психологических игр ЭЭР этого типа — «дурочка».

«Я не понимаю, что происходит. Разве я сделал что-то не так? Почему они меня обижают, наезжают и т. п.» — таков контекст его типичной реакции на обвинения. Например, в стимуляции паники по поводу запрета на хождение доллара:

«Мне непонятны нападки, обрушившиеся на меня. По моей информации из Москвы, в пресс-службе президента начались какие-то проблемы. На моих глазах президент звонил Геращенко, говорил с Примаковым, и после этого я слово в слово повторил это пресс-службе президента. Приезжаю в аэропорт и смотрю, как по телевизору Доренко несет какую-то чушь. Меня аж в жар бросило. Мне кажется, это делается по недомыслию. Не разбираются в пресс-службе в этом деле» (13).

Ориентация на первенство, на выигрыш любой ценой вызывает следующий вопрос: умеет ли ЭЭР достойно проигрывать, особенно если дело касается его глобальных жизненных целей? Учитывает ли ЭЭР то, что на любого сильного игрока рано или поздно находится более сильный?

Сила внушения: стратегии воздействия

Полиmodalность

Речь ЭЭР отличается модальной универсальностью: он использует слова, которые могут воздействовать на разные каналы восприятия, и потому в ЕГО аудиторию попадает большинство людей. Он конгруэнтен, речь четко соответствует содержанию ситуации, в которой он находится или которую описывает. Если это стресс — кризис, обида, конкретные действия, ЭЭР употребляет кинестетические слова (*«плотно общались», «поставила на ноги», «передернул суть», «поднял панику», «мне не понятны нападки, обрушившиеся на меня»*), если расстановка акцентов или логическое описание — визуальные (*«на мой взгляд», «прошу заметить», «общество взирает», «показать», «предложения показали заслуживающими внимания», «мне показалось», «хочу обратить внимание», «хочу подчеркнуть», «с этой точки зрения»*), если пересказ беседы или дифирамбы делам в противовес словам — аудиальные (*«заболтать», «любители поговорить», «мы все время говорим», «скажем», «меня спрашивают», «я высказал предложение»*). Образность речи

придают полимодальные слова и выражения («*задушевный, теплый разговор*», «*пододеяльный смысл*», «*смотрю, как по телевизору Доренко несет какую-то чушь*», «*эту проблему надо рассматривать без отрыва от других*»).

Нет проблем

Одна из стратегий, которой блестяще владеет ЭЭР,— использование «разрешений» (а не запретов, которые так раздражают людей) в аргументации своей позиции. В речи он употребляет такие обороты: «*пожалуйста*», «*ради бога*», «*живите на здоровье*», «*нет никаких проблем*», «*нет никаких ограничений*»... При этом он выступает в роли заботливого «родителя», который позволяет, дает возможность, поддерживает и... заманивает в ловушку. Таким способом ЭЭР фактически вовлекает аудиторию в психологическую игру: «Да... но...» — «Проблем нет, но... для того, чтобы их решить, вам надо только...»

«*Хождение иностранной валюты должно иметь определенную логику. Например, вы имеете доллары или хотите их иметь. Пожалуйста. Только не надо держать их в «чулке». Приносите их в банк, откройте счет, получайте дивиденды, но и платите налоги. Потребовалось, скажем, обменять их на рубли — тоже никаких проблем, так как обменные пункты валюты работают. Хотите поехать за рубеж — пожалуйста, никаких ограничений по провозу валюты не существует, укажите только в декларации сумму и представьте на таможне справку из банка*» (14).

«Мы наладили выпуск собственных йогуртов, они пошли, и нам уже импортных не надо. *Пожалуйста, делайте* упаковочные линии для молока, масла, линии по переработке картофеля, овощей» (13).

«Сегодня мы научились решать проблему жилья так: вы платите 20 процентов стоимости только что построенной квартиры, остальное получаете от администрации области в качестве кредита на 15—20 лет. *Живите на здоровье*» (9).

«...Я готов сегодня любому бесплатно отдать какой угодно недостроенный объект с условием, что он будет достроен и станет действовать по первоначальному назначению. *Пожалуйста!*» (9).

«Что касается российских граждан, то валюту *они могли бы спокойно покупать* в аэропортах и на вокзалах, отправляясь в зарубежные поездки...» (9).

«...У этих людей *есть деньги, но* по разным причинам *они боятся их «показать»*. Надо законом *разрешить* им это сделать — через финансовую амнистию проходили практически все государства, которые вставали на путь рыночной экономики» (14).

Еще одна иллюстрация подхода с позиции «Нет проблем» хорошо просматривается в следующем примере:

«Давайте прикинем. В карманах у российских граждан сегодня примерно 70 миллиардов долларов. Легализация только этой суммы даст государству около 7 миллиардов долларов просто так, “из воздуха”» (9).

Акцент на ценности

Еще один способ воздействия на окружающих — апеллирование к вечным ценностям — духовности, патриотизму, принципиальности, вере и надежде. ЭЭР делает это с большой искренностью, не позволяющей усомниться в том, что он сам эти ценности разделяет.

«...О непокорности, самостоятельности Росселя. И то, и другое есть. Но происходит это не от желания непременно «выпялиться» и тем паче отделиться от России — куда? зачем? — а как *реализация воспитанных жизненных принципов...*» — цитата ЭЭР (9).

«Мы должны знать и помнить свою историю,— сказал губернатор,— мы должны чтить память своих предков, стать истинными продолжателями всех их славных дел». Эдуард Россель выразил уверенность, что мы обязательно *возродим лучшие традиции российской духовности, основанной на человеческих ценностях*.

...Как заметил Эдуард Россель, лица верхотурцев сегодня уже совсем не те, что были несколько лет назад. Теперь это лица людей, *поверивших* в то, что *их родной город обязательно возродится»* (5).

Присоединение к авторитетам

Еще в детстве ЭЭР усвоил, что для выживания необходимо объединяться с себе подобными. Поэтому естественно, что в его аргументации часто присутствуют ссылки на авторитет статусных лиц. Однако делает он это не заискивая, с чувством собственного достоинства, подчеркивая свою равновеликость с этими людьми. ЭЭР — на равных с самим президентом, он даже обсуждает с ним в кулуарах «ма-а-аленькие проблемы».

«Комментируя наделавшую столько шума встречу, президент игриво сообщил журналистам, что они с г-ном Росселем “обсудили ма-а-аленькие региональные проблемы”» (10).

«Эти предложения, кстати, можно смело назвать плодом *коллективного разума*. Они тщательно выработывались при обсуждении на заседаниях *совета Уральской экономической ассоциации, на трех российских экономических форумах*. Более того, при первой встрече с *новым премьер-министром* я передал их в пакете краткосрочной и долгосрочной программы правительства *Евгению Максимовичу Примакову*. Они ему показались заслуживающими внимания. Да и *Президент* самым внимательным образом подошел к ним и сделал поручение председателю Центробанка *Виктору Герашенко* тщательно все это изучить» (14).

«Мы встретились с президентом, как давние хорошие знакомые, *разговор получился теплым и даже задушевным...* Он внимательно меня выслушал и, как мне показалось, отнесся к тому, что я говорил, с пониманием и одобрением... с энтузиазмом...» (9).

«Видимо, окончательно расчувствовавшись, российский президент вслед за руководителями Казахстана и Армении поддержал идею г-на Росселя провести саммит стран СНГ в Екатеринбурге. В окружении екатеринбургского губернатора поговаривают о том, что участвовать в нем г-н Россель намерен «*на равных с президентами*» (10).

Парадоксальность

Для ЭЭР характерно построение речи в парадоксальном ключе, вычленение противоречий: «С, а в это время В...; С, но В...». Такой способ рассуждений обостряет проблему, привлекает к ней внимание. Кроме того, однозначные оценки самого ЭЭР, которые, как правило, сопровождают выявленное им противоречие, создают впечатление компетентности, уверенности в себе, а также снимают с него ответственность за негатив.

«...*В теневой экономике и в «чулках» крутится и лежит порядка 70 миллиардов долларов. А мы жалуемся на отсутствие финансов!*» (14).

«Разве это нормально, если курс определяется на какой-то одной бирже?! *«Медведи» соревнуются с «быками» (так называют тех, кто играет на бирже), а общество на них только взирает* и следует тому, что они нам предпишут. Это — ненормальное явление» (14).

«У нас достаточно предприятий, которые могли бы производить конкурентоспособную продукцию, но у них нет оборотных средств» (9).

«Тут полный парадокс: лес есть, древесины много, а мебель приличную сделать не можем» (9).

«...Я, как губернатор, сейчас практически лишен всяких рычагов влияния на органы местного самоуправления на территории области. Парадокс? Бред? Нет, это предписано Законом о местном самоуправлении» (9).

Это высказывание можно перефразировать в том же парадоксальном ключе: «Я — губернатор, а влиять на органы местного самоуправления не могу. Это бред (*оценка*). Но виноват не я, а Закон».

Лозунги

У ЭЭР хорошо получается использование лозунгообразного построения фраз. Это придает его речи четкость, уверенность, логичность и напоминает жесткое кодирование: «А — это В; кто не А — тот не В; если А, то В и т. п.»

«Будут налоговые поступления — будет пополняться бюджет» (16).

«Кто это задание не выполнит — не должен работать в системе финорганов области» (16).

«Если сегодня поднимать реальный сектор экономики, то надо где-то найти деньги» (9).

«Если выводить из обращения доллар, то нам нужна своя крепкая валюта, способная успешно конкурировать с американскими купюрами» (9).

«От сетований... — [следует перейти] к конкретной работе...» (16).

«По моим данным, в «теневом» бизнесе России сегодня крутятся 70 миллиардов долларов. По данным Задорнова, министра финансов, — 40. Да пусть даже 10 миллиардов. *Умножьте их на курс рубля, легализуйте — вот вам и решение проблемы с зарплатой для всех бюджетников!*» (12).

Оптимизм

Сила внушения ЭЭР зиждется на его оптимизме, который проявляется в сочетании всех перечисленных стратегий, а также в использовании активных глаголов, содержащих позитивный, жизнеутверждающий смысл.

«Состоявшимся обсуждением итогов нашей работы и определением задач на текущий год *я удовлетворен*»; «Курс взят *верный*» (16).

«Судя по тому, как наши военные взялись за это дело, *у меня есть все основания надеяться*, что это будет одно из лучших соединений Российской армии» (17).

«Кризис при всей его трагичности имеет одну *позитивную составляющую* — он ориентирует на то, чтобы увидеть возможности внутри России и использовать их для консолидации, для промышленного и торгового сотрудничества...» (18).

Кроме того, ЭЭР использует «мы-позицию», щедро делится своей силой со слушателями.

«*Даже если вдруг* случится какая-то беда, то только мяса птицы у нас порядка 70 тысяч тонн — *хватит*, чтобы выжить» (13).

«*Преодолевать...* экономические трудности *мы умеем*»; «Кризис заставил нас опираться на собственные силы, а *сил у нас* на Урале *хватает*»; «*У нас никто не сомневается* в ее (программы ГЖС) *жизнеспособности*» (17).

Контроль: потребность и реакция на стресс

Потребность в контроле — естественный атрибут любого руководителя. У ЭЭР она проявляется в тонком манипулировании окружающими, без которого (в его случае) невозможно добиться поставленных целей и просто выжить. В то же время, как эстет и интеллеktуал (или, как минимум, человек, желающий быть таковым), ЭЭР стремится к красоте и гармонии в реализации своих идей. Он прекрасно понимает, что власть неразрывно связана с ответственностью и четко выстроенной системой отношений, где все элементы взаимосвязаны, а их функции четко определены.

Поэтому его рассуждения о необходимости восстановить «управляемость страны» вполне логичны и обоснованы. Единственное, что вызывает сомнение,— стремление ЭЭР сделать это (восстановить управляемость) самому, показать на своем личном примере возможность решения этой проблемы. В своей священной миссии он возводит себя на Олимп... Не человек — Бог. Он внушает, он влияет, он карает, он угрожает, он просто жаждет контролировать все. Конечно, в кризисных ситуациях контроль — спасение, а страна — в кризисе... Но... на всякую силу всегда находится большая. А Ель-

цин уже однажды уволил Росселя с поста главы областной администрации и распустил Свердловский облсовет. Как комментирует журнал «Профиль»: «Говорят, причина в том, что Россель попытался превратить чужую игру в свою» (2).

«Мы (с Б. Ельциным) говорили о необходимости *восстановления управляемости* страны, построения *жесткой властной вертикали*. Я должен иметь право снять с работы мэра областного города за невыполнение решений областного правительства. Равно как президент должен иметь такое же право по отношению ко мне. Иначе страна никогда не станет управляемой» (9).

«Почти все мэры занимаются политикой», манкируя повседневными делами. «Это какое-то броуновское движение, абсолютно бесконтрольное со стороны государства». Все остальное в Свердловской области у главы администрации уже под контролем» (19).

«В чем нельзя отказать г-ну Росселю сегодня — так это в последовательности. Шаг за шагом он *прибирает к рукам промышленность области, усиливая контроль над ней со стороны своей администрации*» (20).

«Строптивые предприятия, смотрящие на сторону, подводятся губернатором к банкротству: их лишают сырья, поступающего в область из Монголии» (21).

«Экономическая диктатура» — об антикризисном комитете, созданном ЭЭР (22).

«Губернатор Свердловской области Эдуард Россель даже *угрожал создать независимую Уральскую республику* и ввести на ее территории собственную валюту — «уральский франк». Поэтому для решения проблемы Росселя Москве пришлось пойти на нестандартный ход: выдать губернатору на время из Гохрана несколько тонн драгметаллов, чтобы он смог привлечь под них дополнительные кредиты. Призывы к созданию Уральской республики сразу прекратились» (23).

«Г-н Россель считает, что привлечение западных кредитов — только первый шаг в работе фонда. Он уверен, что уже в ближайшей перспективе от них надо будет отказываться для того, чтобы главным кредитором промышленности региона стал Уральский валютный фонд, превратившийся таким образом в *“силу, объединяющую весь Урал”*» (24).

Интересна модель отношений Росселя с союзниками и членами своей команды. В отличие от многих руководителей, *Россель не стремится к всеобъемлющему контролю*. Он признает за други-

ми людьми право на собственные сферы интересов и готов соблюдать границы их «уделов» при условии невмешательства в зоны его интересов. Ярким примером служит тандем «Россель — Трушников»: в конце 1995 г. Трушникову была передана большая часть текущих хозяйственных вопросов, а политика оставалась прерогативой Росселя. Как только Трушников вторгся в чужую епархию (создал собственное политическое движение), он был с поистине византийским коварством выдвинут из большой политики¹.

Естественно, при ослаблении одного из партнеров следует вполне закономерный передел владений. *Политика для Росселя — это постоянный торг, биржа, на которой нет ничего неизменного и неизблемого.*

Тип личности: «Делать — сейчас, платить — позже»

Согласно типологии Майерс-Бриггс, «естественный ЭЭР» обладает темпераментом, который сочетает в себе *сенсорный (ощущающий)* и *воспринимающий* компоненты. Для него характерны практичность и *реалистичность* при сборе информации, к которым удачно добавляется *спонтанность* и *гибкость*. ЭЭР хорошо чувствует реальность момента, всегда открыт *для самых разных путей* взаимодействия с этой реальностью. Он практичен, находчив, способен решать проблемы немедленно.

С течением жизни у ЭЭР существенно развилась и *такая мыслительная составляющая*. Его речь пестрит словами: «*по сути*», «*суть*», «*по существу...*», «*судите сами*», «*принцип*», «*понимание*», «*понимаете*», «*эти действия неразумны*», «*это было бы разумным*», «*по недомыслию*», «*в этом смысл*», «*давайте прикинем*», «*знаете...*».

Сочетание экстраверсии и трех упомянутых параметров (сенсорный, воспринимающий, мыслительный) позволяет отнести ЭЭР к общему типу ESTP — «Ловить момент».

Как пишут американские психологи О. Крегер и Дж. М. Тьюсон², это «*предприимчивый* и довольно *отчаянный тип* с широким спек-

¹ Россель отправил Трушникова в отставку на следующий день после того, как тот сложил с себя полномочия депутата областной Думы. В итоге Трушников потерял сразу две статусные позиции и в момент острого политического противостояния оказался без точки опоры.

² О. Крегер, Дж. М. Тьюсон. Типы людей и бизнес.— М.: ПЕРСЕЙ, ВЕЧЕ, АСТ, 1995.

тром интересов. Он исключительно деловит и любит держать руки на нескольких горшках сразу, заваривая как можно больше каши, *чтобы наибольшее количество людей зависело от него* и жить было интереснее. Его жизненный стиль отличает *гибкость, непредсказуемость и отзывчивость на требования ситуации*. Занятие конкретными проблемами всегда ценится им выше, нежели бесконечные обсуждения. Он способен вносить конструктивные предложения и следовать своим оригинальным курсом. Для него в жизни нет ничего недостижимого: надо пытаться снова и снова, тогда вы не только будете постоянно при деле, но каждая попытка откроет перед вами новые горизонты поиска... Это импульсивный тип, живущий настоящим, *способный добиться многого, но и теряющий в случае неудачи едва ли не все, что имел*.

В «букете» акцентуаций характера ЭЭР сочетаются *демонстративность, экзальтация и возбудимость*, которые проявляются в следующих ярко выраженных чертах его личности:

- легкость установления контактов, словоохотливость;
- яркость, экспрессивность в проявлении чувств, патетичность;
- высокая приспособляемость к людям, способность «подстраиваться» под партнера, обходительность;
- стремление к лидерству;
- упорство, целенаправленность;
- высокая скорость реагирования в стрессовых ситуациях, жесткие прямолинейные реакции с применением силы;
- самоуверенность и высокие притязания;
- жажда внимания и похвалы;
- актерское дарование, способность увлечь других, неординарность;
- склонность к интригам;
- склонность к преувеличению, а в крайних проявлениях — лживость.

Согласно типологии американского психолога Грейвза, ЭЭР сочетает в себе две системы ценностей, характерных для «Сильных богов» и «Соперничающих»:

- ориентация на себя и собственное мнение;
- сильное самоутверждение;
- способность активно отстаивать свои интересы и позиции (с уверенностью в себе сражается с жизненными проблемами);

- ориентация на силовые методы в стремлении к цели (сильно эксплуатирует);
- отрицание чувства стыда, в конфликтах — отрицание собственной вины;
- ориентация на настоящее, склонность к моментальным порывам: «я хочу это все сейчас», чувствительность к позитивным моментальным «наградам»;
- ориентация на результат;
- стремление «завоевать вселенную».

Имидж

- *«Один из наиболее заметных российских политиков»:* «Россель именно политик, и еще какой. Эдуард Эргартович очень хорошо усвоил марксистский тезис «политика — концентрированное выражение экономики». Более того, Россель — настоящий мастер извлекать драгоценный экономический концентрат из мутной воды российской политики» (2, 35).
- *«Реформатор»* (37).
- *«Патриот области», «защитник глубинки»:* «Администрация области делает все от нее зависящее, чтобы финансовый кризис, зажавший в своих тисках российскую экономику, как можно меньше сказывался на самочувствии свердловских предприятий и благосостоянии граждан... (37, 33)
- *Стремится быть на равных с Ельциным и президентами других стран* (10, 26).
- *Стремится к независимости от Москвы и полному контролю над своей территорией:* «Сегодня свердловский губернатор полностью использует возможность проводить независимую от Кремля экономическую политику. Активно и практически по всем вопросам поддерживая Евгения Примакова, г-н Россель выстраивает горизонтальные отношения как с субъектами федерации, так и с зарубежными странами»; «губернатор, наиболее активно проводящий политику без оглядки на Центр» (32, 39, 6, 19).
- *Придерживается двойственной позиции по отношению к Москве и Екатеринбургу:* «С сепаратизмом регионов будет бороться человек, почти открыто поддерживающий идеи конфедеративного устройства страны» (7, 39).

- *«Очень полезен центральной власти»:* «этаким региональный Жириновский, скрытый резерв, карманный “анфан терибль”» (2).
- *Нашел общий язык с Примаковым, первым из губернаторов вошел в его правительство.*
- *«Фигура лужковского масштаба по части проводимых в регионе социально-экономических преобразований»* (34, 33).
- *Жестко и эффективно действует в кризисных ситуациях* (38, 20, 21).
- *Умеет пользоваться чужими идеями:* «Авторство этой идеи Россель должен по-братски поделить с Борисом Федоровым и его аргентинским учителем Доминго Кавальо» (26).
- *«Человек-скандал»:* «то он печатает уральские франки, то возрождает пионерскую организацию, то предлагает запретить хождение доллара» (27, 2).
- *Воюет с мэром Екатеринбурга.*
- *«Просмотрел» свое соперничество с Чернецким»* (36).
- *Не выполняет обещания* (8).
- *«Его репутацию и авторитет в области существенно подкосили следующие деяния:*

1. Ложь про собственную дочь, которая живет в Гамбурге, в роскошном особняке, и представляет интересы свердловского предприятия «Интерурал». Сегодня это предприятие, созданное еще в 1988 г., — монополист в области экспорта продукции всей металлургической промышленности Урала. Во время предвыборной кампании Россель заявлял, что готов клясться на Библии — дочь живет в России. Сейчас он, глядя в глаза избирателям, объясняет: мол, что-то с памятью вашей стало, я всегда говорил, что моя дочь живет в Германии.

2. Строительство губернаторской резиденции. В то время, когда в Свердловской области уже два с половиной года не выплачиваются детские пособия и зарплаты, Россель отреставрировал старинную усадьбу в центре города и устроил в ней себе резиденцию. На реставрацию здания и дорогую обстановку резиденции свердловский губернатор взял кредит в размере 17 млрд рублей (в ценах 1996 г.) в GUTA-банке. Резиденция стоит на берегу озера. Раньше по набережной ездили машины — сейчас движение перекрыли, чтобы шум не мешал Росселю работать... С резиденцией связан еще один печальный эпизод в карьере Росселя, не самым лучшим образом отразившийся на его репутации. Из кабинета и комнаты отдыха губернатора виден берег озера, где весной проходили студенческие демонстрации. Так вот, жители города говорят, что в тот вечер, ког-

да отряды милиции и ОМОНа избивали студентов, Россель устроил в своей резиденции пирушку по случаю приезда какого-то московского гостя средней величины. Потом губернатор заявил, что, дескать, слухом не слыхивал о волнениях. Между тем, как рассказывают, в кулуарах Россель оправдывался, что у него «не было времени на разговоры с молодежью».

3. История с Верхотурьем. Этот город был когда-то духовным центром Урала, здесь находится один из самых красивых монастырей. При советской власти монастырь был превращен в колонию для малолетних преступников, а Россель решил его возродить, намереваясь сделать Верхотурье центром паломничества... Деньги на возрождение Верхотурья были затрачены огромные, а отреставрирован лишь монастырь. Говорят, грязь там непролазная — особенно во время дождя, когда размывает грунтовые дороги и земля смешивается с глиной и цементом, оставшимися здесь со времен реставрации монастыря. (Кстати, во время проходившей 7 октября всероссийской акции неповиновения трудящиеся требовали отправить Росселя мэром в Верхотурье.)

4. Несостоявшаяся встреча «четверки» (Коль, Миттеран, Ельцин, Россель). Говорят, на ее организацию было затрачено около 11 млн долларов из областного бюджета и только шесть из них федеральный центр компенсировал (2).

- *Старается добиться популярности «всеми мыслимыми и немыслимыми способами»:* «Среди этих способов есть и довольно экзотические. Чего стоит, например, так называемое покушение на губернатора, совершенное в феврале нынешнего года. Когда Россель в сопровождении милицейского эскорта возвращался из аэропорта, в 20—30 метрах взорвался взрывпакет. Сведущие люди говорят, что вреда от него не больше, чем от детской хлопушки, но цель была достигнута. Всю последующую неделю фамилия губернатора Екатеринбургга была у всех на устах» (2).

В кривом (по определению) зеркале СМИ действительно отражен ряд значимых характеристик политической самоидентификации Росселя. Будучи в начале своей политической карьеры типичным представителем номенклатуры (достоинства хозяйственного руководителя оставим в стороне) и получив пост председателя облисполкома, а затем главы администрации области тоже достаточно случайно (по аналогии с Питером и Нижним в 1990—

1991 г. это место мог получить кто-нибудь из демократов первой «волны»), Россель, тем не менее, сумел к моменту своей первой отставки сформировать *специфический образ, который с тех пор кардинально выделяет его в ряду как областных политиков, так и федеральных (в том числе и в ряду губернаторов)*. Общие черты этого образа (и самосознания) таковы:

— привилегированное положение (в большей степени на уровне самоощущений, навязанных и воспринятых извне) «политического родственника» главного политика страны (внутри используемое для обоснования образа жесткого хозяина);

— вытекающие из этого (но не только) публичные претензии на «особый порядок» и «особую политику» — например, в сфере федерально-региональных отношений (сейчас об этом говорят все, но когда-то — только немногие);

— причем этот «порядок» и эта «политика» связаны не с созданием на территории области какого-либо нового ресурса (товарного, финансового и т. п.), а с перераспределением в пользу области части федеральной доли уже имеющихся ресурсов и полномочий;

— именно поэтому, не рискуя идти на созидательные экономические эксперименты (идеи типа самостоятельной продажи изумрудов на Запад созидательными не назовешь), Россель активно экспериментирует в сфере государственно-правового строительства (начиная с ранних идей преобразования области в полноатрибутивную республику и заканчивая последним экспериментом с так называемыми «административными округами» внутри области; сюда же можно отнести такие проекты, как строительство новой резиденции и идеи переноса столицы области из нынешнего областного центра);

— игра Росселя в суверенность не ограничивается административными реформами, а распространяется на большую политику (создание собственного федерального движения), духовную сферу (дорогостоящая реставрация комплекса православных культовых сооружений, амбициозно именуемого «духовной столицей») и концептуальную экономику (ежегодный экономический форум), которые вместе с отдельными критичными заявлениями Росселя по поводу текущих событий образуют корпус его умеренной оппозиционности политике федерального правительства в 1992—1998 гг. (даже в таких вопросах, как погребение жертв гражданской войны).

Плюс (объективно и изначально) — статус области как межре-

гионального лидера в системе сопредельных территорий. Плюс (субъективно, но «на протяжении веков» традиционно) — интерес к фигуре Росселя со стороны СМИ и обывателей, определяемый «фактором Штольца».

Нелишне будет вспомнить, что помимо первого президента России, Свердловская область в конце 80-х и начале 90-х породила целую плеяду деятелей федеральной политики.

Но к моменту прихода Росселя на пост № 1 в регионе «они» были уже там. Не «комплексом компенсации» ли определяется сверхактивность Росселя в период первой половины 90-х гг.? Причем сейчас существенно и то, что второго Президента из этой области страна в ближайшие два года не получит (во всяком случае, лично Росселю это не грозит), а значит, и возможности для федерального роста у него на самом деле ограничены. И потому активность Росселя имеет характер *петли*: внутри одного политического акта она циркулирует по схеме «область — Москва — снова область». Именно здесь извлекаются на каждом промежуточном этапе свои конечные дивиденды.

Это и усиливает Росселя всякий раз в глазах местных элит и более широких социальных слоев. Он держится именно потому, что, несмотря на всю свою противоречивость, он — сильный лидер (пусть это сукин сын, но это наш сукин сын и это сильный сукин сын). За таким в период социальной нестабильности массы могут чувствовать себя как-то комфортнее. И не так уж важно, какова текущая ситуация в экономике области, в ее социальной сфере и т. п. Важно, что образ губернатора внушает какую-то стабильность, — стабильность в том, что в общем-то устраивает людей. Он вправе наказывать кого-то из своих «крепостных», но никогда не позволит сделать со своими людьми нечто подобное соседнему «феодалу» или же «этим, из Москвы». Все это укладывается в *патерналистский тип политического лидерства*.

Выводы

ЭЭР — искусный манипулятор, который успешно контролирует людей и ситуацию, как «сверху», так и «снизу». Он может тонко присоединяться и вести за собой как одного человека, так и большие аудитории, и в то же время всегда готов применить силу диктатора, если этого требуют обстоятельства.

«Опасность» ЭЭР для окружающих можно сформулировать так: ждите прямого удара либо обмана — он одинаково умело использует как «ход ладьей», так и «ход конем».

Его потребность быть в центре внимания, быть первым в любой ситуации доходит до мании величия, с высоты которой такие понятия, как чувство вины, признание своих ошибок, верность слову просто теряют смысл. В своей «стремительной карьере публично-го политика» он никогда не оглядывался назад, для него важен успех любой ценой, причем не просто успех, а успех триумфальный. Создается впечатление, что в процессе жизни у ЭЭР произошла подмена цели: «быть успешным, чтобы выжить» теперь означает «жить, чтобы быть успешным».

ЭЭР оптимистичен, смел и решителен, он готов к любым авантюрам, мелкие неудачи не могут выбить его из колеи. Он самодостаточен и независим, по большому счету, «соратники» нужны ему только в качестве промежуточного звена на пути к грандиозному «захвату вселенной». Однако стать выше всех и контролировать все — по силам ли это одному человеку? И каково потом падать с такой высоты, оставшись без поддержки и доверия? Низвержение с пьедестала может оказаться для ЭЭР роковым.

Эдуард Россель — несомненно, социально адаптированная личность, доказавшая свою эффективность как в публичной, так и кулуарной политике. Это харизматический лидер, недостатки которого являются продолжением его достоинств, своего рода профессиональными деформациями, которые, на наш взгляд, являются неизбежной платой за успех в жестоком мире политических игр.

Дополнительные цитаты

История жизни

«Вы спрашиваете, кто качал мою колыбель? Очень грустный ответ на этот вопрос дала тогда жизнь, так как до моего рождения отца уже расстреляли. И деда тоже. Отчетливо помню 2 часа ночи 9 октября 1941 г., когда забирали маму. Она только и повторяла: «Эдик, не забудь, что твоя фамилия Россель. Запомни: Россель! Я тебя найду...» С этого момента я оказался беспризорником. Колыбелью стали траншеи. Сколотилась сама собой стайка мне подобных. Промышляли везде и всюду. До 10 лет я практически говорил на немец-

ком. Мои родители из «немцев Поволжья»: туда предки прибыли из Германии по приглашению Екатерины II.

«С места поселения уезжать репрессированным запрещалось. Ей (матери) дали ровно три дня на поиски меня, и НКВД сообщил, в каких примерно краях я «гуляю». Милиция Кировской области «отловила» нас в Верхнекамске, и отбыл я с матерью на поселение под город Ухту, в деревню из 17 дворов. Вскоре опять остался без нее. Навсегда...

Сделала меня человеком, поставила на ноги интеллигентнейшая женщина, жена политического заключенного, сосланного из Ленинграда.

В первом классе следовало бы меня оставить на второй год, поскольку в тетрадках с диктантами красного цвета от исправления учительницей ошибок было больше, чем синего. Из-за возраста все же перевели: я пошел в школу в 10 лет, а закончил ее в 20. Аттестат зрелости на руки не дали, а отправили сразу в военкомат...» (1).

«Россель родился 8 октября 1937 г. в городе Бор Горьковской области. Его отец, Эргарт Юриусович, поволжский немец, был расстрелян в 1937 г. (еще до рождения сына), мать в 1941-м была арестована и отправлена сначала в лагерь, а затем в ссылку в республику Коми. Сын стал беспризорником. Мать отыскала его по всесоюзному розыску и забрала из детдома только через два года после окончания войны. Говорят, Эдуард в то время лучше владел родным немецким языком, чем русским. На языке страны, победившей фашизм, он заговорил только после того, как мать с отчимом потребовали, чтобы в семье он разговаривал только по-русски. Немец, да еще из семьи репрессированных (вместе с отцом расстреляли и деда по отцовской линии), — это клеймо будет преследовать еще долго.

Закончив семь классов школы, он пытался поступить в сельскохозяйственный техникум, но председатель поселкового Совета отказался выдать ему документы для выезда, сказав: «Ты немец, бери лопату и копай землю в колхозе» (и ведь как в воду глядел — в результате Россель выучился на строителя). Три года спустя член семьи репрессированного безуспешно пытался поступить в Высшее военное училище летчиков-испытателей, но не прошел мандатную комиссию. Пришлось учиться в Свердловском горном институте, который Россель и окончил в 1962 г. по специальности «строитель горных предприятий» (2).

Свойства личности

Склонность к риску, азартность, игнорирование ограничений

«В восемь лет решил навсегда избавиться от страха и неделю спал на кладбище. Первую ночь не спал, умирал от ужаса, мне все мерещились какие-то голоса, какие-то люди с горящими глазами. Вторая ночь была полегче. На третью спал беспробудно... Во всяком случае, с тех пор я действительно никого и ничего не боюсь» (9).

Высокая скорость реагирования

«Тех, кто работал на отечественном сырье, материалах, кризис мало задевает. Попали только те, кто работает с импортом. Им надо быстро переориентироваться» (13).

«Период растерянности прошел быстро... Быстро стали наращивать производство...» (17).

Демонстративность, артистизм

«В Екатеринбурге в шутку говорят: будь наш губернатор немного моложе и чуточку красивее, мог бы сделать хорошую карьеру телеведущего — так сильно Россель любит бывать на публике и выступать перед телекамерами».

«Еще одна слабость Эдуарда Эргартовича — награды, причем не только часы, но и ордена. По рассказам, когда Россель закончил начатое еще при его предшественнике Страхове строительство Международного центра торговли в Свердловске, то очень обиделся, что его не наградили орденом.

Этот же самый центр едва не стал яблоком раздора в отношениях между Росселем и его нынешним главным соперником на предстоящих губернаторских выборах, мэром Свердловска Чернецким. Два начальника — губернский и городской — никак не могли договориться, кому же из них выпадет почетное право перерезать красную ленточку при открытии центра. Решили вроде бы делать это вместе, но в итоге перед телекамерами «засветился» только Россель — ему все же удалось в решающий момент отпихнуть Чернецкого от возделенной ленточки...»

«...После успешного расстрела Белого дома была принята конституция Уральской республики, губернатором которой Россель назначил себя. Эдуард Эргартович обещал: «У нас будет не хуже, чем в Татарии: налогов платить не будем, наконец-то заживем как люди».

(Говорят, президент Татарстана Минтимер Шаймиев почему-то стал главным жизненным ориентиром Эдуарда Эргартовича. Чтобы превзойти Шаймиева, он даже специально завел себе несколько «вертушек» — в квартире, в особняке и на даче. У президента Татарстана «вертушки» всего две) (2).

«Военную технику мы слабо и неумело продвигаем на мировые рынки. Чтобы прорваться на них, *надо стать более открытыми, не стесняться показывать миру, что мы умеем делать*» (17).

«После погребения в Санкт-Петербурге останков семьи Романовых и их приближенных губернатор Свердловской области Эдуард Россель, проигравший в борьбе за право владеть ими, *сделал сенсационное заявление. Он сказал, что знает, где закопаны останки княжны Марии и цесаревича Алексея, но никому не скажет*» (25).

Экзальтация: экзотический, экспрессивный, восторженный

«*Экстравагантный Эдуард Эргартович*» прогремел на весь мир после его встречи с Ельциным» (2).

«Россель *красочно живописал восторг, который обуял президента, когда он услышал его предложения*» (26).

«Эдуард Россель, ободренный встречей с президентом Ельциным в Кремле, *поспешил* донести до журналистов и общественности тот *восторг*, которым Борис Ельцин встретил его предложение вывести американский доллар из внутривнутрироссийского обращения. *Эмоциональный* телеразговор Росселя наложил на сообщение Интерфакса о намерении федерального правительства воплотить дедолларизацию России в жизнь — нешуточная паника на целый день была обеспечена» (27).

Возбудимость

«Как раз в этом-то случае ходил исключительно ладьей, для меня это органичнее и мне симпатичнее. Возвращаюсь как-то в общежитие нашего горного института, что на улице Ленина, 54, и вдруг... мчится к трамваю ОНА. Ну, сразу понял, что ОНА. Вскоре *застукал* ее целующейся с каким-то ухажером. Подошел и врезал ему со словами: «Если я тебя еще с ней увижу, то буду бить прямо там, где увижу...» — ответ на вопрос о том, как Россель завоевывал свою возлюбленную (1).

Достоинство, независимость

«Чувство собственного достоинства, с которым провинция противопоставляет себя центру, здесь тоже начинаешь ощущать очень быстро. Россель выражает это следующей формулой: *«Вся эта болтовня в Москве только мешает притоку инвестиций»*. Он мечтает об Уральской республике, границы которой простирались бы далеко за пределы области, которой он управляет сейчас. Он говорит: *«Урал — спинной хребет экономики России и прежде, подобно многим другим регионам, эксплуатировался нещадно. Однако эти времена прошли»* (28).

«Я дал свое согласие на официальное приглашение Евгения Примакова быть членом Правительства», — заявил Эдуард Россель после 40-минутной встречи с главой Кабинета министров в Доме Правительства РФ. (Россель был первым из губернаторов, вошедших в состав правительства Примакова) (29).

«Эдуард Россель заявил в беседе с корреспондентом «НГ», что у него есть своя партия — «Преображение Урала», из которой еще раньше лужковского выросло «Преображение Отечества». Эти движения возглавляет сам Россель и в другие не пойдет» (30).

Широта, размах, глобальность

«Губернатор Свердловской области Эдуард Россель решил нанести серию визитов в страны СНГ. Эти поездки завершаются подписанием договоров о сотрудничестве в торговой и экономической областях. Президенты Армении и Кыргызстана поддержали инициативу Э. Росселя по проведению очередного саммита стран СНГ в Екатеринбурге. *Размах инициатив свердловского губернатора вызвал неожиданно широкий резонанс в России»* (31).

Борец: Вопреки... Несмотря на... Воля к жизни — витальность

«Все в жизни ему приходилось брать с боем. И останавливаться лишь там, где достигался практический результат» (2).

«Несмотря на трудности, военные в нашей области обеспечиваются и теплом, и электроэнергией, и продуктами» (17).

Последовательность, настойчивость в достижении цели

«Нужно терпение, постепенная настойчивая работа, всемерное развитие экономических связей между нашими регионами, которые в конце концов придут к пониманию того, что гу-

бернский, территориальный принцип не только выгоден экономически, но и безусловно оправдан *с точки зрения* сохранения целостности нашего государства, избавления от угрозы разного рода сепаратизма» (9).

«Полагаю, было бы разумным постепенно выкупить доллары у населения, создав при этом валютные фонды, необходимые стране» (9).

«Конечно, долги еще велики, но наша настойчивая работа с правительством, министерствами обороны, финансов привела к тому, что в Свердловской области заработная плата выплачена рабочим на 58%, тогда как в целом по России — на 31—35%» (13).

Принадлежность к сенсорному типу:

«Люблю петь в застолье. Играю на многих музыкальных инструментах: балалайке, гитаре, русской гармошке. Освоил пианино, пока дочка училась, но она бросила, а я овладел. Это у меня генетическое, от отца. Он краснодеревщик, на момент своего ареста в 25 лет руководил эстрадным оркестром в Горьком. Что еще? Я — мастер спорта по лыжам. Рыбачить люблю. В сентябре, в пору отсутствия комаров да мух, еду в тайгу, становлюсь на речной перекат в таком резиновом костюме и за два дня ловлю хариусов до 100 кг...» (1).

*По материалам центральных и екатеринбургских СМИ
Июнь 1999*

Источники

1. Эдуард Россель: «Мне симпатичней ход ладьей» // Российская Федерация сегодня. Вып. 22
2. Ключков В., Лукьянова И. Уральский самоцвет // Профиль. Вып. 38.
3. Владыкин А. Домик Росселя потянет на долги бюджетникам // Российская газета. Вып. 23.
4. Песков А. Коробейники от Росселя // Вечерняя Москва. Вып. 278.
5. Россель как замкнутая система // Эксперт. Вып. 36
6. Васильченко Е. Американская мечта губернатора Росселя // Версты. Вып. 11.
7. Петров В. Эдуард Россель готов печатать уральскую валюту... если ему не хватит российских дензнаков // Время MN. Вып. 90.
8. Минкин А. Производители паники // Новая газета-понедельник. Вып. 39.

9. Эдуард Россель, губернатор Свердловской области: «Я действительно предлагал ввести золотой червонец» // Труд. Вып. 190.
10. *Шпак В.* «Шумим, брат, шумим!» Эдуард Россель устроил блестящую саморекламу // Время МН Вып. 85.
11. *Смирнов В.* Эдуард Россель помогает бандитам легализоваться // Коммерсантъ-daily. Вып. 24.
12. *Мишин С.* Наденьте фраки, «теневики»! // Рабочая трибуна. Вып. 37.
13. Эдуард Россель: «Доллар не должен быть платежным средством» // Коммерсантъ-daily. Вып. 188.
14. России нужен крепкий рубль // АИФ-Урал. Вып. 41.
15. *Зинчук В.* Старинные города обретают новую жизнь. Современное Верхотурье преобразуется на глазах // Независимая газета. Вып. 183 (1754).
16. Эдуард Россель: «Возьмемся за дело сообща!» // АИФ-Урал. Вып. 6.
17. Уральской силушкой Россия возродится // Красная Звезда. Вып. 26.
18. *Драпушко В.* Контакты. Продукция есть. Покупатель где? // Московская правда. Вып. 235.
19. *Городецкая Н.* Уральской республики не будет. Эдуарду Росселю нравится «Мудрая политика Примакова» // Время МН. Вып. 132.
20. *Петров В.* Эдуард Россель станет «Королем бензоколонок» // Время МН. Вып. 79.
21. *Петров В.* Левое золото // Время МН. Вып. 84.
22. Россель вводит экономдиктатуру // Коммерсантъ-daily. Вып. 167.
23. Команды «Вольно!» не было // Коммерсантъ-власть. Вып. 35.
24. *Петров В.* Хозяева медной горы // Время МН. Вып. 73.
25. Опять кости // Коммерсантъ-daily. Вып. 199.
26. Прощание с валютой. Россель проговорился // Коммерсантъ-daily. Вып. 183.
27. *Злотницкая В.* На местах // Профиль. Вып. 37.
28. *Радзивинович В.* Чья страна Россия? // Литературная газета. Вып. 38.
29. Эдуард Россель дал согласие быть членом кабинета министров // Подмосковские известия. Вып. 179.
30. «Московский период» российской политики... // Независимая газета. Вып. 028 (1844).
31. *Зайченко Г.* С Уральских гор заметен Арарат // Труд. Вып. 183.
32. *Петров В.* Эдуард Россель строит свою федерацию // Время МН. Вып. 97.
33. *Сошенко А.* Мэр заключает альянс с губернатором // Комсомольская правда. Вып. 236.

34. *Хвостенко С.* Мэр определяется с политическими союзниками // Московский комсомолец. Вып. 242.
35. *Попков В.* Эдуард Россель заботится об инвестициях // Независимая газета. Вып. 243 (1814).
36. *Воскресенский Г.* Война на Урале, падет ли в ней Россель? // Век. Вып. 6.
37. *Гришин М.* На гребне волн, бегущих без указа // Уральский рабочий. Вып. 7 (24749).
38. Россель вводит экономдиктатуру // Коммерсантъ-daily. Вып. 167.
39. *Петров Д., Штак В.* Совет Федерации сливается с правительством // Время МН. Вып. 79.

Как перестать быть губернатором

Выборы в Челябинской области-1996

Долгая дорога к поражению

Любые выборы начинаются задолго до официального объявления их даты. При этом естественно, что на этапе подготовки огромное значение имеют аппаратные методы ведения политической борьбы. Однако *чрезмерное увлечение аппаратными технологиями в ущерб публичной политической деятельности в итоге, как правило, заканчивается поражением*. Иллюстрацией этого тезиса являются губернаторские выборы в Челябинской области 1996 г.

Время нахождения Вадима Соловьева у власти можно охарактеризовать как цепь тактических побед, которые в итоге обернулись стратегическим проигрышем. Неплохой организатор и мастер аппаратных игр, Соловьев недооценил значимость публичной политики и жестоко за это поплатился.

Борьба за власть в области, которую вели с 1991 г. председатель областного Совета народных депутатов *Петр Сумин* и назначенный Президентом РФ губернатор *Вадим Соловьев*, достигла своего апогея весной 1993 г., когда облсовет назначил выборы губернатора, а областная администрация попыталась добиться признания этого решения незаконным. Тем не менее, в апреле 1993 г. выборы были проведены. Победу на них одержал Сумин, набрав 482 тысячи голосов (18% от числа избирателей области и 58% от принявших участие в голосовании) в первом туре и 748 тысяч голосов (28% и 48% соответственно) — во втором. Поскольку второй тур совпал со Всероссийским референдумом («да-да-нет-да»), то явка значительно выросла, и оппонент Сумина, глава Миасского горисполкома Владимир

Григориади, получил десятикратный рост голосов (с 52 до 550 тысяч). Вероятно, это и были в тот момент потенциальные голоса Соловьева.

Так или иначе, *в течение нескольких месяцев в области было два губернатора*. «Двоевластие» закончилось поражением левой оппозиции в октябре 1993 г. Полномочия Соловьева были подтверждены Указом Президента. Первым его шагом после этого стало увольнение глав городов и районов, поддержавших его оппонента. Двое их них — мэр Миасса Владимир Григориади и мэр Копейска Владимир Уткин в декабре 1993 г. были избраны депутатами Госдумы. Кроме того, своих кресел лишилось значительное количество советских функционеров. Эти люди, естественно, рассредоточенные по всей территории области, стали бесплатными агитаторами против Соловьева. Эффективность антигубернаторской пропаганды обеспечивалась ее изустным характером. Весной 1994 г. «вычищенные» чиновники во главе с Суминым приступили к созданию оппозиционного движения «За возрождение Урала» (ЗВУ), организационной основой которого стали коммунистические партийчики.

Шанс для частичного возвращения во власть Сумину и его сторонникам предоставили выборы в областную Думу и Совет Федерации в мае 1994 г. По итогам выборов о своей победе заявили и «ЗВУ», и Союз промышленников и предпринимателей, каждый из которых, по мнению их руководства, провел по 9 депутатов (всего в Думе было 15 мест). Действительно, ряд кандидатов шел в областную Думу при поддержке и тех, и других¹. И это весьма показательно для поведения областной элиты — признавая и Сумина, и Соловьева в качестве потенциальных лидеров, она качалась то в одну, то в другую сторону в зависимости от того, на чьей стороне в данный момент сила. В тот момент сила была на стороне Соловьева, хотя уже прозвучали тревожные звонки.

Бывший союзник Соловьева, председатель област-

¹ Собственно, от «ЗВУ» в областную Думу прошло четыре человека.

ного Комитета по управлению госимуществом *Владимир Головлев*, избранный в декабре 1993 г. депутатом Государственной думы, стал инициатором письма всех пяти депутатов-одномандатников Госдумы от Челябинской области¹ Президенту РФ с просьбой снять Соловьева с занимаемой должности. Внутри исполнительной власти появился очаг сопротивления губернатору — региональные Госкомимущество, Фонд имущества возглавлялись людьми Головлева. *Головлев является типичным представителем администраторов «демократического призыва»*, тех завлабов-экономистов, которые, благодаря своей мало-мальской информированности о процессах приватизации на Западе, были призваны в органы госвласти. Затем, трансформируя свой интеллектуальный ресурс в экономическое влияние и финансы, они переходят к борьбе за влияние политическое. Захватив плацдарм в виде госдумского кресла и увеличив свой внутрипартийный рейтинг за счет победы сразу трех кандидатов от «Выбора России» в одномандатных округах, Головлев получает место в политсовете движения и обрастает московскими связями. Эти связи послужили для Головлева серьезным ресурсом для аппаратной борьбы против Соловьева. С другой стороны, Головлев, выступая в качестве проводника интересов крупных финансово-промышленных групп, продолжил борьбу за контроль над металлургическими предприятиями области.

Аппаратная борьба против Соловьева не прекращалась на протяжении следующих двух лет, но все атаки нейтрализовывались первым помощником Президента РФ В. Илюшиным, дружившим с челябинским губернатором еще со времен комсомола. *Уверовав во всемогущество аппаратных методов удержания власти, Соловьев уделял минимальное внимание ин-формационной политике, не любил появляться в СМИ, а когда появлялся, то добивался весьма специфических результатов.* Поскольку губернатор придер-

¹ Кроме уже упомянутых Уткина и Григориади, это были члены «Выбора России» Починок и Кушнар.



Вадим Соловьев

живался принципа «лучше горькая, но правда», то он открыто выступал с позиций «экстремистского рыночника» и регулярно выражал скепсис по поводу социальной защиты населения. Журналисты с удовольствием цитировали диалог, состоявшийся в эфире областной телерадиокомпании между Соловьевым и ведущей передачи: «Губернатор: “Скоро паводок, будут жертвы”». Журналистка: “А может, не будет?” Губернатор: “Будут, будут...”».

Но дороже всего обошлась Соловьеву одна его фраза, оброненная в 1994 г. на одной из встреч с общественными организациями в ответ на сетования женщин, что нечем кормить детей, Соловьев заметил, что, прежде чем заводить потомство, надо подумать о материальной стороне вопроса. Эту, в общем-то, здравую мысль народная молва переделала в емкую фразу: «Не рожайте!». Эмоциональный отклик трудно переоценить, — даже в 2000 г., через четыре года после ухода Соловьева от власти, многочисленные участники фокус-групп с возмущением цитировали это высказывание.

Парадоксален тот факт, что *долгое время у губернатора не было лояльных к нему влиятельных средств массовой информации*, в то время как противостоящие ему группы имели собственные печатные органы, активно поливающие Соловьева и его команду: «Возрождение Урала» у Сумина и «Акция» у Головлева. На Челябинской государственной телерадиокомпании среди ведущих журналистов осталось несколько сторонников Сумина (некоторых даже безуспешно пытались уволить).

Выборы в Государственную думу 1995 г. областная «партия власти» проиграла по всем пяти одномандатным округам. Ситуацию усугубил тот факт, что по Кыштымскому округу в Госдуму избрался вернувшийся

в публичную политику Сумин¹. Политический ветер поменялся, и областная Дума среагировала, как заправский флюгер, — с поста председателя Думы был смещен лояльный к губернатору Вячеслав Скворцов, а его место занял близкий к «Возрождению Урала» Виктор Давыдов. Решающую роль в этом голосовании сыграла позиция представителей директорского корпуса.

Команда Соловьева начала активизироваться в ходе президентских выборов, используя их для создания собственной политической машины. Областной штаб по выборам Ельцина возглавил первый заместитель главы администрации области Виктор Христенко, который также являлся доверенным лицом Президента. Впервые «партии власти» удалось добиться перевеса в СМИ. Под жесткий контроль были поставлены районные и, частично, городские газеты, откровенно проельцинским было областное сетевое радио, благожелательно настроены коммерческие телестудии и радиостанции (за исключением радио «Новая волна-2»). Мощным информационным ресурсом явилась бесплатная газета «Хроника», выходявшая тиражом 500 тысяч экземпляров. В итоге президентская кампания 1996 г. стала первой успешной кампанией областной «партии власти» (36% за Ельцина в первом туре и 58% — во втором).

Все же было понятно, что шансы Соловьева на переизбрание, с учетом его устойчиво высокого антирейтинга (около 40%), остаются более чем скромными. Поэтому в июле 1996 г. ему был предложен *вариант сохранения у власти действующей команды*: Соловьев уходит в отставку, исполняющим обязанности губернатора назначается не имеющий негативной репутации Христенко, выборы проходят в сентябре—октябре 1996 г.², и

¹ Основной соперник Сумина, директор Сосновской птицефабрики Михаил Лежнев, за несколько дней до выборов был убит. Впоследствии, уже в ходе выборов губернатора, Сумина пытались обвинить в том, что именно ему на руку была эта смерть, но кроме домыслов никаких доказательств обнаружено не было.

² Эти сроки были бы выгодны еще по одной причине: оказавшись в начале электорального цикла, челябинские выборы имели все шансы попасть в число знаковых, на которых Администрация Президента принципиально важно было бы одержать победу, как это случилось, например, с выборами в Саратовской области.

оппозиция не успевает отмобилизоваться. После недолгого размышления эта схема была отвергнута Соловьевым на том основании, что его стартовый рейтинг выше, чем у Христенко. При этом не учитывалась несопоставимость известности и антирейтинга этих двух политиков. Несомненно, низкая известность Христенко в данной ситуации была скорее плюсом, чем минусом. Однако решение было принято губернатором, и для Виктора Борисовича, традиционно придерживающегося позиции «идеального чиновника» (дисциплина, исполнительность, командная игра), на этом вопрос был закрыт. Впрочем, наверное, для самого Христенко в итоге все сложилось к лучшему. Кто знает, победи он в 1996 г. на выборах губернатора, стал бы он впоследствии одним из старожилов Правительства РФ?

Правила игры и игроки

Начиная с 1994 г. представители «ЗВУ» в областной Думе постоянно добивались проведения выборов в органы местного самоуправления, а с 1995 г. пытались поднять и вопрос о выборах губернатора. Все эти попытки натывались на противодействие лояльных к Соловьеву депутатов. Уже после повторного избрания Ельцина администрация области пыталась добиться от Президента отмены или переноса выборов губернатора. Однако изменившийся расклад сил в окружении Ельцина сделал отмену выборов невозможной.

Поэтому *ставшее неизбежным назначение выборов на декабрь 1996 г. изначально имело победный для «ЗВУ» оттенок.* Депутаты от «Возрождения Урала» к осени 1996 г. имели достаточно влияния на областную Думу, чтобы проводить практически любые решения. Попытка губернатора изменить законодательство о выборах, предпринятая им в середине сентября 1996 г., была обречена на провал.

Самое забавное то, что на самом деле принятый областной Думой закон о выборах был на руку действующему губернатору. По этому закону для признания вы-

боров состоявшимися достаточно, чтобы проголосовало всего 25% избирателей. Для того чтобы кандидат был признан избранным, ему необходимо набрать более 25% от принявших участие в голосовании. Практика показывает, что подобные нормы выгодны именно «партии власти», но депутаты, видимо, из чувства противоречия, не согласились поднять процентную планку по явке и по количеству голосов, необходимых для победы в первом туре до 50%, как это предлагал губернатор. Несмотря на то, что Соловьев на пресс-конференции, данной по этому поводу, заявил, что будет отстаивать именно это предложение до конца, каких-либо действий с его стороны не последовало. *Проявленная губернатором слабость в начале кампании оказалась весьма показательной.*

Время работало против Соловьева — с каждым месяцем нарастало постэлекторальное разочарование, связанное с повторным избранием Ельцина, — начался откат в сторону левых, что демонстрировали итоги выборов глав исполнительной власти в других регионах.

Соперниками губернатора стали сразу три (из восьми) депутата Государственной думы, двое из которых — Сумин и Головлев — являлись лидерами влиятельных оппозиционных группировок. Третий, Григориади, сыграл роль локального лидера в своем Златоустовском округе, отнимая голоса и у Сумина, и у Соловьева.

Кроме них зарегистрировано еще шесть кандидатов: В. Кичеджи (генеральный директор АО «ЧТЗ»), А. Белишко (бывший заместитель Соловьева, а на момент выборов — представитель области в ассоциации «Большой Урал»), А. Яловенко (лидер областной организации ЛДПР), А. Власов (директор ОАО «МАГ»), С. Костромин (председатель Народно-государственной партии), Л. Убожко (председатель Консервативной партии). Из них лишь Василий Кичеджи, благодаря своему положению и финансовым возможностям, представлял собой сколько-нибудь значимую фигуру, *остальные же являли собой пример политических маргиналов, участвующих в любых выборах, но никогда не добивающихся успеха.*

Главными действующими лицами кампании стали Соловьев и Сумин. Фигурами второго плана, обладающими значительными финансовыми ресурсами или «неформальным» влиянием и способными ощутимо влиять на исход выборов, стали В. И. Головлев, В. С. Григориади и В. Н. Кичеджи. При этом Сумин играет роль респектабельного политика и крепкого хозяйственника, Головлев — бультерьера-контрпропагандиста, а Кичеджи и Григориади символизируют оппозиционность губернатору хозяйственной и политической элиты области.

Сценарий выборов просматривается достаточно четко: оставшийся в одиночестве непопулярный губернатор пытается удержаться у власти, а мощная коалиция оппозиционных ему сил намерена заменить его на Сумина под лозунгом «хватит Соловьева!».

Атака на губернатора идет со всех сторон. В разной тональности, но одинаково резко его критикуют практически все кандидаты (за исключением Убожко, который целенаправленно выступает против Сумина). Соловьев, со своей стороны, демонстрирует успехи и оправдывается; всплесками критикует отдельных конкурентов.

Основной опорой Соловьева казалась вертикаль исполнительной власти. Однако *ситуация одновременных выборов губернатора, областного Законодательного собрания и органов местного самоуправления привела к тому, что мэры были озабочены собственным переизбранием и старались максимально дистанцироваться от непопулярного губернатора.* Большая часть кандидатов во все уровни власти пыталась построить свой рейтинг на антирейтинге Соловьева, и на него обрушилась дополнительная волна критики. Видимо, *такова закономерность одновременных выборов разного уровня — популярному губернатору подобный расклад выгоден, поскольку кандидаты пытаются привязаться к его высокому рейтингу, а непопулярного его антирейтинг еще сильнее тянет на дно.*

В распоряжении Соловьева оказался ряд местных СМИ — бесплатная газета «Хроника» (тираж 500 тысяч экземпляров) и жестко контролируемые районные и городские газеты, имеющие бюджетное финансирование.

Кандидатуру В. П. Соловьева на пост губернатора поддержали Союз промышленников и предпринимателей, губернатор Свердловской области Э. Россель и заместитель главы администрации Президента А. Казаков (от себя лично и от имени администрации Президента в целом), а также «Союз сельских товаропроизводителей». 30 октября в программе «По существу» в поддержку Соловьева высказался В. В. Жириновский. Некую пикантность этому придало выдвижение кандидата на пост главы областной администрации от ЛДПР. Из общественных организаций Соловьева поддержали «НДР», Союз ветеранов Афганистана Челябинской области, «Демократическая Россия», «Лига деловых женщин», Партия социальной демократии, Союз «За Россию», Союз рабочих, Областной общественный комитет российских реформ.

Несмотря на афишируемую поддержку Соловьева, большая часть промышленников вступила в закулисные переговоры с Суминым. *А открытые выступления директоров заводов в поддержку губернатора в условиях хронической невыплаты заработной платы даже на преуспевающих металлургических предприятиях работали скорее в минус.*

Большая часть областных силовиков, за исключением руководства ФСБ, активно поддержавшего Соловьева, заняла нейтральную позицию. На протяжении кампании всеми возможными средствами содействовал Сумину прокурор Челябинска Брагин.

В ходе выборов Сумин опирался на организации движения «ЗВУ» (численность которого, по утверждению его руководства, составляет более 80 тысяч человек) и поддержку части директорского корпуса. Сумин получил доступ практически во все областные СМИ. Количество его появлений в прессе и на телеэкране



Петр Сумин

лишь немногим уступало количеству материалов о действующем губернаторе. Во многом этому способствовала *распространенная практика, когда кандидаты от «ЗВУ» в органы власти разного уровня большую часть предоставляемого им эфирного времени тратили на агитацию за Сумина.*

После непродолжительного перерыва в начале кампании возобновился выпуск газеты «Возрождение Урала», тираж которой повысился со 150 до 600 тысяч экземпляров. 1 ноября вышла в свет новая городская газета «Наш Челябинск» (тираж 50 тысяч), в которой большинство статей было посвящено агитации за Сумина. В начале ноября появилась еще одна просуминская газета «Губернатор-Контакт» (спецвыпуск еженедельника «Контакт» на период предвыборной кампании, тираж 100 тысяч).

Естественно, все это требовало немалых финансовых средств. Основными спонсорами Сумина, по мнению экспертов, стали концерн «Ферейн», Промстройбанк и «Лукойл».

Сумин выступил в качестве инициатора создания широкой коалиции из всех оппозиционных губернатору сил. Причем если раньше «коалиционность» заключалась во включении всех оппозиционных сил в движение «ЗВУ», то теперь настал момент быть более открытым и готовым сотрудничать со всеми влиятельными организациями. Накануне и в ходе кампании проводилась большая работа с главами местных администраций. Также был проведен ряд встреч с представителями военных и казачества.

Следует отметить, что *Сумин накануне выборов менял идеологические ориентиры и попытался предстать перед избирателями в облике такового центриста.* В предвыборной программе «ЗВУ» даже появился пункт о необходимости продолжения приватизации. Не ограничиваясь левым электоратом, Сумин пытался

привлечь и избирателей из правого и центристского спектра. Кроме НПСР и входящих в «ЗВУ» движений, Сумина поддержала областная организация движения «Яблоко». Лидер «Яблока» Кузнецов объяснял это решение следующим образом: «А почему я должен поддерживать Соловьева, который со мной даже ни разу не встретился?»

Из политиков федерального уровня в поддержку кандидатуры Сумина выступили А. Лебедь, Г. Селезнев, Г. Зюганов, С. Говорухин.

Владимир Головлев на этих выборах пошел ва-банк. В 1996 г. он понес чувствительные потери, заметно ослабившие его позиции в области: были сняты со своих постов его сторонники в Фонде имущества и Госкомимуществе, подверглись прессингу связанные с ним коммерческие структуры. Целью Головлева являлось восстановление собственных позиций в регионе, что было возможно лишь при устранении команды В. Соловьева. Его рупором стали газеты «Акционер» и «Демократический выбор».



Владимир Головлев

Кроме того, Головлев, используя московские связи, пытался добиться в Администрации Президента если не поддержки своей кандидатуры, то хотя бы отказа от поддержки Соловьева. Его активность вкупе с активностью поддерживающих Сумина московских экономических структур привела к тому, что поддержка губернатора Москвой осталась номинальной.

Динамика кампании

Наиболее полноценные кампании провели главные претенденты — В. Соловьев и П. Сумин. Уже с середины сентября оба начали активно разъезжать по облас-

ти и встречаться с руководителями и коллективами предприятий и главами администраций. Оба регулярно давали пресс-конференции и делали заявления для прессы, опубликовали отчеты о проделанной работе. Остальные кандидаты заметно уступали им в этом.

В октябре Соловьев еще заметно опережал Сумина по количеству упоминаний в СМИ — как у действующего главы администрации у него было на тот момент заметно больше информационных поводов. Основными темами публикаций и репортажей были ежедневные сообщения о подписании им каких-либо постановлений или о поездках по городам Челябинской области. Организованный административными методами сбор подписей в поддержку выдвижения Соловьева принес потрясающие результаты — 600 тысяч подписей (более чем в 2 раза больше количества проголосовавших впоследствии за губернатора).

Своеобразным нововведением в избирательную практику области стал публикуемый еженедельно «Дневник губернатора». Ход оказался неудачным: «Дневник» стал превосходным поводом для контрпропаганды. Явно сырой материал подвергался уничтожающей критике во всех оппозиционных изданиях: самые сомнительные куски публиковались целиком, из контекста вырывались отдельные фразы и сопровождались соответствующими комментариями.

Такая же судьба постигла другой нестандартный ход Соловьева — участие в передаче «Момент истины».

Возрождение проекта «Народный дом» также оказалось холостым выстрелом. Официозное проведение мероприятий и занудное освещение в телевизионных и печатных отчетах не вызвало особого интереса у избирателей.

Странное впечатление произвели на избирателей пикеты в поддержку действующего губернатора, тем более что подготовка пикетчиков оставляла желать лучшего — их деятельность ограничивалась только раздачей агитационных материалов, а на вопросы, почему надо голосовать за Соловьева, они нередко отвечали, что сами не собираются за него голосовать, а так, под-

рабатывают. *Когда власть начинает использовать методы агитации, традиционно присущие оппозиции, это говорит о том, что у нее не все ладно.*

Уже в ноябре Сумин привлек большее внимание прессы в контексте именно избирательной кампании. Обилие поездок по городам и районам области методично освещалось в СМИ. В ноябре и декабре к этому прибавились сообщения о различных мероприятиях, организованных «ЗВУ», в которых принимал участие Сумин. *Методичность и «правильность» ведения кампании Сумина была оправданной, так как нестандартные ходы могли бы скорее повредить, отпугнув новизной традиционных избирателей.*

Более разнообразной оказалась контрпропагандистская кампания, направленная против нынешнего губернатора. Публикация «жареных» фактов, компрометирующих «партию власти», сочеталась с удачными оперативными комментариями на предвыборные действия и рекламные ходы Соловьева. Особенно действенной, на наш взгляд, была публикация на страницах просуминской прессы наиболее неудачных высказываний и оговорок Соловьева в виде прямых цитат.

В ходе поездок Сумина по области начали множиться слухи о его плохом здоровье. Широкое обнародование фактов, свидетельствующих о плохом состоянии здоровья лидера «ЗВУ», за несколько месяцев до дня выборов могло бы заметно снизить его рейтинг. Однако этот ход был использован противниками Сумина лишь в последнюю неделю и не дал должного эффекта.

Гендиректор ЧТЗ Василий Кичеджи, имеющий репутацию одного из самых богатых людей области, обеспечил себе практически неограниченный доступ на ТВ и в прессу (газета «Вечерний Челябинск»). Кроме того, на него работали бесплатные газеты «Деловой Урал» и «ВсеМ», а также оказывала поддержку телекомпания «Восточный экспресс». Свои поездки по регионам Кичеджи начал слишком поздно. Более того, география его поездок позволяет говорить о том, что их целью явля-



Василий Кичеджи

лось не столько привлечение избирателей, сколько наработка контактов и связей с влиятельными лицами на местах (административными работниками и директорами промышленных предприятий). Наиболее ярким ходом в кампании В. Кичеджи стала его публичная полемика с В. Соловьевым. Последний пытался уклониться от открытой дискуссии и представить аргументы Кичеджи не заслуживающими серьезного внимания. Однако многочисленные перлы губернатора провоцировали насмешки прессы и новые «зацепки» его противников. Навязанная таким образом полемика однозначно сыграла против Соловьева, принеся очки Кичеджи и, опосредованно, — Сумину. Да и само выдвижение Кичеджи подрывало миф о безоговорочной поддержке Соловьева промышленниками области. *Вступление губернатора в полемику с кандидатом второго плана стало одной из его роковых ошибок.*



Владимир Григориади

В ходе губернаторской кампании Владимир Григориади сделал ставку на поддержку Александра Лебеда — типичная ошибка кандидатов того времени. Действительно, «свежеуволенный» из Совета безопасности Лебедь был на тот момент самым популярным политиком в стране. Но в итоге вышел конфуз: после первых разговоров о том, что Лебедь поддерживает Григориади, в печати были высказаны сомнения по этому поводу.

Сомнения подтвердились 16 ноября на VI конференции движения «За возрождение Урала», когда заместитель председателя совета движения «Честь и Родина» Ю. Шевцов зачитал обращение к южноуральцам генерала Лебеда, в котором тот безо-

ворочно поддержал кандидатуру П. И. Сумина. *Своевременно попавшая на стол к Лебедю аналитическая справка о шансах кандидатов в губернаторы повлияла на изменение его позиции.*

После того как Лебедь поддержал Сумина, кампания Григориади потеряла концептуальный стержень и перешла в разряд ординарных. Да и по количеству агитационных материалов он явно не дотягивал до лидеров предвыборной гонки.

В. И. Головлев разыгрывал ставшую традиционной для его кампаний антиноменклатурную карту, представляя себя противником Системы и радетелем за простого человека. Основным методом ведения кампании служило раздувание скандалов. В его агитационных материалах прослеживаются две линии. Одна из них связана со скандалами вокруг преследования членов команды Головлева правоохранительными органами. Арест А. Дудина сотрудниками ФСБ послужил толчком к целому ряду публикаций со взаимными обвинениями со стороны Головлева в адрес прокурора области Лихачева. В конце октября Головлев инициировал ряд писем в Генеральную прокуратуру. В первом он совместно с другими депутатами Госдумы обратился к генеральному прокурору с просьбой не назначать Лихачева на второй срок. Во втором он просил возбудить уголовное дело против журналиста Филичкина. В дальнейшем газета «Акционер» продолжила тему, публикуя компрометирующие материалы под рубрикой «Подонки в мундирах».

Вторая линия была направлена на раздувание скандалов, компрометирующих губернатора и его приближенных. Началась она с массивованного выброса листовки «Клевета на Головлева» и продолжилась чрезвычайно резкими материалами в газете «Акционер», которая увеличила тираж до 850 тысяч экземпляров. Среди удачных ходов команды Головлева хочется отметить размещение в «Акционере» статьи об учредительнице финансовой пирамиды «Властилина» Валентине Соловьевой. Многие избиратели свято поверили, что речь идет о жене челябинского губернатора.

После скандала с «покаянием» редактора «Акционер» Галкина (на которого «повлияли» сотрудники ФСБ) кампанию продолжил специальный выпуск газеты «Демократический выбор России», опубликовавший материалы, анонсированные «Акционером». После этого выпуск «Акционера» возобновился, что еще раз показало *неспособность областных властей контролировать информационное пространство области.*

Кульминацией кампании Головлева было появление его роликов и передачи «Время выбора Ч» на ОРТ за месяц до выборов, причем в прайм-тайм. Хотя самому Головлеву эти действия особых дивидендов не принесли, для областной элиты это стало сигналом, что Москва далеко не едина в поддержке Соловьева.

Последние две недели оживили губернаторскую кампанию теле- и радиовыступлениями аутсайдеров предвыборной гонки, которых до той поры не было заметно. Общая их тональность лишь усугубляла ставшее почти безнадежным положение губернатора. Призывы его сторонников прекратить волну компроматов и клеветы лишь подчеркивали слабость его позиции.

В последний момент команда губернатора решила так разыграть карту болезни Сумина: в СМИ была организована специальная волна по этому поводу. Состояние здоровья общепризнанного фаворита нынешней кампании подверглось обсуждению и критике со стороны всех претендентов на губернаторское кресло, за исключением В. Кичеджи и А. Белишко. Застрельщиком выступал Лев Убожко, но этот крайне неавторитетный политик с очень странными манерами, по эксцентричности дающий 100 очков вперед Владимиру Вольфовичу, к тому же «жертва карательной психиатрии» советских времен, не оказался для избирателей фигурой, заслуживающей доверия.

«Ударным» должно было стать также «чрезвычайное обращение» Соловьева к избирателям области, в котором он объединил Сумина и Головлева, обвинив их в сговоре и пособничестве транснациональным корпорациям.

Однако эти шаги были предприняты слишком поздно: проведенные экспресс-исследования реакции населения на эти аргументы показали, что они не достигли своей цели: при том, что лишь около 40% опрошенных знали о них, не верили им более 45% (!).

Потенциально мощным информационным поводом для Соловьева стал захват мэрии Златоуста сторонниками одного из кандидатов в главы города. У губернатора появилась прекрасная возможность продемонстрировать свою жесткость и способность контролировать ситуацию в регионе. Но все было спущено на тормозах.

Провалились переговоры команды губернатора с кандидатами второго плана об их снятии в его пользу (Григориади, Кичеджи и Белишко ответили отказом).

Итоги

Вадим Соловьев допустил *практически все возможные ошибки, которые может допустить действующий губернатор*:

- пустил на самотек формирование собственного имиджа.
- позволил оппонентам занять статусные позиции в преддверии выборов.
- допустил раскол региональной элиты и возникновение оппозиции внутри силовых структур.
- не сумел поставить под контроль информационное пространство региона.

В итоге действующий глава получил почти столько же голосов (225518 и 16%), сколько центристские партии и движения в 1995 г. (226 271). Триумфальную победу одержал Сумин, набравший в первом туре более 50%.

Третье и четвертое места разделили между собой Григориади и Головлев, получив соответственно 8,5 и 6,5% голосов.

Головлев, несмотря на вложенные в кампанию серьезные финансовые ресурсы, не смог получить более

весомый результат и стать хотя бы третьим. Его принципиальная ошибка заключалась в том, что, *если на фоне жесткой борьбы двух кандидатов ты хочешь «сыграть третьего», нельзя брать на себя роль бульте-рьера, надо быть «белым и пушистым» и набирать го-лоса на контрасте.*

Освещение прессой заказных убийств в Челябинской области: технологический аспект

Как известно, в ходе избирательных кампаний случаются кризисы, зачастую незапланированные участниками политических процессов. *Кризисное событие само по себе амбивалентно, вопрос в том, как его грамотно преподнести.* В 1995 г. в ходе выборов в Государственную думу был момент, когда у областной «партии власти» была возможность поменять вектор событий и усилить свои позиции. Момент был упущен, зато оппозиция использовала изначально проигрышную ситуацию в своих целях.

В течение двух дней (6–7 декабря 1995 г.) в Челябинской области произошло три покушения на жизнь людей, в той или иной мере причастных к политическим процессам: Ярослава Извальцева, директора ООО «Пегас», издающего газету «Русский дом» (г. Магнитогорск), Михаила Лежнева, президента АОЗТ «Равис» и кандидата в депутаты Госдумы от движения «Наш дом — Россия», и Андрея Косилова, председателя совета директоров ЧИФ «Атлант». Выжить удалось только Косилкову. Наиболее громкой стала гибель Михаила Лежнева, тем более что его основным соперником на выборах был лидер оппозиционного движения «За возрождение Урала» Петр Сумин.

Подобные события в условиях предвыборной кампании в Госдуму не могли не создать мощной информационной волны, которую в той или иной степени попытались использовать различные политические силы. *Убийства причастных к политике людей обычно вызывают пристальное внимание средств массовой информации, что особенно важно за полторы недели до финиша предвыборной гонки, когда у избирателей формируется усталость в результате информационной перегрузки и привлечь их внимание можно только при помощи неординарного события.* Поэтому, как это ни цинично звучит, *эти убийства стали серьезным ресурсом для участников выборов, в первую очередь, для кандидата в депутаты Госдумы по Магнитогорскому избирательному округу от «Демократического выбора России» Александра Починка, и местного*

отделения движения «Наш дом — Россия», от которого выдвигался убитый Лежнев.

*Починку было важно использовать убийство Я. Извальцева для дискредитации своего основного конкурента по Магнитогорскому избирательному округу — **Динуса Сафиуллина**, причем реальные основания для подобной точки зрения были достаточно сомнительны.*

*Местному отделению «НДР» было полезно использовать факт убийства выдвинутого им кандидата в двух целях: поднять рейтинг самого движения и его кандидатов (в первую очередь, Жакслыка Алтынбаева), создав им ореол мучеников, и — свести к минимуму шансы лидера областной контрэлиты **Петра Сумина**, основного конкурента Лежнева по Кыштымскому избирательному округу, причем построить сценарий для решения этой задачи было достаточно легко, поскольку Лежнев, в отличие от Извальцева, имел непосредственное отношение к политике и, по данным социологических опросов, лидировал в своем округе или, как минимум, ненамного уступал Сумину.*

Преподнести покушение на жизнь Косилова как политическое (в свете того, что он якобы финансировал кампанию Сумина) вряд ли было выгодно всем политическим силам; в том числе и Сумину, поскольку финансирование его коммерческой структурой не совпадало с конструируемым его командой образом бессеребреника, у которого «болит сердце» за страдания людей; и «партии власти», поскольку тогда обвинение легло бы на нее. Поэтому «политическую окраску» инциденту с Косиловым придавали в основном СМИ, заинтересованные в «жареных» фактах. Как пример этого можно привести статью в «Коммерсант-daily», авторы которой сделали открытие, что, оказывается, не только Косилов, но и Извальцев финансировал предвыборную кампанию Сумина и был его деловым партнером.

Однако кампании по приданию политической окраски убийствам Извальцева и Лежнева имели совершенно различные результаты. В связи с этим стоит проанализировать средства, которые использовались для достижения этих результатов.

В случае с убийством Извальцева подавляющее большинство материалов излагает точку зрения одной стороны и в той или иной степени направляет восприятие читателя к признанию виновности Сафиуллина. Иногда излагается две версии: политичес-

кое убийство, терроризм против прессы, с одной стороны, и провокация против Сафиуллина — с другой. Однако вторая версия присутствует обычно в виде одного предложения-формулировки, в то время как версия политического убийства подробно излагается и аргументируется.

Поскольку люди обычно оперируют не текстом прочитанной статьи, а той интерпретацией (сценарием), которая в их сознании возникла, существует возможность определенными языковыми средствами формировать в их сознании именно тот сценарий, который нужен автору. Статья «Выстрелы» в газете «Русский дом», впоследствии перепечатанная многими средствами массовой информации и обильно цитируемая, дает пример того, как это делается:

1) *Связывание Сафиуллина с убийством Извальцева* достигается несколькими средствами:

а) постоянным упоминанием этих двух фамилий рядом (других фамилий в тексте просто нет);

б) косвенным связыванием (Сафиуллина — с ММК (Магнитогорским металлургическим комбинатом, который поддерживал его кандидатуру), а ММК — с убийством);

в) на фоне расплывчатых фраз, сложноподчиненных предложений, отсутствия конкретных имен, дат, фактов, фигурируют уточнения типа: Извальцев «в последнее время занимался сугубо финансовыми вопросами, в том числе просроченными и авансовыми платежами за предвыборную (политическую) рекламу кандидата в депутаты Госдумы, зам. директора АО «ММК» Динуса Нуримановича Сафиуллина».

Заметим, понадобилось 4 уровня уточнения, чтобы добраться до Сафиуллина. Из всего массива вопросов, которыми занимался Извальцев, выделен именно этот;

г) в статье нет определенного ответа, кто заказчик убийства. Читателю дается возможность додумать самому, но его подводят к нужному выводу. Это особенно удобно, поскольку, с одной стороны, исключает обвинения в клевете, а с другой, увеличивает субъективную ценность вывода для читателя (это «его» точка зрения).

2) *Эффект реальности описанных событий* достигается:

а) трехмодальным описанием (то есть трех основных системах восприятия — зрение, слух, ощущения) тех событий, реальность которых достаточно сомнительна;

б) введением мелких подробностей (типа того, что угрожавший

редактору показал ему написанные на листке две фамилии или номер телефона, по которому из редакции звонили на комбинат).

3) *Эффект объективности* достигается:

а) использованием обезличенных форм описания (например, не «я узнал», а «стало известно»), упоминания авторов в третьем лице;

б) направлением внимания читателя на событийный ряд, а не на смысл событий;

в) отсутствием сформулированных выводов.

В итоге за считанные недели Сафиуллин скатился на четвертое место, а Починок триумфально выиграл выборы.

Качественно от этой пропагандистской кампании отличается та, которая проводилась «партией власти». Прежде всего следует отметить большую неоднородность информационных потоков, наличие нескольких точек зрения на мотивы убийства Лежнева (коммерческие, политические, из личных побуждений), причем эти точки зрения представлены в равной степени. Что же касается степени их обоснованности, то преимущество следует отдать версии конфликта с преступными группировками: выстроен предшествовавший убийству событийный ряд (угрозы, «наезды» на Лежнева), приводятся документы (например, письмо М. Лежнева губернатору области В. П. Соловьеву).

Что же касается политической версии, то она сформулирована, в основном, в виде безапелляционных заявлений (типа заявления Ж. К. Алтынбаева от имени Союза сельских товаропроизводителей и землепользователей или работников компании «Равис»). Практически отсутствуют факты (или псевдофакты) в ее подтверждение. Крайне расплывчато обозначены виновники — «те, кто против возрождения России». В этом же стиле — свидетельство представителя президента в области В. В. Селезнева, который поведал о том, что в беседе с ним Лежнев вскользь заметил, что противники его «достали». Этого неспецифического глагола, естественно, было недостаточно, чтобы создать у читателя яркий образ.

С другой стороны, четыре оппозиционных кандидата в депутаты (Живолук, Сумин, Хаиров, Циттель) и Независимая общественная палата сделали заявления, в которых выразили протест против придания убийству «целенаправленной политической окраски». Одновременно распространяется заявление группы депутатов областной Думы (Давыдов, Буравлев, Саломаткин, Жмаев, Мазуль, Сподарь), в котором они «переводят стрелки»: «свер-

пившиеся акты насилия свидетельствуют о разгуле преступности в нашей области, пассивности правоохранительных органов, попустительстве властей». *В итоге — громогласные заявления против громогласных заявлений.*

Гибель основного соперника Сумина никак не повлияла на рост его антирейтинга, зато совершенно неожиданно *информационную волну, связанную с убийством Лежнева, использовал и направил Владимир Головлев*, кандидат в депутаты по Калининскому избирательному округу. В последний день агитации (15 декабря) вышел в свет номер газеты «Акция» (тиражом 150 тысяч экземпляров) со статьей «Кому мешает Головлев?» В ней Головлев заявил, что готовится его заказное убийство и что убийство Лежнева из той же серии.

В статье ярко показано, под влиянием каких фактов произошла эволюция взглядов Лежнева, вплоть до того, что расписана стратегия его мышления: он «увидел глаза людей, которым уже некуда пойти, кроме как к депутату» и узнал ряд вопиющих фактов, понял, что ему «не по пути с людьми, толкнувшими его в политику», и начал *говорить* о том, что будет выходить из «их Челябинского дома». После этого на Лежнева началось давление (упоминается дело, которое начала формировать налоговая полиция, что реально произошло еще до выдвижения Лежнева в депутаты), а потом его убийство было «согласовано в высоких кабинетах». Поскольку большая часть статьи посвящена критике губернатора, становится понятно, что это за «высокие кабинеты». *Несмотря на слабость фактической составляющей, яркость и осязательность образов действует на чувства читателя, заставляет его поверить в истинность рассказанного.*

Головлев, имевший на тот момент достаточно высокий антирейтинг, тем не менее, сумел победить на выборах в своем округе, хотя и с очень скромным результатом.

Кандидаты от областной «партии власти» проиграли по всем пяти одномандатным округам, а движение «Наш дом — Россия» получило в Челябинской области гораздо более скромные результаты (7,9%), чем в целом по стране (10%).

Выводы

Во время выборов не бывает нейтральных событий. Любое событие может быть «упаковано» так, что будет работать на канди-

дата. Эффективная стратегия формирования общественного мнения в средствах массовой коммуникации должна учитывать типовые сценарии событий, существующие у адресных групп, и специфику их восприятия.

Важна первая интерпретация события, которую затем склонны повторять остальные ньюсмейкеры и СМИ. Но для того, чтобы оперативно реагировать на события, нужно иметь общую стратегию кампании и четко сформированную собственную «повестку дня» и уже затем, исходя из общей логики кампании, «упаковывать» текущие события. У оппонентов областных властей подобная «повестка дня» (противостояние непопулярным областным властям и административно-силовому нажиму) была, и они смогли навязать ее общественному мнению. Кандидаты от «партии власти», придерживавшиеся рекламно-административной модели ведения кампании (более высокое, чем у оппонентов, количество рекламных носителей в сочетании с технологиями административной мобилизации электората), не сумели сформулировать смысловое наполнение кампании¹ и, несмотря на превосходство в ресурсах, проиграли.

¹ Им вполне могла бы быть, например, идея о том, что, прикрываясь оппозиционными политическими лидерами, криминал идет во власть.

Иркутский блицкриг

Выборы губернатора Иркутской области-1997

Выборы губернатора Иркутской области 27 июля 1997 г. были беспрецедентными по ряду причин:

1. Участие основных имиджевых команд (и, соответственно, возможность оценить эффективность применяемых ими технологий).

2. Размах работы полевых структур кандидатов.

3. Успешное применение новых технологий балансировки ресурсов конкурентов.

Мощный перелом хода кампании одним из кандидатов всего за три недели до выборов можно считать хрестоматийным примером удачно организованного «блицкрига».

Контекст выборов

Выборы были внеплановыми, проводились в спешке, и поэтому преимущества имели те политические силы и группировки, которые обладали способностью к быстрой мобилизации ресурсов. В результате оказалось, что *административные структуры были отмобилизованы гораздо быстрее, чем политические партии и движения* (в первую очередь, КПРФ), а финансово-промышленные группировки оказались в растерянности и большую часть предвыборного марафона раздумывали, на кого делать ставку.

Такие мощные структуры, как «ОНЭКСИМ-банк», «МЕНАТЭП» и «Альфа-банк» (имеющие долговременные интересы на территории области), так всерьез и не включились в процесс выборов, эпизодически финансово подпитывая тех или иных кандидатов, иногда сразу нескольких. Возможно, именно этого и добивался Ю.А. Ножиков, досрочно уходя в отставку с поста губер-

натора: не дать своим политическим противникам времени саккумулировать ресурсы. Неслучайно коммунисты несколько раз требовали от Ножикова официально заявить, что он не будет выставлять свою кандидатуру: они предполагали, что Ножиков намеренно решил провести выборы на год раньше намеченного срока, чтобы иметь преимущество перед другими кандидатами. Однако этого не произошло, и Ножиков в ходе кампании первоначально занял выжидательную позицию, однако очертил круг претендентов, которых он может поддержать: Говорин, Щадов, Тэн. *В последние две недели перед выборами, когда стало ясно, что выигрывает Говорин, Ножиков бросил на чашу весов последнюю ширю, открыто высказавшись в его поддержку.*

Кандидаты

Из девяти кандидатов в губернаторы только пятеро воспринимались в качестве серьезных претендентов.



Борис Говорин

Говорин Борис Александрович, мэр города Иркутска, на мэрских выборах 1994 г. одержавший триумфальную победу (78% голосов). *Он был единственным представителем административной элиты на этих выборах и в силу этого наиболее предпочтительным кандидатом для глав городов и районов, которые в массе своей оказали ему поддержку.* Это имело свои несомненные плюсы: максимальное содействие в организации встреч и размещении материалов в средствах массовой информации, благожелательное отношение избирательных комиссий.

С другой стороны, судя по результатам социологических опросов, большая часть глав администраций имела на тот момент крайне низкий рейтинг (исключение составил только Усть-Илимск, где параллельно с губернаторскими про-

водились мэрские выборы, и Говорин благодаря союзу с действующим мэром набрал более 70%. *В других населенных пунктах штабам поддержки Говорина приходилось дистанцироваться от глав администраций и, более того, вставлять в его интервью критику местных мэров). Кандидатура Говорина была одобрена Правительством и Администрацией Президента, что не преминули использовать его конкуренты, везде называя иркутского мэра «человеком Чубайса».* Экономической подпоркой Говорина стали энергетики и, в основном, областные финансовые структуры. Все государственные средства массовой информации откровенно работали на Говорина, и он в начале кампании являлся общепризнанным фаворитом этих выборов.

Щадов Иван Михайлович, генеральный директор объединения «Востсибуголь». Сильной стороной его кампании явилось хорошее финансирование, вполне сопоставимое с финансированием Говорина, и *к середине кампании, благодаря агрессивной рекламе, Щадов догнал Говорина по рейтингу (в районе 20% у каждого).* Команда Щадова разыгрывала карту «третьей силы», его кандидатуру поддерживали Лебедь и Явлинский. Использовался образ неполитизированного профессионала-производственника. На Щадова работали две имиджмейкерские команды, хотя у них были несколько разные функции: если одна группа работала над имиджем Щадова, то вторая целенаправленно занималась выстраиванием оргструктуры, которая стала бы опорой Лебеда на следующих выборах.

Левченко Сергей Георгиевич, первый секретарь обкома КПРФ, руководитель СМУ «Стальконструкция». Был активно поддержан народно-патриотическими силами (Зюганов, Варенников) и ЛДПР. Его основной опорой стали ячейки коммунистических организаций. Финансово Левченко уступал двум тяжеловесам — Щадову и Говорину, однако у него была масса добровольных помощников. *На протяжении всей кампании, параллельно с ростом известности, росла популярность*

Левченко, и за две недели до выборов он уверенно вошел в тройку лидеров.

Машинский Виктор Леонидович, депутат Государственной думы по одномандатному округу, заместитель председателя фракции «Народовластие», бывший нефтепромышленник. По утверждению некоторых СМИ, финансовую поддержку Машинскому оказывала ингушская группировка братьев Кодзоевых. Машинского из корпоративных соображений поддержал целый ряд думских деятелей. В ходе губернаторских выборов он попытался еще раз использовать стратегию, которая дважды уже показывала свою эффективность на выборах в Госдуму по одномандатному округу: массированная атака на финише в последние две недели.

Середюк Федор Семенович, руководитель Ангарского нефтехимического комбината, президент Союза промышленников и предпринимателей Иркутской области. Несмотря на официальную поддержку СПП, Середюк не смог добиться реальной поддержки местных элит, и его бездарная рекламная кампания только усугубила положение. Лозунги типа «Середюк — наш губернатор» и «Лидер региона Федор Середюк» в кампании человека с известностью в районе 6—8% вызывали законное недоумение у избирателей.

Остальные кандидаты реально не ставили задачу победить, двое из них (Зубарев и Тэн) объявили об отказе от борьбы, однако официально кандидатуру снял только Тэн. Для Шубы, депутата Госдумы от Братска, губернаторская кампания стала хорошим стартом для выборов мэра, которые были намечены на декабрь этого же года.

Ход кампании

После объявления сроков выборов (27 июля) началась борьба вокруг изменения Закона о выборах, поскольку левые силы сочли недемократичным то, что для

победы в первом туре достаточно набрать больше 25% голосов, однако планка не была повышена до 50%.

Первый массовый всплеск в СМИ был организован командой Говорина: все местные СМИ были забиты материалами о том, какой Говорин хороший мэр Иркутска, а через какое-то время — результатами соцопросов, по которым выходило, что Говорин имеет наибольший рейтинг. Отвечая на вопрос, почему они будут голосовать за Говорина, около половины опрошенных заявляли: «Потому что он все равно выиграет».

Однако в стратегии говоринской команды была допущена серьезная ошибка: практически не был построен образ будущего, отсутствовала внятная программа, и в этот момент начался шквал рекламы Щадова, который и стал для ряда избирателей символом новых возможностей.

В конце июня — начале июля Щадов по количеству наружной рекламы превосходил всех остальных конкурентов вместе взятых. Параллельно пошло массовое размещение прямых рекламных материалов в средствах массовой информации. Избирателю предлагался следующий сценарий выборов: есть только три реальных кандидата — Говорин, которого поддерживает прогнившая номенклатура во главе с Чубайсом; Левченко, вокруг которого объединились силы реванша; и Щадов, который защищает интересы промышленности и которого поддерживают Лебедь, Явлинский и здоровые силы среди коммунистов. Во всех крупных населенных пунктах стояли пикеты щадовских агитаторов, которые, впрочем, в массе своей были очень плохо подготовлены.



Иван Щадов

Агрессивная рекламная кампания принесла свои плоды: в начале июля рейтинг Щадова в среднем по области достиг 20%, и он вышел на уверенное второе место. Однако команда Щадова не смогла вовремя ос-



Сергей Левченко

тановиться, и в какой-то момент наступил эффект пресыщения: избирателей перегрузили. Возник вопрос — откуда такие деньги?

Параллельно началось распространение оппонентами листовки с утверждениями о том, что Щадов был осужден за изнасилование, его старший сын участвовал в групповом изнасиловании, а младший стал виновником гибели ребенка в дорожно-транспортном происшествии. Следует отметить, что листовка была

очень удачно сделана — в виде запроса в прокуратуру с подписями и реальными фамилиями. Появившись точно в тот момент, когда массовость рекламы Щадова начала вызывать отторжение, она произвела эффект разорвавшейся бомбы, и рост рейтинга Щадова прекратился. Начался обвал.

К концу первой недели июля штабы основных претендентов начал всерьез тревожить рост рейтинга Левченко. В отличие от Говорина и Щадова, рейтинг которых остановился на отметке 20—25% и рос в пределах статистической ошибки (около 1% в неделю), динамика рейтинга Левченко устойчиво держалась в рамках 3—5% в неделю. Молодой директор предприятия с приятным лицом стал символом новых надежд для левого и патриотического электората. Черно-белые листовки Левченко, спецвыпуски газет «Приангарье» и «Советская Россия», скромно снятые видеоклипы резко контрастировали с яркой рекламой других претендентов, хотя по количеству очень скоро оказались вровень с рекламой Говорина и Щадова. Поскольку о деловых качествах кандидата сказать было особо нечего, реклама шла под лозунгом: «Левченко — народный кандидат, честный и порядочный человек».

На фоне активности конкурентов стали особенно видны недостатки кампании Говорина: отсутствие ярких идей, с одной стороны, и неповоротливость административной машины — с другой (особенно когда

листовки Говорина начали находить в лесу, куда их выкидывали работники его же местных штабов). В результате *штабом Говорина было принято решение направить мобильные группы профессионалов во все крупные населенные пункты для организации работы на местах*. В течение одной недели фактически была заново создана сеть распространителей агитационной продукции и отлажена система размещения материалов в СМИ. Особенностью работы мобильных групп стало то, что они разрабатывали индивидуальные стратегии проведения кампании для каждого из населенных пунктов с учетом местной специфики. Так, например, в Усть-Илимске, когда удалось выявить негативное отношение населения к банку «МЕНАТЭП», идеология кампании была построена по принципу: *за мэра и Говорина — против «МЕНАТЭПа»*. Использовались такие технологии, как целенаправленный запуск слухов и косвенные рекламные материалы.

Последние две недели охарактеризовались вспышкой активности Виктора Машинского. Если до этого его реклама распространялась достаточно умеренно, то ближе к финишу на избирателя обрушился целый вал разнообразной рекламной продукции, причем Машинский отличался от конкурентов стилистикой рекламной кампании: игровые ролики, нестандартное оформление полиграфии, очень удачные фотографии. Шедевром этой рекламной продукции стала наклейка с изображением задумчивого Машинского и надписью: *«До чего довели область, сволочи!»* Следует отметить, что рекламная кампания Машинского была единственной, в которой выдерживалась единая стилистика во всех видах продукции (аудио-, видео-, наружная реклама).

Кроме того, *последние две недели стали временем беспрецедентной войны компроматов*. Были повторены все уже ранее прозвучавшие обвинения против Щадова, вдобавок к чему он был объявлен ставленником



Виктор Машинский

московских финансовых кругов. Не преминули конкуренты обыграть и внешнее сходство Щадова с Чубайсом. Венцом этой антищадовской кампании (которая состояла из листовок, спецвыпусков газет и различных намеков по телевидению) стал показ по местным телесетям в пятницу перед выборами десятиминутного фильма, повествующего о похождениях Щадова и его семейства («Угольный барон»).

Параллельно был нанесен удар и по Левченко: ему навесили ярлык «нового коммуниста», который не платит зарплату рабочим, а сам ездит на джипе; последнее усугублялось слухами о том, что Левченко был изгнан из армии офицерским судом чести за возвращение солдата, который пытался покончить жизнь самоубийством. Удалось организовать заявление Ангарского горкома РКРП об отказе поддерживать Левченко, которое было широко растиражировано под заголовком «*Коммунисты и рабочие против Левченко*».

На этом фоне ужасающего морального разложения обвинение в адрес Говорина, что его поддерживает непопулярный в народе Чубайс, выглядело просто смешным. К тому же в этот момент начала разыгрываться идея о том, что *Говорин — единственный кандидат, за которым не стоят московские финансовые группировки*, и, следовательно, человек, который сможет отстоять интересы области перед Москвой. Именно в этом духе высказался экс-губернатор Юрий Ножилов, и его заявление об открытой поддержке кандидатуры Говорина было широко растиражировано, что дало новый всплеск рейтингу Говорина.

Визиты Лебеда и Зюганова, которые в середине последней недели перед выборами приехали поддержать каждый своего кандидата, *сработали вхолостую*. Во-первых, наложение по времени снизило значимость обоих визитов, во-вторых, предварительная информационная подготовка этих визитов командой Говорина шла под лозунгом, что известные политики приехали поддержать людей, которых они практически не знают. Кроме того, приезд Зюганова и Лебеда приводился конкурентами в качестве подтверждения того, что за Лев-

ченко и Щадовым стоят московские финансовые группы, которые финансируют Зюганова и Лебеда, иначе зачем бы они поехали поддерживать малознакомых людей. На ряде встреч удалось спровоцировать уничижительные замечания Зюганова и Лебеда в адрес друг друга, которые были моментально растиражированы.

Наименее удачным стал, несомненно, визит Лебеда. Прямо в аэропорту он заявил, что приехал разобраться, правдивы ли те обвинения, которые выдвигают против Щадова. А уже через два часа победоносно объявил, что убедился в том, что все это клевета. Подобные заявления вызвали здоровый скепсис у избирателей: мы тут на месте разобраться не можем, а он за два часа успел. Негативный резонанс имела фраза Лебеда: *«Я не знаю, что произошло, 20 лет назад свечку не держал»*. Кроме того, приезд Лебеда создал информационный повод для центральных средств массовой информации, которые в то время не упускали случая лишний раз лягнуть опального генерала. В итоге история про «насильника» Щадова и поддержавшего его Лебеда стала достоянием всей страны, вызвав усиленный обвал рейтинга Щадова в области.

В результате *в последнюю неделю произошло еще одно перераспределение голосов*: протестный электорат поделили между собой Левченко (20%) и Машинский (15%), а демоцентристский и умеренно патриотический собрал Говорин (более 50%). Щадов скатился на четвертое место и набрал всего 7%.

Итоги

Данная кампания представляет собой классический пример управления ресурсами конкурентов. В частности, поддержка московских политиков не только не помогла кандидатам, но, в результате умело проведенной пропагандистской кампании, стала их ахиллесовой пятой.

Предфинишный спурт Машинского оказался благоприятен для команды Говорина, которая совершен-

но намеренно не работала против Машинского и тем самым давала ему возможность оттянуть голоса потенциальных избирателей Левченко и, частично, Щадова. Кроме того, поскольку массовый выброс компромата совпал по времени с усилением рекламной кампании Машинского, значительная часть избирателей сочла именно его источником этого компромата, тем более что сам Машинский именовал себя не иначе как «офицер запаса КГБ».

Основной урок иркутской кампании — необходимо не только грамотно выстроить идеологию, но и выстроить каналы ее доведения до избирателей, дифференцировав технологии в связи со спецификой отдельных территорий. Прошло время любительских выборов. Они скорее напоминают крупномасштабные войсковые операции, чем состязания интеллектуалов. Профессионализм команды и финансовые ресурсы становятся еще более значимыми, чем личностные качества кандидата.

*Иркутск — Москва
июль — август 1997*

Красноярская эпопея

Выборы губернатора Красноярского края-1998

— *Что лучше: храбрость или хитрость?*

— *Разумная смесь того и другого.*

«Время бешеных псов»

Уже стало общим местом утверждение, что выборы в Красноярском крае явились своеобразным полигоном для отработки технологий предстоящих выборов Президента. На наш взгляд, принципиально новых ходов в рамках этой кампании использовано не было, однако *в новом ракурсе предстала проблема соотношения технологических ходов (креатива), их организационного исполнения, использования существующих информационных каналов и оперативного создания альтернативных.*

Как минимум 3 кандидата в рамках этих выборов обладали сопоставимыми финансовыми ресурсами (3 миллиона USD, потраченные на кампанию Сахарнова, вполне сопоставимы с 6—8 миллионами USD, вложенными в первом туре в кампанию Лебеда и Зубова)¹, однако эффективность их вложения вопиюще различается. Поскольку ресурсы кампании всегда конечны, задача кампэйн-менеджера — оптимально распределить их между различными коммуникационными каналами и инвестировать в нужный момент. В условиях многофакторной реальности избирательной кампании это сложная задача, и поэтому ошибки иногда еще более поучительны, чем удачи.

Впрочем, *во многом кампания начала проигрывать действующей администрацией задолго до официального объявления старта избирательной гонки.* Поэтому ход кампании невозможно понять без рассмотрения контекста, который был сформирован к моменту ее начала.

¹ По экспертным оценкам.

Долговременные политические и социально-экономические факторы, повлиявшие на исход выборов

1. *Напряженные отношения губернатора с политическими элитами края.* Во время выборов в органы местного самоуправления в декабре 1996 г. администрации края удалось проконтролировать процесс только в Красноярске, в то время как в большинстве территорий были избраны оппозиционные главы. Ситуация осложнилась наивным убеждением Зубова, что если глава находится в системе исполнительной власти, то он уже является и членом единой «партии власти», а значит, делать для привлечения его на свою сторону особо ничего не надо. Даже главы, которые искренне желали наладить отношения с губернатором, наткнулись на его нежелание поддерживать постоянный контакт. Уход из краевой администрации накануне выборов 1996 г. людей, которые реально осуществляли куриацию территорий, не был восполнен вплоть до выборов губернатора. Поэтому в отношениях с главами муниципальных образований ситуация сложилась в наихудшем варианте: *неуправляемая система при наличии иллюзии полной управляемости.* В ходе кампании все попытки использовать административную вертикаль задыхались в вязкой тине чиновничьего сопротивления.

2. *Разброд среди хозяйственных элит.* Неудовлетворенность всеми фигурами, которые присутствуют на политической сцене. Старый директорский корпус объединился вокруг фигуры *В. Сергиенко* в рамках союза товаропроизводителей¹. Многие текущие хозяйственные вопросы решались в рамках именно этой организации. Администрация края даже не предпринимала попыток создать альтернативный союз промышленников, чтобы иметь организационную форму для

¹ Однако Сергиенко не получил значимой поддержки от элит по нескольким причинам: высоко оценивая его как хозяйственного руководителя, элиты были отнюдь не лучшего мнения о его политической хватке, а неудача на выборах в ЗСК, появление Лебеда и отказ коммунистов выдвигать Сергиенко поставили крест на перспективах финансирования его кампании.

взаимодействия с директорским корпусом и управления его поведением. Для новых хозяйственных элит показательна позиция КраЗа, руководство которого заняло антизубовскую позицию. Один из респондентов экспертного опроса, проведенного в крае в июне 1997 г., следующим образом охарактеризовал взаимоотношения администрации и финансово-промышленных элит: *«Администрация считает, что она так много сделала для элит, что те ей по гроб жизни обязаны, в то время как элиты считают, что настолько она ни хрена не сделала, что пора бы этим и озаботиться»*. За исключением узкого круга приближенных к администрации края коммерческих структур, остальные финансово-промышленные элиты были недовольны сложившимся статус кво и, соответственно, не готовы бороться за его поддержание.

3. *Напряженные отношения губернатора с московскими элитами.* Характерна ситуация неудачных переговоров с Гусинским, после которых НТВ обрушилось на Зубова.

4. *Раскол внутри оппозиционного лагеря.* Несмотря на впечатляющий результат коммунистов на выборах в ЗСК (25% голосов и первое место по партийным спискам), им не удалось сплотиться вокруг единого кандидата. Внутри левой оппозиции сложилось 4 группировки, каждая из которых отстаивала свою кандидатуру. В итоге после выдвижения *П. Романова* его поддержка низовыми организациями и партийной элитой не была безусловной, а самовольное выдвижение Сергиенко серьезно смешало карты.

5. *Усиление в течение 1996—1997 гг. региональной организации «партии Лебеда».* Виной тому — особенности краевого законодательства о выборах, предусматривающего голосование по партийным спискам. Если бы его не было, *Лебеда в крае пришлось бы значительно сложнее, а может быть, его бы и не было.* Поясню: только два кандидата «от Лебеда» победили в одномандатных округах. *При мажоритарной системе местные ячейки РНРП оставались бы, как в большинстве регионов России, маловлиятельными органи-*

зациями. Одержав на выборах в Красноярское городское собрание в декабре 1996 г. первую победу (16,5% голосов и второе место), лебединцы получили ряд ключевых комитетов (в том числе комитет по бюджету), а значит, рычаги влияния, и *стали системной силой*. В результате из руководства движения были вытеснены «демократы первой волны», их место заняли бизнесмены, а организация перешла под контроль В. Зубарева, владельца одного из красноярских рынков. Уже перед выборами в ЗСК с командой «Честь и Родина» вели серьезные переговоры «партия власти» и бизнес-элиты. В их списки были включены люди А. Быкова, видные журналисты и несколько бизнесменов, лояльных к «партии власти» (их кандидатуры были согласованы с вице-губернатором Уссом). При благожелательном отношении властей на выборах в ЗСК (декабрь 1997 г.) блок «Честь и Родина. Александр Лебедь» получил 13% голосов и занял третье место по партийным спискам. В ходе голосования по кандидатуре спикера ЗСК «партия Лебеда», имеющая третью по величине фракцию, фактически решила исход выборов в пользу уже упомянутого Усса и тем самым подтвердила, что в крае она является реальной «третьей силой». Таким образом, *в начале 1998 г. ситуация для Лебеда была весьма благоприятной*: только что был отоблизирован его устойчивый электорат, а его сторонники имели хорошие позиции в элите и просто официальный статус, что для выборов немаловажно (ведь не зря именно удостоверением депутата ЗСК размахивал Олег Нельзин в тот момент, когда в ходе выборов губернатора задерживал грузовик с антилебедевскими листовками).

б. *Серьезные диспропорции по уровню жизни внутри края*, особенно заметные между благополучным Красноярском, кризисным Севером и депрессивным селом, не могли не оказать свое влияние на ход кампании, особенно если учесть, что основное агитационное воздействие в рамках кампании действующего губернатора было направлено именно на Красноярск и крупные города.

Ситуативные факторы, оказавшие влияние на ход кампании

1. *Обострение вопроса о преемственности курса на уровне Федерации*, спровоцировавшее ряд финансово-промышленных групп на поддержку Лебеда как потенциального кандидата в Президенты.

2. *Отставка правительства*, с одной стороны, лишившая Зубова поддержки Черномырдина и Чубайса, а с другой — значительно повлиявшая на авторитет руководства КПРФ, которое после голосования за утверждение правительства Кириенко не смогло повлиять на избирателей края во втором туре выборов.

Ход кампании в первом туре

Особенностью первого тура было то, что фактически сразу обозначился биполярный сценарий выборов «Зубов против Лебеда», а все остальные кандидаты были вытеснены на периферию (команда Зубова считала, что им это выгодно, хотя на самом деле это было, без сомнения, выгодно Лебеду). В связи с этим целью различных технологических шагов команд кандидатов было наиболее выгодным для себя образом провести линию разделения электоратов.

**Валерий Зубов: «Я хуже, чем вы думали, но зато я свой»,
или Повесть о том, как имиджмейкеры из Зубова
Горбачева сделали**

Валерий Михайлович Зубов в начале девяностых совершил головокружительную карьеру, за 2 года пройдя путь от профессора университета до заместителя председателя крайисполкома, а затем и до губернатора. *Свеженазначенный Зубов триумфально победил на выборах губернатора весной 1993 г., уже в первом туре получив 518 200 голосов (51,22%). Поскольку законодательство о выборах того времени требовало для победы в первом туре получения более 50% голосов от общего числа избирателей, то Зубов вышел во второй тур*



Валерий Зубов

вместе с Валерием Сергиенко, в копилке которого было всего 165 579 голосов (16,36%). В итоге Зубов получил возможность увеличить свой результат до 961 420 голосов (72,63%). *Этот впечатляющий успех, достигнутый на пике «демократической» волны и под лозунгом «Надежда порядочных людей», во многом детерминировал поведение команды губернатора в ходе кампании 1998 г., задав стандарт и фактически определив задачу победить в*

первом же туре. Казалось, что надо всего лишь заново отмобилизовать электорат 1993 г. и при этом не дать набрать голоса Лебедю. Первые социологические замеры, демонстрирующие стабильный рейтинг Зубова в 45—50%, вызвали у его консультантов эйфорию и укрепили иллюзию возможности легкой победы. Многие вещи, которые стоило сделать, не были сделаны именно в силу чрезмерной самоуверенности команды.

Основная ставка на первом этапе была сделана на косвенную рекламу достижений краевой власти. Основные темы — сравнение уровня жизни в крае и других субъектах Федерации (вплоть до того, что съемочная группа была направлена в Челябинскую область, чтобы снять репортаж о том, как там плохо живется), освещение поездок губернатора по краю, попыток привлечь инвестиции, информирование населения о результатах соцопросов, демонстрирующих лидерство Зубова. *Несомненный просчет — обилие в выступлениях губернатора покаянных мотивов («Я сделал много ошибок — дайте их мне исправить», «Я три года учился быть губернатором, а всерьез работал только последние два года», «И все-таки мы не ленились» и т. д.).*

3 из 4-х краевых телекомпаний (КГТРК «Центр России», «Афонтово» и «Прима-ТВ») активно работали на Зубова, однако они «накрывали» в основном Красноярск и крупные города. Работа с районной прессой и местными теле- и радиоканалами была фактически

провалена. В результате *произошел перекокс в информационной политике, когда в течение всей кампании штаб Зубова продолжал убеждать уже и без того убежденных избирателей*. Полевую структуру на основе административной вертикали не удалось выстроить по нескольким причинам:

1. Саботаж глав муниципалитетов и чиновников низового звена.

2. Высокое социальное напряжение, связанное с невыплатой заработной платы, среди тех групп работников бюджетной сферы, которые могли быть вовлечены в строительство полевой структуры (врачи, учителя, работники ЖКХ)¹.

Отсутствие полевой структуры привело к тому, что агитационные материалы губернатора пылились в подвалах районных администраций. В результате *практически ни одна из тем кампании не была донесена до избирателей с должной интенсивностью* (к примеру, тема прагматичной «жесткости» и эффективности политики Зубова в противовес его кажущейся мягкости была достаточно удачно заявлена в одной статье, но после этого заглохла). Как следствие, *стратегия кампании была сведена к формуле «Не дай бог»*. При стартовом рейтинге кандидата в районе 40—50% и основного конкурента в районе 15%, на наш взгляд, *использовать эту стратегию было несомненной ошибкой* (в президентской кампании 1996 г. эта стратегия была применена при стартовом рейтинге Ельцина 2%). Формула «Наш не очень-то, но этот-то еще хуже» объективно работала на снижение рейтинга Зубова. Кроме того, *в самой технологии реализации антилебедевской кампании был допущен ряд просчетов*:

1. *Привлечение неавторитетных и малоизвестных людей* (Алкснис, Рогозин, Попов, лидер русской общины в Чечне, женщины Приднестровья и т. д.). Такое количество «чужаков», неожиданно озаботившихся

¹ Впрочем, это относится и к членам избирательных комиссий, которым не выплачивали деньги за работу на выборах в Законодательное собрание края, прошедших в декабре 1997 г. Возможно, по этой причине процент фальсификаций в пользу власти был таким низким.

судьбой края и приехавших «открыть глаза» красноярцам, создавало полное ощущение инсценированности и нарочитости.

2. *Обилие тем и эпизодов для критики* (зачастую различные участники акции говорили взаимоисключающие вещи), и в результате — общая неубедительность.

3. *«Перебор» с эпитетами*: сравнение Лебеда с Гитлером, а его избирательной кампании с колонной фашистских танков (что позволял себе даже сам Зубов), провозглашение Лебеда агентом сионистов и американских империалистов были крайне неубедительны. Из этой же серии — провокационные процессии бомжей, листовки с лозунгами типа *«Лебедь и смерть — для вас одно и то же»* (впрочем, вполне возможно, что какая-то часть подобных материалов инициировалась штабом Лебеда — по крайней мере, с технологической точки зрения это было бы разумно).

4. *Потеря «козырной» карты «руки Москвы» в результате агитационного визита Лужкова в поддержку Зубова*: после этого Зубов уже не мог убедительно говорить: *«За Лебедем — Березовский, за Романовым — Зюганов, за мной — красноярцы»*. Да и сам Березовский оказался, во-первых, не столь уж известным, а во-вторых, не столь уж и страшным для красноярцев, не Чубайс ведь все-таки.

5. *«Обреченный тон» прямой рекламы против Лебеда*, содержащей в себе предположение, что избиратели его уже поддерживают и их надо разубедить (фразы типа *«А вы хотите за него проголосовать», «Прежде, чем проголосовать за Лебеда, надо несколько раз хорошо подумать»*)¹. Кстати, ряд антироликов, демонстрирующих образ Лебеда-диктатора (в условиях, когда команда генерала демонстрировала «мягкий» образ), способствовал закреплению традиционного электората Лебеда.

6. *Использование чересчур «косвенных» ходов в антирекламе*, которые были непонятны не то что изби-

¹ Демонстрация одного из классических шаблонов косвенного внушения из арсенала так называемого эриксоновского гипноза.

рателям, но и сотрудникам рекламных служб телекомпаний, которые занимались их размещением.

7. *Обилие материалов «о генерале», которые сделали его центральной фигурой выборов*, оттеснив на периферию Зубова.

Резюмируя, можно сказать, что основным итогом подобных акций стало то, что *красноярцы хорошо выучили биографию своего будущего губернатора*.

Прямая реклама Зубова появилась уже в последние две недели перед первым туром и была сделана крайне неудачно. Фактически *отсутствовала единая стилистика рекламной продукции*, как в различных видах рекламных носителей, так и в рамках отдельных видов. Наружная реклама свелась к брендмауэрам и скромного вида листовкам и плакатам, которые размещались в магазинах и общественных учреждениях за стеклами. Видеореклама свелась к двум типам сюжетов: с одной стороны, высказывания избирателей в поддержку Зубова под девизом *«Коней на переправе не меняют»*¹ (фактически дублирующие подобные же высказывания в информационных передачах), с другой — набор кадров с Зубовым в официальной и неофициальной обстановке². Уже на последней неделе был использован традиционный ход: ролик, объясняющий, как заполнять избирательный бюллетень (*«Ваш кандидат в нем первый сверху»*). Параллельно шли ролики, размещаемые движением *«За Зубова, порядок и справедливость»*, с очень простой схемой: сначала страшилка про Лебедея (типа *«летят перелетные птицы»* — *«слава богу, не залетели»*), затем призыв *«Живи настоящим»*³ и название движения.

Отдельная тема — это фоновые видеоролики, не содержащие призывов голосовать за конкретного кан-

¹ Хотя опыт губернаторских выборов (да и не только) показывает, что еще как меняют. Впрочем, иногда для подтверждения подобного тезиса приводились совсем уж рискованные аналогии типа «Зубов перестройку начал, пусть он ее и заканчивает».

² Подбор кадров при этом был весьма неудачным: почему-то клипмейкерам понравился кадр с Зубовым, который садится в служебную машину, а апофеоз всего — это огромный Ельцин, нависающий над маленьким Зубовым и грозно тычущий в него пальцем.

³ Особую пикантность придает всему то, что в двух из четырех роликов эту фразу произносит корова.

дидата, но инициированные штабом Зубова. Исходя из поставленных задач, их можно разделить на 3 группы:

1. Создание биполярного сценария — Зубов и Лебедь (призыв: «Вы придете, и вы решите, кто победит»).

2. Создание фрустрирующего эмоционального тона и боязни перемен (пример: камера скользит по стене квартиры, фиксирует семейные фотографии, ходики, взгляд перемещается на зеркало, в котором видно отражение окна, цветка и кошки на подоконнике, и вдруг зеркало бьется, а на экране появляется надпись: «Мы этого хотим?»);

3. Обеспечение явки (призыв прийти и решить все в первом туре).

На наш взгляд, все три задачи были выбраны неверно. *Усугубление биполярного сценария* в условиях, когда электорат Зубова жестко фиксировался в децентрализованных рамках, а рейтинг Лебеда имел устойчивую тенденцию к росту (причем линия разделения электоратов была проведена по принципу протестности), *приводило к аккумуляции протестного электората вокруг фигуры Лебеда*. Это же относится и к призыву решить все в первом туре (вероятно, в данном случае штабисты Зубова исходили из того, что ему всего нескольких процентов не хватает до 50%). Что же касается фрустрирующих роликов, то похоже, что их создатели не учли одной особенности человеческой психики: негативное эмоциональное состояние возникает у человека при их просмотре в настоящем, а не в будущем (ему *неприятно сейчас*¹), и это играет скорее против действующей власти².

Позитивная тематика раздаточных материалов, содержащих программу действий губернатора на ближайшие 5 лет (с удачным названием «Пятилетний план Зубова»), приходила в диссонанс с тематикой аудио- и видеорекламы. Впрочем, пожалуй, уже понятна карти-

¹ Кстати, отследили свое эмоциональное состояние, когда прочли последнюю фразу?

² Следует отметить, что *эффективные кампании партии власти обычно проходят с использованием релаксирующих технологий* (вспомним «Верю, люблю, надеюсь»).

на разнобоя и разноголосицы, которая царила в рекламной продукции действующего губернатора. В итоге от всей этой шелухи оставалась только одна тема: *«свой против чужого»*. В противовес этому команда Лебеда в качестве основной темы кампании выбрала тему *перемен*.

Александр Лебедь: «Мужики, я – красноярец»

Кампанию Лебеда в первом туре можно разделить на два этапа. Первый продолжался до начала апреля и представлял собой набор достаточно традиционных PR-ходов: стартовая пресс-конференция, заявление Лебеда о привлечении инвестиций в край под его имя, первые очень слабо подготовленные поездки¹. Была запущена первая волна рекламной продукции (видеоролики со слоганом «Все-ръем и надолго»² и плакаты «Это наша земля — матушка Сибирь»). Фактически все это время рейтинг кандидата оставался на уровне 15%, и задача ставилась следующим образом: не проиграть в первом туре.



Александр Лебедь

Перелом наступил после смены команды. Новая команда предложила свою гипотезу кампании: *Лебедь воспринимается не как кандидат в губернаторы, а как политик федерального уровня, и основная задача — приблизить его образ к жителям края, сделать его «своим» и привычным*. Вся дальнейшая стратегия кампании строилась под решение этой задачи. Одним из критериев успешности стало количество контактов с избирателями, а поскольку с использованием традиционных информационных каналов возникли серьез-

Перелом наступил после смены команды. Новая команда предложила свою гипотезу кампании: *Лебедь воспринимается не как кандидат в губернаторы, а как политик федерального уровня, и основная задача — приблизить его образ к жителям края, сделать его «своим» и привычным*. Вся дальнейшая стратегия кампании строилась под решение этой задачи. Одним из критериев успешности стало количество контактов с избирателями, а поскольку с использованием традиционных информационных каналов возникли серьез-

¹ Именно тогда Лебедь назвал Красноярский край Краснодарским, а жителей города Шарыпово — шарыповцами.

² Впрочем, эти ролики практически сразу были сняты с эфира новой командой.

ные проблемы¹, то ставка была сделана на создание альтернативных:

- несколько бесплатных газет («Честь и Родина», «Красноярский край»), выходящих тиражами 500—700 тысяч экземпляров и распространяемых как по почтовым ящикам, так и «из рук в руки»;
- система постоянно действующих пикетов (порядка 150 только в Красноярске)², используемых для раздачи материалов «из рук в руки». Материалы обновлялись в среднем 1 раз в 2—3 дня, особых изысков не содержали, зато в каждом обязательно был портрет Лебеда;
- кампания «дверь в дверь»;
- система агитавтобусов;
- рассылка печатных материалов по почте (каждый житель края за время кампании получил порядка 15 единиц рекламной продукции в почтовый ящик);
- массовая расклейка наружной агитации и столь же массовая «зачистка» продукции конкурентов;
- поездки кандидата по краю, активно освещаемые в СМИ³ (особенно в районных и городских).

По утверждению членов команды Лебеда, у них было порядка 5000 полевых работников (что внесло несомненный вклад в занятость населения края).

В работе со СМИ предпочтение отдавалось интервью генерала, репортажам о встречах. Видеоролики скорее напоминали выступления кандидата и достаточно массово прокатывались. Можно признать, что утверждение: *«Лебедь за много денег напечатал много листовок, нанял много людей их раздавать и поэтому*

¹ Ограничения на размеры избирательного фонда (чуть больше 60 000 долларов) и жесткий лимит на количество рекламы, которая может быть размещена в СМИ с государственным участием.

² Интересно, что штаб Лебеда первоначально отказывался от этих пикетов, высказывая предположение, что это, наверное, истинные патриоты края вышли на улицы по собственной инициативе.

³ С Лебедем постоянно работала съемочная группа (всего с собой было привезено 3 камеры «Betacam»), материалы в тот же день монтировались в передвижной «монтажке» и размещались на ТВ. Следует отметить, что Лебеда все время показывали среди людей, на многолюдных митингах, в отличие от Зубова, который очень часто предстал на телеэкранах в гордом одиночестве (и на плакатах, кстати, тоже).

получил много голосов» — имеет под собой основание, однако стоит отметить, что в других регионах, используя подобные же методы, та же команда не получила таких впечатляющих результатов. В данной ситуации не менее важна была и смысловая нагрузка. Несомненной удачей стало то, что команда Лебеда *первая отыграла (причем гораздо более массово, чем конкуренты) все возможные темы для критики:*

- *«Лебедь — чужак»*. Контрдовод: «Я — родом из России, вам ведь не нужен переводчик, чтобы меня понимать. Это моя земля».
- *«Лебедь предал своих избирателей, отдав их голоса Ельцину»*. Контрдовод: «Голоса отдать невозможно, а войдя в систему исполнительной власти, я остановил войну в Чечне».
- *«Лебедь предал национальные интересы России, подписав Хасавюртовский мир»*. Контрдовод: «Расскажите об этом матерям, сыновей которых Лебедь уберег от отправки в «чеченскую мясорубку»».
- *«Лебедь, став губернатором, использует ресурсы края для нужд своей президентской кампании»*. Контрдовод: «Именно потому, что Лебедь рано или поздно станет президентом, ему сначала надо улучшить жизнь в Красноярском крае».
- *«Лебедь непредсказуем и в случае прихода к власти наломает дров»*. Контрдовод: «Лимит на драки исчерпан. Все решать будем разумом». Впрочем, основным ответом на этот аргумент стало убийственное количество рекламы, которая в итоге возымела кумулятивный эффект¹.

Неоценимую услугу в организации информационных поводов (которых, вообще-то, был дефицит) команде Лебеда оказали конкуренты, регулярно устраивающие провокации и дающие генералу и его штабистам возможность лишний раз посветиться в СМИ. Визит Алена Делона спровоцировал такое количество крити-

¹ Как сказал автору этих строк красноярский таксист: «Да мы к нему уже приехали, присмотрелись, вроде бы не такой страшный и не так уж рычит».

ческих отзывов, что впору было начать выплачивать зарплату тем, кто эти отзывы организовывал.

Мощным ходом стала поддержка Лебеда программой «Время с Доренко» канала ОРТ. Таким образом удалось перебить монополизм Зубова на официальных каналах, причем аудитория ОРТ, естественно, гораздо шире, чем аудитория Красноярской ТРК. После первой передачи с Доренко 12 апреля впервые появились пикеты штаба Зубова с протестом против тенденциозности ОРТ. Лучшей рекламы для следующей программы, вышедшей 19 апреля и тоже посвященной выборам в крае и обличению Зубова, трудно было и желать.

Последняя неделя ознаменовалась массовыми арестами полевиков Лебеда и конфискацией тиража газеты «Красноярский край», в которой, по заявлению губернатора, содержалась «информация о предстоящих террористических актах». Это также было использовано командой Лебеда как информационный повод. Растущую нервозность «партии власти» продемонстрировали экстренные выступления губернатора Зубова и мэра Красноярска Пимашкова, которые охарактеризовали действия штаба Лебеда как «психологическую войну против населения края». Как бы то ни было, в результате всех этих действий *Лебедь на финише кампании оказался в центре внимания,* что, несомненно, сказалось на результате выборов.

Петр Романов: «Я тоже кандидат»

У Романова изначально было 2 варианта построения стратегии: ориентация на весь протестный электорат (и в этом случае призрачная вероятность победы на выборах) — но тогда он должен был быть только *поддержан (а не выдвинут)* коммунистами наряду с другими организациями — или ориентация только на «левый» электорат (и в результате около 25% голосов и хорошая возможность для торговли перед вторым туром). Выдвижение от КПРФ, казалось бы, предопределяло второй вариант стратегии, но *Романов вместо целенаправленной работы на левых избирателей*

(а значит, соответствующей фразеологии и рекламной стилистики) *начал агитацию «широким бреднем», используя мешанину коммунистических, патриотических и даже центристских лозунгов.* В итоге для других электоральных ниш кандидат от КПРФ был все же слишком одиозен, а для ортодоксальных коммунистов — слишком сомнителен, что и предопределило сужение электоральной базы Романова. В последние две недели перед выборами, чувствуя, что рейтинг замер на одной отметке, Романов сделал ставку на развенчание биполярного сценария («это ложный выбор»), но на фоне постоянных действий основных кандидатов и пассивности штаба Романова¹ подобные заявления не срабатывали.



Петр Романов

Положение Романова осложнили и процессы, происходившие внутри КПРФ: с одной стороны, часть краевой партийной элиты поддержала Зубова, с другой — команда Лебеда уже начала «приручение» коммунистических первичек.

С точки зрения использованных организационных технологий кампания была традиционной: бесплатная «Красноярская газета», видеоролики с биографией кандидата и обращением Зюганова, расклейка плакатов, раздача календариков. Единственный нестандартный ход — выпуск аудиокассеты с подборкой песен 30—50-х годов «Я люблю тебя, жизнь».

Юрий Сахарнов: «Мне хрустов не жалко рваных — я себе еще достану»

Скромный результат Сахарнова (0,43%) особенно удивителен, если учесть, что он первым начал кампанию (еще за полгода до выборов) и потратил на нее как минимум в 3 раза больше, чем Романов. На основе его

¹ Ему никак не удавалось войти с кем-либо в конфликт, он все время оставался на периферии.

уникального опыта имиджевая команда может выпустить очередной бестселлер под названием «Как потратить много денег на выборах и не получить результата»¹. Итак, основные секреты «мастерства»:

1. *Выберите имидж, в который никто не поверит.* Сахарнов был заявлен как президент Союза промышленников Красноярского края², и только перед самой регистрацией его как кандидата вдруг выяснилось, что юридически такой организации не существует и ее необходимо в пожарном порядке создавать (и создали, но в нее, естественно, практически никто не вошел). При этом в крае существовал возглавляемый Сергиенко Союз товаропроизводителей, в котором почти поголовно состоял директорский корпус. *Выдуманный имидж производителя сами промышленники никак признавать не хотели.* Кроме того, в подтверждение образа промышленника приводился только факт участия в незаконченном строительстве Богучанской ГЭС.

2. *Размещайте материалы, которые никому не интересны, используя наименее рейтинговые каналы.* В печатных СМИ преобладали огромные статьи размером от полосы до полутора (нагрузка по СМИ размещалась равномерно, приоритетов не было). Среди электронных СМИ совершенно неоправданный акцент был сделан на размещении материалов на низкорейтинговом телеканале «Прима ТВ».

3. *Раздавайте деньги там, где их на всех точно не хватит.* Опираясь на опыт кампании Быкова в краевое Законодательное собрание по Назаровскому округу, команда Сахарнова открыла сеть общественных приемных СПК и начала раздачу денег (материальной помощи) населению, не учитывая тот факт, что *если в рамках од-*

¹ Стоимость одного голоса, отданного за Сахарнова, по экспертным оценкам, — 584 USD.

² Стоит отметить, что всего год назад в соседней Иркутской области на выборах губернатора имел место почти полный аналог случая с Сахарновым: президент Союза промышленников Федор Середюк провел масштабную (и такую же невнятную — как говорят на Урале: «ни о чем») кампанию под гордым девизом «Лидер региона» и тоже получил менее одного процента голосов.

ного округа возможно создать на время островок коммунизма, то огромный край — это бездонная бочка.

Кампании остальных кандидатов в силу их невнятности рассматривать не имеет смысла. Показательно, что если начали они все (кроме Ткачева) с критики Лебеда, то к концу кампании критика уже была по поводу абстрактного «грязного хода кампании» и того прискорбного факта, что «слишком многое решают деньги».

Итоги первого тура (26 апреля 1998 г.) оказались неожиданными для всех без исключения штабов кандидатов: Зубов получил 35,93% (472 592 голосов)¹, а Лебедь выбрал не только голоса всех «патриотов» и «болота», но и большую часть голосов левых избирателей², в итоге набрав 45,66% (600 597 голосов). Оказалось, что *при соответствующих организационных и финансовых ресурсах «третья сила» имеет полную возможность вытеснить коммунистов на периферию.*

Ход кампании во втором туре

Интрига второго тура определялась тем, куда качнутся 13% избирателей, проголосовавших за Романова. При этом Зубову с его десятипроцентным отставанием от Лебеда для победы было необходимо, чтобы они практически полностью поддержали его. Это и определило рисунок кампании. Если в первом туре именно Лебедь проявлял наибольшую активность, как это называется в боксе, «работал первым номером», то теперь резкие действия вынужден был предпринимать Зубов.

Его первым шагом стало обращение к президенту России с требованием выплатить все причитающиеся краю деньги, — в противном случае Зубов грозил приостановить налоговые платежи в Федеральный бюджет.

¹ Таким образом, он практически полностью вычерпал так называемый «демоцентристский» электорат, который в крае составляет 474 000 (по итогам выборов в Госдуму в 1995 г., когда была сопоставима явка).

² Величина «патриотического» спектра — 341 000, «левого» — 418 000.

Следующий шаг — активное братание с коммунистами: участие в первомайской демонстрации, обращение к коммунистам с напоминанием о том, что Зубов тоже в свое время состоял в партии, да и сейчас разделяет многие идеалы. Параллельно Зубов обнародовал список лиц, которые, по его мнению, должны войти после выборов в коалиционное правительство края. Среди них знаковой фигурой, несомненно, являлся *Павел Стефанович Федирко*, который был одним из наиболее популярных первых секретарей крайкома КПСС. Впрочем, с правительством вышел конфуз, потому что ряд людей (в том числе и Петр Романов), названных Зубовым, заявили о том, что никаких переговоров с ними никто не вел.

Неожиданные действия Зубова оказались настолько несоответствующими его привычному имиджу, что вызвали недоумение и очень серьезные сомнения в искренности намерений действующего губернатора. Все эти шаги, будь они сделаны в самом начале кампании, могли оказаться эффективными¹, но за две недели до второго тура они напоминали скорее попытку заткнуть пробойну в днище тонущего корабля целлофановым пакетом.

Основная нагрузка легла на те же самые информационные каналы, которые и так использовались по максимуму (в основном телевизионные каналы краевого значения). При этом малые города, в которых ситуацию еще можно было переломить, опять остались вне зоны воздействия. С другой стороны, уже проваленный Норильск по всем канонам избирательных технологий стоило оставить в покое. Единственным средством снизить процент голосов за Лебеда было бы резкое снижение явки в Норильске, чего можно было добиться только одним способом²: полностью прекратить активность

¹ Более того, договоренность с коммунистами по поводу правительства была достигнута еще за два месяца до выборов и согласована в Администрации Президента, однако на следующий же день Зубов неожиданно передумал.

² Другой, более сложный, вариант — *договориться с местной элитой, которая если не голосованием, то уж явкой манипулировать точно умеет.* В подтверждение этого факта можно привести результаты выборов губернатора края в 1993 г., когда в первом туре явка в Норильске составила 9,85%, а во втором — 55,63%. Как говорится, разница поражает.

штаба Зубова в этом городе, предоставив Лебедею вести там «бой с тенью». Однако вместо этого сам Зубов отправился туда с визитом, туда же приехала Людмила Зыкина. В результате процент голосов «против Зубова» в Норильске во втором туре оказался просто убийственным (86% за Лебедею).

Деятельность команды Лебедея была сориентирована на поддержание преимущества и просто присутствие в информационном пространстве. Основная работа велась с элитами, которые, видя, что Лебедей побеждает, всеми доступными способами стремились отличиться перед будущим губернатором. Параллельно, по утверждению ряда экспертов, достаточно активно велся процесс скупки первичных организаций КПРФ и членов избирательных комиссий.

Практически все кандидаты, не прошедшие во второй тур, высказались или в поддержку Лебедея, или против Зубова, и тут, конечно, важны были не столько мизерные проценты их избирателей, сколько сам эффект массовой поддержки.

Точку над «i» поставило решение пленума крайкома КПРФ, который призвал или бойкотировать выборы, или голосовать против всех. Выступления Г. Селезнева и Г. Зюганова в очередной раз не возымели никакого эффекта.

Следует отметить, что во втором туре борьба разворачивалась гораздо более спокойно. Ощущение предопределенности результата уже сложилось. Показательно в этом смысле поведение команды Лебедея, которая начала размещать на радио релаксирующие ролики (под общим девизом «*После 17 мая изменится многое*»).

Если команда Зубова выстраивала стратегию кампании, исходя из оппозиции «свой — чужой», то команда Лебедея центральной темой кампании сделала тему перемен, что оказалось более созвучным настроению избирателей Романова.

Единственным шансом Зубова переломить ход кампании было не столько изменение идеологии, сколько, в первую очередь, изменение технологий работы, то есть

оперативное развертывание полевых структур по всему краю, что, в свою очередь, требовало высадки профессиональной команды, как минимум, в 50 человек и серьезных финансовых ресурсов. *При изменении стилистики кампании команда Зубова продолжала использовать все те же информационные каналы и обрабатывать уже обработанных избирателей.* Попытка повысить явку дала прирост в 50 тысяч голосов при том, что прирост голосов за Лебедея составил 186 тысяч (голоса за Романова в первом туре — 173 тысячи).

В заключение можно сказать, что победа Лебедея или, скорее, поражение Зубова имели две примерно равнозначных причины: раскол краевой (и федеральной) элиты и ошибочную стратегию кампании, выбранную командой экс-губернатора. Мощное финансирование Лебедея (хотя и сопоставимое с зубовским) оказалось более эффективным в связи с удачно выбранным технологическим алгоритмом кампании.

*Красноярск — Москва
апрель—май 1998*

Послесловие

Анализ красноярских выборов дает возможность оценить электоральные возможности Лебедея по двум параметрам. Первый — наличие у него (как у Жириновского)¹ «скрытого» электората, то есть тех людей, которые не признаются в симпатиях к Лебедею, но голосуют за него. Объем этого электората, по нашим оценкам, — около 5%. Вторая особенность — это умение Лебедея (и, скорее всего, и другого «патриотического» лидера, обладающего схожими характеристиками) при определенных условиях привлекать на свою сторону голоса «левых» избирателей, что принципиально важно для понимания модели следующих президентских выборов.

Деятельность команд технологов еще раз проде-

¹ Вполне возможно, что это даже один и тот же электорат, только совершивший переориентацию с одного лидера на другого.

монстрировала тот факт, что в Красноярском крае, как и в большинстве регионов России, отсутствует единое информационное пространство, а значительная часть жителей не охвачена сложившимися информационными потоками. Традиционно само по себе существует информационное пространство столичного города, сами по себе — информационные контуры других территорий, и сама по себе — значительная часть населения, которая в лучшем случае смотрит ОРТ. В итоге иллюзия контроля над информационным пространством со стороны властей может сыграть с ними дурную шутку. Создание альтернативных каналов требует всего лишь наличия эффективной полевой структуры и соответствующих финансовых ресурсов. При этом полевой структуре может противостоять только полевая структура. Это продемонстрировали выборы губернатора Иркутской области в июле 1997 г., когда та же самая команда, которая вела Лебеда в Красноярске, проиграла после того, как основной конкурент одобрил высадку десанта из нескольких профессиональных команд во все ключевые пункты региона.

Неудачный опыт визита Юрия Лужкова в Красноярский край с целью агитации за Зубова¹ подтверждает ту закономерность, что *сам факт поддержки одного политика другим еще ничего не значит. Здесь важно совпадение/несовпадение имиджей и электоральных характеристик*. В случае с Лужковым общепризнанным является то обстоятельство, что он занимает очень близкую Лебедю электоральную нишу, а по внешней стилистике и фразеологии он гораздо ближе к Лебедю, чем к интеллигентнейшему профессору Зубову. Поэтому демонстрация Лужкова как эффективного регионального лидера, против ожидания, пошла на пользу Лебедю.

Удивительно, что команда Зубова не подстраховалась путем выдвижения и раскрутки альтернативных кандидатов на электоральном поле основного конкурента (каковую роль выполнял сам Лебедь на

¹ Кроме того, что он выбил из рук Зубова козырь местного патриотизма.

выборах Президента в 1996 г.). Этот просчет предоставил генералу возможность практически неограниченной экспансии на поле протестного голосования.

Ни один из кандидатов «второго плана» не сумел в первом туре собрать значительное количество голосов для «торговли» перед вторым туром. Основная ошибка, на наш взгляд, заключается в отсутствии четкого определения своей ниши и адресной работы только со «своими» избирателями. Пример эффективной стратегии такого рода кандидатов — кампания Валерия Трушникова на выборах губернатора Свердловской области в 1995 г., когда Трушников, позиционировавший себя как «кандидата малых городов» и работавший только в этих территориях, набрал в первом туре 20% голосов и поддержал Росселя в обмен на пост председателя правительства.

И, возвращаясь к проблеме соотношения творческих идей и их воплощения, хочу отметить, что *по количеству интересных задумок и разного рода «фенечек» команда Зубова опережала команду Лебеда, но практически ни одна из этих задумок не была массово доведена до избирателя, а зачастую, что гораздо хуже, эти идеи противоречили друг другу.* Вместо того чтобы выбрать одну тему с четко заданной и непротиворечивой системой аргументации, команда Зубова бросалась из крайности в крайность и в итоге начала терять свой электорат.

Что же касается роли PR-консультанта в политических кампаниях, то, на наш взгляд, сегодня *запрос на консультирование как таковое становится, по большому счету, бессмысленным без организационного воплощения*, а чтобы организационное воплощение было адекватным, оно должно осуществляться той же командой, которая занималась моделированием стратегии и идеологии кампании.

Декабрь 1998

Психологический комментарий к теледебатам Зубов — Лебедь

Данные дебаты представляют несомненный интерес как в контексте технологии проведения подобных мероприятий, так и с точки зрения анализа поведенческих стратегий А. И. Лебеда, который в течение ближайших нескольких лет, несомненно, останется в большой политике.

Контекст дебатов

Дебаты прошли на последней неделе перед вторым туром выборов губернатора Красноярского края (17 мая 1998 г.). Это было первое¹ столкновение Зубова и Лебеда лицом к лицу в прямом диалоге на публике. До этого Лебедь отказывался участвовать в дебатах, посылая свое доверенное лицо, а во время прямых эфиров в программе «Итоги» кандидаты не взаимодействовали друг с другом напрямую, отвечая на вопросы Е. Киселева каждый из своей студии.

На ход дебатов наложилась специфика ситуации: отставание Зубова от Лебеда на 10 процентов по итогам первого тура. В условиях лидерства Лебеда он мог бы и на этот раз отказаться от участия в дебатах, которое, если исходить из опыта большинства кампаний, не идет на пользу лидеру. Однако команде генерала необходимо было показать психологическую устойчивость² и предсказуемость Лебеда.

С другой стороны, Зубову было важно доказать некомпетентность Лебеда и опасность его прихода к власти в крае — именно так — вместо того чтобы доказывать собственную компетентность и полезность для края (основная линия кампании Зубова была вы-

¹ Надо отметить, что и последнее, так как запланированные ранее радиобебаты были отменены по желанию обеих сторон.

² Кадры с расвирепевшим Лебедем, которого спровоцировали на крик во время встречи в Минусинском районе, были неоднократно показаны на местных телеканалах.

строена под лозунгом «Не дай бог»). Кроме того, после первого тура консультанты Зубова сконструировали ему новый имидж — энергичного и уверенного в себе человека, и крайне важно было подтвердить реальность и адекватность этого нового имиджа во взаимодействии с Лебедем.

В ходе дебатов было заметно большое количество «домашних заготовок» и с той, и с другой стороны, хотя эффективность их применения оказалась разной.

Программу «Выборы-98» ведет журналист М. Нахшкарян.

В студии — кандидаты на должность губернатора Красноярского края: Валерий Михайлович Зубов и Александр Иванович Лебедь.

До выхода в эфир кандидаты договорились, что будут задавать друг другу вопросы, причем количество вопросов будет равное.

Время теледебатов — ровно 35 минут.

Исходя из динамики проходивших теледебатов, весь процесс можно условно разбить на несколько частей. Каждая часть представляет собой завершенный этап разговора и подлежит отдельному анализу.

Установление правил

Н. предлагает действовать в рамках Законодательства, проявить корректность и продемонстрировать избирателям политическую культуру.

Лебедь реагирует активно — кивает, улыбается.

Н.: Я предлагаю первый вопрос задавать В. М. Зубову...

Одновременно с этими словами З. протягивает руку к столу Н., резким движением кладет на него монету и быстро говорит: «Бросьте, если будет «орел» — я первый...»

Н.: А если упадет? *(Бросает монету, она падает на пол «решкой»).*

Л.: Я готов отвечать.

На этом этапе Зубов пытается захватить лидерство. Не дослушав формального лидера Н., он отказывается от возможности первым задать вопрос и вносит ранее не обговоренное условие — жребий. Поведение Зубова при этом носит экспансивно-демонстратив-

ный характер, и подтекст его следующий: посмотрите, какой я смелый, «орел»! В итоге первый «ход» делается Зубовым, но не согласно процедуре, а по его собственной инициативе.

Игра по правилам

На этом этапе теледебатов соблюдается условленный заранее принцип: вопрос — ответ.

Цель, которую здесь преследует Зубов, — защититься посредством нападения и одновременно удержать за собой лидерство. Об этом говорит защитно-агрессивная поза Зубова, «нападающие» движения рук. Вопросы В. М. носят контролирующий характер и содержат негативную оценку позиции и поведения Лебеда: критика, осуждение, запрос на оправдания, призыв к ответу за совершенное, обвинения в расхождении слова и дела. Зубов старается контролировать процесс: напоминает Лебедю о его очереди, уточняет, что А. И. задал в одном вопросе три. В контексте это звучит так: «Я соблюдаю правила, а мой собеседник делает это не всегда».

Цель Лебеда — вывести собеседника из равновесия. Для этого А. И. использует «слабые места» Зубова (например, отношения с Москвой), а также переводит предъявленные ему (Лебедю) ранее обвинения на самого Зубова. Задавая вопросы, Лебедь втягивает Зубова в психологические игры, давая ответы — старается сохранить «внеигровую» позицию и не впасть в зависимость. В этом ему помогает мощный внутренний ресурс — независимость от чьих-либо мнений и оценок.

Стратегии, с помощью которых участники дебатов достигают своих целей, прослеживаются в анализе конкретных вопросов и ответов.

1. Вопрос Л.: В. М., меня интересуют вопросы про жизнь, ко-



Валерий Зубов



Александр Лебедь

торые волнуют не только меня, а, пожалуй, сотни тысяч людей. Первый вопрос — о принципах формирования коалиционного правительства¹, которое так горячо поддержал Геннадий Андреевич Зюганов. Вопрос в том, что я очень детально разобрался. Павел Стефанович Федирко две недели сидит на даче безвылазно — он в правительстве. Петр Васильевич Романов публично отказался, остальные никто тоже публично не подтвердили свое желание участвовать в этом правительстве. Я не могу понять, что это за методика?

Ответ 3.: А. И., по-моему, мы оба предложили населению принцип... вы называете, принцип коалиции, а я считаю, что принцип команды народного доверия. У меня два принципа подбора: это профессионализм и реальные политические силы, которые стоят за тем или иным кандидатом. *(Поза защитная: левой рукой упирается в бедро, правой частью тела наклоняется к микрофону.)* Я, к сожалению, не смог воспользоваться тем принципом, который, судя по всему, положили вы в основу формирования своей команды *(речь ускоряется)*. Я посмотрел по телевидению, в прессе фамилии, кто вас поддержал из руководителей. *(Обращается левой рукой в сторону Л. и возвращает ее на место — круговой жест.)* Например, директор Якушевский, — предприятие почти стоит... Ему почему-то... не разрешили выезд за границу. Или директор Харченко, целлюлозно-бумажный комбинат, который так много отправлял продукцию на экспорт, а сейчас практически работает на 10%. *(Смотрит в стол, периодически поднимая глаза на Л.)* У нас разные принципы: У меня — профессионализм и... реальная политическая сила, которая стоит за тем или иным комбинатом *(оговорка)*... кандидатом.

Отвечая на вопрос, Зубов использует следующую стратегию: разведение позиций и их последующее противопоставление. При этом он подчеркивает правильность своей позиции и ущербность позиции Лебеда.

Эту стратегию провоцирует Лебедь, делая «двойной посыл»: с одной стороны, он высказывает просьбу (объясните мне, пожалуйста, я здесь что-то не понимаю), а с другой — «цепляет» Зубова «за живое», выводит его из равновесия. В итоге Зубов начинает нервни-

¹ После первого тура Зубов заявил о создании коалиционного правительства, в которое, по его словам, должны были войти некоторые авторитетные представители «левых» сил, в том числе бывший первый секретарь крайкома КПСС П. Федирко.

чать, оговаривается, забывает делать паузы между словами, его речь ускоряется.

Здесь Лебедь выступает в роли «Преследователя», провоцирующего «Жертву»-Зубова оправдываться и нападать ответно. Таким образом, проигрывается психологическая игра со сменой позиций: «Преследователь» (Лебедь) — «Жертва» (Зубов) — «Преследователь» (Зубов). При этом стоит отметить, что «Жертва» изначально избрала свою позицию, «сообщив» об этом невербально в первой части теледебатов.

2. Вопрос 3: А. И., вот мы... (*правую руку кладет на стол вниз ладонью*) полгода назад встречались с вами, я принимал вас... Мы как-то мирно достаточно беседовали (*ладонь руки поворачивает на ребро и опять опускает вниз*), обсуждали вопросы возможного вашего выдвижения в Президенты РФ... о чем-то договаривались... После наших встреч... в Иркутске, в Красноярске... вы дали достаточно лестную оценку положения дел в крае, мне лично... Честно скажу, неожиданно, но было приятно. (*Подносит ладонь к груди.*) Скажите, что случилось в Москве, что вас послали сюда бороться за губернаторское кресло?

Зубов очередным вопросом нападает, сменив роль «Жертвы» на роль «Преследователя». Подтекст вопроса состоит в следующем: «Вы нарушили наш с вами договор, это нехорошо; наверное, вы сделали это не по своей воле — Москва заставила?» Здесь Зубов последовательно переходит с позиции «Преследователя» к позиции «Спасателя». Он констатирует факт необязательности Лебеда и, исходя из этой пресуппозиции, предлагает переложить ответственность на Москву. Эта подсказка — «ловушка» для Лебеда: если он согласится и начнет ругать московские власти, значит, распишется в своем бессилии перед их авторитетом и предполагаемым давлением. Лебедь, однако, в «ловушку» не попадает. Он отказывается от роли «Жертвы» и подчеркивает свою независимость.

Ответ Л.: С 90-го года, В. М., я кот, который гуляет сам по себе, с тех пор, как побывал на XXVIII съезде КПСС. Нет таких людей в Москве, с которыми бы я советовался. (*Улыбается.*) Это решение принял Я. Я отвечаю за все. Я так решил: баллотироваться на пост губернатора Красноярского края... (*Все это время движений нет.*)

З.: После того, как вы мне зададите вопрос, я задам вам второй вопрос, вы ответите — опять я. *(Делает круговой жест левой рукой.)*

Н.: Да. Будем работать, как договорились.

Л.: Да-да-да. Конечно.

3. Вопрос Л.: В. М., мне очень бы хотелось узнать, почему на первомайской демонстрации вы объявили о том, что Красноярский край ожидает эра фашизма, и почему-то связали пришествие этой эры с моим именем. Я хотел бы узнать, где имеется определение фашизма, в каком документе это написано, почему я стал причастен к фашизму, я *(большой палец правой руки, лежащей на ручке кресла, — в сторону себя)* — сын и внук солдат Великой Отечественной. Почему вообще *(обе ладони слегка отрывает от ручек кресла и поворачивает пальцы к себе)* Красноярск стал местом разведения фашистов, что это за место такое?

Лебедь задает прямой вопрос с просьбой объяснить позицию. Стратегия состоит в том, что он сам называет обвинение, выдвинутое против него во время избирательной кампании. Таким образом, оправдываться приходится не Лебедю, а Зубову.

Ответ З.: А. И., нашему... народу... не нужны словари для того, чтобы знать, что такое фашизм. Все прекрасно знают, и я, как и вы, — внук... людей, которые прошли войну... *(Голос дрожит.)* И мы прекрасно знаем, что это такое — фашизм. Без всяких определений. Фашизм — это когда... силой людей... заставляют... что-то... делать. И когда люди видят, сколько появилось вдруг... в нашем крае людей на иностранных «джипах» (просто колоннами стали ездить), людей... в серых... кожаных куртках... которые, прикрываясь вашим именем... обрабатывают избирателей, то это не я... придумал.

Зубов использует стратегию перехода на более высокий уровень обобщения (ценностный). На этом уровне он, видимо, чувствует себя намного увереннее: появляется пафос, увеличивается количество пауз между словами. Тем не менее В. М. опять оправдывается, как ребенок, которого обвинили в том, чего он не делал (или который не хочет признаться, что это сделал он): «Это НЕ Я». В то же время, даже оправдываясь, Зубов пытается обвинить в ответ. Контекст этого обвинения подразумевает следующую логику: прикрываются эти нехорошие люди «ВАШИМ именем», может быть, это

ВАШИ люди? Позиции Зубова меняются так: «Преследователь» — «Жертва» — «Преследователь».

4. Вопрос З.: А. И., если вы — кошка, которая гуляет сама по себе...

Л.: Кот, прошу прощения...

З. (пауза, глаза вниз): Ну даже кот... То как тогда быть нам с людьми, которые вообще-то от нас, от руководителей, ждут определенности, правдивости, предсказуемости. Вы были в Туле избраны в Госдуму. Что сейчас туляки думают по поводу того, что вы вдруг переметнулись в Красноярский край? Если вы пошутили по поводу того, что вы не собирались быть губернатором, а теперь вдруг решили быть губернатором, то не является ли вашей очередной шуткой, вашим очередным ходом... то, что вы обещаете решить все проблемы, буквально вот в месяц, в неделю. *(Делает круговое движение левой рукой.)* Не получится ли так, что проснутся избиратели и вдруг увидят, что вы начали в другую сторону ходить, как и положено коту *(рука активно «нападает»)*, который гуляет сам по себе?

Задавая этот вопрос, Зубов пытается выстроить заранее продуманную логику и использовать уничижительный эпитет («кошка»). Однако Лебедь сбивает его, уточняя свои слова. Это его вмешательство можно было расценить как шутку и расслабиться, однако Зубов, преодолев фрустрацию (его прервали в момент «разбега»), игнорирует посыл Лебеда и опять обвиняет его в необязательности и чуть ли не в безответственности. При этом Зубов декларирует определенные ценности, важные, по его мнению, для руководителя высокого ранга (определенность, правдивость, предсказуемость), а его вопрос подразумевает логический вывод: Вы, А. И., наверное, эти принципы не разделяете? Позиция Зубова — «Преследователь». Лебедь, однако, не поддается на провокацию. Он соблюдает нейтральную позицию и сообщает в ответ реальные факты.

Ответ Л. (улыбается): Относительно Тулы... я там действительно был избран депутатом ГД, в связи с переходом на государственную службу полномочия Дума с меня сложила, и я стал... *свободным...* человеком. В отношении предсказуемости тут нет никаких сомнений. Я не вижу сегодня, с кем ссориться в Москве: правительство новое, правительство несколько неуверенно себя чувствует, и у меня есть все основания конструктивно и позитивно договориться с пре-

мьером и всеми назначенными министрами. Они новые, я новый.
Прекрасно споемся.

5. Вопрос Л.: Я хотел бы получить ответ на такой вопрос. Весь первый тур — он строился на утверждении, что я никто и звать никак, а у вас взаимоотношения... во взаимоотношениях со столицей все хорошо. (*Протягивает правую руку вперед вверх ладонью.*) Теперь я вдруг с удивлением узнал, что я — любимое дитя Москвы, а вы попали в пасынки. Будьте любезны, объясните эту метаморфозу (*поворачивает большой палец правой руки к себе*), что произошло (*протягивает ладонь вперед*).

Ответ З.: Красноярский губернатор пасынком никогда не был. И никогда не будет. А... отношения с Москвой у меня всегда были сложные. Потому что у Москвы свой интерес, а у Красноярска — свой интерес. И довольно часто... мне приходилось... не только высказывать... мнение, но и делать реальные шаги, которые Москве не могли понравиться. Разве могло понравиться Москве... мое жесткое... не только заявление, но и действие по отстаиванию железной дороги края?¹ Или, допустим, отстаивание энергетики², когда с *правительством* мы судились... и выиграли Конституционный суд? Разве может понравиться... правительству... несогласие краевой администрации, которую я возглавляю, с тем, как шла приватизация в крае?.. Или с тем, что так относиться к сельскому хозяйству нельзя и финансировать посевные надо в срок? (*Ускорение речи, признаки волнения.*) Может ли понадобится (*оговорка*)... понравиться московскому правительству позиция губернатора, который настаивает на том, чтобы сменить... экономический курс, политический курс?.. Потому что сегодня люди из-за этого курса... не получают вовремя зарплату, вовремя не получают пособия. Как же может Москве понравиться такой губернатор? Но мне не нужна любовь *Москвы*. Мне договариваться там ни с кем не надо. Я с ними работал и буду работать: там, где надо, конструктивно, а где (*сбился*) надо — принципиально отстаивать свою позицию. А позиция моя определяется интересами людей... живущих в крае. Москва, как бы ни относилась ко мне,— она далеко, а люди (*разводит руками*) — живут рядом со мной.

¹ В 1997 г. планировалось передать Красноярскую железную дорогу в подчинение Иркутску.

² В 1993 г. только 2 региона — Красноярский край и Иркутская область — выступили против передачи энергетических предприятий в подчинение РАО «ЕЭС России».

Здесь Лебедь повторяет стратегию, которую использовал в 3-м вопросе (перевод обвинения на оппонента). При этом добавляется обвинение в противоречивости позиций Зубова («Лебедь для Москвы никто» — «Лебедь — ставленник Москвы»). Кроме того, используется «больное» место Зубова — отношения с федеральным центром.

Такая массированная атака очень сильно фрустрирует Зубова. Об этом свидетельствуют чрезмерное количество оправданий, оговорки, ускорение речи. Он справляется со стрессом с помощью уже известного приема: переходит на ценностный уровень (люди важнее, у меня есть свои принципы и я на них стою). Кроме того, Зубов снижает значимость проблемы, рационализирует, подчеркивая, что на самом деле никакая Москва ему не нужна. Это реакция «бунтующего ребенка»: в реальности он остается в полной зависимости от объекта, против насилия которого протестует. Таким образом, Зубов проигрывает этот раунд, сам того не осознавая, и, довольный собой, опять переходит в наступление.

6. Вопрос 3. (*подносит правую руку к носу*): А. И., извините, я задам... нескромный... вопрос, но его задавали многие... и, может быть, вы проясните свою позицию. Знаменитая ночь: из Кремля выносилась коробка... с большим количеством долларов... говорят, полмиллиона. (*Голос мягкий, вкрадчивый.*) Вы защитили, правда, в эту ночь... тех людей, которые выносили эту коробку, а буквально через некоторое время стали действительно государственным служащим и руководителем национальной безопасности... страны. Както связаны эти события? (*Быстро.*)

Ответ Л.: Нет, никак. Событие произошло в ночь с 19 на 20 июня, выносили коробку из-под ксерокса, в которой лежало 538 тысяч долларов, Лисовский и Евстафьев — люди Чубайса. Задержали их Коржаков и Барсуков. А в 11 часов 20-го было мое заранее назначенное представление... Первого секретаря Совета безопасности... (*Голос усталый.*) Представление прошло мирно, вопрос поднят на этом заседании Совета безопасности не был, потом полчаса у Президента был премьер-министр, бывший премьер-министр, еще 11 минут господин Чубайс и после чего Президент объявил об отставке 3-х людей: Сосковца, Коржакова и Барсукова. Все документы по этому делу находятся у *меня* до сих пор. Вина людей, которые выносили коробку, *очевидна*, 4 месяца, которые я находился в должности, я требовал от генерального прокурора принятия *решения*.

За 4 месяца решение принято *не было*. (*Моноotonно перечисляет факты.*) Потом его протянули еще 4 месяца и прекратили уголовное дело за отсутствием *события* преступления. Очень просто делается — можно спросить любую аудиторию: «Вы являетесь владельцами коробки?» — Все скажут: «Нет». Ну, значит, если у вас не воровали, значит, события не было.

Зубов применяет стратегию, которую уже неудачно использовал в 4-м вопросе: пытается провести Лебеда по заранее продуманной логической схеме, отталкиваясь от конкретного события. Этот «ход» ослабляется тем, что факт, о котором он вспоминает, видимо, слишком часто уточнялся у Лебеда в других дискуссиях, и Лебедь уже просто устал разъяснять его. Как заведенная машина, А. И. перечисляет конкретные детали события. Он полностью готов к этому вопросу и проявляет снисходительность, как учитель по отношению к нерадивому ученику (— Сколько можно повторять одно и то же?). Однако Зубов не успокаивается. Ему необходимо продолжить логику и выйти на истинный вопрос, который является риторическим и содержит нотацию и обвинение (— Как же вы так, не смогли справиться с такой ерундой, а еще претендуете на что-то глобальное?).

З.: Позвольте, я задам еще один вопрос, а потом я отвечу на два?

Л.: Не возражаю.

7. Вопрос З.: Потому что он примыкает к этому вопросу. А. И., вы за 4 месяца не сумели при всей своей решительности, твердости... добиться решения... абсолютно очевидного вопроса? 500 тысяч долларов — разве это не предмет для обсуждения на Правительстве? (*Л. улыбается.*) Разве вы не могли поставить вопрос? И вы *не добились* решения... такого *мелочного вопроса*. А здесь, в крае, вы демонстрируете себя как человека *решительного* и, самое главное, способного достигать результат. (*Кисть правой руки кладет на стол.*)

Ответ Л.: Правильно, я все усилия сосредоточил на решение задачи, которую сам себе поставил *я*, и которую определили мне 11 миллионов *избирателей*: прекратить работу фабрики смерти в Чечне. Я ее прекратил. А с 500 тысячами долларов мы разберемся. Еще не вечер. (*Улыбается.*)

Здесь Лебедь использует «психологическую уловку» — повышение значимости доводов за счет апелляции к собственному опыту

(что такое 500 тысяч долларов в сравнении с миром в Чечне?). Кроме того, он опять обращается к своему главному ресурсу — «Я сам ставлю себе задачи, и я сам их решаю». Этот аргумент усиливается апелляцией к избирателям. Объединяясь с ними, Лебедь многократно увеличивает значимость своих решений, а кроме того, провозглашает ценность, которую декларировал сам Зубов — «люди».

Далее Лебедь резко меняет тему разговора. При этом он входит в роль «Преследователя» и переводит обвинение в использовании «грязных» денег, которое высказывалось в его адрес во время избирательной кампании, на Зубова. Аргумент Лебеда — цитата из газеты, авторитетность которой он подчеркивает особо.

8. Вопрос Л.: Я хотел бы вернуться к столь любимому нами вопросу о «серых» деньгах. Я настаиваю на том, что «серые» деньги — это деньги, которые зарабатываются «серым веществом» в 79 региональных отделениях движения «Честь и Родина» и РНРП. Есть такая газета — называется «Совершенно секретно». Она славна тем, что у нее никому не удавалось выиграть ни одного иска. В этой газете «нехорошие» люди — вот у меня в кармане (*достаёт аккуратно сложенную газету*) — обвиняют вас в том, что вы, цитирую (*читает*): «По ряду оценок, в том числе американских, Зубов получает до 1% от суммы каждой сделки с иностранными партнерами». И дальше тут идет про прокатный стан... Тогда кто является все-таки пользователем «серых» денег¹: я или вы? Ни один прокурор пока мне вот претензий не предъявил.

Зубов пытается уйти от конкретного вопроса, переключая внимание на процесс.

Ответ З.: Вы задали 3 вопроса. И я на все на три как на один, могу ответить...

Далее Зубов опять переходит от частного к общему, апеллируя к ценностям («наши матери») и косвенно обвиняя Лебеда в их игнорировании.

...Вы знаете, можно шутить, но шуткой нельзя конкретно ответить на вопрос. И можно шутить про «серое вещество», но мы-то все...

¹ На одной из первых встреч в крае Лебедь на вопрос, кто его финансирует, ответил, что «такие же «жулики», как и вы... «серыми» деньгами».

люди (*разводит правой рукой*), прекрасно знаем, что «серыми» деньгами называются не те, которые головой заработаны, а те, которые не попадают в бюджет, и соответственно не попадают нашим... *матерям*... вовремя как пенсии, нашим учителям вовремя как зарплата... нашим... *матерям*, у которых нет мужей, — как пособие на детей. Поэтому не надо *лукавить: серые деньги — это серые деньги*. Это деньги, которые не попали к нам...

В следующей части ответа Зубов прямо противопоставляет себя, который умеет решать вопросы, и Лебедя, который только обещает. Кроме того, он так же, как и ранее Лебедь, апеллирует к своему личному успешному опыту (в Конституционном суде).

...Насчет судов... Я не знаю, как там насчет «Совершенно секретно», наверное, они не проигрывали ни разу иски, потому что я не разу не подавал ни одного иска ни на одну газету. Но в данном случае я сделаю исключение. Решил подать. Мы посмотрим. В отличие от многих других, *кто обещает (поднимает правую кисть вверх на уровне груди)*, я уже прошел целый ряд судов, таких как Конституционный, надеюсь, в данном случае выиграю здесь гораздо проще. Здесь достаточно выиграть суд в районном суде...

В третьей части ответа Зубов переводит ответственность на газету и воздаст должное ее корреспондентам, которые умеют зарабатывать деньги. В контексте звучит сарказм, внешне — смирение и благожелательность.

...И, наконец, третье. Что бы ни писала какая-либо газета, фактом становится факт... только после решения суда. А на этой газете, я так думаю, много людей заработали деньги. Я смотрю, это наша, краевая газета? (*Делает движение телом в сторону Л.*) Значит, наши журналисты заработали, перепечатав. Дай бог им... побольше доходов.

Лебедь реагирует ответным сарказмом, который Зубов, похоже, не осознает.

Л.: Я от души желаю вам удачи. (*Кладет на стол левую руку*)
В судебном иске.

З.: Хорошо.

Дискуссия

9. Вопрос 3: Вы поездили по краю. Я нисколько не сомневаюсь, что край вам понравился. Точно так же, как у меня нет сомнений в том, что вы почувствовали проблемы края. Они сложные. И край большой, и край богатый, но и проблемы большие... Что среди тех принципов, которые исповедую я как губернатор, вам не нравится, что вы будете делать по-другому? Вот я говорил, мы находимся в кризисе, начинаем выходить из кризиса (*правая рука — на ребро ладони*), надо бороться за экономический рост не только в промышленности, но и во всех областях. Вы против этого? (*Быстро.*)

Л.: Нет, не против. Но что мешало вам выходить из кризиса пять лет?

С этого момента разговор перерастает в дискуссию. Ее провоцирует Лебедь, переводя обвинения на Зубова. Зубов — что можно было уже предсказать заранее — опять начинает оправдываться. При этом он упрямо подчеркивает наличие противоречий в оценках, которые публично давал Лебедь Красноярскому краю в разное время.

З.: Но выходим. *По вашей оценке*, мы тот регион, который нашел наиболее *правильный* путь выхода из кризиса. Вы об этом сказали в Иркутске, когда вас спросили, как вы относитесь к Красноярскому краю.

Л.: Безусловно. Я просто представлял, что плохо, но не представлял, что *настолько* (*правая рука ладонью вперед*) плохо, что едят собак, что едят, запаривая, комбикорм, что имеются разваленные предприятия, совхозы, лежащие без движения леспромхозы... Этот *нарыв в Норильске* (*поднимает ладонь над столом*), который вот-вот прорвет... Это очень большой клубок проблем, очень серьезных проблем, взрывоопасных проблем.

Зубов уже просто не может остановиться. Он входит в азарт и хочет во что бы то ни стало, во-первых, оправдаться, а во-вторых, дойти, наконец, до вопроса, который собирался задать в действительности. В порыве вдохновения он вводит метафорический образ, который оказывается полной неожиданностью для Лебеда. В итоге Зубову удается «добежать» до своей цели и воспользоваться главным «козырем» — задать вопрос, который, по его мнению, должен полностью уничтожить оппонента.

З.: Вы фильм «Ну, погоди!» смотрели?

Л. (не понял): ...У?

З.: Фильм «Ну, погоди!» смотрели? Ну, это любимый наш мультфильм, один из таких высочайшего уровня мультфильм. (*Разводит руками.*) Помните, как там впрыгнул волк в каток, который покатился по дороге. А потом через лес так неся (*машет правой рукой*), и так далее. Вот я впрыгнул в такой каток в 93-м году. Когда (*палец в Л.*) полным ходом летел этот каток с горы. (*Л. улыбается.*) И вот сейчас мы его остановили. У нас идет рост прироста в промышленности. Вы это прекрасно уже знаете, побывав в нашем Красноярском крае. В этом году мы ведем посевную даже лучше, чем предыдущую (хотя все посевные трудно идут), не сорвали ни одной уборочной. У нас есть проблемы по зарплате — не только у бюджетников, но и на производстве. Но, сравнивая с другими регионами, это опять же ваша оценка, что более устойчиво край смотрится на фоне других регионов. Проблем хватает. Скажите, а как *вы* их будете решать? (*Речь ускоряется. Пьет воду.*)

В этот момент в процесс удаётся вмешаться журналисту, ведущему теледебаты.

Н. (Зубову): Извините, я оказался в трудном положении...

Л.: Запутались, да вот?..

Н.: Идет дискуссия, и давайте определимся: мне мерить это количеством парирований друг к другу, или будем продолжать так же дискутировать, или будем жестко: вопрос — ответ?

Л.: Я бы предпочел жестко: вопрос — ответ, как мы договорились вначале, не меняя правил.

Таким образом, журналист при поддержке Лебеда возвращает разговор в рамки установленных правил. В итоге Лебедь оказывается тем из двух претендентов на пост губернатора, кто в большей степени придерживается правил.

Дискуссия под видом игры по правилам

Беседа продолжается по схеме, которая соблюдалась во второй части передачи. Однако Зубов уже полностью выведен из равновесия: удар, в который он вложил все свои силы, не имел задуманно-

го эффекта, так как Лебедь получил возможность собраться с мыслями перед ответом на «каверзный» вопрос.

А. И. избирает позицию «Преследователя», косвенно обвиняя В. М. в «развале» края. На этот раз он апеллирует к видеозаписям, подтверждающим плачевное положение жителей. При этом его речь отличается большей эмоциональностью, чем обычно. Он употребляет нетипичные для себя кинестетические термины: «плачевный», «неприятно», «потрясающая», активно жестикулирует.

Ответ Л.: Я отвечаю на вопрос. Я провел 126 встреч в крае. И нашел 3 *живых* предприятия. Это «Норильский никель», это алюминиевый завод и Филимоновский молочно-консервный. Да, и четвертый можно добавить — Ачинский нефтеперерабатывающий, пожалуй, и поднимается глиноземный комбинат. Надо быть объективным. Все остальное находится в очень плачевном состоянии, поэтому я бы сказал, что есть ложь, есть большая ложь, а есть *статистика (поднимает правую руку вверх)*. Отвечая на этот вопрос, эти оптимистические заявления, они почему-то не подтверждаются. Самое главное, есть 3 часа, например, на 3 часа *пленки (поднимает палец правой руки вверх)*, которая свидетельствует о потрясающих фактах, просто потрясающих, про этот самый комбикорм, про этих собак, на которые стоит очередь. Мне это было очень неприятно видеть, слышать об этом, еще неприятней было это фиксировать, но... я надеюсь, что у меня будет возможность разобратся... со всеми этими фактами.

В последнем предложении Лебедь сбивается с позиции «Преследователя», переключаясь на роль «Жертвы». В его словах нет обычной уверенности («Я надеюсь, что будет возможность разобраться...») вместо привычных: «Я уверен, я решу, я разберусь»). С другой стороны, здесь Лебедь предстает не только как кандидат в губернаторы, но и как человек, который рассказывает, что именно задело его лично.

Однако, задавая очередной вопрос, А. И. опять быстро переходит в роль обвинителя. Сначала он намекает на неспособность Зубова использовать ресурсы края, а затем приводит конкретный негативный факт, с которым ему пришлось столкнуться лично. При этом Лебедь пытается воспользоваться известной «психологической уловкой»: высказывает суждение, имеющее косвенное отношение к

вопросу, а потом уже задает сам вопрос, в надежде, что суждение выведет оппонента из равновесия.

10. Вопрос Л.: Два дня назад я был в Мотыгинском районе. У меня сложилось впечатление, что если все бросить, заняться только этим районом, то, наверное, можно кормить весь край, а заодно и пол-России. Возможно, это мое частное впечатление, дело не в этом. Вот в этом районе меня встретила толпа бушующих людей. Дело в том, что в ночь с 20 на 21 апреля прокурор района по фамилии Кузьмин в своем кабинете изнасиловал 17-летнюю девушку. Значит... Люди обратились в краевую прокуратуру, откуда им порекомендовали закрыть рты... 60 возмущенных революционеров обратились ко мне с посланием. Известно... известен ли вопиющий факт, и какие меры предпринимает краевая власть, краевая прокуратура, чтобы вот этот человек, который почему-то еще зовется прокурором и наблюдает за состоянием законности, продолжает пребывать на своем посту?

Зубов не поддается на уловку и «укрупняет масштаб» вопроса, пытаясь уйти от ответа. Лебедь пресекает эту попытку, однако Зубов возвращает А. И. его стратегию: уверенно обещает принять меры. При этом он не забывает «уколоть» Лебеда, напоминая о его неспособности решить вопрос с 500 тысячами долларов («коробка из-под ксерокса»).

Ответ З.: А. И., еще бывают случаи, когда в разных регионах происходят такого рода омерзительные случаи.

Л.: Извините, но не с прокурорами.

З.: Совсем недавно у нас, к сожалению, произошел случай с директором предприятия. Я должен проверить состояние этого случая, и я вам, точнее, даже не вам, а всем (*разводит руками, глядя в камеру*) сидящим перед телевизором гарантирую, что завтра же будут предприняты меры, если такой факт подтверждается. Это не коробка с ксероксом, на решение проблемы которой нужны 4 месяца. У нас такие вопросы решаются достаточно быстро. Завтра будет проверено. И все необходимое в данном случае произведем практически.

Л.: Благодарю вас. (*Говорит одновременно с последними словами З.*)

Таким образом, Зубов успешно «отбивается», Лебедь — разочарован. Из «Жертвы» В. М. превращается в «Преследователя» и чувствует себя победителем.

Однако эта тактическая победа окончательно «губит» его в последующей части разговора. Зубов переходит на «менторский тон», поучая Лебеда тому, что и как НЕ НАДО делать.

11. Вопрос 3: А. И., Вы перечислили ряд предприятий, на которых вы видите рост. Вы, наверное, забыли просто «Пикру» — предприятие, которое успешно конкурирует с американской «Кока-колой». Вы, наверное, забыли Назаровский молочно-консервный завод. Вы, наверное, просто еще не дошли до Красноярска-45, где расположен единственный, возникший в эти 5 лет, завод по производству магнитносителей. И... совместная с канадцами обувная фабрика. Ну, наверно, вам *не посчастливилось* попасть на предприятие прикладной механики в Красноярске-26, которое находилось в тяжелейшем положении, а уже сегодня выиграло 2 международных тендера. Поэтому ничего страшного, что вы пока нашли только 3 предприятия. Если вы проведете не 120 встреч, а так, как губернатор,— несколько сотен, наверное, даже тысяч, то вы заметите гораздо *больше*... много хорошего. Ну, например, в Северо-Михеевском районе за эти годы (это рядом с Мотыгинским районом) возникло предприятие, самое крупное в мире по добыче золота. А. И., а... какие вы делаете акценты в своей... экономической программе, какие предприятия *в первую очередь*... *прибавят*, в каком районе... вы уже нащупали, *как конкретно*... решить... *проблемы экономики?* ... Вы же наверняка... подготовили какую-то программу... (*Говорит мягким, вкрадчивым тоном.*)

Последним вопросом Зубов ставит «ловушку» Лебедю. Он предлагает спасительный ход, заботливо интересуясь его экономической программой. Если учесть, что перед этим он высказывал аргументы, принижающие компетентность Лебеда в решении конкретных экономических задач, и противопоставил его некомпетентности свою компетентность, то подобная «гибкость» (по сути — грубое давление) не могла не вывести из себя А. И. Лебедь теряется, пытается оправдываться.

Ответ Л.: Надеюсь, что у меня на детальное знакомство с краем будет 5 лет, поэтому я исправлю... вот все перечисленные вами недостатки...

З. (тыет воду): Нет-нет, А. И., 5 лет — этого не дано, работать придется с первого дня (*Произносит параллельно с последними словами Л.*)

Н.: Ответьте на вопрос.

Лебедь выходит из ситуации, решив довести ее до абсурда. Он начинает медленно перечислять свои будущие шаги, подчеркивая негативную ситуацию в крае.

Л.: Сначала начну с ликвидации кризисных явлений в Норильске... Это задача № 1 сегодня... разрядить ситуацию, когда 63 тысячам человек некуда, не на что выехать... Когда большинство из них получает пенсию в 3 раза меньше прожиточного минимума, недостаток денег компенсировать картошкой не представляется возможным по причине вечной мерзлоты... Займусь латанием прорех в краевом законодательстве... которое позволит подтащить в очень *богатый* край... серьезные *инвестиции*. Займусь разделением полномочий с Центром. Я благодарен вам за то, что вы подписали 1 ноября *договор* о разграничении предметов ведения и полномочий. Сейчас готовлю примерно 25—27 соглашений под этот договор, чтобы он заработал. И займусь перераспределением налогов по территории страны. К сожалению, сложилась схема, согласно которой колоссальная масса всех денег страны почему-то оседает в Москве, и любую гайку из Красноярска в Норильск надо почему-то везти через Москву, там платить. Вот это приоритетные *задачи... стратегического характера*. Что касается тактических задач, то первое — я введу в действие... документ, регламентирующий порядок отзыва губернатора. Очень важно сжечь за собой мосты, чтобы господин народ имел управлять своим слугой — губернатором. Займусь аудитом, таким тотальным...

Зубов не выдерживает монотонии и в результате оказывается в положении нетерпеливого ребенка, которого «бьют по рукам».

З. (говорит быстро): Можно вопрос? (*Кисти рук поворачивает к груди.*)

Л.: Ну, я же отвечаю на ваш. Детально. Мы же договорились (*Ужоризненно.*) Займусь инвентаризацией. Приемом дел и должности.

Н.: Я бы хотел отнять у вас несколько секунд, чтобы договориться о том, чтобы ответы были более лаконичными, точно так же, как и вопросы.

З.: А. И., я хочу облегчить вам задачу...

Н.: Извините, В. М., я сделал ошибку. Вопрос должен задавать А. И.

Воспользовавшись ситуацией, Лебедь переводит разговор в шутку, однако Зубов воспринимает ее всерьез и начинает оправдываться.

12. Вопрос Л.: У меня очень короткий вопрос: Я буду иметь возможность *завтра* посетить концерт Аллы Борисовны?

Ответ З.: ...Это зависит от Аллы Борисовны...

Л.: По крайней мере, она заявила, что едет сюда вас поддерживать, поэтому мне не хотелось бы столкнуться с неприятностью, подобной 9 мая (*улыбается*).

З. (параллельно со словами Л.): Правда? А я об этом даже не знал. Какие неприятности 9 мая были? По-моему, никаких неприятностей не было. (*Быстро.*) В этом крае... есть традиция, по которой... демонстрацию... городскую... проводит Центральный район, Совет ветеранов. Как они определяют порядок — это устоявшаяся традиция десятилетия. Мы ее *не нарушаем*. Мы считаем, что порядок должен быть во всем. Вы, как настоящий гость (а мы, вообще, рады гостям... всегда на такого рода мероприятиях), имели возможность возложить цветы, как и любой, кто подошел бы. Мне кажется, ничего из ряда вон выходящего не было. Все было нормально и в рамках порядка. Теперь по поводу... Да! Я ответил, теперь я могу задавать вопрос. (*Делает круговой жест левой рукой в сторону Л.*)

В. М. теряет нить разговора, путается в очередности вопросов и ответов, что говорит о крайнем возбуждении, которое его уже истощило. Он навязчиво возвращается к прежней теме, продолжая поучать Лебеда.

13. Вопрос З.: Я хотел бы, А. И., вам облегчить представление о том, что вы *уже не должны делать* в нашем крае. Вам не надо принимать закон об отзыве губернатора. Он существует. Более того,

он действует и на уровне районов. И, кстати, в одном районе был применен. Была попытка в крае проводить сбор подписей за область и губернатора Зубова, но, правда, она не получилась. Поэтому этого *не надо* делать. (*Снисходительно-вальжжный тон.*) По налогам... лучше начать разбираться не с Красноярска, а с Госдумы... где, к сожалению, большинство имеет как раз та фракция, которая сейчас активно против вас выступает, а придется договариваться с ней по изменению нормативов... отчисления... в бюджеты... регионов. Это *не правильно*. (*Кладет руку на стол.*) Это работа в Москве. И если бы вы своим авторитетом сегодня работали в Москве, наверняка могли бы помочь нам с Красноярском решить такого рода задачу... А мой вопрос... Да (*подносит руку к носу*), и *еще* одну вещь не надо делать. *Не надо делать из драгметаллов завод* — он не нужен абсолютно. Край и так инвестиционно *привлекателен*, и напомним, не для вас даже больше, а для тех, кто готовит для вас материалы (*кладет руку на стол*), что мы входим в число 3-х регионов, где самые крупные инвестиции. Мы достаточно привлекательны и так. А для того, чтобы создать залоговый фонд, понадобятся деньги из бюджета. (*Машет кистью правой руки.*) И значит, эти деньги *отвлекать*... от зарплат бюджетникам. У нас есть залоговый фонд в виде акций предприятий, который мы сохранили в государственной собственности, и он нормально работает. За счет этого мы помогаем своим предприятиям получать инвестиции. Поэтому эту работу *не надо делать* (*держит кисти рук параллельно друг другу — делает «якорь» слева, затем перемещает руки к центру*) — настройтесь на другую. Но вот поясните мне один вопрос, раз уж мы коснулись инвестиций. (*Интонации экзаменатора.*) Г. Березовский, а с ним связывается факт финансирования в таких объемах вашей выборной кампании... он как-то сказал: «Европейскому капиталу... в России не хватает кулаков Лебеда». Скажите, вы договаривались с ним о том, что он так скажет, или это он как бы отсебятину? Есть в этом какой-то смысл? Или это очередная, ну как бы это сказать, шутка? (*Делает горизонтальные движения кистью правой руки.*)

В ответ на навязчивые поучения Лебедь использует свой обычный ход: «Это буду решать я». Цитата Березовского, содержащаяся в вопросе, его не смущает, он четко заявляет о своей позиции, которая является ценностью и относится к более высокому уровню обобщения.

Ответ Л.: Что делать — это буду решать я... во взаимодействии с ЗС края, правительством — это и есть власть, когда она *вся... власть*. (*Пальцы правой кисти опускает резко вниз, сложив их вместе*.) Что касается господина Березовского и товарища Лебеда (или наоборот — как угодно), я имею честь остановить 2 войны... по факту, поэтому кулаками давно не пользуюсь. Закопал томагавк и действую только разумом. *Другого инструмента* отныне и до веку не признаю. Господин Березовский... меня не финансировал, не финансирует и не думаю, что будет финансировать... хотя интересы ЮКСИ здесь представлены достаточно широко, поэтому, наверное, мне придется договариваться со всеми и определять наши взаимоотношения. Про кулаки мне ничего неизвестно. Я больше не дерусь. Мы исчерпали все лимиты.

З.: Ну, один... (*Поднимает правую руку над столом.*)

Зубова, который не может остановиться, прерывает журналист.

Н.: Извините, В. М., я бы предложил последний вопрос задать, А. И., вам, а после этого буквально несколько слов — обращение к нашим избирателям.

В этой части дебатов наблюдаются все признаки психологической игры, когда многократно повторяются однообразные ходы и разговор идет по кругу снова и снова. Ее инициатор — Зубов — в итоге полностью растрчивает свои психологические ресурсы и проигрывает.

Перемирие

Лебедь, осознав, что уже одержал победу, задает общий вопрос, которым «спасает» Зубова. Таким образом он подтверждает свои «мирные», «не кулачные» позиции, о которых говорил в четвертой части передачи.

14. Вопрос Л.: Что произошло, почему региональные выборы превратились в событие какого-то всероссийского масштаба, местами даже планетарного, я бы сказал?.. Почему *объединились* такие удивительно разные люди, как Лужков, Жириновский, Зюганов, Се-

лезнев? Кто-то приравнивал меня к вермахту, кто-то обещает, что я выключу России глаза. Что произошло? Что объединило этих людей? Хотел бы услышать ваше мнение.

Ответ 3.: У меня есть версия этого. Ну, вообще-то вопрос этот не ко мне, а к тем людям, которых вы назвали... Объединились разные люди. Жириновский приезжал голосовать за Романова. Там что-то... Ну, как-то неудачно он здесь... проявил себя и быстро закончил свою агитацию. У меня есть *версия*, что... Красноярский край действительно является моделью России... географически, по промышленному потенциалу. И самое главное — край, в котором... была более стабильная ситуация, чем в любом прилегающем регионе. Он *привлекателен*. И губернатор Красноярского края *действительно... имеет политический вес... в России*. Поэтому все внимание и привлечено к Красноярскому краю. (*Разводит руками.*) От того, что произойдет в нашем крае... действительно окажет влияние на развитие многих процессов России, может быть, в решающей степени. Но думаю, что... *мы сами* определим, как нам быть здесь *в крае*. А то, что там в Москве кто-то машет, кто кулаками, кто ушами, простите, это так — московская «тусовка» идет. (*Тон речи повышается.*)

Л.: Правильно... Спасибо. (*Кивает.*)

Зубов использует «ресурс Лебеда» («мы сами») и, не чувствуя агрессии, входит в состояние равновесия: он ответил на вопрос достойно и теперь может позволить себе шутку.

Н.: Есть ли какая-либо претензия к нашей компании по поводу способов проведения, формы?..

Л.: С моей стороны нет. (*Поднимает руки открытыми ладонями к Н.*)

З.: Разве что одно... Вы уж не обижайтесь, всегда приятнее, когда ведут женщины, но... что сделаешь. (*Похлопывает Н. по руке.*)

Н.: Извините. С настоящим мужчиной... бывают тоже настоящие мужчины. (*Разводит руки — объединяющий жест в сторону Л. и З.*)

Обращение к избирателям

О ресурсном состоянии Зубова говорит его обращение к избирателям. Он делает нужные акценты и паузы, выражается четко. Однако В. М. не может завершить процесс мирно: использует косвенные обвинения в адрес Лебеда (шутки, уход от ответа — это не способ решать задачи), предлагает сравнить себя и А. И., надеясь, что сравнение будет в его пользу.

З.: Уважаемые избиратели! Я думаю, чем ближе к 17 числу, тем вам понятнее, что на наши проблемы ответить шутками, афоризмами или уходом от ответа на прямой вопрос... ответом на совсем другой вопрос нам невозможно решить свои *задачи*. У меня большая просьба: вы, безусловно, знаете мои ошибки, но вы точно так же знаете, как трудно 5 лет работал я как губернатор. Пожалуйста, посмотрите... сравните. И самое главное — не забудьте, что будут тратиться деньги на выборы. Не хотелось бы, чтобы это делалось во второй раз. Это наши деньги. Придите, пожалуйста, на избирательные участки и решите, кто будет вашим губернатором... после... 17... мая.

Лебедь в очередной раз демонстрирует позицию, согласно которой человек должен и может принимать решения сам, опираясь на разум¹. Косвенно это отсоединяет его от Зубова, который показал в дискуссии, что часто следует за чувствами и из-за этого проигрывает таким как Лебедь.

Л.: Дорогие друзья! Сегодня вам представилась редкостная возможность увидеть вместе претендентов на губернаторское кресло. Кого вы выберете — это *ваше право* и ваше дело. Ваш выбор. Но я... приглашаю вас: приходите на выборы. Примите прямое непосредственное участие в решении вашей судьбы. Помните о том, что плохую власть выбирают хорошие люди, которые на выборы не ходят. Поэтому приходите, дорогие друзья. А когда придете, голосуйте разумом — разум не подведет. Всего вам доброго.

¹ С другой стороны, постоянное подчеркивание в ходе кампании ценности разума помогало Лебедю отстроиться от образа «тупого солдафона».

Выводы

1. Участники теледебатов имели изначально разные позиции: Зубов — защита через нападение; Лебедь — независимость и игра по правилам («худой» мир лучше любой войны).

2. Лебедь оказался в более выгодном положении, т. к. «последнее слово» оказалось за ним. К этому привела стратегия Зубова, его нетерпение и агрессивность. Так, по «инициативе» Зубова из отдельных психологических «ходов» дебаты переросли в психологическую игру (часть IV). Лебедь продемонстрировал способность выходить из подобного рода игр, используя внутренние ресурсы, Зубов, наоборот, — склонность «застрывать» на отдельных вопросах.

4. «Слабость» Зубова объясняется несколькими причинами: предвыборной ситуацией (Лебедь выигрывал выборы), избытком предложенных консультантами сложных стратегий и их технологичностью (некоторые из них совершенно не учитывали конкретную личность Лебеда), склонностью впасть в зависимость в отношениях, внутренней конфликтностью (контроль — бунт против контроля) и общей напряженностью.

5. Лебедь одержал стратегическую победу. В процессе дебатов А. И. был более корректен и соблюдал обговоренные правила, в отличие от слишком возбужденного и демонстративного Зубова. Лебедь удачно использовал внутреннюю конфликтность Зубова: делая послылы к Зубову-«ребенку», вынуждал его постоянно оправдываться и, защищаясь, нападать. Таким образом, Зубов попал в «ловушку» собственной агрессивно-защитной позиции. Лебедь, проявив мастерство психологического айкидо, сумел сохранить равновесие, используя энергию оппонента. Мощный психологический ресурс Лебеда (внутренняя референция, возведенная в ранг ценности) позволил ему оставаться практически неуязвимым в ситуациях обвинения и давления. Кроме того, *Лебеда помогли четко обговоренные правила проведения теледебатов*. Зубов более динамичен, поэтому передышки, возникающие во время пауз между вопросами, в данном случае «работали» на Лебеда. Более того, условия дебатов не позволяли задавать уточняющие, конкретизирующие вопросы (мета-вопросы).

Существенная разница кандидатов проявилась в тематике воп-

росов: если Лебедь в большинстве случаев спрашивал о том, что ему действительно интересно (или, по крайней мере, могло бы быть интересно) и о чем он мог бы спросить только Зубова, то действующий губернатор не проявлял интереса к ответам оппонента (скорее ставилась цель «уесть» каверзным вопросом), и это было заметно. Вообще, в высказываниях Зубова было очень мало личного¹ и очень мало искренности, что диссонировало с его эмоциональностью и бурным реагированием на происходящее, проявляющимися в ускоренном темпе речи, оговорках (кстати, на наш взгляд, Зубову, поскольку он знает, что при волнении может оговариваться, стоило сразу это проговорить, объяснив, что опыт публичной политики у него и у генерала несопоставимый, поэтому ляпы возможны, но его сила в другом).

6. В ходе теледебатов оппоненты использовали следующие стратегии:

- переход на более высокий уровень обобщения при ответе на «сложный» вопрос (чаще Зубов);
- апеллирование к гуманистическим ценностям (люди, матери, погибшие отцы);
- апеллирование к собственному успешному опыту (у Лебеда — остановка войны в Чечне, у Зубова — выигранный Конституционный суд);
- разведение позиций (своей и оппонента) и их противопоставление с акцентом на своих сильных сторонах и слабых сторонах оппонента (Зубов);
- перевод обвинения на оппонента, провоцирующий оправдания и позицию «Жертвы» (Лебедь);
- использование в качестве ресурса независимой позиции, внутренней референции (Лебедь);
- принижение компетентности и значимости оппонента (Зубов в отношении Лебеда и Москвы);
- апелляция к материальным фактам: информации в газете, видеоматериалам, заявлениям конкретных людей (Лебедь);
- перевод разговора на другую тему (Лебедь);

¹ Это, впрочем, относится ко всей кампании губернатора — он так и не раскрылся как личность (не на уровне эпитетов — их в официальной прессе хватало, — а на уровне житейских мелочей, которые характеризовали бы его, на уровне высказываний о том, что его волнует, что он принимает близко к сердцу).

- привлечение метафорических образов (Лебедь — «кот», Зубов — «Ну, погоди!»);
- сопоставление высказываний разного времени, которые делал оппонент, и уличение его в непоследовательности (Зубов);
- юмор (редко);
- логическая цепочка, приводящая к серьезному обвинению в форме риторического вопроса, которая начинается с небольшого, но тоже в чем-то неблагоприятного факта из жизни оппонента (Зубов);
- «якорение» с помощью жестов, выделение смысловых единиц с помощью пауз и ударений (Зубов);
- «ошарашивание» динамикой и скоростью речи (Зубов);
- «выматывание» монотонным перечислением фактов (Лебедь).

7. Возможный вариант победной стратегии Зубова (уход в максимальную конкретику по типу диалога «Яковлев против Собчака») не мог быть использован в силу того, что Зубов сам недостаточно ориентируется в конкретике. В итоге гораздо больше конкретики (можно даже сказать, эмпирики) было в выступлении Лебеда, причем конкретика эта была «про жизнь» (изнасилованная прокурором девочка, люди, едящие собак и комбикорм, и т. д.). Привычка Лебеда отвечать на конкретные вопросы метафорой была отмечена Зубовым, но не отыграна (как это эффективно проделывал с Лебедем Е. Киселев, или отпускаявший ироничные реплики типа: «Ну, да, это ваша любимая метафора — про козла и морковь», или соответствующим образом структурировавший вопрос: «Вы, конечно, можете мне сейчас рассказать про (далее следует типовой набор метафор Лебеда), но все-таки, если серьезно...»).

8. В определенной степени на исходе дебатов сказалась и некоторая обреченность в настроении Зубова (иначе никак не объяснить пассаж, в котором Зубов объясняет Лебедю, чего ему не надо будет делать, когда тот станет губернатором).

9. Оба участника проявили гибкость в смене позиций, а также способность перенимать (или отзеркаливать) успешные стратегии друг у друга.

10. Журналист М. Нахшкарян проявил максимум деликатности, дав возможность кандидатам максимально продемонстрировать свои позиции. Он вмешивался в процесс только в крайних случаях, чтобы происходящее не вышло из-под контроля. Кроме того, он сделал грамотный шаг, поинтересовавшись о наличии претензий к

телекомпании и оградив тем самым себя и компанию от возможных нападков.

Таким образом, *психологическая победа Лебеда в теледебатах не подлежит сомнению*. Мало того, что за ним осталось последнее слово, он сумел еще выровнять позиции на последних этапах передачи, позволив Зубову почувствовать себя успешным и продемонстрировав стремление решать вопросы мирным путем.

С учетом личностных особенностей участников дебатов можно предположить, что сильные стороны Зубова — высокая скорость, гибкость, способность использовать стратегии оппонента, владение психотехнологическими приемами общения — могли бы привести к его успеху при другой процедуре проведения дебатов (например, при отсутствии строгой последовательности вопросов и ответов, при наличии в студии аудитории, задающей «свои» вопросы и дающей разнообразные эмоциональные реакции на происходящее). В данном же случае победа Лебеда была предопределена изначально.

Звездные войны губернатора Росселя

Выборы губернатора Свердловской области-99

Выборы губернатора Свердловской области, первый тур которых состоялся 29 августа 1999 г., в очередной раз сыграли роль праймериз накануне выборов в Госдуму, и опять не повезло оппоненту Росселя, сделавшему неверную ставку на федеральном уровне. В то же время Эдуард Россель, перешедший из позиции агрессивного оппонента власти к роли защитника губернаторского титула, накануне выборов столкнулся с необходимостью принципиального изменения идеологии и успешно справился с этой задачей. При сопоставимости финансовых, административных и медийных ресурсов двух основных кандидатов — губернатора Росселя и мэра Екатеринбурга Чернецкого — возросла роль технологий и стратегического планирования кампании. Россель оказался на порядок сильнее своего оппонента в формировании сценария выборов и состава их участников.

В Свердловской области снова был разыгран вариант с использованием «третьей силы», но на этот раз под весьма перспективными тред-юнионистскими лозунгами. Политический дебют движения «Май» стал несомненно событием федерального масштаба, поскольку были продемонстрированы действительно новые для России политические технологии.

Однако в начале 1999 г. перспективы Росселя на переизбрание казались весьма смутными.

Расстановка сил на старте

Кампания по выборам губернатора фактически стартовала как минимум за год до объявления их даты, в момент выборов в Законодательное собрание Сверд-

ловской области. *Существующая в регионе система выборов в нижнюю палату по партийным спискам провоцировала персонализацию выборов в областную Думу, когда в качестве торговой марки движения выступала фигура лидера.* Впечатляющая победа движения «Наш дом — наш город» на выборах 1998 г. (первое место и 20% голосов), казалось бы, говорила о предпочтительности шансов Чернецкого. Команда Росселя в оправдание своего поражения приводила несколько доводов:

- Россель не возглавлял список движения, а его персональный рейтинг гораздо выше, чем рейтинг «Преображения» (9% на выборах 1998 г.). Действительно, это имеет под собой некоторое основание: если проанализировать агитационную продукцию «Преображения» образца 1996 г., то там одним из основных слоганов был: «Наш лидер — Эдуард Россель». В 1998 г. такой жесткой идентификации не было. Однако нельзя утверждать, что Чернецкий проводил свою кампанию в отсутствие серьезных конкурентов — если областной «партии власти» не хватало позитива, то уж контрпропаганде в адрес мэра Екатеринбурга было уделено, пожалуй, даже чрезмерное внимание;
- Россель сэкономил деньги, в то время как Чернецкий потратил огромные средства и теперь перед выборами губернатора испытывает серьезные финансовые трудности, усугубленные последствиями кризиса. Этот аргумент тоже представляется достаточно слабым, поскольку *именно демонстрация силы и высокого рейтинга раскрывает пошире кошелек спонсоров.*

На самом деле рейтинг Росселя и его движения неуклонно продолжал снижаться. Идея равноправия регионов исчерпала себя, на первый план вышли нерешенные социальные проблемы, в первую очередь невыплаты заработной платы и пенсий, нехватка денег, дороговизна, криминал. Увлечение Росселя федеральной политикой, по мнению избирателей, оставляло ему мало времени для решения проблем жителей области. По

мнению опрошенных, губернатор обладает хорошими связями в Москве, но зачастую не знает о том, что творится у него под носом, неосведомлен и некомпетент. Большинство респондентов фокус-групп¹, признавая за Росселем такие позитивные качества, как энергичность, ораторские способности, обвиняло губернатора во лжи и нечестности. Такое мнение формируется электронными СМИ, которые зачастую в одном и том же новостном блоке показывают выступление Росселя, говорящего об отсутствии какой-либо проблемы, а затем репортаж о том, как эта проблема остра и опасна. *Когда губернатор отрицает наличие проблемы, которая всем хорошо известна, то люди неизбежно приходят к выводу, что он или говорит неправду, или некомпетентен.*

В то же время мэр Екатеринбурга производил на избирателей впечатление конкретного и уверенного хозяйственника, который хорошо говорит, активно общается с избирателями, на деле доказывает правоту своих слов, симпатичен и честен.

В марте 1999 г. рейтинг «НДНГ» составлял 16%, в то время как рейтинг «Преображения» — только 5%, а Чернецкий в губернаторском рейтинге опережал Росселя с 19% поддержки против 13% у действующего губернатора. Общий план кампании Чернецкого укладывался в сценарий «Мэр благополучного города против губернатора обнищавшей области».

Соответственно, *аргументация для элит у каждого из претендентов различалась.* У Чернецкого: «У меня хорошая динамика и неуклонный рост рейтинга — поддержите, пока я в вас еще нуждаюсь». У Росселя: «Я еще не начинал кампанию, но сейчас медленно-медленно спущусь с горы, и сами знаете, что будет».

В марте 1999 г. начался «спуск Росселя с горы». *Губернатор «пошел в народ».* Сначала он на улице покупал морышек для рыбалки, беседовал с народом, без

¹ В ходе кампании по выборам губернатора Свердловской области агентством «Нью Имидж» было проведено более 50 фокус-групп в различных городах и районах региона.

шапки и без охраны. «Совершенно случайно» рядом оказались телевизионные камеры. Затем «всенародно избранный» заехал в аптеку и выяснил, что, оказывается, утвержденная им программа бесплатных лекарств не выполняется. Губернатор моментально устроил разнос нерадивым подчиненным и пообещал их уволить. Правда, в аптеках от этого ничего не изменилось. 15 марта начались предвыборные поездки губернатора по области — Россель поехал на Север, встречаться с людьми. На все жалобы у него был один ответ: все проблемы оттого, что мэры не выполняют распоряжения губернатора. Единственный выход, по мнению Росселя, — назначение мэров, чтобы в итоге была восстановлена единая управленческая вертикаль.

На фоне увеличения пиаровской активности губернатора и прошли основные переговоры с элитами.

Борьба за элиты, или Возвращение Джедая

Первыми в своих симпатиях к Росселю определились собственники алюминиевого комплекса области («Трастконсалт групп» — Василий Анисимов, «Транс Уорлд групп» — Лев Черной, «Ренова» — Виктор Вексельберг). С «Реновой» и «Трастконсалтом» в конце 1998 г. был продлен договор доверительного управления государственными пакетами акций алюминиевых предприятий, поэтому они были заинтересованы в сохранении действующей власти.

Несколько сложнее обстояла ситуация в черной металлургии, где в тот момент шел активный передел собственности, и ряд московских акционеров свердловских предприятий, в частности управляющая Нижнетагильским металлургическим комбинатом группа ЕАМ, одно время находились в ситуации противостояния с губернатором. На большинстве предприятий этой отрасли контроль над финансовыми потоками захватили близкие Росселю структуры (Качканарский ГОК, Серовский металлургический, Первоуральский новотрубный, Нижнесалдинский металлургический и т. д.).

Какое-то время была не совсем ясна позиция собственников медного холдинга, созданного под эгидой «Уралэлектромеди» и компании «Блонд инвестмент» (Михаил Черной — Искандер Махмудов)¹. С одной стороны, до недавнего времени официальное лицо холдинга Андрей Козицын неоднократно демонстрировал свою лояльность по отношению к губернатору. С другой стороны, стало обычной практикой, что в ходе региональных выборов Лев и Михаил Черные поддерживают разных кандидатов. Да и Россель начал жестко осаживать «Блондов». Губернатор заявил, что не допустит образования в области чересчур мощной финансово-промышленной группы и что «Уралэлектромедь» не получит контроль над НТМК. Начиная с весны, Козицын начал предпринимать усилия по самостоятельной раскрутке: создал общественное движение «Урал-XXI век», выпустил несколько номеров газеты «Новый курс» (тиражом 1 миллион экз.). Официальная версия, объясняющая эту активность, — участие в выборах в Государственную думу, однако эксперты не исключали и участия Козицына в губернаторской кампании. Но в итоге Козицын сделал свой выбор² и 20 июля заявил, что поддерживает действующую власть (после выборов разгорелся скандал — «Новая газета» опубликовала факсимиле расписки Козицына, который взял у Махмудова в долг «на выборы Росселя» несколько сотен тысяч долларов).

Однозначно на стороне Росселя выступил «Газпром» (который убедил руководителя региональной организации НДР, депутата Госдумы и собственника тесно связанной с газовиками корпорации «ЯВА» Валерия Язева заявить о своем отказе от участия в выборах и поддержке Росселя).

В нефтяном бизнесе практически все участники рынка — «ЛУКОЙЛ», «Свердловнефтепродукт» и ряд других, более мелких компаний — выступили на стороне Росселя.

¹ В сферу его влияния в области также входит и Качканарский ГОК.

² Тем более что по всем соцопросам рейтинг Козицына не поднимался выше 1%.

Большая часть региональных банков (кроме Муниципального банка, находящегося под эгидой Чернецкого) склонилась на сторону действующего губернатора. Среди активных сторонников Росселя — руководитель отделения Пенсионного фонда Сергей Дубинкин.

Также ни для кого не были секретом давние отношения Росселя с так называемым «уралмашевским экономическим сообществом».¹ «Уралмаш» последние несколько лет прилагает усилия по превращению в respectable и стопроцентно легальную экономическую структуру. Члены сообщества занимаются благотворительностью (в частности, через фонд «Наши дети — наше будущее»), содержат ряд спортивных клубов. В июне 1999 г. был зарегистрирован общественно-политический союз (ОПС) «Уралмаш».

Заявление Росселя о том, что он встречается с представителями «Уралмаша» и даже дает им поручения, вызвало некоторое падение его рейтинга. Можно, конечно, предположить, что это было своего рода «прививкой» на случай возможной дискредитационной кампании, но оказалось, что заявление губернатора только подлило масла в огонь. Тема связи Росселя с криминальными структурами стала одной из основных тем кампании и особенно активно раскручивалась летом 1999 г. в федеральных СМИ. В ответ начали появляться статьи о том, что «Уралмаш» поддерживает и того, и другого, а может быть, только Чернецкого. В итоге *была создана такая дымовая завеса, за которой уже невозможно было разглядеть контуры реальных союзов.*

Естественно, что Росселя поддержали фирмы, входящие в его близкий круг, среди которых особо стоит выделить возглавляемую бывшим руководителем администрации Президента РФ Юрием Петровым корпорацию «Госинкор». Во многом именно Петров поспособ-

¹ Что касается Чернецкого, то его обвиняют в контактах с так называемой «центральной» преступной группировкой.

ствовал тому, что свердловское землячество в Москве поддержало действующего губернатора.

Впрочем, и сам Россель в течение последнего года перед выборами демонстративно подчеркивал свою лояльность по отношению к Москве, что даже сформировало в областной элите убеждение, что «Россель — кандидат Ельцина». С этой точки зрения позиции Чернецкого в федеральной элите оказались гораздо слабее, особенно после отставки Олега Сысуева, который, как говорят, был его основной опорой в администрации президента. С другой стороны, Чернецкому удалось (при содействии первого вице-мэра Москвы Валерия Шанцева) заручиться поддержкой Юрия Лужкова и возглавить региональное отделение «Отечества». В ответ команда Росселя предприняла ряд шагов по расколу свердловского «Отечества» и обеспечению нейтралитета Лужкова. Впрочем, *в глазах Кремля дружба с Лужковым, против которого в разгар губернаторской кампании началась информационная война, отнюдь не прибавляла мэру Екатеринбургa очков.*

Среди экономических опор Чернецкого стоит выделить торговый капитал города Екатеринбурга, но и здесь у него не все шло гладко. В оппозиции к нему оказался директор сети супермаркетов «Кировский» и депутат Палаты представителей Игорь Ковпак.

Среди союзников мэра оказался скандально известный предприниматель Павел Федулев, который во время выборов находился под стражей. Империя Федулева, в которую входили Качканарский ГОК, Первоуральский новотрубный завод, большая часть гидролизных заводов области и ряд других предприятий, вышла из-под его контроля, и Федулев пытался из-за решетки оказать поддержку мэру. В публичном плане эта поддержка ограничилась рядом заявлений в СМИ о том, что Россель пообещал «Уралмашу» и братьям Черным поделить между ними промышленность области.

Отдельной темой стала *борьба основных кандидатов за влияние на силовые структуры.* Проросселев-

ские СМИ утверждали, что Чернецкий лично возил в Москву материалы, компрометирующие близкого к Росселю начальника областного ГУВД Валерия Краева. В итоге Краев, обвиненный в контактах с представителями оргпреступности, был отстранен от должности, а на его месте оказался начальник транспортной милиции Алексей Красников, который занял выжидательную позицию.

Начальник Управления по борьбе с организованной преступностью при ГУВД области Василий Руденко, являвшийся основным противником Краева, был переведен в РУБОП по Московской области, однако на место Руденко пришел его заместитель Юрий Скворцов, который тут же вступил в публичную полемику с губернатором, резко выступив против одной из любимых идей Росселя о необходимости легализации теневых капиталов.

Руководство управления ФСБ по Свердловской области выдерживало нейтралитет и всячески дистанцировалось от политики, но при этом демонстрировало лояльность по отношению к действующему губернатору. То же относится к областной прокуратуре, налоговой полиции и судебным органам.

Весной 1999 г. в СМИ развернулась кампания против связанного с областными властями епископа Никона, которого обвиняли в содомии и расхищении церковных средств. Несмотря на то, что внутреннее расследование РПЦ не нашло подтверждений этих слухов, ряд опальных священников продолжал подогревать общественное мнение и организовывать пикеты у административных зданий. Вероятно, эта активность возымела эффект, поскольку в итоге было принято решение об отстранении Никона.

Начатая было кампания против руководителя отделения Пенсионного фонда Дубинкина заглохла, поскольку проведенная весной 1999 г. проверка его деятельности не выявила сколько-нибудь серьезных нарушений.

В июне движение «НДНГ» подписало договор о сотрудничестве с движением «Горнозаводской Урал», воз-

главляемым первым вице-спикером областной Думы и бывшим председателем правительства области Валерием Трушниковым. В качестве «ответа Чемберлену» прогубернаторское движение «Преображение Урала» подписало аналогичный договор с региональной организацией НДР. Правда, ситуацию несколько омрачило выступление против союза с «Преображением» депутата Государственной думы из фракции НДР Андрея Селиванова и члена фракции НДР в областной Думе Банзаракцы Чойнзонова, а также бывшего губернатора Алексея Страхова, но в итоге они были исключены из Совета региональной организации.

Чернецкий пообещал Трушникову в обмен на поддержку место спикера областной Думы, однако не смог выполнить данного обещания. В течение июня депутаты областной Думы от «НДНГ» и «ГЗУ» несколько раз пытались поставить в повестку дня вопрос о спикере, но депутаты от «Преображения» и часть коммунистов уходили из зала, тем самым срывая кворум. В итоге Дума ушла на каникулы, так и не приняв какого-либо решения по этому вопросу, а шансы Трушникова стать ее председателем приблизились к нулю, поскольку после выборов губернатора вряд ли Чернецкому было бы выгодно выполнять первоначальные договоренности и усиливать потенциального оппонента. «ГЗУ» оказался в патовой ситуации, когда был вынужден поддерживать мэра Екатеринбурга, не имея никаких гарантий вознаграждения. Поэтому реально Трушников, уже имевший печальный опыт договоренностей с Чернецким¹, устранился от активного участия в губернаторских выборах.

Подводя итоги борьбы за элиты, можно отметить, что *чрезмерная самоуверенность сыграла дурную шутку с Чернецким и его командой. Вместо того чтобы создавать широкую коалицию, окружение мэра,*

¹ В 1998 г. Чернецкий, несмотря на предварительные договоренности с Трушниковым, отказался поддержать его кандидатуру на выборах спикера областной Думы. В итоге фракция «ГЗУ» в обмен на пост первого вице-спикера проголосовала за повторное избрание председателем Думы кандидата от «Преображения» Сурганова.

уже предвкушавшее дележку портфелей, занялось вытеснением конкурентов. Перешел на работу в областное правительство один из заместителей екатеринбургского градоначальника Александр Коберниченко (курিরовавший в мэрии аналитику, идеологию и выборы!). Из «ГЗУ» сбежал к Росселю советник Трушников по фамилии Чепулянис. Отток людей (вне зависимости от степени их полезности) в лагерь губернатора оказался симптоматичным, а недалекость команды мэра стала окончательно заметна в тот момент, когда определился состав участников губернаторской гонки.

Сценарий выборов

Формируя новую идеологию кампании, команда Росселя избрала тему подъема оборонной промышленности как основы благосостояния региона.¹ В рамках этой идеологии была проведена международная выставка вооружений «Уралэкспоармс», ставшая центральным событием выборов.

Одновременно Россель говорил, в том числе на весеннем экономическом форуме в Екатеринбурге, о «вертикально интегрированной экономике» (читай: об усилении роли государства в управлении предприятиями). Совершенно открыто высказывались мысли о грядущем переделе собственности, о смене «нерадивых» руководителей, причем одним из главных механизмов была названа процедура банкротства. В это же время была озвучена идея «двойного траста», уже опробованная на практике: область берет в доверительное управление пакеты акций ведущих пред-



Эдуард Россель

¹ Сама идея использования промышленной тематики не нова. В Свердловской области в 1996 г. на выборах в областную Думу ее успешно использовало движение «Горнозаводской Урал», а в 1998 г. появился созданный Баковым и Гайсиным «Промышленный союз».

приятий и передает их в управление «хорошим, радичивым» менеджерам и управляющим компаниями. Звучало даже слово «деприватизация». Подобные заявления были вполне в духе времени и помогали привлекать голоса умеренно оппозиционных избирателей.

И если Россель предстал перед избирателями в качестве защитника интересов промышленности, то на Чернецкого попытались навесить ярлык ставленника «торгового капитала».

Поскольку позиции Чернецкого изначально были более сильны в Екатеринбурге, а его потенциальные избиратели находились в протестном поле, команда губернатора начала раскалывать его электорат именно по этим критериям. Среди кандидатов появился популярный в Екатеринбурге директор сети супермаркетов «Кировский» Игорь Ковпак, по совместительству еще один представитель торгового капитала. В протестной нише, кроме традиционно участвующего в губернаторских выборах лидера коммунистов Кадочникова, обосновался лидер движения «Май» Александр Бурков.

В то же время команда Росселя не допустила участия в выборах никого из влиятельных промышленников или администраторов-хозяйственников. Подобную роль мог бы сыграть Валерий Трушников и тем самым отнять часть потенциальных голосов Росселя. Но к тому времени сам Трушников был уже не в состоянии обеспечить себя достаточным объемом финансирования, а Чернецкому даже в голову не приходило помочь ему с финансами.

Заявление Владимира Жириновского о его возможном участии в выборах губернатора¹ было использовано росселевцами в полном объеме. В СМИ рассматривались все новые и новые версии, суть которых в итоге сводилась или к мысли о союзе Жириновского и Чернецкого, или к предположению, что мэр Екатеринбург-

¹ Немного заставили поволноваться команду губернатора слухи о возможном участии в выборах другого федерального политика — генерала армии Андрея Николаева, но они практически сразу были опровергнуты.

га будет оттеснен на второй план сыном юриста и именно Владимир Вольфович станет основным оппонентом Росселя. С одной стороны, таким образом достигался эффект привязывания Чернецкого к антирейтингу лидера ЛДПР, а с другой — формировался сценарий «Россель и остальные кандидаты».

В рамках этого же сценария на этапе выдвижения был организован проект «Все в губернаторы» — командой губернатора поощрялось выдвижение максимального количества никому не известных кандидатов, с тем чтобы понизить статус претендента.

В итоге в «избирательном меню» Чернецкий получил трех конкурентов в борьбе за схожий электорат, а у Росселя таковых не оказалось вообще.

Продолжая сопоставлять ресурсы мэра и губернатора, стоит отметить, что с организационной точки зрения партийная машина движения Чернецкого «Наш дом — наш город» была гораздо мощнее, чем машина «Преображения Урала», и финансировалась значительно лучше. С другой стороны, с февраля—марта в области развернулась сеть общественных приемных губернатора Росселя.

В «НДНГ» сложилась жесткая исполнительская вертикаль, в отличие от команды Росселя, где в политической сфере традиционно несколько конкурирующих центров влияния (председатель правительства области Алексей Воробьев, лидер «Преображения Урала» Вениамин Голубицкий, руководитель департамента информации Александр Левин и примкнувший к ним в должности вице-премьера областного правительства Александр Коберниченко). Но оказалось, что конкурентность внутри команды кандидата в губернаторы не всегда плоха. В условиях, когда есть единая идеология кампании и распределение обязанностей между составляющими предвыборной машины, наличие разных подходов только на пользу, что особенно ярко проявилось в ходе информационных войн. Кстати, если команда Росселя привлекла консультантов со стороны, то люди Чернецкого, опасаясь любой конкуренции в борьбе за

«доступ к телу вождя», решили обойтись доморощенными штатными консультантами и жестоко за это заплатились.

Битва медиа-холдингов, или Империя наносит ответный удар

Если говорить о влиянии основных кандидатов на средства массовой информации, то, как это ни странно, холдинг Чернецкого на старте кампании был мощнее, чем холдинг Росселя.

К холдингу Чернецкого можно отнести: газеты «Вечерний Екатеринбург», «Уральский рабочий», «Главный проспект», информационное агентство СОАПИ, радио «Студия-Город», два симпатизирующих ТВ-канала — 41-й канал и РТК.

В число прогубернаторских СМИ входят: областное ТВ (выходящее на частоте ТВЦ), «Областная газета», Телевизионное Агентство Урала (Новости 9¹/₂ — Иннокентий Шеремет), агентство «Регион-информ», газета «Вечерние ведомости». Кроме того, у каждого из движений есть одноименная партийная газета.

Однако если холдинг Чернецкого был создан вполне официально, а значит, вынужден был работать только на позитив, то ряд формально независимых СМИ открыто работал на Росселя, при этом сам губернатор не нес никакой ответственности за критические публикации в адрес своего оппонента. Уже на старте выборов Чернецкий выиграл с десяток судебных процессов против прогубернаторских СМИ, и везде работал один и тот же сценарий: команда Росселя легко отмежевывалась от «желтых» статей, предоставляя подконтрольным редакциям краснеть в залах суда и платить по счетам. Команда Чернецкого и этого себе не могла позволить: за каждой публикацией в «Вечерке» или «Уральском рабочем» отчетливо виднелась фигура хозяина.

Поэтому если в СМИ Чернецкого преобладали неудобочитаемые позитивные публикации и критические материалы о деятельности губернатора с цифрами и

фактами, то от бульгерьеров Росселя екатеринбургскому мэру доставалось и в хвост, и в гриву. Даже аналитические еженедельники обоих претендентов (с официальным тиражом 999 экз.) разительно отличались тональностью: если проросселевский «Регион-эксперт» активно формировал мифологию, не гнушаясь слухами и сплетнями, то создатели «Политинформации» Чернецкого, явно переоценив интеллектуальное развитие местной элиты, понадеялись убедить ее при помощи цифр и рациональных аргументов. Попытка создать антиросселевское издание на базе газеты депутата областной Думы Андрея Выборнова «Уральский обозреватель» провалилась, поскольку вместо полноценной «желтой» прессы получилась газета, интересная только самим авторам и узкому кругу специалистов.

Размещение промэрских статей в местной прессе за счет движения «НДНГ» привело к громкому скандалу. Одна из таких статей под явно неудачным названием «Хайль, Россель!» стала поводом для обвинения Чернецкого и его окружения в применении грязных технологий, разжигании национальной розни и т. д. Были нарушены *два фундаментальных принципа контрпропаганды: материалы против оппонента не должны иметь явного заказчика, и они должны принижать образ оппонента на уровне физиологии, создавать физиологическое отвращение.* Можно предположить, что если бы статья называлась, например, «Россель капут», то команда губернатора писала бы о ее существовании с гораздо меньшим удовольствием.

В марте—апреле ситуация на медиа-рынке области поменялась. Росселю удалось наконец разрешить в свою пользу конфликт вокруг СГТРК¹ и поставить во главе лояльного человека, Наталью Кириллову. Однако движение «НДНГ» успело заключить договор, по которому в каждом выпуске новостей, где у него было куплено по три минуты эфирного времени, показывались сюжеты в поддержку Чернецкого и с критикой в адрес

¹ Близкий к Чернецкому председатель телерадиокомпании Костоусов был уволен губернатором, однако несколько раз выигрывал судебные процессы и восстанавливался на работе.

Россея. В итоге оказанного командой губернатора давления руководство канала было вынуждено отказаться от выполнения условий контракта, после чего СГТРК обязали выплатить значительную неустойку.

Антиросселевскую позицию занял принадлежащий банку «Северная казна» канал АТН, который на старте кампании демонстрировал явную симпатию к Жириновскому. При этом руководство банка заявляло о поддержке губернатора, но в политику канала предпочло не вмешиваться.

В июне свой выбор сделал руководитель наиболее влиятельного в области медиа-холдинга «Четвертый канал» Игорь Мишин. В передачах канала стал заметен крен в сторону мэра Екатеринбурга. Это и вызвало изменение позиции сетевого партнера «четверки» — НТВ, где стали появляться сюжеты с критикой Россея. Но респектабельная «четверка» не могла себе позволить откровенную ангажированность, поэтому все-таки пыталась сохранить хотя бы видимость объективности.

Правда, губернатор стал значительно чаще появляться на ОРТ, что частично компенсировало неудачу с «4-м каналом» и НТВ. Кроме того, в сторону Россея переориентировалась принадлежащая Валерию Язеву «Новая городская газета».¹ Еще один сильный ход — на область по ОблТВ начал вещать скандально известный Иннокентий Шерemet, а с середины июля в области же стал распространяться дайджест «Вечерних ведомостей из Екатеринбурга» (тираж — 200 тысяч экз.).

Составляющими кампании против Чернецкого стали следующие темы:

- на самом деле Чернецкий — слабый хозяйственник. С теми деньгами, которые есть в Екатеринбурге, можно жить гораздо лучше;
- за Аркадием Михайловичем стоят торговый капитал, торгаши, мафия, более того — московские олигархи (всякие Гусинские и Березовские);
- Чернецкий — диктатор, который не терпит вокруг

¹ Язев даже уволил редактора газеты за критические статьи в адрес губернатора.

себя сильных людей. Придя к власти, он устроит «за-чистку» всех независимых хозяйственных субъектов (тема в первую очередь для элит);

- Чернецкий — барин, лично нескромный человек;
- создание физиологического отвращения (в первую очередь, при помощи картинок — показ по телевидению крупным планом не маленького живота Аркадия Михайловича; того, как он ковыряется в носу, дремлет на каком-то заседании; серия карикатур, где Чернецкий предстает в еще более неприглядном виде);
- Чернецкий душит свободную прессу, не любит гласности, постоянно судится с газетами, в то время как Россель никогда не подал на журналистов ни одного иска.

Естественно, что этот неприглядный образ хорошо сочетался с избранной командой Росселя «повесткой дня».

В событийном плане вполне удачно вписался в колею выборов проведенный в Екатеринбурге Конгресс ассоциации клубов (ВФАК)¹ ЮНЕСКО. Это мероприятие, на которое приехало немало гостей из Африки, настолько невнятно освещалось, что принесло мэру Екатеринбурга больше вреда, нежели пользы. Основной мотив его оппонентов был прост: «Россель промышленность поднимает, а Чернецкий с неграми танцует».

Для борьбы с мэром было создано движение «Молодежь против Чернецкого», члены которого проводили различные акции протеста. Впрочем, эти акции ставили целью не столько достижение какого-либо пропагандистского эффекта, сколько вывести из равновесия Чернецкого, который очень болезненно относится ко всякого рода критике в свой адрес.

И рейтинг Чернецкого действительно стал падать, поскольку внятной идеологии у него на самом деле просто не было. Основная идея Чернецкого — несправедливое распределение бюджетных средств между

¹ Эта неприличная аббревиатура была использована на все сто. Например, Иннокентий Шеремет сразу окрестил это мероприятие ФАК-конгрессом.

областью и местным самоуправлением — была прохладно воспринята единственной категорией населения, способной ее понять, — мэрами городов. Они считают, что богатому Екатеринбург, конечно, еще можно повозмущаться...

Впрочем, *невнятная идеология могла бы компенсироваться качественной рекламой*, как это уже произошло на выборах в областную Думу в 1998 г. Тогда «изюминкой» кампании «НДНГ» стал проект социальной рекламы «Кроме нас — некому». Это была серия игровых видеороликов (герои которых встречались и в наружной рекламе), каждый из которых заканчивался призывом «Будем работать» (из уст молодого рабочего), «Сохраним тишину» (от лица милиционера) и, наконец, «Будем рожать». Последняя фраза вызвала бурю критики в СМИ и массу скабрёзных намеков, однако несомненно привлекла внимание избирателей, а результат движения Чернецкого (первое место со значительным отрывом) оказался значительно выше ожидаемого. Несмотря на эффективность рекламной кампании «НДНГ», окружение Чернецкого было загипнотизировано мнением СМИ и на выборах губернатора решило не оригинальничать. Приуроченная к выборам социальная реклама шла под явно провальным слоганом «Время думать о людях», который намекал на то, что Чернецкий думает о людях только перед выборами.



Аркадий Чернецкий

Столь же пресной оказалась прямая реклама собственно Чернецкого. Началось с того, что рекламный слоган был почти полностью позаимствован у другого кандидата, господина Ковпака (применялся в ходе кампании по выборам последнего в Палату представителей в 1997 г. и вновь использовался им на выборах губернатора). Особой разницы между «Знаем. Верим. Выбираем» и «Знаем. Верим. Выберем» избиратели не улавливают, а

для одного из основных претендентов воровство слоганов просто непристойно.

К этому добавились ролики «Отечества», где попеременно давались кадры с Лужковым и Чернецким. Но и отыгрыш данного ролика на ТАУ, где тоже крутился ролик с двумя мэрами, снятыми в крайне неудачных ракурсах, под песню Гарика Сукачева «Я подарю тебе Москву — эх, наш город! — поскорей приезжай», тоже далек от идеала, поскольку добавлял пресному образу екатеринбургского градоначальника так нехватящей ему брутальности.

Впрочем, неплохим ходом команды Чернецкого стало использование избирательного фонда кандидата Селиванова для продавливания в рекламе идеи «Нам нужен новый губернатор».

Первоначально ролики Росселя тоже не блистали оригинальностью. В основе их лежали идеи, уже много раз доказавшие свою неэффективность. Разные люди в экстазе выкрикивали слово «наш», а диктор за кадром подводил итог — «наш губернатор Россель». После пятого просмотра ролик вызывал чувство глубокой неприязни.

Кроме того, движение «Преображение Урала» заказало достаточно скромную видеопродукцию (текст на зеленом фоне) под лозунгом «Мы хотим, чтобы вы об этом знали», рекламирующую достижения Свердловской области при Росселе. Появлялись все новые ролики из этой серии, где было рассказано о том, сколько людей умерло после участия в ликвидации Чернобыльской аварии, сколько пропало без вести в Чечне, что город Сухой Лог — самый стабильный город в области, и много другой полезной справочной информации.

В качестве аналога «Мая» Чернецкий использовал движение «Социальная помощь и поддержка», возглавляемое депутатом Государственной думы Дмитрием Головановым. Голованов под своей маркой выпустил видеоролики, обыгрывающие ролики Росселя, под лозунгом «Мы хотим, чтобы вы знали правду». Впрочем, после профилактической беседы молодой депутат понял всю ошибочность своей позиции, и в роликах

«СПиП» под тем же самым слоганом уже началась критика в адрес Чернецкого.

На заключительном этапе кампании появилась уже более внятная рекламная продукция губернатора, ориентированная в первую очередь на старшее поколение, — под ностальгическую музыку, с фотографиями из семейного альбома. Попутно выдающиеся агрономы, спортсмены и артисты области и страны призывали выбирать Росселя.

Неласковый «Май», или Скрытая угроза

В достаточно влиятельную силу постепенно превратилось движение за социальные гарантии трудящихся «Май», идейным вдохновителем которого является директор Серовского металлургического завода Антон Баков, а официальным лидером — бывший председатель областного Комитета по управлению госимуществом, а ныне депутат Палаты представителей Александр Бурков. На прошлых выборах губернатора Баков, возглавлявший в тот момент региональную организацию ПРЕС (Партия Российского Единства и Согласия), активно выступил на стороне Росселя и сыграл роль главного обличителя бывшего губернатора Алексея Страхова. Весной 1998 г. Баков вместе с известным промышленником Маликом Гайсиным создал движение «Промышленный союз», которое на выборах в областную Думу перешло 5%-й барьер, получив 6% голосов и один депутатский мандат.



Александр Бурков

Накануне губернаторских выборов команде Бакова удалось саккумулировать вполне достаточные для проведения полноценной кампании финансовые средства. Среди спонсоров, кроме самого Бакова и Гайсина, оказались менеджеры, управлявшие Качканарским ГО-

Ком,— Джалол Хайдаров и Дамир Гареев. Хайдаров и Гареев, представлявшие в Свердловской области интересы группы Искандер Махмудов—Михаил Черной — Андрей Козицын, решили сыграть в свою игру как в экономике (постепенно переводя активы управляемого ими предприятия на подконтрольные юридические лица), так и в политике.

Изначально предполагалось, что «Май» сыграет роль пса, облаивающего Чернецкого, поэтому скандальные акции движения проходили при попустительстве областных властей. При этом команда Чернецкого также рассматривала «Май» как потенциального союзника, который может позволить себе резкости, невозможные для мэра крупного города. Надеясь, что во втором туре Бурков с высокой долей вероятности поддержит Чернецкого, команда «НДНГ» сосредоточила огонь критики на фигуре действующего губернатора и предпочитала просто не замечать «Май».

Собственно технология «Мая» включала в себя несколько основных блоков:

- перевыборы профсоюзных комитетов на предприятиях;
- акции «принудительного диалога» с руководителями органов местного самоуправления по поводу невыплаты заработной платы и пенсий. Используя пробелы в законодательстве о местном самоуправлении, активисты «Мая» фактически захватывали кабинеты мэров на какое-то время, что, естественно, становилось хорошим информационным поводом;
- пересчет пенсий «по-честному» — использовалось наличие в российском законодательстве двух методик начисления пенсий;
- постоянное информирование населения о действиях движения (даже в сравнительно благополучном Нижнем Тагиле регулярное распространение «майских» информационных бюллетеней дало хороший прирост голосов).

Удачным ходом стало предложение «Мая» Евгению Примакову принять участие в выборах губернатора¹ (идея ясна — поднять свой рейтинг за счет наиболее популярного в тот момент федерального политика). Это помогло Буркову стать своего рода дублером Примакова в Свердловской области.

Вполне адекватной оказалась и территориальная стратегия «Мая» — начав с «глубинки» и набрав там обороты, «майцы» постепенно дошли до Екатеринбурга. Штабисты Росселя надеялись, что уж теперь-то последует долгожданная акция «принудительного диалога» в кабинете Чернецкого, однако они жестоко обманулись — сторонники Буркова обосновались возле местного Белого дома, организовав пикетирование областных властей.

Палаточный городок у Белого дома, передвижная выставка, демонстрирующая предметы, которыми областная власть выдает детские пособия (вплоть до навоза и гробов), создавали столь любимый журналистами элемент «экшена», что и стало наиболее сильной стороной кампании Буркова.

Активные действия «Мая» позволили ему привлечь протестных избирателей в первую очередь в области и вытеснить из этой ниши Чернецкого, который в итоге оказался на третьем месте.

Кандидаты второго плана и интрига второго тура

Рывок Буркова на второе место оказался сенсацией выборов и сильно расстроил кандидатов-аутсайдеров, особенно лидера свердловских коммунистов Владимира Кадочникова, который обвинил Буркова в похищении голосов левых избирателей. Но на самом деле Владимиру Дмитриевичу стоило бы столь же критически отнестись к организации собственной кампании, единственной «изюминкой» которой стала бессменная

¹ Естественно, что Евгений Максимович ответил вежливым отказом.

синяя рубашка кандидата от КПРФ. Некоторый рост процента голосов, отданных за Кадочникова, по сравнению с выборами 1995 г. объясняется не столько активностью самого лидера КПРФ, сколько действиями команды Чернецкого, ориентированными на расширение протестного поля. Лощеный мэр Екатеринбурга никак не подходил на роль протестного лидера и народного заступника, поэтому проплаченные его командой антиросселевские материалы стимулировали некоторый отток голосов от губернатора, но эти голоса распределялись между действительно протестными кандидатами, более органичными для избранной роли, — Бурковым и Кадочниковым.

Впрочем, критическое отношение Кадочникова к «Маю» осложнило отток его избирателей к Буркову и тем самым помогло Росселю.

Естественно, итоги первого тура стали шоком для Чернецкого, который был стопроцентно уверен в том, что во втором туре выйдет один на один с Росселем. Его команда в какой-то момент даже сократила финансовые вливания в кампанию, чтобы создать резерв для борьбы после 29 августа. Расстроенный градоначальник уехал отдыхать, не поддержав никого из лидеров первого тура. Однако близость имиджевых характеристик мэра и губернатора и так уже работала на Росселя.

Укрепила позиции губернатора и поддержка «человека-универмага» Игоря Ковпака, который получил вполне приличный результат в Екатеринбурге.

Понятно, что избирателей не интересовала позиция кандидатов-неудачников Селиванова и Белковой (у обоих около 1%), роль которых ограничивалась предоставлением своих избирательных фондов и эфирного времени для агитации в пользу Чернецкого и против Росселя.¹

Но итоги первого тура оказались чрезмерными даже для «майцев». Грамотная технологическая игра

¹ Шедевром этого творчества стала листовка с портретами президента и губернатора и надписью «РоссЕльцин».

команды Буркова была рассчитана на занятие солидного третьего места и последующую возможность вести переговоры с обоими лидерами кампании. Предметом торга мог стать, как в 1995 г., пост председателя правительства или приобретение контроля над какими-либо предприятиями. Но, выйдя во второй тур, Бурков терял почву для торга и оказывался обречен на конфронтацию с Росселем.

При этом шансы «Мая» на победу были призрачными. Бурков был однозначно неприемлемым кандидатом для областной элиты, причем ориентированной как на Росселя, так и на Чернецкого. Кроме того, двукратный разрыв между губернатором и Бурковым по итогам первого тура наглядно демонстрировал потенциальный исход второго тура. Ряд московских финансистов решил рискнуть и влить средства в бурковскую кампанию, но финансами было уже не изменить сложившийся экстремистский образ «Мая». Команде Росселя оставалось лишь лепить на Буркова ярлык фашиста, а Бурков не нашел ничего лучшего, как начать оправдываться. Максимум, чего ему удалось добиться, — это прироста голосов в 10%.

Постфактум

Победа Росселя повлекла за собой раздачу слонов и подарков его сторонникам и жестокое преследование оппонентов. Антон Баков был наконец-то вытеснен с Серовского металлургического завода лояльным губернатору Андреем Козицыным. Также Козицыну и Махмудову не без поддержки областных властей удалось в сжатые сроки пресечь мятеж своих менеджеров на Качканарском ГОКе. Был найден компромисс между «Блонд инвестмент» и группой «ЕАМ» на НТМК. «Трастконсалт групп» и «Ренова» получили в собственность акции алюминиевых предприятий области, которые до этого были у них в доверительном управлении.

Александр Бурков в ходе кампании по выборам в Государственную думу в 1999 г. дважды был снят с дистанции, причем последний раз — в ночь накануне голосования. Также неудачно закончились для него и выборы в Палату представителей Законодательного собрания Свердловской области в марте 2000 г., которые он проиграл внешнему управляющему Салдинского металлургического завода Сергею Капчуку.¹ Впрочем, несмотря на эти перипетии, движение «Май» провело в областную Думу трех депутатов, избранных по партийным спискам. «Майцам» удалось занять в свердловском парламенте нишу третьей силы, которая склоняет чашу весов то в одну, то в другую сторону. Кроме того, был предпринят ряд попыток франчайзинга технологии «Мая» в Тамбовской области, Коми-Пермяцком автономном округе.

Неудачей окончился поход в Государственную думу по одному из екатеринбургских округов Игоря Ковпака. Несмотря на то, что его основной оппонент — действующий депутат Евгений Зяблицев — был снят с дистанции, директор «Кировского» оказался третьим после кандидата «против всех» и Ларисы Мишустинной, а на повторных выборах с треском проиграл Зяблицеву. Естественно, что к его поражению приложил руку обладающий хорошей памятью Аркадий Чернецкий.

Попытка команды губернатора довершить разгром оппозиции на выборах мэра Екатеринбурга в декабре 1999 г. была обречена на неудачу.² Избиратели Екатеринбурга проявили высокую политическую культуру и понимание того, что нельзя «класть все яйца в одну корзину». Кроме того, активно муссировавшаяся в ходе выборов губернатора идея о том, что лучше оставить на своем месте и хорошего мэра, и хорошего губернатора, тоже сыграла свою роль.

¹ По этому же округу неудачно баллотировался и Андрей Козицын.

² Немаловажную роль сыграла и фигура оппонента Чернецкого — вице-премьера областного правительства по социальным вопросам Семена Спектора, несомненно уважаемого в области человека, но все-таки весьма преклонного возраста.

Впрочем, после создания федеральных округов противоречия между мэром и губернатором постепенно отошли на второй план. Появление во главе расположенного в Екатеринбурге Уральского полпредства Петра Латышева не могло не спровоцировать противостояния между ним и Росселем. Именно это противостояние, иногда явное, но чаще подспудное, и стало основным вопросом политической повестки дня в регионе уже к осени 2000 г.

Сравнительный анализ личностных особенностей Э. Э. Росселя и А. М. Чернецкого¹



Эдуард Россель

Данная аналитическая записка была подготовлена в июне 1999 г. с целью спрогнозировать варианты поведения основных кандидатов в губернаторы Свердловской области и возможности влияния на их действия в ходе кампании.



Аркадий Чернецкий

Сравнительная таблица значимых психологических параметров, характеризующих личности АМЧ и ЭЭР

	АМЧ	ЭЭР
Образ	хозяин, деятельный интеллект	господин, публичный политик
Самооценка	неустойчивая	завышенная
Потребность в контроле	высокая	очень высокая
Потребность в признании	высокая	очень высокая
Потребность в поддержке	высокая	—

¹ Печатается в сокращении.

	АМЧ	ЭЭР
Уровень притязаний	высокий	крайне высокий
Стратегия достижения	движение от негатива к позитиву	движение к позитиву
Источник силы	внутренний	внутренний
Предпочитаемые каналы восприятия	визуальный (зрительный), кинестетический (ощущения)	визуальный, кинестетический
Психологический тип (Юнг—Майерс—Бриггс): • экстраверсия — интроверсия • мышление — чувствование • ощущение — интуиция • восприятие — решение	«прирожденный руководитель»: • экстраверт • мыслящий • ощущающий • решающий	«ловит момент»: • экстраверт • мыслящий • ощущающий • воспринимающий
Акцентуации	• гипертимный • возбудимый • демонстративный	• гипертимный • возбудимый • демонстративный • экзальтированный
Склонность к риску	умеренная	высокая
Артистизм	—	высокий
Тип контроля	преимущественно «сверху» (силовые методы)	«сверху» и «снизу» (гибкий, манипулятивный)
Манера держаться	сдержанная, контроль над эмоциями	свободная, экспрессивная
Способ установления контакта	проактивный (отчужден от людей)	рефлексивный (хорошо присоединяется, использует людей)

	АМЧ	ЭЭР
Поведение в конфликте	<ul style="list-style-type: none"> • отрицание вины • конфронтация • прямая агрессия 	<ul style="list-style-type: none"> • отрицание вины • попытки «договориться» путем внешнего компромисса (реально — с большей выгодой для себя)
Реакция на давление	бунт	гибкая «подстройка» под ситуацию
Реакция на стресс	фрустрация	поиск новых возможностей
Базовые установки	<ul style="list-style-type: none"> • быть первым • быть лучшим • чтобы никто не переиграл 	<ul style="list-style-type: none"> • выжить • быть первым • быть лучшим • всегда выигрывать
Общее отношение к жизни	оптимизм — в случае успеха пессимизм — в случае неудачи	ОПТИМИЗМ
Декларируемые ценностные критерии	<ul style="list-style-type: none"> • честность • патриотизм • самостоятельность • четкость цели • взаимное уважение • мудрость (разумность решений и постепенность действий) • оценка действий не по решениям и намерениям, а по свершенным фактам 	<ul style="list-style-type: none"> • ответственность • патриотизм • независимость • вера в лучшее • верность принципам • меньше слов — больше дела • быть на равных с сильными мира сего
Реальные ценностные критерии	<ul style="list-style-type: none"> • независимость • разумность • конкретные результаты 	<ul style="list-style-type: none"> • самодостаточность • эстетство

	АМЧ	ЭЭР
	<ul style="list-style-type: none"> • решения, основанные на объективных критериях • ответственность • власть 	<ul style="list-style-type: none"> • делать сейчас — платить потом • успех любой ценой • власть над миром
«Слабые» места	резкие эмоциональные вспышки	склонность к приукрашиванию действительности, в крайних проявлениях — обман

Из таблицы видно, что несмотря на наличие большого количества общих черт (высокая потребность в контроле, потребность в признании, высокий уровень притязаний, демонстративность, возбудимость, темперамент экстравертно-сенсорного типа, преобладание мыслительного компонента), личности Чернецкого и Росселя имеют ряд существенных отличий.

В целом личность губернатора отличается неординарностью. Даже общие с Чернецким черты выражены у Росселя более ярко и интенсивно.

Так, потребность в контроле у Росселя реализуется комплексно: он умеет контролировать как «сверху» (силовые методы), так и «снизу» (манипуляции из внешне слабой позиции). Чернецкий также использует манипуляции, но у него все стратегии просчитаны заранее, «выучены»; для Росселя же манипулирование — это естественное поведение, которое дается ему легко, без дополнительных энергетических затрат.

Чернецкий контролирует свое поведение, пытаясь сдерживать проявления чувств и взвешивать слова. Россель — играет, причем делает это вдохновенно, от всей души. Агрессивные вспышки у Чернецкого проявляются в форме кратковременных «эмоциональных срывов» (при этом он «выпадает» из своего имиджа), у Росселя — как одна из стратегий реагирования, следуя которой он отнюдь не теряет голову.

Демонстративность Росселя (в отличие от демонстративности

Чернецкого) дополняется артистизмом и экзальтацией и настолько бросается в глаза, что даже перестает работать против него: ну, любит человек покрасоваться, ну, не может он без этого, зато делает это открыто и где-то красиво. Во всяком случае, в общении с аудиторией «я» Чернецкого, о котором он постоянно напоминает, должно раздражать гораздо больше.

Не знает равных и размах, с которым Россель захватывает психологическое (и физическое) пространство. Притязания Чернецкого («использовать весь потенциал исполнительной власти на областном уровне») выглядят просто скромными на фоне стремления Росселя быть, как минимум, на равных с сильными мира сего, а в итоге подчинить себе всех и вся. Естественно, что у Росселя все это должно сопровождаться максимальной роскошью и размахом представительских мероприятий, на которые теперь зачем-то начал претендовать и Чернецкий.

Россель — неиссякаемый оптимист; похоже, что его жизненные силы не имеют границ. Чернецкий в этом смысле более скептичен, препятствия на пути к цели могут ослаблять его уверенность в себе, снижать эффективность деятельности. Кроме того, Чернецкий уязвим в конфликтных ситуациях, которые часто сам и провоцирует. Он не умеет гибко подстраиваться под людей, ему трудно идти на компромисс. Отсутствие понимания в диалоге для Аркадия Михайловича — не повод добиться этого понимания, а стресс, на который он чаще всего реагирует агрессивно. С другой стороны, жизненные ценности, на которые опирается Чернецкий (независимость; разумность; конкретные результаты; решения, основанные на объективных критериях; ответственность), более реалистичны и привлекательны, чем у Росселя. Они в большей степени соответствуют имиджу руководителя, который обращается к избирателям за поддержкой и дает людям обещания, которые намерен выполнить.

Тем не менее Россель при личном контакте практически неуязвим. Все его «обманные деяния» уже давно мусолятся в СМИ, и новая информация такого же рода вряд ли сможет существенно повлиять на губернаторский имидж. Кроме того, в непосредственном общении Россель всегда найдет удачный ход, которым сможет отвести от себя нападки.

Чернецкий не настолько устойчив: серия резких, аргументированных обвинений, направленных на его личность в течение достаточно небольшого промежутка времени, может вывести его из равновесия и спровоцировать вспышку неконтролируемого гнева.

Дело только за телекамерой, которая должна в нужный момент оказаться поблизости.

Кроме того, поскольку энергетический запас Чернецкого, по всей видимости, не так велик, как ему хотелось бы, необходимо навязывать ему высокий темп политической борьбы, дополненный физиологическим давлением (перегрузкой каналов восприятия).

Юридические аспекты губернаторских избирательных кампаний¹

Одна из насущных проблем организации избирательных кампаний последнего времени — использование некоторыми их участниками так называемого административного ресурса. Попытаемся провести правовой анализ этого явления, опираясь на основополагающий нормативный акт, регулирующий проведение выборов в Российской Федерации.

Необходимо признать, что пресловутый административный ресурс, который очень часто помогает представителям управленческой элиты побеждать на выборах в представительные и исполнительные органы власти и который столь же часто попадает в поле зрения СМИ, как ни странно, является легальным. То есть получается, что провозглашенная президентом Путиным диктатура закона включает в себя как составную часть и административный ресурс.

Речь идет о федеральном законе № 124-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» от 19.09.1997 (далее — «Закон»). В главе V, статье 28, пункте 4, имеется термин «использование преимуществ своего служебного положения». Именно за этими словами и скрывается явление, известное в обиходе как «административный ресурс».

В этом же пункте Закона содержится фундаментальное правило, значение которого в формировании системы демократических выборов трудно переоценить. Это правило наделяет всех кандидатов равными правами и возлагает на них равные обязанности. Равенство кандидатов в немалой степени обеспечивает демократичность выборов. Вполне логично поэтому выглядит и следующий запрет — «кандидаты, замещающие государственные и муниципаль-

¹ Глава написана совместно с С. Кравцовым.

ные должности, не вправе использовать преимущества своего должностного или служебного положения».

В пункте 5 приводится примерный — я подчеркиваю, *примерный и открытый* — перечень случаев недобросовестного использования кандидатом, замещающим государственные и муниципальные должности, преимуществ своего должностного или служебного положения.

Перечень злоупотреблений состоит из шести пунктов и дословно выглядит следующим образом:

1) *привлечение лиц, находящихся в подчинении или в иной служебной зависимости, иных государственных и муниципальных служащих для осуществления в служебное время деятельности, способствующей выдвижению и/или избранию;*

2) *использование помещений, занимаемых государственными органами или органами местного самоуправления, для осуществления деятельности, способствующей выдвижению и/или избранию, в случае если иные кандидаты либо зарегистрированные кандидаты не могут использовать эти же помещения на таких же условиях;*

3) *использование телефонной, факсимильной и иных видов связи, информационных услуг, оргтехники, обеспечивающих функционирование государственных учреждений или органов местного самоуправления для проведения сбора подписей и предвыборной агитации;*

4) *бесплатное или на льготных условиях использование для осуществления деятельности, способствующей выдвижению и/или избранию, транспортных средств, находящихся в государственной или муниципальной собственности. Данное положение не распространяется на лиц, пользующихся указанным транспортом в соответствии с федеральным законодательством о государственной охране;*

5) *проведение сбора подписей, предвыборной агитации государственными или муниципальными служащими в ходе служебных (оплачиваемых за счет государственных или муниципальных средств) командировок;*

6) *преимущественный доступ (по сравнению с другими кандидатами, зарегистрированными кандидатами) к средствам массовой информации, указанным в пункте 1 статьи 39 Федерального закона «Об основных гарантиях избирательных прав и*

права на участие в референдуме граждан Российской Федерации», в целях проведения сбора подписей или предвыборной агитации.

Перечень не является исчерпывающим: в Законе дана общая базовая норма о равенстве кандидатов — прежде всего кандидатов, замещающих государственные и муниципальные должности, в том числе на выборной основе, а также депутатов, с одной стороны, и иных кандидатов, не имеющих подобного статуса, — с другой. Общее правило подобного рода, согласно приемам законодательной техники, что называется «по определению», не может быть раскрыто, в том числе путем казуистического перечисления случаев его нарушения. Кроме того, этот вывод следует из общего смысла указанного Закона.

Безусловно, наличие подобных норм в Законе способствует развитию системы честных, демократических выборов. Однако не все так прекрасно.

В последнем абзаце пункта 5 статьи 28 Закона читаем: *«соблюдение перечисленных ограничений не должно препятствовать выполнению депутатами, выборными должностными лицами своих обязанностей перед избирателями»*. Эта небольшая фраза практически сводит на нет благой принцип равенства кандидатов, создавая условия для различного рода злоупотреблений, нарушений, и в целом делает его не более чем фикцией.

Следует отметить, что при сопоставлении норм пункта 4 и последнего абзаца пункта 5 статьи 28 Закона бросается в глаза явный пробел в правовом регулировании — в пункте 4 говорится только о государственных и муниципальных чиновниках, но ничего не сказано о действующих депутатах, участвующих в избирательной кампании в качестве кандидатов. Получается, что депутат, в отличие от чиновника, может использовать преимущества своего должностного или служебного положения! Более того, ниже в статье Закона говорится следующее: *«...соблюдение перечисленных ограничений не должно препятствовать выполнению депутатом своих обязанностей перед избирателями во время участия в выборах»*. Не вдаваясь в подробности, отметим, что права и обязанности настолько тесно между собой связаны, что порой даже специалисту практически невозможно различить — где нужно говорить о правах, а где об обязанностях. А поскольку под обязанностями понимается святой долг депутата отчитываться перед избирателями, постольку

под предлогом его исполнения сплошь и рядом совершаются действия, которые являются не чем иным, как предвыборной агитацией. Это же в полной мере относится к выборным должностным лицам, принимающим участие в избирательной кампании в качестве кандидатов.

Необходимо обратить внимание и на правило, содержащееся в статье 36 Закона. Мало того, что выборное должностное лицо обязано (или вправе) отчитываться перед избирателями, так чиновник, замещающий государственную должность категории «А», может еще и не уходить на время участия в выборах в отпуск и продолжать в это время исполнять свои должностные обязанности, а стало быть, имеет полный «набор благ», полагающихся ему по статусу,— транспорт, связь, информацию, охрану и т. д. и т. п.

Вот тут-то и начинается форменное безобразие. Участвуют в нем, прежде всего, многие главы исполнительной власти субъектов Федерации, желающие быть переизбранными на очередной срок. Они одновременно являются выборными должностными лицами и занимают государственную должность класса «А» — и имеют под рукой все, что перечислено в пункте 5 статьи 28 Закона, начиная от большого количества подчиненных, вольно или невольно оказывающих «услуги» своему шефу, и заканчивая «карманными» средствами массовой информации.

Как правило, во время избирательной кампании используется следующая схема: губернатор (президент) под благовидным предлогом проведения отчета перед избирателями — срок работы в должности-то подходит к концу — буквально заваливает избирательный округ информацией о достижениях региона, позиционируя себя как организатора и вдохновителя положительных тенденций его социально-экономического развития. Эти действия, по сути, носят характер предвыборной агитации, поскольку совершенно очевидно, что цель их — побудить избирателей к участию в выборах, а также к голосованию за «положительного» кандидата. При этом используется весь имеющийся в арсенале руководителя, обладающего реальной властью, набор средств. Активизируются все виды СМИ (причем, как правило, частные, принадлежащие дружественным лицам), в срочном порядке запускаются и завершаются социальные, промышленные и иные объекты и про-

граммы. Кандидат начинает активно интересоваться жизнью округа и его избирателей, проводя десятки и даже сотни встреч, но не с избирателями, помилуй бог, а с трудовыми коллективами, горожанами, сельчанами. Репортажам о подобных мероприятиях дают зеленый свет даже государственные и муниципальные СМИ, поскольку надо же освещать «текущую» работу чиновника-кандидата!

Одновременно в массовом порядке вскрываются недостатки конкурентов, в том числе это подается под соусом анализа их агитационной и иной деятельности, например деятельности в выборной должности, что также является предвыборной агитацией, поскольку побуждает или имеет намерение побудить избирателей к голосованию против конкретных лиц, участвующих в выборах.

Все это в полной мере относится практически ко всем победоносным кампаниям действующих губернаторов.

Способов использования должностным лицом преимуществ своего должностного или служебного положения огромное множество, все их перечислить невозможно. Прекратить эту практику путем включения в Закон исчерпывающего перечня нарушений также невозможно.

Согласно букве закона, кандидат — нарушитель принципа равенства — подвергается карам, и наиболее жесткая из них — отмена (судом или иным уполномоченным органом) решения избирательной комиссии о регистрации кандидата, что влечет за собой невозможность дальнейшего участия в избирательной кампании.

Эта правовая конструкция носит название юридической ответственности. Юридическая ответственность, как гласит теория права, имеет в своем основании четыре элемента, называемых в совокупности составом правонарушения. Одним из оснований ответственности является вина нарушителя. В общих чертах под виной понимается психическое отношение лица, совершившего правонарушение, к совершенному им деянию и к его последствиям.

Таким образом, для применения к нарушителю, назовем его «Губернатор», предусмотренных Законом мер (вплоть до отмены решения избирательной комиссии о регистрации) за совершение

неправомерных действий необходимо доказать наличие в действиях Губернатора полного состава правонарушения, в том числе — наличие вины.

Можно утверждать, что сделать это на сегодняшний день практически невозможно по ряду причин. Во-первых, Губернатор, основываясь на норме Закона, всегда настаивал, настаивает и будет настаивать на том, что в период предвыборной кампании он ведет (вел) свою обычную повседневную текущую работу, исполняя обязанности перед избирателями. Во-вторых, средства массовой информации, освещающие и пропагандирующие «успешную» деятельность Губернатора и тем самым фактически побуждающие избирателя к голосованию за него, будут настаивать на версии, что они также занимались своей обычной деятельностью и никакого «заказа» от Губернатора не получали. В-третьих, как это обычно бывает, окажется, что все агитационные материалы, которые не были оплачены из избирательного фонда кандидата, были изготовлены и распространены по инициативе лиц, которые не имеют никакого отношения к Губернатору. Таким образом, получается следующая ситуация — массированная «раскрутка» Губернатора (как правило, совершаемая с грубыми нарушениями Закона), которую не отрицают даже его сторонники, делается чужими руками, и признать Губернатора ответственным за это у суда и избирательной комиссии, рассматривающих вопросы применения к кандидату санкций, нет никаких правовых оснований.

Примером «удачного», то есть не повлекшего применения предусмотренных Законом мер ответственности, использования действующими губернаторами преимуществ своего служебного и должностного положения с целью переизбрания могут служить предвыборные кампании Александра Филипенко в Ханты-Мансийском автономном округе и Петра Сумина в Челябинской области, прошедшие, соответственно, в феврале—марте и ноябре—декабре 2000 г.

Так, Александр Филипенко очень активно использовал в ходе своей избирательной кампании практику широкого освещения реализации направленных на поддержку экономически неактивной части населения автономного округа разнообразнейших социальных программ, коими очень гордится Тюменский Север.

Ветеранам Великой Отечественной войны, труженикам тыла и просто пенсионерам раздавались бесплатно автомобили, повышались размеры пособий, пенсий и компенсаций; доходило даже до такой банальности, как раздача комплектов постельного белья и продуктовых наборов. Студенты и школьники получали новые помещения для учебы и проведения досуга. Коренному населению Севера оказывалась материальная помощь для организации традиционных промыслов и т. д. и т. п. Публичность подобных мероприятий, казалось бы, свидетельствует о том, что на избирателей оказывается воздействие с намерением побудить их голосовать за конкретного кандидата. Но найти в этих действиях состав избирательного правонарушения невозможно по той простой причине, что *все эти программы, как выяснилось в ходе проводимых разбирательств, были, во-первых, приняты заранее; во-вторых, все они прошли процедуру утверждения в окружной Думе ХМАО — органе представительной власти автономного округа, а губернатор как лицо, представляющее округ, выступал в качестве номинального исполнителя. Эти обстоятельства полностью исключают вину губернатора.*

Более агрессивной и разнообразной была деятельность Петра Сумина в Челябинской области. Изюминкой его кампании был следующий прием: образ губернатора практически не сходил с экранов телевидения как областного, так и районного уровней, которое без устали и, кстати, совершенно бесплатно для зарегистрированного кандидата демонстрировало феноменально возросшую активность губернатора в проведении «рабочих» встреч и организации «рабочих» поездок. Рабочий характер этих мероприятий презюмировался, поскольку главной персоной являлось высшее должностное лицо области. Сумин за период предвыборной кампании «открыл» массу новых производственных объектов на многочисленных промышленных предприятиях области, перерезал красные ленточки на открытии новых школ, детских садов, оздоровительных комплексов и других социальных объектов.

Большой общественный резонанс имело участие губернатора в «сварке золотого шва», осуществляемой в рамках программы газификации южных районов области. На пустырь близ города Верхнеуральска были завезены три-четыре газовые трубы, призванные олицетворять начало строительства газопровода. По окончании

торжественной церемонии, обставленной с соответствующей помпой, «газопровод» был разобран, а трубы увезены в неизвестном направлении. Строительство же, как оказалось, вообще должно было быть начато за несколько километров от места проведения торжественной церемонии.

При этом зарегистрированный кандидат Сумин везде и всегда бесплатно передвигался на служебном транспорте, использовал служебную связь, охрану и массу иных ресурсов, использование которых вроде бы формально запрещено Законом.

Примером использования преимуществ своего статуса может служить также следующий эпизод. За некоторое время до начала выборов практически все муниципальные районные СМИ были поставлены перед фактом организации некоего объединения, которому в добровольно-принудительном порядке они были обязаны направлять часть своих материалов для создания тематического приложения — сборника о жизни Челябинской области. Это приложение, не являющееся самостоятельным средством массовой информации, распространялось в период выборов в составе газет и активно пропагандировало «текущую» деятельность губернатора (опять же бесплатно для него), то есть имел место преимущественный доступ должностного лица к средствам массовой информации, о котором говорится в законе «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации».

Губернатор Сумин весьма охотно занимался исполнением такой своей обязанности перед избирателями, как предоставление отчета о своей деятельности на выборной должности. Это позволяло ему еще раз в выгодном свете предстать перед избирателями и еще раз подчеркнуть: лучше П. И. Сумина кандидата в губернаторы нет, а оснований предъявить ему претензии опять как не было, так и нет — нельзя препятствовать выполнению выборным должностным лицом своих обязанностей перед избирателями.

Все эти факты в декабре 2000 г. явились предметом рассмотрения областного суда Челябинской области, решавшего вопрос об отмене постановления областной избирательной комиссии о регистрации Сумина П. И. в качестве кандидата на должность губернатора области по жалобам его соперников. Суд, фактически признав тот факт, что в «текущей» деятельности губернатора в течение ноября–декабря 2000 г. имелись объективные признаки правонаруше-

ния, сделал вывод об отсутствии вины Сумина в совершении противоправного деяния и в удовлетворении жалоб отказал.

Справедливости ради нужно сказать, что имеются примеры и противоположного свойства. Это выборы губернатора Курской области и сенсационное решение областного суда об отмене постановления областной избирательной комиссии о регистрации Александра Руцкого в качестве кандидата на этот пост, в дальнейшем подтвержденное Верховным судом РФ. Но этот пример единичный, и, безусловно, он не может считаться характерным. Прежде всего потому, что нарушения кандидата не были связаны с использованием им преимуществ своего служебного и должностного положения,— на этапе своего выдвижения и регистрации Руцкой представил в избирательную комиссию недостоверную информацию о собственном имуществе и полученных доходах, причем недостоверность носила существенный характер. Единственное нарушение, нашедшее подтверждение в суде, лишь косвенно связано с использованием Руцким административного ресурса: с ведома губернатора или по его заказу был организован бесплатный концерт Филиппа Киркорова, на котором тот призывал избирателей голосовать за Александра Руцкого. Вполне вероятно, что для реализации этого проекта губернатором были задействованы имеющиеся у него административные ресурсы. Кстати, в ряде регионов, в том числе и в Ханты-Мансийском округе, в местных законах о выборах губернатора пункт о предоставлении кандидатами информации об имуществе и полученных доходах предусмотрительно исключен.

Судя по тексту Закона, его авторы предполагают, что использование преимуществ должностного или служебного положения (использование административного ресурса) специфическими субъектами избирательного процесса возможно на этапах выдвижения и регистрации кандидатов, а также на этапе ведения предвыборной агитации. Однако косвенно эти механизмы могут быть задействованы и задействуются на практике и на иных стадиях проведения выборов. Например, на этапе определения результатов выборов, когда решаются два основных вопроса:

- признание выборов состоявшимися;
- признание зарегистрированного кандидата избранным.

Федеральным законом «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» субъектам Российской Федерации предоставлено право самостоятельно устанавливать минимальный процент голосов избирателей, принявших участие в выборах, при котором выборы признаются состоявшимися, а также количество голосов избирателей, необходимых для того, чтобы зарегистрированный кандидат был признан избранным. Совершенно очевидно, что предоставленная Федеральным законом возможность является существенной «помощью» лицам, которые так или иначе задействованы в законотворческом процессе субъекта РФ и собираются принимать участие в выборах. Как правило, под благовидным предлогом экономии бюджетных средств, необходимых для проведения повторных выборов, учитывая, что явка избирателей традиционно бывает невысокой, исполнительная и законодательная власти региона РФ стремятся предельно снизить как минимальное число голосов избирателей, при котором выборы признаются состоявшимися, так и число голосов избирателей, необходимых для того, чтобы зарегистрированный кандидат был признан избранным. Особенно явственно это прослеживается на примере выборов глав исполнительной власти в тех регионах, где стремящиеся быть переизбранными на новый срок губернаторы (президенты) имеют серьезных конкурентов и не уверены в собственных силах. В результате к власти приходят люди, поддержанные 6–7% от списочного состава избирателей.

В качестве примера можно привести Челябинскую область, в которой областным законом № 70-30 «О выборах губернатора Челябинской области» от 25.02.1999 в пункте 6 статьи 64 установлено, что *«избранным признается зарегистрированный кандидат, получивший наибольшее число голосов избирателей, но не менее 25% голосов избирателей, принявших участие в голосовании»*. И это при том, что выборы признаются состоявшимися, если в них приняло участие не менее 25% избирателей, включенных в список. Аналогичные законы о выборах помогли победить в 2000 г. действующим главам в Удмуртии, Псковской и Волгоградской областях. Поправка в Федеральное законодательство о том, чтобы во всех регионах установить барьер для победы в первом туре в 50%, должна быть внесена в Государственную думу в ближайшее время.

Ушло в прошлое применение в региональных законах о выборах глав исполнительной власти «ценза оседлости» применительно к кандидатам, поскольку данное требование противоречит Конституции РФ. С другой стороны, следует отметить, что даже в те времена, когда этот пункт в ряде регионов действовал, Верховный суд РФ принимал по схожим делам прямо противоположные решения: если осенью 1996 г. решение об отмене регистрации кандидата в губернаторы Курской области Руцкого было признано незаконным, то в аналогичном случае с кандидатом в губернаторы Курганской области Баковым суд почему-то признал вполне обоснованной отмену его регистрации на том основании, что Баков не проживает на территории Курганской области.

Имеется достаточное количество способов ограничить возможности проведения полноценной предвыборной кампании оппонентов. Ограничение размеров избирательного фонда несколькими десятками тысяч долларов вынуждает кандидата или заранее согласиться со своим поражением, или идти на нарушение или обход закона. Впрочем, способов обойти закон вполне элегантно более чем достаточно — таковыми, например, являются рекламные ролики газет, в которых может быть упомянута фамилия кандидата, использование в косвенной рекламе без упоминания фамилии кандидата музыкальных фраз или устойчивых словосочетаний, присутствующих в прямой рекламе кандидата.

Отдельная тема — оценка социально-экономического положения региона. Естественно, что действующий глава заинтересован в позитивном освещении сложившейся ситуации, а его оппоненты — в негативном. Но если в информационных материалах и так называемой «социальной рекламе» отсутствуют фамилии кандидатов и оценка их деятельности, очень трудно доказать, что это является предвыборной агитацией. Зачастую в регионах разворачиваются целые рекламные войны, бюджет которых далеко выходит за пределы избирательных фондов. Примером могут служить выборы губернатора Свердловской области 1999 г., когда движение «Преобразование Урала» заказало целый сериал рекламных роликов под девизом «Мы хотим, чтобы вы об этом знали», где приводились цифры, свидетельствующие о позитивной динамике области в экономике и социальной сфере. В ответ оппоненты губернатора Россия от имени движения «Социальная помощь и поддержка» зака-

зали серию «контрроликов» под девизом «Мы хотим, чтобы вы знали правду». Через какое-то время (видимо, под влиянием весомых аргументов) движение «СПиП» изменило свою позицию на сто семьдесят градусов и начало в своих роликах прославлять Россию и критиковать его оппонента Чернецкого. Избирком безмолвствовал.

Другой вариант использования социальной рекламы — создание игровых роликов, персонажи которых привлекают внимание избирателей, а уже ближе к выборам призывают голосовать за того или иного кандидата (естественно, только последние ролики оплачиваются из избирательного фонда).

Серьезным административным ресурсом является не запрещенная действующим избирательным законодательством возможность для руководителей исполнительной власти субъекта Российской Федерации корректировать дату проведения выборов путем «внезапного» сложения с себя полномочий и принятия участия в досрочных выборах, не оставляя потенциальным соперникам никаких шансов на серьезную к ним подготовку и победу.

Центральная избирательная комиссия Российской Федерации выступила с резкой критикой подобной практики. В частности, председатель ЦИК А. Вешняков высказался по этому поводу следующим образом: «...с правовой точки зрения — это возможно, но с моральной точки зрения тут есть некоторые нюансы»; «Если должностное лицо слагает с себя полномочия — это, безусловно, его право, тогда назначаются досрочные выборы. Но раз он сам отказался от той должности, на которую был избран, то в этих выборах он участвовать не должен». В январе—феврале 2001 г. в ряде СМИ, в том числе электронных, например в интернет-газете «Страна.Ru», была опубликована информация о том, что председатель ЦИК РФ твердо пообещал избирателям, а также пригрозил пользующимся такой уловкой губернаторам подготовить для последующего внесения в Государственную думу РФ субъектом, обладающим правом законодательной инициативы, проект закона об изменении Федерального закона «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации». Суть изменений — запретить высшим должностным лицам субъекта РФ, досрочно сложившим с себя полномочия без вынуждающих к тому

обстоятельств, принимать участие во внеочередных выборах, назначенных в связи с этим.

И наконец, в качестве примера использования губернаторами преимуществ должностного или служебного положения можно привести имеющуюся у них возможность официального «наезда» на конкурентов, имеющих реальный шанс на избрание. К соперникам кандидата проявляют пристальное внимание государственные органы, с которыми губернатор в силу своего статуса работает в тесном контакте в течение срока полномочий. Это и избирательные комиссии, и органы внутренних дел, и прокуратура, и, чего греха таить, суд, который фактически ставит точку в участии того или иного лица в избирательной кампании.

Проблема недобросовестного использования должностными лицами преимуществ своего должностного или служебного положения, противоречащая идеалам демократических выборов, настолько очевидна и принимает порой такие уродливые формы, что действующая власть не может ее не признавать и не предпринимать действий по ее разрешению. Однако пока эти действия являются по сути бессистемным латанием дыр, и в целом ситуация остается прежней.

На наш взгляд, в рамках существующей избирательной системы решение этой проблемы невозможно в принципе. Вероятно, необходим иной базовый подход государства и общества к выборам в целом и проведению предвыборной агитации, в том числе лицами, замещающими государственные и муниципальные должности, в частности, исключение многочисленных, ни на чем не основанных запретов и ограничений, касающихся проведения предвыборной агитации, размера избирательного фонда кандидата, порядка его формирования, размеров собственных средств кандидата, средств выдвинувших его избирательных блоков и объединений, размеров добровольных пожертвований юридических лиц и граждан, используемых для проведения избирательной кампании. Как показывает практика, большинство норм Закона, содержащих запреты и ограничения, не работает, поскольку нет реальной возможности проконтролировать их исполнение.

Однако, с другой стороны, *следует понимать, что реальное равенство кандидатов является лишь неким идеалом, к которому следует стремиться, но который, вероятнее всего, недостижим.*

Когда эта книга уже готовилась к печати, произошли некоторые изменения в Федеральном законодательстве. При этом некоторые законы, принятые Государственной думой, были или завернуты Советом Федерации (как закон об ограничении права избираться губернатором на третий срок), или имеют все шансы не пройти через верхнюю палату Российского парламента (как предложение о необходимости для победы в первом туре набрать более 50% от числа пришедших на выборы избирателей).

14 июля 2001 г. был официально опубликован и вступил в силу Федеральный закон № 89-ФЗ «О внесении изменений и дополнений в Федеральные законы “Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации” и “О выборах депутатов Государственной думы Федерального собрания Российской Федерации”» от 10.07.2001. Он стал фактически первым этапом в процессе коренного (судя по высказываниям председателя ЦИК РФ Александра Вешнякова) реформирования избирательного законодательства РФ.

Любопытно, что предпоследние изменения в Федеральный закон «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан РФ» вносились достаточно давно — 30 марта 1999 г. Федеральный закон № 55-ФЗ от 30.03.1999 вступил в силу 5 апреля 1999 г. Таким образом, свыше двух лет избирательная система Российской Федерации находилась в состоянии стабильности.

Ни для кого не являлось и не является секретом несовершенство Федерального закона «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации», его неприспособленность к реалиям изменяющейся жизни, увеличивающаяся с течением времени. Существующие пробелы в правовом регулировании избирательных отношений активно используются участниками избирательных кампаний, причем не всегда добросовестно. Позиция председателя ЦИК РФ Александра Вешнякова, неоднократно высказываемая им в средствах массовой информации, состоит в том, что Центральная избирательная комиссия полностью отдает себе отчет о происходящем. Для изменения ситуации ЦИК выбрала тактику постепенного выявления в процессе анализа практики применения избирательного законодательства его «слабых мест» и поэтапного их устранения путем внесения со-

ответствующих изменений в законы, регулирующие порядок проведения выборов. Подтверждением этого является принятие вышеупомянутого закона.

Кроме того, 13 июля 2001 г. на пресс-конференции в агентстве «Аргументы и факты — Новости» председатель ЦИК рассказал журналистам о предстоящих планах реформирования избирательной системы. До конца нынешнего года планируется внести на рассмотрение Государственной думы уже подготовленную новую редакцию Федерального закона «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан РФ», которая должна быть рассмотрена депутатами в сентябре–октябре 2001 г., закончить работу над поправками к законам о выборах депутатов Госдумы и выборах Президента РФ. К этому же времени должно быть закончено согласование позиций Центральной избирательной комиссии и Правительства РФ по законопроекту «О государственной автоматизированной системе “Выборы”».

Одной из проблем, выявленных на рубеже 2000–2001 гг., стала соответствующая закону возможность главам исполнительной власти субъектов РФ (и не только) манипулировать в собственных интересах сроками проведения выборов путем досрочного сложения с себя полномочий и принятия участия в досрочных выборах. При помощи этого приема губернаторы достаточно успешно боролись против основных своих конкурентов, застигнутых врасплох «неожиданной новостью».

В начале нынешнего года Александр Вешняков достаточно резко высказался против возможности ушедшему в отставку губернатору принять участие в назначенных по этому поводу выборах.

24 января 2001 г., комментируя сложившуюся в Кемеровской области ситуацию, связанную с намерением губернатора Кемеровской области Амана Тулеева 25 января 2001 г. официально заявить на сессии областного Законодательного собрания о своей добровольной отставке, А. Вешняков заявил: «С правовой точки зрения это возможно, но с моральной точки зрения тут есть некоторые нюансы». По его мнению, кемеровский губернатор намерен повторить сценарий, разыгранный в свое время губернатором Самарской области Константином Титовым. Свое отношение к этому явлению Вешняков выразил следующим образом: «Если должностное лицо слагает с себя полномочия — это, безусловно, его право; тогда на-

значают досрочные выборы. Но раз он сам отказался от той должности, на которую был избран, то в этих выборах он участвовать не должен».

Идея ликвидации указанного выше недостатка правового регулирования легла в основу Федерального закона № 89-ФЗ «О внесении изменений и дополнений в Федеральные законы “Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации” и “О выборах депутатов Государственной думы Федерального собрания Российской Федерации”» от 10.07.2001, вступившего в силу 14 июля сего года. Реализована она была путем включения в статью 28 Федерального закона «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» пунктов 6, 7 и 8. Этими нормами законодатель запретил последовательно лицам, замещавшим должности Президента РФ, высшего должностного лица субъекта РФ и должность главы муниципального образования, досрочно прекратившим исполнение полномочий по этой должности (ушедших с указанной должности в отставку — применительно к высшему должностному лицу субъекта РФ), принимать участие в качестве кандидата на досрочных выборах, назначенных в связи с указанными обстоятельствами.

По тексту и смыслу добавленных норм следует отметить три интересных, на наш взгляд, обстоятельства.

Во-первых, отсутствие логики в действиях законодателя, который применительно к должности Президента РФ и главы муниципального образования употребляет выражение «гражданин Российской Федерации, *досрочно прекративший исполнение полномочий*», а применительно к высшему должностному лицу субъекта РФ (руководителю высшего исполнительного органа государственной власти субъекта Российской Федерации) — «гражданин Российской Федерации, *ушедший с указанной должности в отставку*». При этом в первом случае термин «отставка» употребляется как одно из оснований, частный случай досрочного прекращения исполнения полномочий, а во втором — как общее основание для назначения досрочных выборов, делящееся на отставку по собственному желанию, отставку в связи с выражением недоверия и отставку в связи с отрешением от должности высшего должностного лица субъекта Российской Федерации. Подобная позиция противоречит статье 19

Федерального закона № 184-ФЗ «Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации» от 6.10.1999. Упомянутая норма говорит именно о прекращении полномочий высшего должностного лица субъекта Российской Федерации, а отставка упоминается в качестве одного из оснований такого прекращения, то есть является частным случаем прекращения полномочий.

Наиболее вероятная причина этого несоответствия кроется, скорее всего, в несовершенстве юридической техники законодателя, однако отсутствие однообразного подхода к употреблению тех или иных правовых терминов в разных законах, регулирующих одни и те же ситуации или имеющих отношение к одинаковым ситуациям, что называется, налицо. С большой долей вероятности можно предположить, что эти «недостатки, неточности, противоречия и т. д.» будут активно использоваться заинтересованными лицами на выборах, а в последующем будут отнесены к так называемым политтехнологическим приемам и поставлены в вину лицам, профессионально занимающимся выборами. Хотя, по сути дела, речь идет о перекладывании проблемы с большой головы на здоровую.

Во-вторых, законом расширен перечень оснований прекращения полномочий гражданина РФ, замещавшего должность президента Российской Федерации, высшего должностного лица субъекта Российской Федерации, главы муниципального образования, влекущих невозможность для него участвовать в досрочных выборах, назначенных по этому поводу. Если председатель ЦИК в своих выступлениях говорил лишь о случае досрочной отставки выборного должностного лица по собственному желанию, что имело место в ситуации с Константином Титовым и Аманом Тулеевым, то теперь выборным должностным лицам запрещено участвовать в досрочных выборах и в случае их назначения в связи с досрочным прекращением полномочий по мотивам отрешения от должности, выражения недоверия, стойкой неспособности по состоянию здоровья исполнять принадлежащие полномочия и т. д.

В-третьих, не претерпела изменений ситуация, сложившаяся в декабре 1999 г., когда, досрочно уйдя в отставку, Борис Ельцин создал прекрасные стартовые условия для начала избирательной

кампании Владимира Путина, исполняющего в то время обязанности Президента Российской Федерации. В настоящее время (после вступления в силу анализируемого закона) по-прежнему ничто не мешает действующему выборному должностному лицу, досрочно уйдя в отставку, «посадить» на свое место «близкого» к себе человека, готового, в отличие от других претендентов, к такому повороту событий и, следовательно, имеющего больше возможностей для проведения эффективной избирательной кампании. Таким образом, можно констатировать то, что задача обеспечения равных стартовых условий для всех кандидатов на должность Президента Российской Федерации, высшего должностного лица субъекта Российской Федерации (руководителю высшего исполнительного органа государственной власти субъекта Российской Федерации) или главы муниципального образования Федеральным законом № 89-ФЗ «О внесении изменений и дополнений в Федеральные законы “Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации” и “О выборах депутатов Государственной думы Федерального собрания Российской Федерации”» от 10.07.2001 не решена, а почва для применения административного ресурса по-прежнему существует. Хотя справедливости ради следует отметить, что господин Вешняков главный акцент в своих высказываниях сделал на неэтичности участия сложившего с себя полномочия выборного должностного лица, сконцентрировав внимание на его личности.

Проблема «манипулирования» сроками имеет и иной аспект. Дело в том, что сроки проведения выборов различного уровня могут быть изменены в связи с их совмещением, для чего период полномочий выборных органов (исполнительных и представительных) может быть продлен или сокращен по сравнению с конституционным. Комментируя инициативу Амана Тулеева по переносу даты выборов губернатора Кемеровской области и совмещению выборов губернатора с выборами глав местного самоуправления (Аман Тулеев мотивировал свою досрочную отставку желанием сэкономить для бюджета области 15 миллионов рублей, совместив выборы губернатора с выборами глав местного самоуправления и сократив для этого срок своих полномочий — выборы губернатора должны были пройти в октябре 2001 г.), председатель ЦИК отметил, что Федеральное законодательство не позволяет «приурочить» выборы главы администрации к выборам в органы местного самоуправ-

ления, допуская «возможность совмещения только нижестоящих выборов с вышестоящими».

Действительно, до 14 июля 2001 г. (дата вступления в силу Федерального закона № 89-ФЗ) пункт 7 статьи 66 Федерального закона «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации», действующего в редакции Федерального закона № 55-ФЗ от 30.03.1999, уже регулировал процедуру продления или сокращения сроков полномочий органов местного самоуправления и органов государственной власти субъекта Российской Федерации в связи с совмещением выборов разного уровня, исходя из принципа совмещения только нижестоящих выборов с вышестоящими. Однако, по всей видимости, Центральной избирательной комиссии действующая норма представлялась недостаточно четкой и позволяющей различные варианты ее толкования и, следовательно, применения. В связи с чем Федеральным законом № 89-ФЗ «О внесении изменений и дополнений в Федеральные законы “Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации” и “О выборах депутатов Государственной думы Федерального собрания Российской Федерации”» от 10.07.2001. была значительно увеличена нормативная база института продления (сокращения) сроков полномочий выборных органов и совмещения выборов различного (одного) уровня. Теперь эти отношения регулируются пунктами 7, 8, 9 и 10 статьи 66 указанного закона. Пунктом 7 регулируется звено «региональные — федеральные органы государственной власти». Пунктом 8 — звено «региональные (представительные) органы государственной власти — региональные (исполнительные) органы государственной власти». Пунктом 9 — «муниципальные — региональные органы государственной власти» и «муниципальные — федеральные органы государственной власти». Пунктом 10 определяется форма, в которой должно быть принято решение о продлении (сокращении) сроков полномочий, необходимость информирования ЦИК РФ о принятом решении и крайний срок проведения совмещенных выборов. Кроме того, Федеральным законом № 89-ФЗ с 9 месяцев до 1 года увеличен срок, на который могут быть продлены (сокращены) полномочия нижестоящих органов государственной власти и органов местного самоуправления для совмещения выборов в эти органы с выборами в вышестоящие органы государственной власти Российской Федерации.

В связи с внесением изменений в статью 66 Федерального закона «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» следует отметить, что в целом подход законодателя к регулированию указанных отношений не изменился. Изменения выразились в более тщательной регламентации общественных отношений и детализации их правового регулирования, что, естественно, должно привести к сокращению возможностей для различного толкования норм и более четкому и единообразному их применению.

Еще одни изменения, введенные Федеральным законом № 89-ФЗ «О внесении изменений и дополнений в Федеральные законы “Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации” и “О выборах депутатов Государственной думы Федерального собрания Российской Федерации”» от 10.07.2001, состоят в следующем.

1. Законом определены предельные сроки, до истечения которых должны быть проведены дополнительные выборы в одномандатном избирательном округе в случае досрочного прекращения полномочий депутата, избранного по этому округу, в том числе в случае появления вакантного мандата депутата Государственной думы, избираемого по одномандатному округу. Этот срок составляет один год со дня досрочного прекращения полномочий депутата, избранного по одномандатному избирательному округу, в том числе со дня появления вакантного мандата депутата Государственной думы. Прежде Федеральные законы «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» и «О выборах депутатов Государственной думы Федерального собрания Российской Федерации» таких сроков не предусматривали.

2. По-иному (в сравнении с прежней редакцией) определены сроки назначения дополнительных выборов депутата, избранного по одномандатному избирательному округу, и депутата Государственной думы, избираемого по одномандатному округу, — не позднее, чем за 70 дней до дня голосования на выборах депутата по одномандатному избирательному округу и не позднее, чем за 85 дней до дня голосования по выборам депутата Государственной думы соответственно. Ранее дополнительные выборы депутата по одномандатному избирательному округу должны были быть назначены в те-

ние месяца со дня прекращения полномочий депутата. А дополнительные выборы депутата Государственной думы — не позднее, чем за четыре и не ранее чем за пять месяцев до дня голосования.

Второй этап реформирования избирательного законодательства, видимо, будет выражен в принятии в конце 2001-го—начале 2002 г. новой редакции Федерального закона «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации».

В настоящее время на рассмотрении у Президента Российской Федерации находится проект о внесении очередных, третьих изменений в Федеральный закон «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации». Об этом 13 июля 2001 г. заявил на пресс-конференции председатель ЦИК РФ Александр Вешняков. Проект подготовлен Центральной избирательной комиссией Российской Федерации в виде новой редакции закона. Документ передан президенту для внесения его в Государственную думу Федерального собрания в порядке законодательной инициативы.

Законопроект предусматривает введение следующих принципиальных моментов:

- закрепление возможности введения пропорциональной системы на выборах представительных органов власти субъектов РФ. Предполагается, что не менее половины депутатов в региональные законодательные собрания будут избираться по партийным спискам;
- освобождение от необходимости собирать подписи на выборах самым крупным и известным партиям, которые имеют большие фракции в Думе;
- ЦИК предлагает сделать более независимыми от местной власти избирательные комиссии — как и прежде, комиссии будут избираться местной властью на четыре года, но будут выводиться из подчинения субъектов федерации;
- председатель избиркома субъекта федерации будет избираться по предложению ЦИКа или даже назначаться Федеральным избиркомом в случае, если избирательная комиссия дважды проголосует против кандидата в председатели, предложенного Центральной избирательной комиссией;

- будет введено голосование на выборах при помощи почты и по доверенности;
- чиновникам «класса А», находясь «при исполнении», не разрешается участвовать в выборной гонке;
- за 15 дней до выборов в судебном и административном порядке будет запрещено принимать решения об отмене регистрации кандидата;
- журналиста нельзя будет уволить из газеты или журнала во время предвыборной гонки и сразу же после.

Наиболее спорным представляется, по нашему мнению, положение законопроекта о запрете избирательным комиссиям и судам принимать решение за 15 дней до дня голосования об отмене решения избирательной комиссии о регистрации кандидата в связи с нарушением порядка выдвижения и регистрации кандидатов, порядка проведения предвыборной агитации, порядка финансирования избирательной кампании. Действующие нормы, регулирующие основания и порядок отмены решения о регистрации кандидата, следует рассматривать в тесной связи с нормами, регулирующими основания и порядок отмены решения избирательной комиссии об итогах голосования и результатах выборов. Так, пункт 2 статьи 64 Федерального закона «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» устанавливает следующее правило: «...в случае, если после установления соответствующей избирательной комиссией итогов голосования или определения результатов выборов суд установит, что нарушения, перечисленные в пункте 1 настоящей статьи, имели место и не позволяют с достоверностью определить результаты волеизъявления избирателей, он может отменить решение избирательной комиссии об итогах голосования, о результатах выборов». Как известно, применить эту норму на практике нельзя ввиду невозможности сбора и предъявления доказательств наличия связи между допущенными кандидатом нарушениями и достоверностью установления результатов волеизъявления избирателей, а также доказательств влияния нарушений на достоверность волеизъявления избирателей. Учитывая, что по этому основанию отменить результаты выборов можно лишь теоретически, ограничение на применение мер ответственности (санкций) к кандидатам-нарушителям на этапе до дня голосования сделает их нарушения безнаказанными. А недобросовестным кандидатам эта норма полностью развяжет

руки в проведении незаконной агитации, в нарушении правил финансирования избирательной кампании. Кроме того, вызывает недоумение то, что тем самым будет нарушено конституционное право граждан на судебную защиту.

Таким образом, российское избирательное законодательство, даже с учетом планируемых изменений, остается весьма запутанным и противоречивым, а оснований для злоупотреблений и произвола, как и прежде, будет более чем достаточно.

Ханты-Мансийский плацдарм¹

Выборы губернатора Ханты-Мансийского автономного округа-2000

Кампания 2000 г. по выборам губернатора Ханты-Мансийского автономного округа являет собой удачный пример не столько решения задачи переизбрания действующего губернатора, сколько достижения социокультурных и долговременных политических целей.

Ханты-Мансийский автономный округ — один из наиболее стабильных регионов России. Основная особенность — наличие мощной нефтедобывающей базы при относительно небольшой численности населения (бюджет сравним с бюджетом Москвы, но при этом население чуть более миллиона).

В постперестроечное время округ избежал судьбы большинства регионов России — уровень жизни населения упал, но не так сильно, как в стране в целом. Относительная стабильность и благополучие региона, отсутствие социальной напряженности привели к тому, что население округа мало политизировано, соответственно в округе практически отсутствуют влиятельные партии и общественные организации. Экономическую и политическую жизнь округа определяют экономическая (в основном нефтяники) и административная элиты.

В округе значительное количество влиятельных экономических субъектов, каждый из которых, кроме финансовых ресурсов, располагает лоббистскими возможностями на федеральном уровне. *Постоянная конкуренция между нефтяными компаниями вынуждает их обращаться за поддержкой к губернатору.* А поскольку Филипенко не отдает явного предпочтения какой-либо группировке, у него остается достаточное пространство для маневра. В то же время конкурентные отношения

¹ Глава написана совместно с А. Бурлевым.

между нефтяниками затрудняют возможность выдвижения несколькими компаниями консолидированного оппозиционного кандидата. В центре внимания окружных властей на протяжении 90-х гг. было создание дополнительных центров влияния и альтернативных отраслей, в первую очередь нефтеперерабатывающей и лесной.

При многонациональном составе округа проблем в сфере межнациональных отношений практически нет (за исключением попытки создания в 1993 г. внешними для региона силами под предводительством Антона Бакова Мансийской республики). Малочисленные народы Севера имеют серьезные льготы.

В отличие от ряда регионов (например, соседней Свердловской области) в округе отсутствует тенденция к сверхцентрализации бюджетных средств. Наоборот, большая часть консолидированного бюджета направляется в распоряжение органов местного самоуправления.

Политической традицией в регионе в постсоветское время стало бесконфликтное и кулуарное решение всех спорных вопросов. Практически отсутствуют конфликты между исполнительной и законодательной властью. В период 1994—2000 гг. сформировался слаженный тандем губернатора Александра Филипенко и спикера окружной Думы Сергея Собянина.

Выборы губернатора округа осенью 1996 г. прошли фактически на безальтернативной основе. Заместитель Филипенко по социальным вопросам Геннадий Корепанов, выступавший дублером губернатора, не вел агитационной кампании, однако несмотря на это набрал 11% голосов. Тревожным сигналом и индикатором недостаточной «раскрученности» губернатора стал тот факт, что «против всех» 27 октября 1996 г. проголосовало почти 15% избирателей.

К осени 1999 г. администрация округа столкнулась со множеством взаимосвязанных проблем. И первая из них связана с неопределенностью статуса округа. Ханты-Мансийский округ приобрел бюджетную самостоятельность только в 1992 г.; до этого времени окружные властные структуры были фактически номинальными,

а все экономические рычаги находились в Тюмени и Москве. Но и после изменения статуса входящих в нее округов Тюменская область продолжает представлять собой своего рода «матрешку». При этом депутаты от округов имеют большинство в областной Думе¹, решения которой распространяются только на Юг Тюменской области. Тюменский губернатор Рокецкий неоднократно предпринимал попытки изменения баланса сил в свою пользу, но каждый раз наталкивался на согласованное противодействие со стороны руководства округов. При этом ямало-ненецкий губернатор Юрий Неелов, как правило, выступал против Рокецкого более резко, а Филипенко занимал наиболее выгодную позицию арбитра. Однако постоянное будирование вопроса о статусе округов препятствовало их стабильному развитию и требовало принятия окончательного решения.

Неясность перспектив развития округа в сочетании с либеральным по отношению к главам местного самоуправления бюджетным устройством приводили к тому, что население значимость губернатора округа недооценивало. Если эксперты очень высоко оценивали влияние Филипенко на ситуацию в регионе, то мнение избирателей было иным. Большинство жителей округа (58%) осенью 1999 г. считали, что на ситуацию в округе в первую очередь оказывают влияние главы местных администраций. Второе место (25%) занимают руководители крупных предприятий. Губернатор стоит только на третьем месте — 18%.

Известность Филипенко среди различных слоев населения округа была разной, но в любом случае явно недостаточной для действующего губернатора. В восточной, преимущественно дотационной, части округа она выше и составляет 70%. В западной части ниже — 56%.

¹ Это влечет за собой несколько юридических коллизий. Например, несколько заместителей губернаторов Ханты-Мансийского и Ямало-Ненецкого округов являются депутатами Тюменской областной Думы, что, на первый взгляд, является нарушением закона. Но дело в том, что госслужащими они являются в одном субъекте Федерации, а депутатами — в другом.

Деятельность главы администрации округа и глав местного самоуправления жители региона оценили одинаково — 39% считали, что эти руководители работают скорее хорошо, чем плохо. При этом деятельность глав местного самоуправления заслужила больше положительных оценок — 24% жителей округа утверждают, что эти руководители работают очень хорошо, и только 8% считают, что очень хорошо работает губернатор.

Почему так высоко оценивается работа глав местного самоуправления, становится ясно, если рассмотреть, что же улучшилось в жизни жителей округа за последнее время.

1	Улучшилось благоустройство города	69,6%
2	Улучшилось состояние дорог	37,9%
3	Улучшилась работа городского транспорта	23,5%
4	Улучшилось водоснабжение	16,8%
5	Улучшилось освещение улиц	16,7%
6	Наладилась выплата пенсий и пособий	13,2%
7	Сократились перебои подачи света	11,0%

Практически все улучшения касаются внешнего вида города и работы городских служб, то есть тех подразделений, которые подчиняются непосредственно главе местного самоуправления. Поэтому неудивительно, что столь высоки рейтинги мэров.

С другой стороны, проблемы, которые беспокоят жителей округа, носят более глобальный характер.

Проблема	Значимость для жителей округа	Решение
Рост наркомании и алкоголизма	59,5%	1,4%
Увеличение количества нищих, бомжей и беспризорников	34,9%	2,7%

Проблема	Значимость для жителей округа	Решение
Неустроенность детского и подросткового досуга	30,4%	6,9%
Обветшание жилищного фонда	23,5%	4,5%
Приток мигрантов	23,2%	2,8%
Задержка выплаты детских пособий	20,9%	
Произвол властей	20,2%	
Плохое медицинское обслуживание	20,1%	5,2%
Неблагополучная экологическая обстановка	16,6%	2,3%

Как видно из таблицы, большинство проблем, волнующих население округа, входит в компетенцию окружных властей. Однако, как видно из второго столбца таблицы (что улучшилось для жителей округа за последние два года), именно эти проблемы решаются гораздо хуже, чем вопросы обустройства территорий.

Причина подобного отношения избирателей — не столько недостаточно эффективная работа администрации округа, сколько отсутствие ее адекватного «идеологического» сопровождения.

В округе фактически отсутствовало единое информационное пространство и авторитетные общеокружные СМИ. Есть городские СМИ — Ханты-Мансийска, Сургута, Нижневартовска и т. д. Для ТВ отсутствие коммуникации губительно: информация из окружного центра и регионов доходила до журналистов с большим опозданием, а значит, не всегда была свежей.

В то же время городские и районные СМИ основное внимание уделяли деятельности глав МСУ, ограничиваясь в отношении окружных властей публикацией постановлений. Имиджевый PR губернатора ограничивался регулярным появлением в СМИ поздравлений

с различными праздниками от его имени. Обращало на себя внимание отсутствие качественных фотографий Филипенко в прессе. В итоге население знало фамилию, а не человека, должность, а не дела. Определенную роль играли и особенности характера губернатора — нелюбовь к внешним эффектам и «публичности».

Однако в преддверии новых губернаторских выборов Филипенко предпринял ряд шагов по усилению своих позиций.

Все началось с малого. Весной 1999 г. право лицензирования розничной продажи алкогольной продукции было передано из ведения органов местного самоуправления Лицензионной палате округа. Несмотря на то, что это постановление вызвало много шума, оно было принято.

После этого в окружной Думе был утвержден законопроект об изменении законодательства о выборах окружной Думы, который уменьшал представительство крупных городов — Сургута и Нижневартовска, депутаты от которых, как правило, представляют интересы крупных нефтяных компаний.

Осенью 1999 г. начался процесс создания окружного правительства. Известно, что создание региональных правительств редко преследует экономические цели, в большинстве случаев цель их создания — повышение статуса губернатора. Это предположение подтверждается тем, что А. В. Филипенко стал совмещать посты губернатора и председателя правительства. Знаковым стало назначение первым заместителем губернатора Владимира Асеева¹, одного из наиболее популярных и авторитетных мэров (на выборах главы города Лангепаса в 1996 г., несмотря на мощную ресурсную базу «ЛУ-Койла», он смог победить кандидата от нефтяников).

Помимо формального (нормативно-правового) усиления власти, А. В. Филипенко предпринял ряд мер, которые позволили администрации округа получить

¹ Асеев был приглашен для курирования отношений с территориями, в то время как экономическими вопросами продолжал ведать другой первый заместитель губернатора — Олег Чемезов.

более широкие полномочия по управлению экономическими процессами в округе. Среди них можно назвать полномочия по созданию нормативно-правовой базы в сфере энергосбережения и лицензирования энергетики. Также Филипенко смог добиться увеличения квоты представителей администрации округа в совете директоров «Тюменьэнерго».

По отношению к нефтяным компаниям губернатор начал проводить более жесткую линию, требуя увеличения отчислений в местные бюджеты. Это отнюдь не значит, что до этого администрация округа не вела борьбы против вывода за пределы региона налогооблагаемой базы, но теперь из плоскости кулуарного обсуждения эти вопросы начали выноситься на суд общественности. Естественно, это укрепляло имидж губернатора как борца за интересы жителей округа.

В выступлениях губернатора стали чаще затрагиваться и более значительные проблемы. Каждый уважающий себя российский губернатор имеет собственный рецепт вывода экономики страны из кризиса; не стал исключением и Александр Васильевич. Его рецепт сводился к необходимости приоритетного развития нефтяной отрасли, поскольку инвестиции в добывающие отрасли стимулируют развитие значительного количества других отраслей (от машиностроения до транспорта). Естественно, в своих выступлениях губернатор отстаивал права регионов-доноров.



*Александр
Филипенко*

Эта концепция легла в основу программы регионального общественно-политического движения «Югра». Его возглавил сам губернатор, что, безусловно, поднимало его политический статус. Филипенко и Собянин приняли активное участие в создании движения «Вся Россия». Однако после объединения «ОВР» с лужковским «Отечеством» внутри «ОВРАГа» развернулась борьба за шкуру неубитого медведя, от чего представители

ханты-мансийской элиты предпочли держаться по-дальше.

Низкий результат «ОВР» на выборах в Государственную думу, в том числе и в Ханты-Мансийском автономном округе (около 8%), оппоненты губернатора попытались истолковать как показатель его персонального рейтинга. Однако на самом деле итоги оказались для окружных властей более чем удачными. Округ получил четырех депутатов Государственной думы — Александра Рязанова (Нижевартовский избирательный округ), Александра Лоторева (Ханты-Мансийский автономный округ), Курбан-Али Курбанова (по списку «Единства»), Владимира Медведева (по списку «Отечество — Вся Россия»), причем все они были настроены лояльно по отношению к Филипенко.

Но общефедеральная политика преподнесла очередную сюрприз. Отставка Бориса Ельцина и досрочные выборы президента предоставили руководству округа возможность переноса выборов губернатора. Несмотря на то, что электоральная машина и система информационных каналов находились в стадии построения, губернатор и его команда решили пойти на риск, организовав внеочередные выборы, так как справедливо полагали, что ощутимый даже для действующего губернатора дефицит времени будет еще более чувствительным для его потенциальных оппонентов.

В этих условиях ключевым вопросом стала проблема поддержки элиты.

Элитные игры

Своими корнями процессы, которые сейчас происходят в ХМАО, уходят в 60-е гг. XX века. Начавшаяся тогда разработка нефтяных месторождений заложила не только основы экономического благополучия округа, но и основы ментальности. Преобладающее влияние нефтяников объясняется восприятием их жителями округа как единственной реальной силы (независи-

мость округа — это деньги нефтяников), несмотря на то, что ряд отраслей промышленности не менее развит (в частности, газодобыча и переработка, энергетика). «Не нефтяные» компании практически не осознают себя субъектами политической жизни.

На территории округа представлены практически все нефтяные компании России. Из них наиболее влиятельны в округе «ЛУКОЙЛ» (Лангепас-, Урай-, Когалым-нефтегаз), АО «Сургутнефтегаз», «ЮКОС» («Юганск-нефтегаз»), «Сиданко» («Черногорнефть», «Варьенга-нефтегаз», «Кондпетролеум»), «Славнефть» («Мегион-нефтегаз»), Тюменская нефтяная компания («Нижневартовскнефтегаз»). Их руководители входят в число самых авторитетных лиц региона — В. Алекперов («ЛУКОЙЛ»), В. Богданов («Сургутнефтегаз»), М. Ходорковский («ЮКОС»), С. Кукес (Тюменская нефтяная компания).

Нефтяные компании, учитывая положение дел на предприятии и состав менеджеров, можно разделить на две группы:

1. «Сургутнефтегаз» и «ЛУКОЙЛ» — устойчивые, развивающиеся компании, руководство которых имеет крепкие корни в регионе. Приоритет в принятии решений остался за специалистами.

2. «ЮКОС» и «Сиданко» — компании, находящиеся под контролем «олигархов» и долгое время являвшиеся «придатком» банковского бизнеса своих хозяев — «Менатеп» и «Онэксима». В особо сложном положении к моменту выборов оказалась компания «Сиданко», к ряду подразделений которой была применена процедура банкротства.

Особняком стоит «Тюменская нефтяная компания» (акционеры — «Альфа-груп» и «Ренова»), ведущая агрессивную политику (за глаза менеджеров «ТНК» называют «танкистами»). «ТНК» пользовалась поддержкой губернатора Тюменской области Леонида Рокецкого, который является председателем совета директоров «ТНК».

Для первой группы компаний характерны следующие черты:

1. Они заняли свою нишу давно. У них есть не только экономическая база, но и прочные связи в администрации округа и городов, в которых они базируются.¹

2. Руководители компаний — «свои» в округе. Богданов и Алекперов долгое время работают(ли) в округе.

3. Компании стараются придерживаться имиджа солидных предприятий, которые не ввязываются в политические игры, считая, что главное — не сиюминутный политический успех, а стабильное экономическое развитие. Материалы местных СМИ способствуют поддержанию этого имиджа, поскольку в них нет хотя бы намек на критику этих компаний. С другой стороны, для этих предприятий характерно то, что они находятся в «тени». Их руководство и пресс-службы не создают каких-либо дополнительных информационных поводов для того, чтобы привлечь внимание СМИ к своей деятельности. Собственно говоря, для этого и нет необходимости, поскольку компании постоянно выделяют средства на благотворительные акции.

У компаний первой группы есть и различия — у «ЛУКойла» и «Сургутнефтегаза» разная стратегия развития и разный имидж.

«Сургутнефтегаз» — в первую очередь региональная компания. Она зарегистрирована в Сургуте, где находится ее основная производственная база (стоит отметить, что компания ведет добычу нефти не только в Сургутском районе, но и в других районах ХМАО, например, в Нефтеюганском).

«СНГ» развивается за счет разработки новых нефтяных месторождений на территории ХМАО и принципиально отказывается от экспансии за пределы региона.

Глава компании В. Богданов не является публичным политиком. Он, скорее, «серый кардинал» — несмотря на то, что он редко появляется на людях, все знают, кто правит бал.

¹ Например, Когалым — город «ЛУКойла»; в Сургуте, несмотря на то, что в городе есть и другие достаточно мощные компании («Тюменьэнерго», «Сургутгазпром»), очень многое зависит от Богданова.

Политические интересы компании также сосредоточены в округе. Причина очевидна: сохраняя стабильность своей нефтедобывающей составляющей, компания обеспечивает свое будущее. Видимо, поэтому «СНГ» в округе платит больше налогов и затрачивает больше средств на благотворительность, чем тот же «ЛУКОЙЛ».¹ На других территориях округа (особенно депрессивных) широко распространен миф о «сургутском чуде».

Патриотический имидж «СНГ» обеспечивает и поддержка со стороны мэра Сургута Александра Сидорова, имеющего устойчивую репутацию «крепкого хозяйственника». Достаточно распространено мнение, что Сидоров «перерос» свой нынешний статус и имеет потенциал для дальнейшего роста. Сам мэр постоянно демонстрировал свою самостоятельность и позволял себе критиковать губернатора.

Кроме того, Сургут, являющийся самым крупным городом округа, традиционно претендует на роль фактической столицы. Именно Сургут в значительной степени служил «кузницей кадров» нынешней административной элиты. По мнению ряда экспертов, расположение официальной столицы округа в Ханты-Мансийске определяется только его географическим положением — в центре округа. Поскольку автономия от Тюмени в доперестроечное время была фикцией, официального закрепления статуса столицы автономии за Сургутом не требовалось. Однако именно там располагается руководство отделения Свердловской железной дороги и «Тюменьэнерго». В 90-х гг. вопрос о придании Сургуту официального статуса столицы округа поднимался неоднократно.²

¹ Сразу надо оговориться — в разных районах ХМАО общественное мнение о степени влияния той или иной нефтяной компании на ситуацию различно. В Сургуте считают, что самой мощной компанией является «СНГ», в Лангепасе — «ЛУКОЙЛ», в Нефтеюганске — «ЮКОС». Как видно из примеров, население территорий экстраполирует свое мнение на весь округ.

² Губернатор Филипенко занял позицию поддержки статус-кво — по его мнению, перенос столицы принес бы только дополнительные расходы и «расплодил лишнюю бюрократию».

«Сургутская группа» несомненно рассматривала варианты участия Сидорова в выборах губернатора. Однако времени для его раскрутки¹ явно не хватало. Поэтому Сидоров выступил с заявлением о том, что Филипенко учел его критику, и потому он поддерживает кандидатуру губернатора. Выборы мэра Сургута, как, впрочем, и основной массы органов местного самоуправления округа, были объединены с выборами президента.

«ЛУКойл», если рассматривать компанию в целом, претендует на статус транснациональной корпорации. Компания нацелена на экспансию — расширение сферы своего влияния, причем прежде всего на федеральном и мировом уровнях. Это соответствует амбициям отца-основателя компании. В интервью, которые Вагит Алекперов дает московским СМИ, редко встречается упоминание ХМАО. Основной акцент делается на Каспийские месторождения и иракскую нефть — направления стратегического развития «ЛУКойла». «ЛУКойл — Западная Сибирь» является базой — основным добывающим предприятием, и, по всей видимости, такое положение дел сохранится довольно долго.

Еще одним фактом, свидетельствующим о том, что стратегические интересы «ЛУКойла» перемещаются за пределы округа, может служить переход генерального директора «ЛУКойл — Западная Сибирь» Семена Вайнштока в «Транснефть».² Следует учитывать, что это был последний человек в округе из старой команды Алекперова (созданной еще в период его работы в Когалыме). Авторитет Вайнштока в Когалыме был непререкаем, и он был широко известен на территории округа как жесткий и успешный менеджер. Естественно, смена руководства — не самый подходящий момент для политических игр.

¹ Зимой 2000 г. известность Сидорова в округе составляла 40%.

² Однако на новом посту Вайншток отнюдь не стал лоббистом интересов «ЛУКойла», как этого многие ожидали, а наоборот — занял достаточно самостоятельную позицию.

Эту тенденцию можно объяснить только одним. Алекперов считает, что позиции компании в округе настолько прочны, что в данный момент не требуется выдвижения публичных политиков — «лидеров мнений» для лоббирования интересов компании в администрации округа. Достаточно влияния авторитета компании и самого Алекперова.

Внимание руководства НК «Сиданко» в начале выборов было приковано к сохранению своих активов в округе. Однако американская компания BP Амосо продолжала отстаивать «дочек» «Сиданко», при определенной поддержке со стороны правительств России и США.

У «ЮКОСа» также накопилось много проблем на федеральном уровне (в частности, борьба с Кеннетом Дартом и другими миноритарными акционерами, суд с Минтопэнерго), которые дополняли серьезные проблемы на местах. Руководство «ЮКОСа» было вынуждено пойти на сокращение работников, что, естественно, не добавляло ему популярности.

В адрес «Сиданко» и «ЮКОСа» постоянно звучали обвинения в том, что головные компании перекачивают деньги в Москву. Влияние этих компаний на избирателей было явно недостаточным даже на «своих» территориях. Поэтому активное вмешательство в процесс выборов только усугубило бы их положение.

Принципиальное отличие «Тюменской нефтяной компании» от перечисленных выше компаний в том, что она появилась в округе недавно (1997 г. — банкротство «Нижневартовскнефтегаза») и в 2000 г. продолжала вести агрессивную политику, направленную на расширение производственной базы и усиление своих позиций. По заявлению одного из руководителей «ТНК» Семена Кукеса, конечная цель — вывести предприятие в десятку лидеров мировой нефтепромышленности.

Целью «ТНК» стало получение наследства НК «Сиданко». В течение 1999 г. с подачи «ТНК» был иници-

рован процесс банкротства дочерних предприятий «Сиданко» — «Черногорнефть» и «Кондпетролеум». В ходе этой борьбы интересы «ТНК» столкнулись с интересами ВР Атосо, имеющей сильную поддержку у федерального правительства.

Именно успешная борьба за «Черногорнефть» и «Кондпетролеум» явилась для основных акционеров «ТНК» свидетельством «преданности» С. Кукеса и позволила «полностью передать бразды правления менеджменту».¹

Осенью 1999 г. произошло другое событие, изменившее сложившуюся систему взаимоотношений элит ХМАО, — смена генерального директора «Тюмень-энерго». На эту должность был назначен бывший заместитель председателя Федеральной службы по финансовому оздоровлению Артем Биков, которого наблюдатели считают союзником «Альфа-групп» и «ТНК».

В «ТНК» наиболее профессиональная PR-служба, созданная по западному образцу. Лозунг компании — «Мы пришли надолго». Постоянно проводятся акции, цель которых — убедить население территорий, на которых базируется компания, в верности этого лозунга. Кукес чаще руководителей других нефтяных компаний появляется в округе, стараясь быть «ближе к народу».² Следует отметить, что акции достигают цели. По крайней мере, за два года компания смогла уйти от образа «захватчика», сформировавшегося в 1997 г.³

Несмотря на это, в СМИ регулярно появлялись материалы, в которых компанию обвиняли во всевозможных грехах. Камнем преткновения стали заниженные тарифы, по которым головная компания покупает

¹ В октябре Г. Хан и В. Вексельберг, представители основных акционеров «ТНК» «Альфа-групп» и ЗАО «Ренова», вышли из состава правления компании, при этом оставшись членами совета директоров.

² По мнению экспертов, трудно представить Алекперова или Богданова играющими в футбол, а Кукес делает это с удовольствием.

³ Попытки бывшего руководителя «Нижневартовскнефтегаза» Палия доказать то, что он несправедливо уволен, до сих пор не принесли никаких ощутимых результатов.

нефть у «дочек», что приводит к снижению поступлений в городской бюджет Нижневартовска. Против такого положения дел выступали не только депутаты местного законодательного органа, но и губернатор округа А. В. Филипенко. В ноябре изменилась позиция и губернатора, и местной (нижневартовской) власти. Причиной этого стали встречные шаги «ТНК» — увеличение отчислений компании на социальные нужды города и округа (например, перечисление денег на строительство больницы в Нижневартовске). Также можно отметить состоявшийся в начале ноября перенос в Нижневартовск головного офиса, отвечающего за добычи углеводородного сырья. На совместной пресс-конференции главы «ТНК» С. Кукеса и губернатора ХМАО А. В. Филипенко, посвященной проекту СРП Самотлорского месторождения, последний практически одобрил политику, проводимую «ТНК»: «“Тюменская компания” ведет себя наступательно, и это сегодня себя оправдывает».

Естественно, что руководство «ТНК» не было заинтересовано в нарушении с трудом достигнутого равновесия.

Также следует отметить произошедшую незадолго до выборов смену руководства компании «Славнефть», — ее возглавил депутат Государственной думы Михаил Гуцериев. Первые шаги Гуцериева были энергичными и наступательными, контрастировавшими с поведением предыдущих руководителей компании. Однако для участия в масштабных политических проектах у него не было ни ресурсов, ни желания.

Кроме того, *политическую активность экономических элит сдерживал и фактор Путина*. В тот момент и. о. президента для многих был загадкой, и смутность перспектив определяла выжидательную позицию. Поэтому в число доверенных лиц губернатора вошли практически все авторитетные руководители крупных предприятий. После достижения договоренностей с элитами наступил черед проведения собственно агитационной кампании.

Кампания губернатора

Основной событийной канвой кампании стала активная предвыборная деятельность самого губернатора — встречи, поездки по округу. Тем самым решалась задача обеспечения «содержательной известности» Филипенко.

На старте выборов губернатором были подписаны соглашения о сотрудничестве практически со всеми крупными нефтяными компаниями. Нефтяники гарантировали регулярные платежи в местные бюджеты, осуществление социальных программ, в том числе программ занятости, определенный уровень заработной платы своих работников и т. д. Со своей стороны, Филипенко обязался поддерживать предприятия нефтяной отрасли, а в глазах населения выглядел «усмирителем олигархов».

Кроме того, в начале года был принят ряд решений социальной направленности (повышение заработной платы работникам бюджетной сферы, пенсий, стипендий и т. д.). В сочетании с общим благоприятным социальным фоном эти меры позволили укрепить имидж социально-ответственной власти.

Началась активная работа по налаживанию информационных каналов. Поскольку одной из главных проблем был кадровый дефицит, то администрация округа решила пригласить специалистов со стороны. На должность руководителя телерадиокомпании «Югра» был назначен Олег Урушев, до этого возглавлявший популярный сургутский канал «Сургутинформ-ТВ». Департамент администрации округа по связям с общественностью возглавил Александр Новопашин, занимавший аналогичную должность в администрации Нижневартовска. Естественно, эти люди имели не только профессиональный опыт, но и наработанные связи с местными журналистами. Для работы в окружных СМИ были приглашены специалисты из других регионов. Сюжеты о достижениях округа и губернатора ста-

ли гораздо чаще появляться на федеральном телевидении, в первую очередь на ОРТ.

Для решения организационных задач в состав предвыборного штаба были приглашены сотрудники представительства округа в Тюмени (губернатор на одной из пресс-конференций назвал руководителя представительства Николая Добрынина своим имиджмейкером). Штаб принял решение отказаться от проведения масштабной рекламной кампании. Прямая реклама ограничилась выпуском небольшого тиража плакатов с портретом и биографией губернатора (которая, как оказалось, была населению практически неизвестна), брошюры «Александр Филипенко: портрет губернатора», календариков и распространением текста послания губернатора.

Упрочивался имидж губернатора как «своего, нашего», развивался лозунг «У нас общий путь». Во время кампании активно освещалась тема трудового пути Александра Филипенко — строительство самого большого по протяженности моста в Сургуте, освоение северных территорий. Удачным ходом стала публикация интервью с женой Александра Филипенко, что для политических кампаний в округе было нехарактерно: личная жизнь политиков никогда настолько не приоткрывалась. Особенно удачно прозвучала идея его ответственности за семью, развивающая тезис *«ответственность за семью — ответственность за округ»*.

В 2000 г. исполнялось 70 лет со дня образования округа, и социальную рекламу можно было приурочить именно к этой дате. Кампания представляла достижения губернатора как неразделимые с достижениями простых северян, что и отражал один из слоганов «Чужого нам не надо, своего не отдадим». Еще до начала официальной кампании был запущен проект социальной рекламы «Ханты-Мансийский автономный округ — каждый день забота о людях» — о достижениях последних лет и достижениях округа за 70 лет. Сюжеты, транслируемые телекомпанией «Югра» и местными каналами, рассказывали о различных достижениях, конкретных объектах, учреждениях округа. Общей темой стал

девиз кампании «Единый округ, единая судьба», что получало и визуальное подтверждение: каждый ролик заканчивался панорамным обзором карты Ханты-Мансийского округа. В период собственно предвыборной кампании эту тему развивали и сюжеты радиороликов.

Повествуя о деятельности губернатора, тематические и новостные сюжеты телекомпании развивали его образ как «строителя жизни», «устроителя». Одной из ключевых проблем округа была названа тема наркомании и алкоголизма, и, опережая соперников, команда губернатора предложила программы по борьбе с алкоголизмом и наркоманией (например, проведение общеокружного форума «Журналисты против наркотиков»), развития досуга молодежи под патронажем Комитета социальных программ.

Согласно предвыборному сценарию, были опубликованы послание губернатора к окружной Думе и жителям округа, биография, где еще раз звучала мысль о том, что «за годы работы на Севере *будущий губернатор узнал весь округ, его проблемы, побывал в самых отдаленных уголках*». Усилена идея патриотичности: «Ему предлагали высокие посты в Тюмени и в Москве. На него пытались давить. Все оказалось бесполезно. *Филипенко предан своему краю, верен интересам его жителей. Его судьба — это Север. Здесь выросли его дети и внуки*». *Послание было иллюстрировано убедительными фактами достижений округа и предлагало перспективы развития.*

В прессе прошло активное обсуждение послания, ставшего своеобразной программой Филипенко.

Правда, часть высказываний в публикациях о деятельности губернатора до начала предвыборного марафона создавала ощущение прагматического подхода в отношении к людям (в противовес предложенному описанию в биографии), что вполне логично для руководителя и типично для людей, занимающих высокие посты и привыкших мыслить в глобальном масштабе. Действительно, это хорошо для руководителя, но плохо воспринимается обычными людьми: боль-

шая часть избирателей, по данным социологических исследований и фокус-групп, ожидала от губернатора «защиты интересов населения» и внимания к конкретным людям.

Для этого в округе была развернута сеть общественных приемных, в которые обратилось лично и письменно множество жителей округа. Работа в них координировалась штабом, особое внимание обращалось на необходимость человеческого контакта, теплоты в отношениях.

Вовремя прозвучало и утверждение, что «выборами заниматься некогда, надо работать», после чего действующий губернатор практически приобрел мифический образ «строителя жизни».

Таким образом, *основными имиджевыми характеристиками* губернатора стали: строитель жизни, заботливый отец, принимающий решения и берущий ответственность на себя, подчиняющий всю свою жизнь интересам дела. Но при этом обнаружилась необходимость дополнительной характеристики как новатора, готового к изменениям, и в повестку дня была внесена тема новой, динамичной команды.

Выборы, по сути, были организованы как *референдум доверия политике губернатора*, как референдум по принципиальным вопросам — независимость от Тюменской области, принципы отношений с нефтяными компаниями, общеокружные социальные программы, проведение которых необходимо продолжить, и это возможно только при личном участии Филипенко.

Остальные кандидаты играли роль фона, выгодно оттеняющего позитивные качества губернатора. Вполне приемлемым оппонентом с этой точки зрения выглядел Сергей Атрошенко.

Пенсионер в борьбе за недра

Председатель Партии пенсионеров Сергей Атрошенко, неоднократно и безуспешно участвовавший в выборах разного уровня, был уже достаточно известен в округе. В 1996 г. Атрошенко был близок к победе на

выборах губернатора Тюменской области. Поскольку в то время окружную элиту вполне устраивала кандидатура Рокецкого, то кандидатов от округов на выборах не было. Ямало-Ненецкий округ вообще не участвовал в голосовании, а Ханты-Мансийский ограничился только первым туром. И именно в первом туре Атрошенко, единственный из кандидатов, декларировавший самостоятельный статус округов и представлявший себя как выходца из Нижневартовска, вышел на второе место, набрав наибольшее количество голосов в Ханты-Мансийском округе (всего 146 тысяч). От поражения Рокецкого спасло только решение избирательной комиссии округа об отказе от участия в выборах Тюменского губернатора.



Сергей Атрошенко

Вдохновленный своим относительным успехом в 1996 г., Атрошенко намеревался и в 2000 г. добиться серьезного результата. Скорее всего, его целью было набрать политические очки накануне планировавшихся в январе 2001 г. выборов губернатора Тюменской области. Не случайно часть представлявшей Атрошенко агитационной продукции «распространялась» и на юге Тюменской области.

Переговоры Атрошенко с представителями элит оказались безрезультатными. Намеки о поддержке «главного пенсионера» управделами Президента РФ Павлом Бородиным и Борисом Березовским оказались ложными. Попытка Атрошенко выступать в союзе с популярным в Нижневартовске депутатом областной Думы Палием (использование тех же СМИ) также окончилась ничем.

Поэтому кампания Атрошенко была построена фактически на двух идеях:

- в стране идет смена власти. Новый президент — новый губернатор. В общем, «Дорогу — молодым!»;

- популистские обещания перераспределения богатств округа.

Атрошенко и его штаб выстроили достаточно одностороннюю «линию нападения»: не анализируя процессы управленческой деятельности, не вникая в детали экономического развития, которые по большому счету все равно непонятны простому избирателю, он предлагал в качестве альтернативы сегодняшнему существованию северян некий «город солнца», островок благополучия. Жители округа, утверждал Атрошенко, могут получить и получают обещанное, так как округ располагает такими возможностями. Именные сертификаты позволят каждому жителю округа, начиная с младенческого возраста, получать проценты прибыли от добычи нефти (а именно 5%). Опираясь тем, что такова общемировая практика (в частности, в Объединенных Арабских Эмиратах), Атрошенко обещал, что каждый житель будет получать в месяц дополнительно по 200 долларов США. Этот ход не был лишен смысла, так как на этот раз в отличие от «пустых обещаний» жители получали вещественное доказательство обещанного — сертификат.

Распространение этих сертификатов «из рук в руки», очень напоминающее финансовые «пирамиды» начала 90-х гг., и стало основным ходом кампании Атрошенко. Реклама кандидата фактически сводилась к рекламе сертификатов (серия аудио- и видеороликов «Твой шанс — Атрошенко»). Атрошенко был единственным кандидатом, разместившим в городах округа рекламные щиты.

Реализации планов оппонента препятствовала продуманная стратегия штаба Филипенко: еще до распространения пресловутых сертификатов в региональных СМИ получила развитие тема «обманутых вкладчиков», мягко, но достаточно однозначно говорилось об очередных обманах, которые могут иметь место в округе в связи с выборами.

В ходе кампании экспертами было высказано предположение, что Сергей Атрошенко предвидел возмож-

ность своего снятия с предвыборной дистанции, которое произошло за десять дней до голосования. Основанием для этого стало обещание получения денежных средств в случае победы претендента, что было расценено избирательной комиссией как подкуп избирателей. Более того, выпущенные тиражом в миллион экземпляров сертификаты не были полностью оплачены с избирательного счета заказчика. Это явилось грубым нарушением правил ведения предвыборной кампании. Мог ли не знать столь элементарных вещей участвовавший во многих выборах Сергей Атрошенко? Можно предполагать, что и этот шаг был совершен сознательно. Предводитель Партии пенсионеров, не рассчитывая на победу в губернаторских выборах ХМАО, решил приобрести статус гонимого и преследуемого, чтобы использовать его на следующих выборах.

Однако Атрошенко не удалось сколотить на этих выборах устойчивого электората, чему помешала грамотная сценарная игра команды окружных властей.

Сценарные войны

В ходе исследований, проведенных в феврале 2000 г. в округе методом фокус-групп и глубинных интервью, было выделено несколько смысловых осей — позиций, по которым избиратели оценивают потенциальных кандидатов:

- свой (местный) — чужой (заезжий);
- молодой (новый) — старый;
- известный (надежный, проверенный, опытный) — неизвестный (сомнительный). Соответственно особое значение приобретают моральные качества кандидата — честность и порядочность.

По двум из этих позиций (местный и известный) губернатор имел достаточно хорошие положения. Третья позиция (идея обновления) представлялась критической, но ее значимость была нивелирована действиями кандидатов второго плана.

Ответом на противопоставление «старый партийный функционер Филипенко — молодой федеральный политик Атрошенко» стала новая повестка дня. Сценарий штаб губернатора определил как «Филипенко и все остальные». «Все остальные» — это все, кроме нашего губернатора. «Чужие» стали коллективным носителем образа врага, пытающегося изменить статус округа, отнять наши богатства, плоды нашего тяжелого труда.

Несомненно, на руку губернатору сыграло выдвижение в кандидаты ректора медицинского института Соловьева. Кампания Соловьева шла под лозунгом «Выбирай земляка!», что поддерживало «повестку дня» команды губернатора. Более того, Соловьев, более молодой, чем Атрошенко, но уже уважаемый в округе человек, выбивал у того из рук наиболее выигрышную карту — идею обновления власти. Накануне выборов Соловьев (рейтинг которого к тому времени достиг 8%) снял свою кандидатуру, мотивируя это тем, что его время еще не пришло, а более достойной кандидатуры, чем Филипенко, он не видит.

Остальные кандидаты представляли собой массу, олицетворяющую чуждых для округа людей — «варягов» из Тюмени, Москвы и даже Люберец. Доверенные лица этих кандидатов открыто заявляли, что на расстоянии лучше видно, как распределить богатства округа, и признавались, что среди команд претендентов уже расписаны места в окружной администрации.

При этом все популистские ходы Атрошенко их «зеркальное отражение» доводило до абсурда. Так, когда Атрошенко заявил о том, что после своего избрания будет отчислять жителям округа 5% средств от продажи нефти, один из кандидатов «сыграл на повышение» и пообещал 8%. А после того как Атрошенко выпустил сертификат на владение недрами, этот кандидат выпустил аналогичный ваучер, а его доверенное лицо на теледебатах с весьма серьезным выражением заявляло: «Вы же понимаете, ваучер — это вам не какой-то там сертификат, это серьезный документ».

В итоге у избирателей складывалось впечатление, что претенденты просто не дотягивают до уровня действующего губернатора. С этой точки зрения в качестве кандидата второго плана вполне подходил и Атрошенко, участие которого блокировать не имело смысла. Более того, он являл выгодный контраст и давал повод для сравнения по позициям: «обещает — делает», «пустослов — человек дела» и пр.

Атрошенко — житель Москвы, который скандальным образом прописался накануне выборов в Нижневартовске. Кандидатов было много. И предложения их сводились к одному — разделить и захватить накопленные в крае богатства. Губернатором должен стать «свой» человек, который прошел вместе со всеми сложный путь освоения Севера.

Так претенденты, по сути, сыграли роль фона, на котором стали отчетливее видны позитивные качества действующего губернатора и появились те, которые ранее не были заметны.

Итоги

Исход выборов был predetermined на этапе переговоров с элитами, когда серьезные оппоненты приняли решение отказаться от участия в выборах. Вторым переломным моментом стало снятие с дистанции Сергея Атрошенко, после чего у губернатора вообще не оказалось оппонентов, если не считать нескольких безликих кандидатов, двое из которых тоже сняли свои кандидатуры. Более 90% голосов, отданных жителями Ханты-Мансийского округа за А. В. Филипенко при минимальном (5%) протестном голосовании, — вполне достойная победа.

Увеличение пиаровской активности губернатора ХМАО позволило создать позитивный образ не только внутри округа, но и за его пределами, в том числе на юге Тюменской области.

Более того, программа работы с региональными СМИ, идея консолидации округа, преподнесение достижений округа как результата работы команды А. Филипенко послужили созданию позитивного образа и председателя окружной Думы Собянина С. С., что явилось залогом его победы на выборах губернатора Тюменской области, прошедших в январе 2001г.¹

¹ Стоит отметить, что совокупный электорат округов превосходит электорат на юге Тюменской области. Поэтому сам факт выдвижения единого кандидата от округов предопределял его победу.

Контуры предстоящей кампании по выборам губернатора Ханты-Мансийского автономного округа

*Данная аналитическая записка была написана 2 февраля 2000 г.,
за полтора месяца до первого тура выборов
губернатора Ханты-Мансийского округа*

Предстоящие выборы проходят в определенном политическом контексте. Поэтому прежде чем сосредоточиться на ситуации внутри округа, имеет смысл рассмотреть общую динамику политических процессов в стране.

Особенности национальной охоты на губернаторов-1999

Во второй половине 1999 г. в провинциальной России состоялось свыше десяти кампаний по выборам главы субъекта РФ — губернатора (в частности, нами были рассмотрены Вологодская, Ленинградская, Московская, Новосибирская, Новгородская, Оренбургская, Свердловская, Тамбовская, Тверская, Томская, Ярославская области, Приморский край). Весьма специфическую кампанию по выборам мэра Москвы мы оставляем за скобками.

Прежде всего необходимо подчеркнуть, что определенного сценария «охоты на губернаторов» не существует. *В пяти регионах из двенадцати* (Вологодской, Новгородской, Томской, Ярославской областях и Приморском крае) *выборы стали простым плебисцитом доверия к действующему главе администрации*. И, за исключением хронического скандализма в жизни Владивостока, не привлекают к себе особого внимания. В Свердловской, Тверской и Ленинградской областях действующие главы также сохранили свои посты в результате выборов. Борьба в ходе избирательной кампании была в этих регионах реальной и напряженной, и в каждой из кампаний были свои характерные особенности.

В Новосибирской, Оренбургской, Тамбовской и Московской областях действующие губернаторы проиграли. Причем в Тамбовской и Оренбургской областях прежний глава субъекта федерации вышел во второй тур, тогда как в двух других регионах губернаторы проиграли уже в первом туре.

Таким образом, по первому параметру классификации *в восьми из двенадцати случаев российские губернаторы переизбираются на новый срок*. То есть в общем случае изначально имеет место некий паритет шансов между победой и поражением с определенным преобладанием шансов на победу у действующего главы.

Другой пример классификации и, соответственно, основание для типологизации сценариев — это политический портрет участников избирательной кампании. В двух из четырех губернаторских проигрышей поражение потерпел глава, победивший на предыдущих выборах под левыми знаменами (Новосибирск, Тамбов). То есть *какой-то особой идеологической предзаданности в выборах губернатора сегодня, скорее всего, не существует*. Особенно если учесть, что, например, по группе территорий «губернаторских проигрышей» в Оренбурге победил кандидат от левых сил, тогда как в Подмоскovie кандидат от левых сил проиграл. То есть опять пятьдесят на пятьдесят. Правда, есть еще один интересный момент: из одиннадцати избранных губернаторов только один (Чернышев) — левый по взглядам. Громов и Селезнев, скорее, левоцентристы. Сердюков, прежде чем стать губернатором, работал в команде Густова, победившего в свое время как кандидат от оппозиции. Получается, что доля левого в губернаторской победе, конечно, не один к десяти, а полтора—два с половиной. И хотя остальные лидеры регионов тоже порой эксплуатируют левую тематику, но делают это только по мере возникновения необходимости пошантажировать федеральный центр или уйти от ответственности за провалы в социальной политике (Наздратенко). Общий вывод: *кандидаты от левых сил сегодня скорее терпят поражение, чем побеждают*. Впрочем, *в нашей ситуации кандидата от левых сил, вероятнее всего, не будет, что дает губернатору или «протестному» кандидату солидную прибавку в 15% голосов*. За голоса левых несомненно надо бороться, но с одним ограничением: не должно быть публичного альянса, достаточно личной встречи губернатора с руководителем окружной организации и соответствующей команды коммунистическим «первичкам».

С другой стороны, по отношению к губернаторам можно сделать следующее наблюдение: *вне зависимости от исповедуемой идеологии более авторитетные на федеральном уровне политики выигрывают, менее авторитетные проигрывают*. У Елагина, Тяжлова, Рябова авторитет был гораздо меньше, чем у Лисицина, Наздратенко и Росселя. Возможно, избирателям это и не важно. Но

какая-то зависимость между политическим весом губернатора и его шансами на победу все-таки есть (хотя бы в связке с «теневой» позицией, занимаемой на выборах теми же самыми московскими финансово-промышленными группами). Однако вряд ли этот тезис в полной мере применим к ситуации в ХМАО. Во-первых, в экономическом смысле регион самодостаточен и губернатор не нуждается в политике шантажа федерального центра, к которой обычно прибегают так называемые «раскрученные» губернаторы. Скорее наоборот, чем меньше он на виду, тем меньше вероятность, что федералы будут отнимать у региона деньги. С другой стороны, по устойчивому мнению федеральных СМИ, двух «раскрученных» на федеральном уровне политиков в одном регионе многовато. Поскольку Сергей Собянин в силу занимаемого им в Совете Федерации поста (председателя Комитета по конституционному законодательству) и постоянной включенности в федеральные политические процессы¹ является естественным ньюсмейкером, то он и занимает эту нишу. К тому же для губернатора с его специфическими личностными качествами (в частности, нелюбовью к публичности) организовывать значимые для федеральных СМИ информационные поводы значительно сложнее. Но подобная ситуация имеет серьезные последствия: *известность губернатора на территории округа всего 63%, а содержательно наполненная известность и того меньше!* С одной стороны, дело в весьма скромной работе собственной PR-службы, а с другой — в значительно более высоком рейтинге федеральных СМИ по сравнению с местными.

Интересно, что *большая часть проигравших губернаторов выиграла предыдущие выборы в тепличных условиях, не имея серьезной конкуренции*. Видимо, предыдущий удачный опыт создает определенную успокоенность, которая явно не идет на пользу кандидату. Из более ранних примеров стоит вспомнить Валерия Зубова, которого его успех 1993 г. (более 70% голосов) ввел в заблуждение, что эти голоса естественным образом могут быть вновь отобилизованы, и в итоге Зубов потерпел поражение в изначально выигрышной позиции.

Еще один интересный аспект — соперники действующих губернаторов. В ходе этих губернаторских выборов *по-прежнему актуальна схема вскрывшегося противостояния между главой областной администрации и мэром областного центра*. В Свердловской

¹ Как в случае со скандалом вокруг Скуратова.

области баллотировался Чернецкий, в Оренбургской — Донковцев, в Новосибирский — Толоконский. Победа политику-мэру досталась только в последнем случае, тогда как в первых двух ситуациях кандидаты-мэры не вышли даже во второй тур. Однако однозначно утверждать, что губернаторы могут игнорировать участие мэров, нельзя. Только в первом случае губернатор сохранил свой пост (Россель), в двух последних случаях там, где среди кандидатов был мэр, действующие губернаторы проиграли. Сказалось распыление административного ресурса.

В ХМАО роль центрального города традиционно принадлежит Сургуту, однако вероятность участия Сидорова в выборах губернатора стремится к нулю; в противном случае он не стал бы переносить выборы мэра на март.

Кроме того, ситуация, при которой мэры являются более близкими населению фигурами, чем губернатор, усугубляемая специфическим бюджетным устройством округа (имеется в виду перекося сторону территорий), может иметь опасные последствия. Большинство жителей округа (58%) считают, что сегодня на ситуацию в округе больше влияют главы местных администраций. Второе место по влиятельности (25%) занимают руководители крупных предприятий. Губернатор стоит только на третьем месте (18%). Это специфическая черта округа, нехарактерная для большинства субъектов Федерации.

Однако вернемся к общероссийским тенденциям. Интересен тот факт, что федеральные политики, связывающиеся в губернаторские выборы, в ходе последних выборов проигрывали (за исключением победы Громова, но это сателлит по отношению к федеральному политическому центру, Москве) — Селезнев (спикер Парламента), Густов (первый вице-премьер в правительстве Примакова), Стариков (замминистра экономики РФ). Можно еще вспомнить Жириновского, ранее (в мае 1999 г.) проигравшего Савченко на белгородских выборах. И это при том, что в прошлые годы «москвичи» достаточно уверенно выигрывали (Руцкой, Лебедь, Строев, отчасти сюда же можно отнести и Стародубцева, но с той оговоркой, что к моменту прошлых выборов он работал не в Москве, а у себя в совхозе). Но на тех же самых парламентских выборах в декабре 1999 г. многие «земляки из столицы» с громкими именами у себя на малой родине тоже проиграли. Причем раньше обычно выигрывались выборы у губернаторов, назначенных Москвой, а теперь они проигрываются чаще всего местным «серым лошадкам», полуоппозици-

онно настроенным по отношению к федеральной власти. Естественно, что *в нишу федерального политика, причем второго эшелона, естественным образом попадает Атрошенко*, и остается надеяться, что данная тенденция найдет подтверждение и в ХМАО.

Другое дело, когда такие «москвичи» — депутаты Государственной думы. В принципе, они тоже любят участвовать в региональных выборах, и иной раз у них это неплохо получается. Чернышев (Оренбург) уверенно обыграл Елагина, а Баюнов отстал от Платова (Тверь) всего на полпроцента. Депутатам участвовать в выборах губернатора заведомо проще, ибо они, даже проиграв, сохраняют за собой депутатский мандат. Однако на данный момент *участие свежееизбранных депутатов в губернаторской кампании в ХМАО представляется достаточно бессмысленным*.

Из других особенностей (в аспекте участников) прошедших губернаторских выборов, конечно же, обращают на себя внимание более чем удачные выступления на выборах в Оренбурге Павла Гуркалова (директор «Носты», президент Союза промышленников и предпринимателей области) и в Екатеринбурге Александра Буркова (лидер популистского движения «Май», в прошлом председатель ГКИ Свердловской области). И в том, и в другом случае важен сам факт возможности проведения эффективной кампании, несмотря на отсутствие поддержки со стороны областных (Оренбург) или же городских (Екатеринбург) властей. В обоих случаях участие «третьих» кандидатов сыграло решающую роль в итогах выборов либо для действующего губернатора (Оренбург), либо для его основного соперника (Екатеринбург). *Ниша «третьего кандидата», аккумулирующего протестный электорат и тех избирателей, которые «западают на новенькое», составляет, как правило, порядка 20% голосов*.

В целом можно отметить, что *только полноценная двухтуровая система выборов главы области создает прочные предпосылки для смены губернатора*. Жаль только, что при подготовке нового закона о выборах губернатора не была введена планка для победы в первом туре в 25%. В свое время эта норма помогла сохранить губернаторское кресло И. Фархутдинову на Сахалине и Р. Гениатулину в Чите. Если бы подобная система была в Оренбурге, Елагин остался бы губернатором. С другой стороны, ситуация Филипенко гораздо более устойчивая, чем у того же Елагина, и подобная норма, скорее всего, оказалась бы перестраховкой.

Кстати, такой фактор, как *досрочное назначение выборов, обыч-*

но также работает на политические интересы действующего главы. Примеры, когда на досрочно назначенных выборах губернатор неожиданно проигрывал бы, вспомнить сложно. Видимо, их пока просто не существует. И этот фактор тоже внушал бы оптимизм, если бы не одно «но»: в отличие от всех предыдущих случаев губернатор Филипенко не обладает готовой избирательной машиной, поскольку президентские выборы стали своеобразным форс-мажором. А этот аспект совмещения федеральной и региональной кампании требует отдельного рассмотрения.

Москва слезам не верит, или Занимательная физика региональных выборов

Несмотря на относительность всего сущего, законы физики работают даже в непредсказуемом поле российской политики.

Особенно заметна эта аналогия применительно к соотношению событий на федеральном и региональном уровнях.

Закон сообщающихся сосудов. Как известно, популярности на всех не хватает, точно так же, как и негативной энергии. Даже так называемый «протестный» электорат, по мнению политологов, протестующий против всех ветвей власти, в каждый конкретный момент времени протестует против кого-то особенно энергично.

Тут, конечно, особенно важна технология «перевода стрелок». Мы сейчас не будем касаться ее частных случаев типа создания в рамках системы на одном управленческом уровне особенно непопулярной фигуры, аккумулирующей на себе негатив. Ведь даже дети в нашей стране знают, что «во всем виноват Чубайс».

Однако будем рассматривать ситуацию упрощенно — только в соотношении федеральной и региональной властей, принимая каждую из них в качестве единого монолита (что, естественно, не соответствует действительности). *Каждый раз при росте популярности федеральных властей снижается популярность и устойчивость губернаторов, и наоборот — при падении рейтинга Центра региональные начальники переизбираются достаточно легко.* Ярчайший пример — сопоставление результатов выборов лета и осени—зимы 1999 г. Чехарда премьер-министров сослужила добрую службу Росселю и Пруссаку — население стремилось обрести стабильность хотя бы на уровне региона. Резкий скачок популярности Путина фактически добил злосчастных Муху, Елагина и Тяжло-

ва. Они оказались крайними. Кстати, несмотря на высокий рейтинг Путина в публикуемых СМИ опросах, его поддержка не стала решающим фактором победы для поддержанных им кандидатов — и Селезнев, и Елагин проиграли.

Более того, *разыгрываемая в последнее время рядом федеральных СМИ карта «непредсказуемости Путина» может стать хорошим фоном для явно предсказуемого и понятного губернатора.*

Естественно, что из этой модели выпадает ситуация 96–97 гг., когда в выборах участвовали назначенцы Кремля, неразрывно связанные с ним родовой пуповиной. Тогда более важным был *закон сохранения энергии.*

Само собой, что на все регионы ресурсов влияния не хватает. Поэтому Москва активно поддерживает начальников всевозможных Чукоток или, что хуже, альтернативных кандидатов только в двух случаях: если это знаковые выборы, открывающие цикл (Аяцков), или если это экспериментальная площадка (Савченко и Лебедь). Всех прочих губернаторов типа кировского Десятникова Москва имела обыкновение «сливать». Ведь есть еще один способ энергосбережения — инкорпорировать харизматиков, избранных на волне противодействия Центру, в систему, отдав им на разграбление отдельно взятый регион (Руцкой и Тулеев).

Мораль: хочешь получить поддержку Москвы — будь харизматиком в нужное время и в нужном месте, окажись в начале цикла или предложи эксперимент (физика, как известно, наука экспериментальная). Вероятно, сегодня в свете слияния всяя Великая и Белая Руси *Кремлю особенно интересны будут эксперименты, связанные с изменением статуса субъектов Федерации, и вытекающие из этого правовые коллизии.* На роль полигонов для отработки разного рода объединительных процессов и «белорусских сценариев» идеально подходит Тюменская область и входящие в нее округа. Естественно, что одобрение подобных экспериментов зависит от целого ряда обстоятельств, но исключать подобной возможности нельзя.

Для Ленина из всех искусств важнейшим было кино, а для нас из федеральных ресурсов важнейшей будет «первая кнопка». Сегодня положение практически любого регионального лидера может быть серьезно поколеблено при помощи федерального ТВ, в чем уже имели возможность убедиться Лужков и Яковлев. А в случае, если к «первой кнопке» добавится активная работа полевых команд, то ситуация может быстро стать критической.

То обстоятельство, что выборы президента и губернатора проходят одновременно, накладывает особый отпечаток в первую очередь на региональную составляющую политической кампании 26 марта. Как минимум гипотетически возникает вопрос, в каком режиме взаимодействовать с другими участниками президентской кампании.

Определенную политическую угрозу таит в себе возможное превышение числа голосов, поданных за губернатора, над числом голосов, поданных за президента. При желании это можно проинтерпретировать следующим образом: в ходе кампании региональная элита во главе с губернатором больше думала и работила о своих интересах в ущерб интересам команды президента и лично Владимира Путина. Особенно болезненным может оказаться тот факт, что губернатор выиграл выборы с первого тура, а президент — только после второй попытки. Разница голосов может быть охарактеризована как тот самый «первичный дефицит», которого из-за таких вот политических эгоистов, как губернатор ХМАО, и не хватало для уверенной и сокрушительной победы президента уже 26 марта. А если при этом какой-то отдельный город даст все-таки хорошие и даже отличные результаты голосования за президента, то это может стать поводом для подогрева в будущем внутрорегиональных политических противоречий. И к тому же получается, что идейная начинка кампании губернатора по своему содержанию некоторым образом отличалась от аналогичной составляющей в кампании президента: «почему-то» губернатор ХМАО нравится коммунистам, баркашовцам, «яблочникам» и т. д. Столичные «доброжелатели» могут сказать: «Что-то у вас не в порядке, ребята, с воспитательной работой» (нежелательный аналог — прошлогодний разнос министром внутренних дел Рушайло мэра Ставрополя за излишне вольготную жизнь местной организации РНЕ).

И это при том, что именно инициированные Москвой досрочные выборы президента дали возможность региональной элите решить собственные политические задачи ценой значительно меньших усилий, чем это могло бы быть осенью 2000 г. Поскольку проведение второго тура потребует определенных дополнительных финансовых вливаний, можно спрогнозировать попытку наложения Центром в той или иной форме финансовой дани на регион — в качестве компенсации за недостаточную работу на президента в первом туре.

Таким образом, *в системе «выборы президента — выборы гу-*

бурнатора» существует не просто ряд опасных подводных камней, но и противоречивость сценария их обхода поодиночке.

При этом структура электората основного претендента принципиально меняется по сравнению с электоратом Ельцина-96. Если основой электората Ельцина-96 был децентрализованный электорат, то основа электората Путина — это блок центристов и патриотов с возможностью привлечения части левого электората. Более того, эта тенденция уже начала реализовываться в думском пространстве — имеется в виду блок «Единство — КПРФ».

Активность кандидатов второго эшелона (куда, вероятно, автоматически попадают все кандидаты, кроме Путина) может сказаться на ходе губернаторской кампании таким образом, что партии, участвующие в выборах президента, начнут выдвигать своих кандидатов в губернаторы с целью получения дополнительной трибуны — критикуя Путина, они не будут иметь никаких оснований, чтобы не распространить эту критику на губернатора.

Совмещение с выборами мэров. Как правило, считается необходимым создать максимальную реальную конкуренцию на выборах мэров. Суперзадача — в каждом из крупных городов число голосов, поданных за губернатора, должно быть больше числа голосов, поданных за победившего мэра.

Возникает вопрос о том, *какой вариант сочетания мэрских и губернаторских выборов принять для реализации.* Крайних вариантов может быть два. Первый вариант — тема единой команды и единой вертикали исполнительной власти, то есть губернатор и мэры (а также президент) в одной лодке. Подобная схема интересна и тем, что в этом случае тюменское звено выглядит излишним. Вариант второй — формальное разведение, автономность двух региональных кампаний, по принципу «каждый за себя». Этот вариант может показаться интересным, поскольку в ситуации реальной безальтернативности (по крайней мере, на первый взгляд) выборов губернатора и возможной жесткой борьбе на уровне выборов мэров увязка губернатора с кандидатом в мэры может снизить электоральный потенциал Филипенко. В конце концов можно даже устроить конкурс кандидатов в мэры под лозунгом «Кто поддержит меня лучше всех...» Третий вариант — сочетающий особенности первого и второго, с дифференциацией по территориальному принципу (объединение только с сильными, лидирующими мэрами, для чего имеет смысл вставить в социологическую анкету вопрос, связанный с мэрскими выборами).

Впрочем, поскольку выборы губернатора обещают пройти без особых сюрпризов, в подобных ухищрениях нет необходимости. Достаточно просто *учитывать потенциал всех конструктивных сил, в том числе и оппозиционных.*

Элитный консенсус, или Кольцо друзей сжималось

Практически все серьезные представители местной политической и экономической элиты уже успели открыто или в кулуарах дать клятву верности губернатору. В то же время лагерь официальных сторонников Филипенко можно разделить на три группы:

1. Те, кто плотно работает с губернатором и действительно кровно заинтересован в его сохранении. К ним можно отнести команду губернатора (в первую очередь тех, кто пришел в последнее время), часть глав местного самоуправления (в основном дотационных территорий), большую часть руководителей бюджетных организаций и внебюджетных фондов, силовиков и руководство некоторых нефтяных компаний.
2. Те, кто не входит в ближний круг, но в целом удовлетворен своим положением и не имеет особых амбиций на формирование окружной власти. Эта группа в случае сомнений в исходе выборов может переметнуться на сторону конкурентов или просто самоустраниться от участия в предвыборном процессе.
3. Те, кто не удовлетворен своим сегодняшним положением и в то же время не видит реальной альтернативы действующему губернатору. Задача этих групп — чтобы победа Филипенко была как можно менее убедительной, желательна во втором туре, поскольку тогда появляется предмет для торга, а позиции губернатора и его потенциального преемника будут ослаблены. К ним можно отнести значительную часть руководителей нефтяных компаний, часть мэров, окружение губернаторов ЯМАО и Тюменской области и, возможно, «Газпром».

Кроме того, *есть группа потенциально опасных фигурантов, которые при любом проявлении слабости и при первом же «проседании» рейтинга губернатора могут включиться в игру на стороне противника.* С одной стороны, это группы и лица, обделенные при разделе рынка: Березовский, Бажаяев и т. д. С другой стороны, существует достаточное количество рискованных менеджеров или фигурантов, затаивших личную обиду против губернатора (как,

говорят, произошло в случае с Чубайсом, который не может простить губернаторам Западной Сибири голосования против его кандидатуры на пост председателя правления РАО «ЕЭС»).

Следовательно, в любой момент может произойти изменение в поведении элит. Не стоит также переоценивать влияние местных баронов. Элитный сговор — это одно, а правильно проведенная кампания — это уже несколько иное. К тому же, например, электоральная машина «ЛУКойла», которая строилась под одного человека (Вайнштока), сегодня может значительно снизить свою эффективность.

Кроме того, информационное пространство округа уязвимо (тюменские вклады в наиболее популярные федеральные издания, реклама на ОРТ в Тюмени и т. д., неожиданно появляющиеся накануне выборов новые радиоканалы, «первая кнопка»).

Безальтернативность выборов в прошлый раз дала довольно-таки высокий процент голосов «против всех» — почти 15%. Второе пришествие безальтернативного Филипенко может довести этот протест до критического порога, что потом неизбежно скажется на выборах в окружную Думу и тюменского губернатора. При этом следует учитывать, что эти выборы губернатора будут проходить при иных параметрах явки, чем предыдущие: если в прошлый раз явка была 47%, то теперь совмещение с президентскими выборами явку значительно увеличит — приблизительно до 62%, а может быть, и больше, поскольку сезон отпусков еще не начнется.

Результат прошлых выборов (более 70% голосов, которые получил Филипенко в 1996 г.) повторить будет достаточно трудно, тем более что на новые выборы придет как минимум 15% новых избирателей, которые за губернатора не голосовали. Меняется электоральное поле и, соответственно, электорат губернатора. С другой стороны, увеличение явки, как правило, происходит за счет молодежи и людей с высоким уровнем доходов. Это, как правило, люди, удовлетворенные своим положением и желающие сохранить «статус-кво». Но при этом Филипенко находится у власти в округе с 1989 г.— дольше, чем Ельцин. В условиях запроса на новые фигуры это очень опасно. Вероятнее всего, тема перемен станет основой кампании Атрошенко и других потенциальных претендентов.

Ведь, повторимся, сговор элит — это одно, а электоральное поведение населения — это все-таки нечто иное. Одному из самых «реформаторских» регионов идти в XXI век во главе с бывшим секретарем обкома КПСС, согласитесь, немного странно.

Поэтому необходимо обеспечить внешнюю конкурентность выборов, а с имиджевой точки зрения нужен образ новой, динамичной команды. Губернатор привлекает к работе молодых, не держится за замшелых бюрократов. Перемены уже начались.

Имиджевая кампания самого губернатора должна носить личный характер.

На наш взгляд, продуктивна идея выборов как референдума по принципиальным вопросам — независимость от Тюменской области (или, в другой формулировке, сохранение статуса округа), принципы отношений с нефтяными компаниями, общеокружные социальные программы.

Словник для составителей текстов

Данный документ был подготовлен для создателей текстов прямой и косвенной рекламы с целью формирования единого семантического поля, описывающего предвыборную ситуацию и кандидатов, а также косвенного формирования у потенциальных избирателей критериев выбора кандидатов. Основой этих критериев стали две полярные семантические оси:

- свой (местный) — чужой (заезжий);
- известный (надежный, проверенный) — неизвестный (сомнительный). В рамках этой оси также особое значение приобретают такие качества кандидата, как честность и порядочность.

О выборах

26 марта 2000 г. — голосование за губернатора Ханты-Мансийского автономного округа.

Ключевые слоганы

Надежный губернатор. Защитник северян
Чужого нам не надо, своего не отдадим
Мы заложили фундамент достойной жизни
Суровый Север становится теплее благодаря надежному губернатору

Эпитеты по отношению к кандидатам

Кандидат — действующий губернатор
Наш губернатор
Свой
Наш

Оппоненты

Противник — бывший банкир из Тюмени, называющий себя председателем Партии пенсионеров

Чужой

Чужак

Чуждый

Заезжий

Гастролер

Скандальный

Сомнительный

Слова, которые необходимо как можно чаще употреблять во всех текстах позитивной рекламы

Защита

Север

Северяне

Надежный

Надежда

Свой

Чужой

Забота

Тепло

Теплее

Благодаря

Благодарность

Строительство

Фундамент

Мудрость

Жизнь

Каждый

Достойный

Достоинство

Достояние

Челябинская область: сценарий победы

Выборы губернатора Челябинской области-2000

Челябинские выборы губернатора 2000 г. являются весьма поучительной иллюстрацией известного тезиса ведущего специалиста по массовым коммуникациям Жака Сегела: выборы не выигрывает одна из сторон, их проигрывает другая. *Для победы зачастую недостаточно самому грамотно провести кампанию, нужно еще, чтобы оппонент допустил ошибку.* В данной ситуации несколько оппонентов действующего губернатора допустили значимые ошибки, которые в совокупности позволили Петру Сумину сохранить свое кресло.

Смысл событий

На протяжении практически всего 2000 г. *основными претендентами велась упорная борьба за поддержку со стороны Кремля.* Напомним, что позиция Москвы сыграла не последнюю роль в исходе предыдущих выборов губернатора Челябинской области. Губернатор Вадим Соловьев в течение длительного времени опирался на группу «кремлевских авторитетов» Коржаков—Барсуков—Илюшин (с последним его связывали дружеские отношения). После устранения «кремлевских авторитетов» из окружения президента Ельцина летом 1996 г. Соловьев потерял опору в Москве, а новой не нашел — группировки Чубайса и Черномырдина не стали делать на него ставку, и ОРТ в ноябре—декабре 1996 г. буквально «размазало» челябинского губернатора в цикле передач под названием «Время выбора Ч».

Сумин, который длительное время был связан на федеральном уровне с группой Скокова, а затем стал доверенным лицом Зюганова (весной 1996 г.), в глазах Москвы долгое время выглядел «чуждым элементом».

Несмотря на подчеркиваемую челябинским губернатором лояльность к Путину, Сумин стал для Москвы «кандидатом № 1» только в силу его высокого рейтинга (порядка 35—40% по области). Впрочем, такая позиция вполне в русле отношения Кремля к региональным выборам, которое выразилось в фактическом отказе Центра от борьбы с действующими губернаторами, если исход не гарантирован. Подтверждением тому — история с отказом Матвиенко от участия в питерских выборах, а Курский прецедент, когда после устранения Ручкого победил совсем не тот кандидат, еще раз предостерег администрацию президента от рискованных ставок.

С другой стороны, последние действия президента наводят на мысль, что *в идеале планируется создание такой системы, при которой будет неважно, кто именно является губернатором.*

Пакет президентских законопроектов, ослабляющих влияние региональных элит, был воспринят оппозицией на местах как сигнал к действию. Наиболее интересным стал воронежский прецедент — в преддверии выборов губернатора несколько десятков промышленников обратились с письмом к начальнику регионального управления ФСБ с просьбой принять участие в выборах. В Челябинской области с претензией на ампулу «верного путинца» первым выступил депутат Госдумы и владелец Челябинского кузнечно-прессового завода Валерий Гартунг, который в июне совместно с двумя другими депутатами Госдумы (коммунистом Ждакаевым и экс-олигархом Савельевым) провел в Москве пресс-конференцию, на которой заявил о якобы оказываемом на него давлении со стороны губернатора с целью принудить голосовать против президентских законопроектов.

Создание федеральных округов стало еще одним значимым фактором, который оказал влияние на политические процессы в Челябинской области. Полпред президента в Уральском федеральном округе Петр Латышев, озабоченный своим конфликтом со свердловским губернатором Росселем и судьбоносными выбо-

рами губернатора Тюмени, предпочел поддержать Сумина, с которым у него сложились нормальные отношения. К тому же Сумин, давно выказывающий недовольство чрезмерным влиянием Росселя в рамках ассоциации «Большой Урал», вполне подходил на роль противовеса Росселю.

И, наверное, самая важная для понимания смысла этих выборов общефедеральная тенденция — монополизация ряда отраслей, начало которой положила громкая «алюминиевая сделка», и потенциальное усиление подобных тенденций в черной металлургии, предприятия которой являются стеновым хребтом Челябинской области. Ряд московских и транснациональных финансово-промышленных групп проявляет нешуточный интерес к таким предприятиям, как Магнитогорский металлургический комбинат, «Мечел», Челябинский трубопрокатный завод и т. д. Наиболее активно пока себя ведет группа Михаила Черного—Искандера Махмудова (в сферу интересов которой входит также Кыштымский медеэлектролитный завод). Заметен интерес к металлургии области «Газпрома» и его дочерних структур («Газпром инвестхолдинг»). В связи с этим один из высокопоставленных чиновников областной администрации произнес весьма поучительный афоризм: «Дело не в том, отдаваться московским группам или нет, а в том, на каких условиях это произойдет».

Позиция «московских челябинцев» во многом определялась именно экономическими соображениями. Так, например, вице-премьер правительства РФ Виктор Христенко, известный своими тесными связями с руководством ММК, негласно поддержал кандидатуру Сумина, хотя на прошлых выборах губернатора находился с ним по разные стороны баррикад.

Борьба за Магнитку и УралАЗ придала дополнительную остроту выборам губернатора, а на все это наложился еще и личностный фактор. Уже за месяц до выборов стало понятно, что Сумин будет повторно избран губернатором. Ни у одного из его оппонентов не хватало времени и сил, чтобы всерьез претендовать на победу. Однако поскольку предполагалось, что это бу-

дет последний срок Сумина, *выборы приобрели характер «праймериз» к следующим губернаторским выборам*. И тут уже принципиальное значение приобрело второе место, поскольку занявший его кандидат получал возможность претендовать на статус «политика № 2» в регионе. Борьба за второе место между Гартунгом и Гришанковым придавала выборам дополнительную интригу. Немудрено, что в этих условиях конкуренции претендентов не удалось создать единую антигубернаторскую коалицию.

С другой стороны, руководитель избирательной кампании Сумина Андрей Косилов также не скрывал своих губернаторских амбиций. Он настойчиво порывался участвовать в дебатах с претендентами, чтобы тем самым подтвердить свой статус «преемника», и в то же время активно светился в СМИ.

Правила игры

На выборах выигрывает тот, кто определяет правила игры. Это относится как к местному законодательству о выборах, так и к формированию информационной повестки дня. Следует отметить, что правила игры на первом этапе формировала именно команда действующего губернатора.

В мае 2000 г. администрации области удалось провести через Законодательное собрание изменения в Уставе области, предусматривающие увеличение срока полномочий губернатора и депутатов до пяти лет. В новой редакции Закона о выборах губернатора удалось сохранить норму, согласно которой для победы в первом туре достаточно набрать более 25%. Кроме того, был утвержден смехотворный размер избирательного фонда кандидата в губернаторы — 30 тысяч долларов.¹

¹ Как минимум пять из кандидатов в губернаторы, по нашей экспертной оценке, потратили на свои выборы на порядок больше, чем разрешено законом: Гартунг — около 10 млн долларов, Сумин — 3–4 млн (хотя если пересчитать по рекламным расценкам те объемы эфирного времени и печатных площадей, которые были предоставлены действующему губернатору, то сумма будет в районе 8–10 млн), Уткин — около 2 млн, Гришанков — порядка 1,5 млн, Филичкин — около 600 тысяч.

На этот момент оппозиция обратила внимание слишком поздно, когда что-либо изменить было уже невозможно.

Логика дальнейшего политического поведения Сумина была основана на изменении его электоральной базы поддержки. В ходе выборов губернатора 1993 и 1996 гг. наибольшей популярностью Сумин пользовался в сельских районах, в депрессивных «шахтерских городах» и территориях так называемой «горнозаводской зоны», а в крупных городах (Челябинск и Магнитогорск) его позиции были слабее. К 2000 г. поддержка губернатора у шахтеров и горнозаводчан значительно снизилась, что связано с более низким уровнем жизни и появлением новых ярких фигур из числа депутатов-одномандатников — Гартунга в Советском избирательном округе и Гришанкова в Кыштымском. Зато в благополучных Челябинске и Магнитке рейтинг губернатора как никогда высок и на старте кампании колебался в диапазоне 45—50%.

В связи с этим *Сумин сделал ставку на союз с мэрами Челябинска и Магнитогорска Тарасовым и Анискушиным* (это в совокупности примерно 1 100 000 избирателей из 2 650 000). Тарасов, который еще совсем недавно питал собственные губернаторские амбиции, в условиях снижения своего рейтинга в рамках города был вынужден сосредоточиться на мэрских выборах.¹

В то же время *по отношению к мэрам депрессивных территорий избрана другая тактика — их используют в качестве громоотвода.* Об этом свидетельствует резкое заявление Сумина о том, что он отказывается работать с мэром Карабаша Дзугаевым, от которого губернатор потребовал уйти в отставку. Демонстративно игнорировался губернатором традиционно нелюбимый областью мэр Златоуста Мальцев. Мэр Миасса Жмаев, хотя и принадлежит к команде Сумина, рискнул

¹ В качестве весьма успешного проекта по «усмирению» Тарасова можно назвать раскрутку руководителя областного Комитета по экономике и лидера регионального «Единства» Владимира Дятлова, который делал недвусмысленные намеки на то, что он готов баллотироваться в мэры Челябинска, и тем самым создавал дополнительный предмет для торговли областных властей с Тарасовым.

по ряду вопросов примкнуть к Гартунгу, с которым его объединяет нелюбовь к внешнему управляющему Уральского автомобильного завода Панову.

Другим имиджевым ресурсом губернатора стала *блокировка с успешными промышленниками*. С одной стороны, это руководители традиционно успешных металлургических предприятий (ММК, ЧЭМК, КМЭЗ, «Магnezит» и т. д.), с другой — внешние управляющие предприятий, подвергшихся процедуре банкротства (УралАЗ, ЧТЗ, ЗМЗ и т. д.). Внешние управляющие (как, например, Валерий Панов на УралАЗе), которые начали выплату заработной платы и демонстрировали позитивные сдвиги в работе своих предприятий, достаточно быстро становились популярными фигурами. При этом значительно усилилась персонификация областной политики — в информационных сообщениях о деятельности областных властей губернатор стал упоминаться гораздо чаще, в то время как на второй план отошел заместитель по промышленности Владимир Уткин. Зато активизировался другой заместитель Сумина — Андрей Косилов.

Сумин начал череду поездок по территории области. Особое внимание уделялось Магнитогорскому металлургическому комбинату. Пропагандистским проигрышем Сумина явилось решение правительства о строительстве «Стана-5000» на НТМК, но губернатор попытался несколько отыграть ситуацию при помощи жестких заявлений о том, что реально подобный стан может быть построен только в Магнитке, а челябинские трубопрокатчики все равно будут выпускать трубы для «Газпрома». В очередной раз произошел пуск злополучной взлетно-посадочной полосы Челябинского аэропорта, строительство которой было заморожено сразу после прихода Сумина к власти.

Для привлечения сельского электората началась демонстрация активной работы администрации по решению проблем села — газификация, обеспечение GSM, регулярные визиты губернатора в глубинку (естественно, освещаемые СМИ). Проведенные весной — летом 2000 г. фокус-группы выявляли зачастую парадок-

сальную мотивацию избирателей — на селе они готовы были поддержать губернатора за то, что он заботится о промышленности, а, например, в Магнитогорске — за то, что поднимает сельское хозяйство.

Естественно, на губернатора работали такие значимые факторы, как благоприятная экономическая конъюнктура и деятельность правительства РФ по решению социальных проблем (выплата пенсий, детских пособий, заработной платы работникам бюджетной сферы).

Наиболее громким информационным поводом в рамках всероссийских СМИ для губернатора стала гибель в Аргуне челябинских милиционеров. Практически все телевизионные каналы и информационные агентства растиражировали эмоциональное высказывание Сумина о том, что он прекращает всю добровольную помощь Чечне.

К 9 мая все ветераны войны и тыла в области (более 300 тысяч) получили персональные поздравления от губернатора. Продолжилось усиление информационного холдинга администрации — начала выходить еженедельная вкладка в городские и районные газеты «Губерния» (суммарный тираж 270 тысяч экз.), увеличилось количество выходов официозной газеты «Южноуральская панорама» (с одного до трех раз в неделю), новости официозного «Восьмого канала» дублировались на 36-м дециметровом канале, сменило собственника информационное агентство «Урал-пресс». В противовес рекламе Детского фонда Валерия Гартунга появились щиты, рекламирующие всевозможные областные программы.

Рейтинг Сумина по области достиг к маю 2000 г. примерно 40%. В этих условиях ему было гораздо легче вести переговоры с Москвой о поддержке своей кандидатуры на предстоящих выборах. Хотя оппоненты Сумина и попытались использовать тот факт, что в Челябинской области Путин набрал менее 50%, но свой первый визит после избрания президент совершил именно в Челябинскую область.

На фоне позитивной динамики рейтинга губернатора в мае 2000 г. началась предвыборная кампания Вале-

рия Гартунга. Причем повод для старта дала именно команда Сумина. Организованная налоговой полицией проверка на принадлежащем Гартунгу ЧКПЗ спровоцировала его на заявление, что на него как на депутата Госдумы оказывается давление с целью заставить его голосовать против президентских законопроектов о реформе вертикали власти. Эмоциональная реакция Сумина, который решился на дебаты с Гартунгом в прямом эфире ОРТ, принесла молодому депутату дополнительные очки — он зарекомендовал себя основным оппонентом губернатора. Создавалось такое впечатление, что *в окружении Сумина появился неформальный «клуб друзей Валерия Гартунга»*. Вслед за этим конфликтом налоговая полиция растиражировала в СМИ сведения о принадлежащей Гартунгу недвижимости в Испании, которые судом были признаны ложными. Кто-то из чиновников додумался дать указание демонтировать в Челябинске и Магнитогорске рекламные щиты Детского благотворительного фонда Валерия Гартунга.

Каждое из этих событий давало Гартунгу информационный повод и трибуну в СМИ. Кроме того, он начал выпускать газету «Народный депутат» тиражом 500 тысяч экземпляров. Под эгидой Гартунга в городах и районах области организуются концерты «Играй, гармонь». Началось очень плотное использование федеральных информационных каналов.¹ Не избежал Валерий Карлович и любимой забавы провинциальных депутатов — пикировки с Жириновским. Слава богу, обошлось без взаимного обливания соком.

Идеология кампании Гартунга очень проста — область может жить гораздо лучше, губернатор не платит детские пособия, а его команда постоянно конфликтует и занимается переделом собственности. При этом Гартунг начал активную борьбу за «левый» электорат, как в идеологическом плане, так и в кадровом, привлекая к работе бывших партийных работников. Для элиты использовалась модель «Гартунг — преемник Хрис-

¹ Впрочем, с федеральными СМИ, видимо, не все гладко, о чем говорит отмена уже проанонсированного появления Гартунга в программе «Зеркало».

тенко как потенциального кандидата в губернаторы», которая мягко внедрялась через федеральные СМИ, хотя, на наш взгляд, не очень успешно.

Конфликт Сумин—Гартунг несомненно обеспечил Гартунгу позицию основного оппонента Сумина и увеличил его известность. С другой стороны, *накал этого конфликта начал вызывать негатив у избирателей*. Если в ходе своих кампаний в Госдуму Гартунг использовал образ «хорошего человека, которого обижают», то на старте губернаторских выборов за пределами своего округа он проскочил стадию позитивного позиционирования и начал создавать узнаваемость за счет скандала. При этом его конфликт с Суминым, имеющим высокий позитивный рейтинг, автоматически создавал Гартунгу высокий антирейтинг и образ скандалиста.

Этим не преминул воспользоваться другой депутат Госдумы — подполковник ФСБ Михаил Гришанков. В классическом треугольнике из психоанализа «жертва—преследователь—избавитель», где Гартунг играет роль жертвы, а Сумин — преследователя, Гришанков выбрал наиболее выгодную роль «избавителя». На своей пресс-конференции в середине июня он призвал губернатора и своих коллег-депутатов к конструктивной работе, заняв тем самым позицию арбитра.

Второй ход Гришанкова был связан с использованием ажиотажа по поводу активно распространяемых слухов¹ о том, что Искандер Махмудов финансирует предвыборную кампанию Гартунга в обмен на контроль над ММК. Гришанков выступил с заявлением, что олигархи стремятся использовать предстоящие выборы для передела собственности и он намерен этому противостоять.² В связи с серьезной опасностью для области Гришанков предложил депутатам областного Законодательного собрания пересмотреть нормы закона о выборах губернатора, доведя планку для победы в первом туре до 50%.

¹ Газета «Деловой Урал» в качестве источника этих слухов указала на «желтый дом», что очень похоже на правду.

² Естественно, это была и «прививка» на будущее, чтобы не дать возможности обвинять самого Гришанкова в союзе с олигархами.

В отличие от Гартунга, который начал вести экстенсивную работу по всей области, *Гришанков выбрал тактику сегментированного воздействия в рамках своего Кыштымского округа, соседнего Златоустовского и Магнитогорска.*

Основной сильной стороной выходца из ФСБ Гришанкова являлась его «социальная близость» к наиболее влиятельной группе в окружении президента — силовикам. Сам Гришанков заявил о себе как о «человеке команды Путина», тем более что на выборах президента он — как, впрочем, и Гартунг — был доверенным лицом Путина.

Глава крупнейшего хлебного холдинга и депутат Госдумы Михаил Юревич в ситуации пока еще неявного раскола Гартунга и Гришанкова занял нейтральную позицию, предоставляя им обоим трибуну на страницах изданий собственных СМИ, которые развернули масштабную кампанию против близкого губернатору руководства Законодательного собрания. В значительной степени смыслом этой активности был торг по поводу контроля над Облгазом. Впоследствии Юревич, при внешнем сохранении нейтралитета, не препятствовал тому, чтобы его люди активно работали в штабе Сумина.

Тем временем *число потенциальных претендентов на губернаторский пост сокращалось.* Ушел в Москву на должность заместителя Чубайса глава «Челябэнерго» Воронин. Сохранил кресло вице-премьера Христенко. Заявил об отказе от губернаторских амбиций гендиректор ММК Рашников. Удалось отговорить от выдвижения своей кандидатуры лидера местных коммунистов Петра Свечникова.

Формирование сценария выборов

В августе—сентябре накал губернаторской кампании уже ощущался повсю. Массовый выброс газеты Гартунга «Народный депутат», насыщенной критическими материалами в адрес Сумина, закрепил за ним репутацию

скандалиста. В это же время было принято окончательное решение об участии в выборах Михаила Гришанкова, однако с ним сыграло дурную шутку недолгое присутствие в его штабе московских консультантов. Москвичи руководствовались идеей о том, что сценарий «Гартунг — основной оппонент Сумина» необходимо срочно поменять на сценарий «Гришанков — основной оппонент Сумина». В качестве инструмента были выбраны жесткие и бездоказательные (с точки зрения значительной части электората) обвинения в адрес губернатора и его окружения («Треть руководства области должна сидеть в тюрьме»), растиражированные в газете «Челябинская область» и ее анонсах на телевидении и радио (ОРТ, РТР, НТВ, ЧГТРК, «Восточный экспресс»).

Как и Гартунг, Гришанков проскочил этап позитивного позиционирования. В результате на самом деле *был сформирован выгодный губернаторской команде сценарий «Сумин и все остальные»*. Образы Гришанкова и Гартунга практически слились воедино, чему немало поспособствовал и сам Гартунг, который также запустил теле- и радиоанонсы своей газеты «Народный депутат». Впрочем, здесь Гартунг исходил из вполне рациональных мотивов, справедливо полагая, что при его более высокой известности он имеет больше шансов перетянуть к себе потенциальные голоса Гришанкова. Таким образом, *два изначально перспективных кандидата в губернаторы сами заперли себя в электоральное гетто крайне протестного электората (порядка 20%) и сделали все возможное для роста своего антирейтинга*. Для Гришанкова эти действия имели еще одно неприятное последствие — его избиратели в Кыштымском округе, привыкшие к сдержанной стилистике своего депутата, вдруг увидели совершенно другого человека и оказались дезориентированы.

В то же время *Сумин получил новый ресурс для роста своего электората — ореол жертвы, незаслушено обиженного человека*. Сценарий кампании сформировался сам собой: губернатор работает, а двое молодых да ранних депутатов поливают его грязью, причем непонятно, на чьи деньги. Уж не олигархи ли

стоят за ними? В этом духе и начала работать губернаторская пропагандистская машина (которая была усилена тиражом газеты «Возрождение Урала» в один миллион экз.): статьи и письма читателей, опросы людей на улицах и т. д.

Параллельно были предприняты усилия для пресечения показа анонсов оппозиционных газет, к чему подключился председатель облизбиркома Позин. В итоге к концу октября практически все телевизионные каналы отказались от размещения анонсов (вплоть до дня выборов продолжалась трансляция анонсов «Челябинской области» только на Магнитогорск и горнозаводскую зону). Развернулась активная работа по пресечению распространения оппозиционных газет — вплоть до скупки их у распространителей.

Выдвижение Сумина в губернаторы было проведено с максимальной помпой: после проведения первого собрания на ММК началась волна выдвижений в трудовых коллективах, что несомненно, с точки зрения буквы закона, могло быть охарактеризовано как преждевременная предвыборная агитация.

В середине октября началась активная фаза предвыборной кампании. Попробуем более подробно проанализировать стратегии основных кандидатов.

Петр Сумин: курочка по зернышку клюет



Петр Сумин

В условиях 40%-го рейтинга действующему губернатору достаточно было удерживать существующие позиции и не допускать чрезмерного роста рейтинга оппонентов.

Поскольку действующее законодательство позволяет государственным чиновникам «категории А» не уходить в отпуск на время кампании, Сумин имел возможность, оставаясь на рабочем посту, совершенно бес-

платно рекламировать себя в СМИ. Визиты высоких государственных чиновников и просто статусных лиц (вице-премьера Матвиенко, председателя Верховного суда Лебедева, главы «Газпрома» Вяхирева и, наконец, самого президента Путина) помогали укреплять авторитет губернатора. Несколько раз в поддержку Сумина высказался уральский полпред Петр Латышев.

На эти выборы Сумин шел уже не как кандидат от «Возрождения Урала», а как кандидат, поддержанный «Возрождением Урала». Но, естественно, вся организационная машина движения работала на губернатора.

Удалось организовать поддержку кандидатуры Сумина со стороны практически всех влиятельных федеральных партий (за исключением «Отечества», которое раскололось и приняло решение о поддержке и Сумина, и Гришанкова)¹. Даже региональное отделение СПС, контролируемое бывшим председателем областного Госкомимущества, а ныне депутатом Госдумы Головлевым, заявило о том, что склоняется к поддержке Сумина и ни в коем случае не поддержит «силовика» Гришанкова. Следует отметить, что в годы своей работы в ФСБ Гришанков участвовал в расследовании дел, связанных с приватизацией в Челябинской области, и даже лично арестовывал помощника Головлева в здании Государственной думы. Поэтому кандидаты от СПС в областное Законодательное собрание активно поливали Гришанкова как наследника НКВД 1937 г., чем, на самом деле, укрепляли его базовый электорат.

Особое внимание штабом Сумина уделялось размещению материалов в федеральных СМИ. Их электоральный эффект был, разумеется, невелик, но важно было продемонстрировать Москве устойчивость позиций губернатора. Размещение в федеральных СМИ материалов о «южноуральском экономическом чуде» обходилось, по экспертным оценкам, примерно в 200 тысяч долларов в месяц.

¹ Впрочем, это не помешало депутату Госдумы от «Отечества» Крюкову выступить от имени областной организации в поддержку Сумина.

На старте кампании в крупных городах появились рекламные щиты с Суминым и Путиным, а немного погодя — щиты с Суминым и челябинскими спортсменами — призерами Олимпиады.

Сумин наконец-то перешел к правильной линии поведения по отношению к оппонентам — отказу от полемики. В качестве спарринг-партнера для других кандидатов начал с готовностью выступать претендующий на роль преемника Косилов.

В то же время развернулась критическая кампания в адрес Гришанкова и Гартунга по поводу их голосований в Государственной думе. При этом у губернатора ситуация была беспроегрешная, поскольку, как известно, в Совете Федерации нет поименного учета результатов голосования. Атака же по личностям оппонентов имела разную степень эффективности: если против Гартунга была выбрана правильная модель создания образа «нового русского», убийственного для политика, ориентированного на протестный электорат, то попытки доказать коррумпированность «борца против коррупции» Гришанкова, судя по результатам социологических исследований, оказались по большому счету безуспешными. Впрочем, хотя подобная контрпропаганда лишь в незначительной степени вызывала отток избирателей от оппонентов губернатора, она несомненно осложняла приток к ним новых избирателей.

Отдельные неприятности причиняли оппозиционным кандидатам, в первую очередь зарегистрировавшемуся первым Валерию Гартунгу, сопровождающие их встречи команды клакеров, задававших каверзные вопросы. Встречи стенографировались, а затем эти стенограммы достаточно ехидно комментировались в газете «Возрождение Урала».

Поскольку протестное поле и без того было перегружено, команда Сумина практически не инициировала выдвижение дополнительных кандидатов. Роль «дублера» губернатора (на случай, если его оппоненты решат все вместе снять свои кандидатуры) играл никому не известный предприниматель Зотов. Возможно, штабом Сумина было инициировано выдвижение мили-

цейского подполковника Абубакирова в качестве имиджевого двойника Гришанкова.¹

Центральным событием кампании несомненно стал визит в Челябинскую область Владимира Путина. Несмотря на то, что его программа была значительно сокращена, сам факт приезда президента в регион всего за пару недель до выборов работал на действующего губернатора и добавил в копилку Сумина не менее 5% голосов.

Общий итог выборов — 58% голосов за Сумина при явке в районе 50% — кажется достаточно близким к реальным результатам волеизъявления жителей области. Если фальсификации и были (вероятнее всего, в Магнитогорске, на селе и ряде городов горнозаводской зоны), то вряд ли они превысили 3—5%, а потому на общий результат выборов повлиять уже не могли.

Валерий Гартунг, красивый и решительный, или Один и тот же фокус два раза не показывают

Успешный предприниматель Валерий Гартунг дважды — в 1997 и 1999 гг. — был избран депутатом Госдумы по Советскому округу в ситуации жесткого противостояния кандидатам, поддержанным областными властями. Причем если в 1997 г. его оппонентом был член «ЗВУ» Юрий Горбунов, то в 1999 г. Гартунг боролся против одного из богатейших людей области — Александра Аристова. Отстаивая свое место в Госдуме от Аристова, Гартунг успешно использовал технологию «двойника» — дублировал все основные ходы оппонента, доказывая тем самым избирателям, что он такой же, только лучше (уже работает в Думе, не



Валерий Гартунг

¹ Впрочем, поскольку против Абубакирова было возбуждено уголовное дело, вполне возможно, что он выдвинул свою кандидатуру просто для получения кандидатского статуса и тем самым передышки от проблем с законом.

имеет судимости и не повязан с областной властью). В борьбе с человеком, имевшим на тот момент устойчивый имидж «нового русского», Гартунгу удалось привлечь на свою сторону значительную часть левых избирателей. Выиграв выборы 1999 г. с преимуществом всего в 3%, Гартунг, вероятно, уверовал в успешность негативных кампаний и эффективность технологии «двойника», не понимая принципиальных отличий думской кампании от губернаторской.

В одной из своих аналитических записок¹ мы уже отмечали, что Валерий Гартунг не умеет бороться против кандидатов, располагающих своей устойчивой электоральной группой. Выбирая стратегию контрхода, консультанты Гартунга не учли фактора высокого стартового рейтинга Сумина.

Была допущена принципиальная технологическая ошибка — Гартунг зарегистрировался самым первым, что, конечно, дало ему возможность именоваться «кандидатом № 1»², но он попал в ловушку мизерного избирательного фонда.

Кроме того, была в принципе неправильно выбрана электоральная ниша. Наиболее легко молодому успешному бизнесмену Гартунгу было бы позиционироваться в так называемой «демократической» нише (порядка 30% от числа избирателей). Однако он, опираясь на опыт своих предыдущих кампаний, включился в безнадежную борьбу за «левый» электорат (не учитывая, что оппоненты теперь совсем другие и конкуренция здесь гораздо выше). В качестве основного проекта было выбрано создание патриотического движения «Танкоград», в которое вступило несколько маргинальных организаций, а во главе оказался бывший координатор ЛДПР Яловенко. В итоге, *практически не приобретая новых левых избирателей, Гартунг оттолкнул от себя значительную часть демократов*. Естественно, «демократическому» электорату

¹ Летом 1998 г.

² Кстати, этот ход он позаимствовал у своего оппонента на выборах-1999 Александра Аристова, как, например, и идею об организации экскурсий на свое предприятие, где экскурсантов можно угощать и агитировать.

претила и чрезмерная агрессивность кампании Гартунга.

Особенно поразительно обилие негатива в рекламных носителях Гартунга, если учесть, что его штабом специально для слива компромата был выдвинут подполковник милиции Филичкин. Другой функцией Филичкина было оттягивание голосов Гришанкова. Однако *проект «Филичкин» оказался напрасной тратой денег*. Если полевые структуры Гартунга были, наверное, лучшими в этой кампании, то построить параллельную сеть распространения для Филичкина оказалось невозможным, поэтому немалые тиражи газеты «Бизнес-класс» (500 тысяч экз.) практически не доходили до избирателей. Кроме того, тандем как бы респектабельного Гартунга и скандального Филичкина оказался достаточно прозрачным и не пошел на пользу репутации Валерия Карловича.

Максимальный рейтинг (около 20% по области) был достигнут Гартунгом в конце октября. После этого он только терял. С упорством, достойным лучшего применения, штаб Гартунга продолжал реализовывать явно неработающую модель. Еще в начале ноября можно было исправить ситуацию¹ — достаточно было на пару недель вообще уйти из информационного пространства и вернуться уже на позитиве. Вместо этого *Гартунг продолжал вызывать оскомины у избирателей*.

На фоне постоянно растущего антирейтинга в минус начали играть даже такие изначально выигрышные проекты, как адресная рассылка именных писем кандидата пенсионерам. Негативный эффект вызвал явно непродуманный текст письма, которое многими было воспринято как попытка банального подкупа. Следует отметить рассогласованность рекламных носителей и идеологии кампании. Человеку, который в качестве одной из ключевых тем своей кампании заявляет экологию, нельзя представлять на буклете на фоне дымящих-

¹ Не до такой степени, чтобы победить, но вполне достаточно для того, чтобы занять второе место.

ся труб. Впрочем, неразбериху, царившую в штабе Гартунга, иллюстрирует тот факт, что тиражи нескольких газет были уничтожены уже в типографии.

Последние информационные поводы, организованные командой Гартунга, — судебный иск об отмене регистрации Сумина и «захват» ЧГТРК с целью потребовать дополнительное эфирное время, — вновь были выдержаны в негативном ключе.

Появившиеся на последней неделе кампании спецвыпуски «Народного депутата» — «Любовь» и «Доброта», посвященные благотворительной деятельности Гартунга и его личной жизни, вышли явно не на том этапе. Подобные объекты имело смысл выпускать на мотивационном этапе, примерно за месяц—полтора до выборов, а не на финише, когда главной задачей становится явка «своих» избирателей, а не привлечение новых (тем более что за неделю до выборов новых избирателей можно привлечь только очень точечным воздействием, а не достаточно абстрактными материалами).

Итог закономерен — Гартунг скатился на третье место (14%), проиграв Гришанкову, который в несколько раз уступал ему по финансовым ресурсам. Половину голосов Гартунг набрал в своем избирательном округе, в то время как его экспансия в область оказалась unsuccessful.

На наш взгляд, у Гартунга был элегантный выход из патовой ситуации. Поскольку его командой было допущено значительное количество нарушений избирательного законодательства, поводов для снятия Гартунга с выборов было более чем достаточно. Другое дело, что команде Сумина, которая была в курсе рейтингов основных претендентов, было незачем организовывать этот процесс. Гартунг через подставное лицо вполне мог сам инициировать иск в суд об отмене решения о его регистрации как кандидата в губернаторы и даже обеспечить суд необходимыми фактами (лучше не бесспорными, чтобы иметь возможность опротестовывать решение о снятии).

Будучи снятым с выборов, Гартунг получал возможность «сохранить лицо» и уйти непобежденным; более того, в очередной раз приобрести ореол жертвы. По-

сле выборов открывалась неограниченная возможность для интерпретации их итогов, например, что 50% избирателей, которые не пришли на выборы, или их большая часть — это избиратели Гартунга. Вполне можно было говорить, что Гартунг победил бы, если бы не отмена регистрации, а на следующих выборах уж точно победит. Но Валерий Карлович предпочел идти до конца и испить до дна горькую чашу поражения.

Михаил Гришанков: Путин нас поддержит

После роковой ошибки на старте кампании штаб Гришанкова искал пути перестройки стратегической линии. Причем встала проблема не только содержательная, но и собственно донесения информации до избирателя, поскольку оппоненты начали перерубать информационные каналы (сначала запрет телеанонсов «Челябинской области», затем организационный провал с распространением самой газеты). Для того чтобы пойти по пути Гартунга и плотно задействовать FM-станции, финансов было явно недостаточно.

Поэтому были использованы методы PR. *Гришанков сделал ряд шагов навстречу Сумину, предлагая ему варианты сотрудничества.* Сначала Гришанков предложил Сумину объединить усилия против покушающихся на промышленность области олигархов. Затем он выдвинул губернатору *пять условий*, при выполнении которых готов был отказаться от участия в выборах: прекращение политики передела собственности, изменение социальной политики, принятие мер, препятствующих оттоку капиталов из региона, признание наличия в области наркоэпидемии и ВИЧ-эпидемии, а также увольнение скомпрометировавших себя заместителей. Это заявление было сделано в нарочито жесткой форме, чтобы спровоцировать полемику в официальных



Михаил Гришанков

СМИ, и Гришанков получил дополнительную бесплатную раскрутку. Основное содержание данной акции — отстройка от созданного прогубернаторскими СМИ образа молодого амбициозного политика, рвущегося во власть любой ценой. Девизом этого этапа кампании Гришанкова стала идея «Не за власть, а за совесть».

Еще одним информационным поводом стало создание под эгидой Гришанкова Центра экономической стратегии Челябинской области (естественно, напрашивается аналогия с Центром стратегических разработок). Активизировалась деятельность созданного при содействии Гришанкова центра «Челябинская область без наркотиков».

Поскольку социологические исследования выявляли симпатии части левого электората к кандидатуре Гришанкова, были предприняты определенные действия по привлечению этих избирателей — участие в презентации книги «Сталинградский характер» о генерале армии Валентине Варенникове, который в своем интервью одобрительно высказывается о Путине и самом Гришанкове, а также участие в демонстрации 7 ноября во главе колонны общественного движения «Вдохновение» (губернатор это мероприятие проигнорировал, чем весьма расстроил коммунистов).

Однако удачные идеологические находки до избирателей зачастую не доходили — полевая работа велась крайне слабо, информационные каналы были недостаточными. Рейтинг Гришанкова оставался в районе 10%, а значит, рассчитывать на поддержку Кремля не приходилось.

Вообще, *в значительной степени кампания Гришанкова была калькой с президентской кампании Путина с одним важным исключением — отсутствием соответствующего административного и информационного ресурса.* Намеки на принадлежность к президентской команде не находили подтверждения в конкретных действиях и заявлениях должностных лиц.¹

¹ Хотя надо отметить интересную технологию команды Гришанкова — регулярное размещение в газете «Челябинская область» перепечаток интервью со статусны-

Наоборот, заявления представителей Кремля в пользу Сумина ближе к выборам становились все более недвусмысленными. Естественно, в администрации президента были симпатии к «социально близкому» Гришанкову, но скорее как к потенциальному кандидату в следующем электоральном цикле.

Дополнительным информационным ресурсом для Гришанкова стало размещение в «районках» благожелательных по отношению к нему аналитических материалов и появление на некоторых местных каналах телепередачи «Уральское обозрение». Однако охват этих каналов был явно недостаточен.

Оставалась надежда на *предфинишный спурт*. В последние три недели штаб Гришанкова перешел от разности агитационных материалов по почтовым ящикам на систему пикетов. В свет вышли два номера аналитической газеты «Рубикон». Были выпущены спецвыпуски газеты для разных территориальных групп («Сельская газета», «Шахтерская правда», «Магнитогорск», «Миасс», «Златоустовская правда», «Троицкая правда»). Гришанков резко выступил против непопулярных мэров Златоуста, Миасса, Озерска и Катав-Ивановска, благодаря чему обеспечил себе скачок рейтинга в этих территориях.

Последние политические заявления Гришанкова ставили своей целью зацементировать его базовый электорат сторонников «сильной личности». Обнародовав факты, свидетельствующие о коррумпированности чиновников администрации области и в очередной раз помянув недобрым словом приватизатора Головлева, Гришанков в то же время высказал готовность привлечь в свою команду сильных профессионалов вне зависимости от их политических симпатий (гендиректора ММК Рашникова, ректора МГПУ Романова, мэров Трехгорного и Верхнего Уфалея Лубенца и Абдурахимова; естественно, все они — высокорейтинговые персоналии).

ми лицами, в том числе с заместителями главы администрации президента (для придания дополнительной весомости фигуре кандидата). Подобная же технология «склейки» использовалась в отношении имеющего высокий рейтинг в Челябинске Юревича, интервью с которым охотно печатала «Челябинская область».

Рекламная продукция Гришанкова, в отличие от Гартунга, была выстроена в единой стилистике (в качестве музыкальной фразы была выбрана мелодия из «Семнадцати мгновений весны») и, несмотря на гораздо меньшие объемы, обращала на себя внимание и хорошо запоминалась (особенно мультипликационный видеоролик).

Второе место Гришанкова вполне закономерно и заслуженно.

Владимир Уткин: где я раньше был?



Владимир Уткин

Выдвижение первого заместителя Сумина, осуществленное в самый последний момент, стало сенсацией этих выборов. В какой-то мере это было жестом отчаяния — долговременный внутренний конфликт в исполнительной власти достиг своего апогея, и Уткин понимал, что после выборов он в любом случае не сможет работать в команде губернатора. Сам Сумин охарактеризовал поступок своего заместителя как предательство. Уткин же, не ска-

зав худого слова в адрес губернатора, весьма жестко высказался в адрес его окружения. Однако каких-либо конкретных фактов избиратели опять не услышали. Уткин был единственным из кандидатов, кто напомнил о том в общем-то бесспорном факте, что злокозненные олигархи и вождельные стратегические инвесторы — это на самом деле одни и те же люди. Но у избирателей он все же поддержки не обрел. К тому времени Гартунг уже сделал все возможное, чтобы сцементировать электорат Сумина.

Несмотря на широкие связи среди промышленников и неплохие позиции внутри движения «ЗВУ», Уткину не удалось создать мощную элитную коалицию. Поскольку мало кто верил в его победу, даже люди, лично

обязанные ему своим возвышением, в массе своей остались на стороне Сумина.

Следует отметить неправильную территориальную стратегию Уткина — вместо того чтобы попытаться реанимировать свой электорат в Советском округе, он решил зачерпнуть широким бреднем — отправился в вояж по горнозаводской зоне, где его содержательная известность была невелика. Результат Уткина (всего 3%) при правильной организации кампании мог бы быть гораздо выше.

Пропавшая коалиция

Впрочем, во многом относительная неудача Уткина в ходе выборов губернатора объясняется неукоснительным выполнением с его стороны договоренностей с Валерием Гартунгом, в частности о том, что Уткин не будет активно работать в шахтерских городах. Однако ситуацию это не спасло.

На старте кампании прошли переговоры Гартунга и Гришанкова о том, что они идут параллельным курсом, не критикуют друг друга, а ближе к выборам еще раз проводят переговоры о возможном снятии одной из кандидатур. Однако *однотуровые выборы не располагают кандидатов к корректности по отношению друг к другу*. Уже в сентябре Гартунг через газету своего оруженосца Филичкина «Бизнес-класс» начал атаку на Гришанкова, обвинив его в том, что тот специально выдвинут областными властями для оттягивания голосов Гартунга. Да и само выдвижение Филичкина было явно недружественным шагом. Не удалось разделить и территориальные зоны влияния — свою кампанию Гартунг начал с объезда именно Кыштымского округа, вотчины Гришанкова, тем самым бросая ему вызов. Постепенно «Бизнес-класс» перешел на личные оскорбления в адрес Гришанкова; впрочем, слабая система распространения этой газеты послужила причиной тому, что электоральных последствий «наезды» на подполковника ФСБ практически не возымели, зато отношения меж-

ду претендентами подпортили. Более респектабельные издания (такие, как «АиФ-Челябинск») выдерживали более мягкую линию по отношению к Гришанкову — дескать, он все равно снимет свою кандидатуру в пользу Гартунга.

В то же время сам *Гартунг применял против Гришанкова излюбленную им стратегию «двойника»*, перехватывая как его технологические ходы (анонсы газеты), так и ключевые темы — борьбу с наркоманией, проблему низкой рождаемости и т. д.

Новым ходом стало широкое распространение в элитных кругах псевдоаналитического «Обзора Андрея Стольника», в последних номерах которого проводилась мысль о том, что кандидатом Кремля на выборах губернатора является Валерий Гартунг, и настойчиво муссировалась идея о том, что Гришанков — марионетка областных властей, а его спонсором является Махмудов. Самым забавным было то, что никаких аргументов в подтверждение этих тезисов квазианалитики приводить даже не пытались, видимо надеясь, что частота повторения с успехом заменяет аргументацию.

Но решающий удар против Гришанкова готовился на заключительном этапе кампании. Газеты Гартунга «Народный депутат» и «Деловой Урал» в течение длительного времени подогревали в избирателях радиофобию, а в последние недели перед выборами обвинили Гришанкова и Сумина в желании превратить Челябинскую область в «ядерную свалку». Однако к тому времени доверие к гартунговским носителям было уже подорвано, и основным последствием этих нападок стал рост рейтинга Гришанкова в ЗАТО — закрытых административно-территориальных образованиях (в первую очередь в Озерске и Снежинске), население которых жизненно заинтересовано в развитии атомной промышленности.

Команда Гришанкова тоже не оставалась в долгу перед Валерием Карловичем, но действовала более тонко. Основная идея отстройки от Гартунга заключалась в том, что он герой вчерашнего дня, «новый рус-

ский», олигарх местного разлива, который на посту губернатора будет думать только о собственной выгоде, в то время как Гришанков — человек государственного мышления. Описание сценария выборов командой Гришанкова выглядело так: «Кланы борются за власть и собственность. Клан Сумина—Косилова против клана Гартунга—Уткина. За Суминым — номенклатура и коррумпированные чиновники, за Гартунгом — олигархи. Гришанков — государственный, человек команды Путина». Подробный и внешне объективный анализ биографии Гартунга и других оппонентов (в стиле «информация к размышлению») выгодно оттенял фигуру Гришанкова.

Естественно, *взаимная критика Гартунга и Гришанкова подсаживала рейтинги и того, и другого и стала бесплатным подарком Сумину*. Совместные действия оппозиционных кандидатов были скорее исключением, чем правилом. Так, например, открытое письмо Гартунга, Гришанкова и Уткина к президенту, председателю ЦИК и избирателям Челябинской области о многочисленных нарушениях избирательного законодательства со стороны действующей власти так долго редактировалось, что было обнародовано только тогда, когда визит Путина в Челябинскую область уже стал фактом. Заявления в суд об отмене регистрации кандидата Сумина со стороны Гартунга, Уткина, Филичкина и доверенного лица Гришанкова ожидаемого эффекта не возымели.

Пикировки оппозиционных кандидатов продолжались и после выборов. Гартунг заявил, что после публикаций о нем в газетах Гришанкова руки тому не подаст; в ответ на это Гришанков напомнил о тех критических материалах, заказчиком которых был Гартунг, и добавил, что «солдат ребенка не обидит, и я Валерия Карловича не обижал». На этом фоне поспешил «подкрутиться» и Андрей Косилов, заявивший, что участие в выборах двух однотипных кандидатов планировалось и даже провоцировалось предвыборным штабом Сумина. Впрочем, образ «серого кардинала» и полити-

ческого манипулятора, который тщательно выстраивает себе Косилов, вряд ли принесет ему симпатии избирателей.

Декабрь 2000

Итоги

В заключение хочется отметить, что на инаугурации Сумина почему-то не было двух людей, внесших наибольший вклад в его победу,— автора дефолта Сергея Кириенко и «основного оппонента» Валерия Гартунга.

Так кто же все-таки победил и кто проиграл?

Несомненным победителем является Петр Сумин, и мы даже не исключили бы возможности его выдвижения и на третий срок. В последние пять лет ходит много слухов о здоровье Сумина, но это ничего не значит: вполне можно работать еще пять лет в щадящем режиме, а потом мобилизоваться за полгода до выборов. Сумин уже зарекомендовал себя как максимально лояльный Кремлю губернатор. А вот что касается его программы, в частности пункта о защите промышленности региона от олигархов, то последние события вокруг УралАЗа говорят о том, что масштабного передела собственности Челябинской области, похоже, не избежать.

Андрей Косилов серьезно упрочил свои позиции в администрации области и совсем перестал скрывать, что видит себя преемником Сумина. Правда, ему не мешало бы вспомнить, скольких своих преемников удушил в объятиях Борис Николаевич.

Второе место на выборах губернатора стало серьезным успехом для Михаила Гришанкова, который появился в политике чуть больше года назад. На короткое время он стал «политиком № 2» в Челябинской области, но его крайне незначительное присутствие в информационном пространстве в 2001 г. постепенно сводит на нет это преимущество.

Несомненно, выиграл Михаил Юревич, которому удалось провести пять своих депутатов в областное За-

конодательное собрание и в то же время не понести никаких имиджевых потерь.

Больше всех пострадал престиж Валерия Гартунга, который при весьма серьезных финансовых затратах получил более чем скромный результат. Однако Валерий Карлович продолжает проявлять свой бойцовский характер и активно светиться в областных СМИ. В своем поражении он обвиняет Гришанкова, который злодейски похитил по праву принадлежащие ему голоса. Впрочем, командой Гартунга применяются и интересные технологии, такие, например, как «размывание обоймы кандидатов» (поскольку понятно, что при составе участников «Гартунг, Гришанков, Косилов» он является потенциально самым слабым кандидатом) — близкие к Гартунгу журналисты постоянно запускают версии о возможном участии новых фигур в следующих губернаторских выборах (называют имена Юревича и нового заместителя губернатора Тимашова).

Выиграл или проиграл Владимир Уткин, мы узнаем после того, как станет известно его новое место работы.

Март 2001

Качественный анализ динамики мотивации избирателей в ходе выборов губернатора Челябинской области¹

По материалам фокус-групп и глубинных интервью

Помимо общего анализа ресурсов, существует два типа показателей, на основе которых можно судить о шансах кандидатов в предвыборной борьбе:

- *количественные* — рейтинг известности, рейтинг популярности (выбор конкретной кандидатуры), антирейтинг (кандидатура, которую избиратель не выбрал бы ни при каких условиях), процент неопределившихся избирателей;
- *качественные* — характеристики имиджа, соответствующие представлениям избирателей об идеальном кандидате (аргументы «за» или «против» того или иного кандидата).

Количественные показатели выявляются путем социологических опросов, качественные — с помощью фокус-групп и глубинных интервью.

Количественные методы исследования относятся к разряду традиционных и при точном соблюдении условий, предъявляемых к выборке, а также к проведению процедур опроса и статистической обработки, дают достоверную (но еще не полную) информацию — они фиксируют факты. Качественные методы более сложны в части анализа, могут носить субъективный характер, но зато позволяют строить гипотезы, объясняющие полученный количественный расклад, выявлять едва намечающиеся, пока еще бессознательные тенденции в восприятии избирателей. Таким образом, сочетание качественных и количественных методов в исследованиях возможного выбора дает возможность не только объяснить причины лидерства или отставания отдельных кандидатов на разных этапах предвыборной кампании, но и сделать прогноз их реальных шансов на победу.

В качественном анализе предвыборной ситуации губернаторских выборов декабря 2000 г. нас интересовало три параметра: 1) критерии выбора «своего» кандидата; 2) имиджи основных

¹ Глава написана совместно с И. Выбойщик.

претендентов и их динамика; 3) аргументация за «своего» и против других кандидатов.

1) *Критерии выбора* представляют собой перечень деловых, личностных и социально-демографических характеристик идеального кандидата. Они вычлняются в виде ключевых фраз-формулировок, отражающих:

- актуальные проблемы, волнующие жителей области («детские пособия», «рост цен», «преступность», «Челябинская область — донор, все уходит в Москву» и т. п.);
- представления о приемлемых путях решения этих проблем («Стране нужен порядок»; «Губернатор должен драть три шкуры со своих подчиненных — мэров» и др.);
- стереотипы восприятия (устойчивые мифы, связанные с восприятием власти как таковой и выборов как процесса воздействия на сознание людей) — «О нас все забыли, мы — заброшенные»; «Мы уже никому не верим»; «Все они активизируются только перед выборами, а потом пропадают»; «Все бизнесмены — воры» и т. п.;
- жизненные ценности («порядочность», «патриотизм», «человечность», «забота о людях»).

2) *Имиджи* представляют собой перечень оценок деловых и личностных качеств кандидата, его социально-демографических характеристик (пол, возраст, национальность, место жительства, профессия), которые чаще всего имеют позитивную либо негативную ориентацию. Кроме того, в имидж входят описательные характеристики, качественно отличающие кандидата от других, например — «булочник» (С. Мительман), «фээсбэшник» (М. Гришанков), «женщина с прической» (Л. Попова), «человек в кепке» (В. Уткин), «каждый четверг рассказывает о пенсиях» (А. Косилов).

3) *Аргументация «за» или «против»* представляет собой логические связки, построенные по схеме: «Буду голосовать за Сумина, потому что...», или «Кто угодно, только не Гартунг, потому что...», или «Мог бы быть Уткин, но его все равно не выберут», или «Возможно, Гришанков, но пока мало о нем знаю...».

Все три упомянутых параметра играют важную роль в анализе качественных оснований предполагаемого выбора и соотносятся между собой таким образом: на основе критериев выбора из имиджа выделяются те характеристики, которые могут служить аргументами «за» или «против» каждого кандидата. При этом аргументация выбирается на двух уровнях — сознательном или бессознательном,

в зависимости от степени информированности, типа мышления и личностных особенностей избирателя. Задача качественного исследования — уловить наиболее распространенные тенденции в этом соотношении, включая те, которые еще только намечаются и могут превратиться в один из активных ресурсов кандидата. В результате появляется возможность целенаправленно воздействовать на мотивацию людей с учетом специфики восприятия разных социальных групп.

Рассмотрим пример качественного анализа информации по трем основным претендентам на пост губернатора Челябинской области, полученной в мае—декабре 2000 г.

Критерии выбора

К сентябрю 2000 г. на основе анализа 50-ти фокус-групп и 20-ти глубинных интервью, проведенных агентством «Нью Имидж» в шести ключевых территориях Челябинской области, были определены критерии выбора кандидата во власть. С учетом контекста общей ситуации в стране и области наиболее значимыми и специфичными для губернаторской кампании являются следующие качества:

1. *Популярность, известность, высокий рейтинг.*
2. *Общий позитивный имидж:*
 - Соответствие информации в прессе реальным делам
 - Отказ от грязных технологий
 - Скромность в подаче информации о себе
3. *Близость к народу, личное общение с избирателями:*
 - Уважительная манера общаться с простыми людьми
 - Качество публичных выступлений: свободная, внятная речь, умение гибко вести диалог, конкретность высказываний
 - Понятность, простота, доступность идей и формулировок (в речи и рекламе)
4. *Человечность:*
 - Отсутствие амбициозности
 - Забота о людях
5. *Порядочность, честность:*
 - Отсутствие сомнительных афер в прошлом
 - Чистота (на производстве, в городе, во дворах, ассоциация с чистотой и честностью)

6. Лидерские качества:

- Способность вести за собой команду
- Жесткость в контроле над подчиненными

7. Опыт конкретных дел:

- Старательность в работе (хоть что-то делает)
- Реальные изменения к лучшему
- Хозяин, способный навести порядок
- Вклад в развитие социальных программ, социальной сферы
- Человек, который уже показал себя, от которого знаешь, чего

ждать

8. Компетентность в решении проблем:

- Способность решать проблемы в комплексе
- Масштабность, глобальность мышления
- Здравомыслие

9. Способность договориться с федеральными властями:

- Связи в Москве
- Поддержка со стороны Путина

*10. «Своя» линия в отношениях с властью, способность бороться за свою позицию.**11. Контроль над распределением бюджетных средств с учетом интересов жителей своей территории (области, города, района).*

Дополнением к упомянутым критериям выбора могут служить убеждения людей, которые приобрели характер стереотипов и оказывают огромное влияние на оценки политиков и их деятельности:

1. Идея порядка и улучшения жизни:

- Стране нужен порядок
- Деятельность президента можно оценивать по уровню жизни граждан
- У нас в стране социальные проблемы всегда решаются в последнюю очередь

2. Идея командности:

- У президента есть помощники. Он с них должен драться! На то он и президент
- Один губернатор (президент) ничего не может — нужна хорошая команда
- Любому на месте губернатора будет тяжело, потому что сильно много у нас вредителей

3. *Сила опыта против энергии молодости:*

- Старые и большие должны уступить место молодым
- Лучше старый, но опытный, чем молодой и зеленый

4. *Адекватная мотивация стремления во власть (дело для людей, а не реклама для себя):*

- Политик должен быть скромным (не кричать о себе на каждом шагу, не хвалить себя)
- Все они помогают перед выборами и только на своей территории

— Оппозиция может дать свои плоды, но в основном она существует для саморекламы

— Если ты депутат — сообщай о своей депутатской деятельности людям

- Каждый хорош на своем месте

5. *Достоверность и корректность информации:*

- Нельзя верить всему, что пишут в газетах
- Грязи нам не надо!

Эти критерии и установки жителей области сохраняются на протяжении всей предвыборной кампании и на последнем этапе трансформируются в перечень качеств, отражающих портрет «идеального губернатора».

Представления об идеальном губернаторе сводятся к перечислению критериев *популярности* (характеризующих *степень влияния* на население в целом и других статусных фигур на уровне области и страны), *социальных характеристик* (возраст, место жительства, образование), *профессиональных* и *личностных качеств*. При этом личностные качества формулируются в формах существительных и качественных прилагательных (оценок, основанием для которых являются *социально значимые ценности*), а профессиональные — в активных, глагольных формах, характеризующих *конкретные умения, действия* и *позицию лидера*.

Портрет идеального губернатора

1. *Популярность, влияние:*

- Высокая известность
- Высокий авторитет (в том числе и среди промышленников)
- Наличие поддержки (команда, связи)

— Личные встречи с людьми, трудовыми коллективами на местах

2. Социальные характеристики:

— Молодость (не старость)

— Местные корни

— Образованность (специальное образование, широкий спектр знаний)

3. Личностные характеристики:

— Открытость (сообщать информацию о делах, доходах)

— Патриотизм

— Честность, порядочность

— Справедливость

— Принципиальность

— Строгость

— Обязательность (верность слову)

— Простота

— Человечность

— Настойчивость

— Активность

— Бескорыстность (не вор, уже богатый)

— Ум

— Стратегическое мышление

4. Профессиональные характеристики:

— Знать проблемы людей (информированность)

— Уметь распределять бюджетные средства

— Действовать в рамках закона

— Видеть перспективу своей работы

— Совмещать деятельность на благо области с государственными интересами

— Учитывать специфику отдельных территорий и региона в целом

— Видеть приоритеты: решать в первую очередь глобальные, экономические проблемы

— Реагировать на актуальные проблемы

— Не афишировать свою партийную принадлежность и не отстаивать интересы отдельных партий и движений

Представления об идеале играют существенную роль при выборе «своего» кандидата: вся информация о претендентах пропускается через фильтр этих представлений и затем выстраивается в

систему аргументов «за» или «против». Однако следует учитывать тот факт, что на реальный выбор влияют не только те аргументы, которые присутствуют в сознании. Так, с точки зрения логики и практического применения важно «быть жестким, требовательным руководителем, строго наказывать разгильдяев», однако почему-то «мягкий» Сумин в итоге оказался все-таки ближе людям, чем «строгий и волевой» Гришанков. Точно так же важно «бороться за справедливость, противостоять бездумным решениям власти», однако «борец за правду» Гартунг, выступающий с критикой «хорошего» Сумина, в глазах людей становится «плохим».

Эти противоречия объясняются наличием мотивации по принципу «выбор без выбора», когда подсознательно человек знает, чего хочет, но на сознательном уровне ему не хватает оправдания для своего выбора. В подобных случаях у выбранного объекта (кандидата) замечаются и проговариваются (опять же неосознанно) только плюсы, а у отвергаемого — только минусы. При этом негатив, направляемый на выбранного кандидата, переформируется в позитив (находятся убедительные возражения или оправдания), а позитивная информация о конкурентах низводится до уровня незначительной или подвергается большому сомнению.

В более явном виде мотив «выбор без выбора» работает у активных приверженцев «своего» кандидата, которые приняли решение уже давно и убеждены в его правильности.

Поэтому *стремление полностью соответствовать идеалу, сложившемуся в представлениях людей, не всегда эффективно*. Важно совпасть по ценностным основаниям и не менее важно предложить нечто уникальное, не попадающее в уже известную схему. Уникальность каждого из кандидатов выявлялась при сравнительном анализе имиджей, который показал, что в сентябре наиболее близок к идеалу был имидж Сумина, а отдельные характеристики Гартунга и Гришанкова только заполняли существующие в этом имидже пробелы.

Имиджи основных претендентов

Имидж П. Сумина

Имидж *Сумина* выстраивался еще задолго до избрания его губернатором в 1996 г. и со временем приобрел достаточно цельный и во многом однозначный характер.

1. К сентябрю 2000 г. в имидже стали преобладать преимущественно *позитивные* характеристики.

2. Практически исчезла резкая критика деятельности губернатора; людям достаточно того, что он «делает для области, старается».

3. Фокус восприятия сместился с деятельности на *личность*. Образ Сумина — это образ «хорошего», «своего» человека, симпатия к которому перешла на подсознательный уровень, не требующий логических аргументов. В результате любая информация, компрометирующая губернатора, многими отвергается: люди заявляют, что непорядочно «лить грязь на уважаемого человека», а если негативные факты нельзя опровергнуть, начинают выискивать оправдания, контраргументы или обвинять тех, кто мешает Сумину работать (виновата плохая команда, «вредители», которые попали в ее ряды еще до Сумина).

4. В сравнении с другими кандидатами, имидж Сумина содержит наибольшее количество уникальных *позитивных* характеристик:

- родной, близкий;
- человечный;
- опытный руководитель, много делает для области, уже совершал ошибки, знает, как их исправлять;
- хороший хозяйственник;
- работяга, разбирается в производственных проблемах, работал на металлургическом заводе;
- его хвалил Путин.

5. Уникальные *негативные* характеристики имиджа (отсутствуют у других кандидатов):

- плохо контролирует свою команду, не умеет жестко требовать;
- он устал, он старый, больной человек.

Как уже упоминалось ранее, для этих характеристик у сторонников Сумина находятся оправдания или возражения: «не такой уж он старый», «у него еще много энергии», «пусть старый, зато опытный»; «не жесткий, зато человечный»; «по сути, это не его команда, она пришла от Соловьева».

Имидж В. Гартунга

Гартунг появился на политической арене Челябинской области позже Сумина, однако для формирования его имиджа времени и возможностей было более чем достаточно (выборы в городскую

Думу 1996 г., довыборы в Госдуму в июне и декабре 1997 г., выборы в Госдуму 1999 г.). Набор основных характеристик имиджа стабилен, не оригинален Валерий Карлович и в своих поведенческих стратегиях.

Тем не менее восприятие людей меняется: появилась возможность обобщать информацию о личности и деятельности Гартунга, сравнивать его с другими молодыми политиками. Многие, например, отследили такую закономерность: Валерий Карлович становится активным во всех отношениях перед очередными выборами (помощь, нападки на власть, демонстрация себя) и затихает в промежуточные периоды, а чем он занимается в это время, мало кому известно (то ли заводом руководит, то ли в Государственной думе думает).

На старте кампании особенности имиджа Гартунга были таковы:

1. Имидж содержит *крайние оценки*, которые часто противоречат друг другу. Такая структура имиджа способствует высокой популярности: вызывает интерес к личности, задает интригу, формирует ярых сторонников и ярых противников, которые готовы биться друг с другом, доказывая, хорош или плох Валерий Карлович. В то же время противоречивый характер имиджа может создавать конфликты восприятия для каждого человека в отдельности. Поэтому то, какое отношение (позитивное или негативное) одержит верх, может существенно зависеть от последней, самой свежей информации, поступившей накануне выборов. Одна из самых актуальных характеристик, которые расцениваются неоднозначно, — «молодой». С одной стороны, это плюс («надо давать дорогу молодым»), с другой — минус («зеленый», «мало опыта»).

2. Слабее стала ранее ключевая имиджевая характеристика «жертва»: появился новый претендент на эту роль — Сумин, которого «все незаслуженно обливают грязью».

3. Обострился негатив по отношению к скандальности и «грязным» методам борьбы Валерия Гартунга. Особое осуждение он получил после активных нападков на Сумина во время телемоста в эфире ОРТ в программе «Здесь и сейчас» (май 2000 г.).

4. Его деятельность на ЧКПЗ упоминается все реже (хотя до сих пор вызывает одобрение рабочих).

5. Все чаще Гартунг получает осуждение за слишком откровенную работу на свой имидж. Помощь людям и оппозиция к власти расцениваются неоднозначно: многие считают, что он делает это только в рекламных целях. Подтверждением этой идеи для многих

стали теледебаты с заместителем губернатора А. Косиловым в передаче «VIP-кухня» местного канала «Восточный экспресс» (4 сентября 2000 г.): Гартунг вел себя не очень корректно и далеко не конструктивно; для телезрителей было очевидно, что цель у борца за справедливость одна — выставить напоказ свой конфликт с областной властью и тем самым в очередной раз продемонстрировать себя: «Гартунг отличился! “Руки не подам!” — он сказал Сумину (Косилову)».

6. Людей смущает мотивация Гартунга — рвение во власть без объяснения, что именно он собирается с этой властью делать. Это сейчас он оппозиция, это сейчас ему есть с кем бороться. А что потом? Людям нужен порядок, а о ресурсах кандидата в этом смысле никто не упоминает. В результате сформировалась уникальная характеристика — *высочка*, рвется во власть ради денег (чего нельзя сказать ни о Сумине, ни о Гришанкове).

Имидж М. Гришанкова

Имидж *Гришанкова* — самый молодой и, по сути, еще не сформирован. В августе—сентябре был вызван высокий интерес к фигуре Михаила Игнатьевича, его конкретным делам, в том числе в Государственной думе. Избиратели заявляют о том, что намерены внимательно следить за информацией СМИ о Гришанкове, сопоставлять ее с информацией о других кандидатах в надежде, что это поможет им сделать правильный выбор.

Особенности восприятия Гришанкова пока следующие:

1. Недостаточное количество информации на фоне высокого интереса к этой информации. Многим известна только фамилия и факт принадлежности Гришанкова к ФСБ.

2. Отсутствие протеста по поводу попыток избираться на пост губернатора (принятие мотивации Гришанкова, надежда на наведение порядка и способность Михаила Игнатьевича договориться с Путиным).

3. Неоднозначная реакция на принадлежность к ФСБ (страх перед слишком жесткими мерами, который присутствует и в отношении Путина).

4. Осуждение за слишком жесткую критику Сумина, которая стала появляться в газете «Челябинская область».

5. Позитивное восприятие личности (о которой известно очень мало): «мужественный, сильный, честный — настоящий мужчина (полковник)».

б. Однозначно позитивное (хотя и неадекватное) восприятие возраста (по фотографиям): «уже не молодой, но еще не старый».

Большую роль в формировании имиджа Гришанкова сыграла газета «Челябинская область». Многим имя депутата известно только по газете и ее рекламе в СМИ. Такие характеристики имиджа, как «связь с Путиным», «принадлежность к ФСБ», «близость к народу» («за народ»), благодаря их трансляции через «Челябинскую область» закрепились в сознании людей.

Газету читают с интересом, считают информативной и более нейтральной, чем другие. Многим понятно, что газета не является независимой и работает на Гришанкова, но этот факт не вызывает негативных оценок. Людям нравится, что в газете обсуждаются проблемы области и отстаиваются «интересы народа».

Читатели четко усвоили связь между Путиным и Гришанковым, однако объясняют ее по-разному: 1) они вместе работали; 2) у них личные отношения; 3) Гришанков — представитель Путина в Челябинской области; 4) они не знакомы, но смогут найти общий язык, так как оба — из ФСБ.

Здесь же был сформирован запрос на информацию о конкретных делах депутата, а также подведена база под идею возможного губернаторства Гришанкова. Читатели присоединяются к результатам опроса, предложенного газетой, и делают вывод: Гришанков может стать губернатором, особенно если Сумин откажется по состоянию здоровья.

В то же время некоторые материалы газеты послужили поводом для обвинений Гришанкова в необоснованных нападках на Сумина, за которые активно осуждается Гартунг. Негативные реакции вызвали карикатуры на Сумина (насмешки) и резкая критика его деятельности (расценивается как грязь). Многие путают «Челябинскую область» с газетой «Народный депутат» и, соответственно, приписывают первой насмешки и грязь в большей степени, чем это есть в действительности. Не вызывало восторга и заявление о том, что «треть руководства области должно сидеть в тюрьме», сделанное 30 августа 2000 г.: 1) «Это нескромно»; 2) «А может, Гришанков сам такой же»; 3) «Гришанков против власти (так уж ли это хорошо?»).

Сравнительный анализ имиджевых характеристик

Ряд характеристик присутствует в имиджах всех троих претендентов на пост губернатора, но сила выраженности у них разная:

1. Каждый из них для кого-то «хороший», однако *Сумин* «лучше всех» для многих пенсионеров, а *Гартунг* — для некоторых бюджетников.

2. *Сумин* и *Гартунг* вышли из рабочей среды, однако о *Сумине* это знают все, а о *Гартунге* — некоторые.

3. *Гартунг* — «энергичный», однако и *Сумин*, по мнению некоторых пенсионеров, тоже еще полон сил.

4. *Гартунг* и *Гришанков* — «борцы за справедливость, за народ», однако у *Гартунга* в этом смысле больший стаж и большая известность. Кроме того, они оба «поливают грязью» «хорошего» *Сумина*, *Гартунг* — более длительно (соответственно стажу борьбы) и более активно.

5. О депутатской деятельности *Гартунга* известно крайне мало (ее иногда путают с благотворительной деятельностью), о деятельности *Гришанкова* в Госдуме — практически ничего.

6. У *Гартунга* «мало опыта хозяйственной деятельности», у *Гришанкова* его нет вообще.

Таким образом, в сентябре самый позитивный имидж был у *Сумина*. Самый скандальный и противоречивый — у *Гартунга*. Самый интригующий, но пока и самый слабый — у *Гришанкова*.

Аргументация «за» и «против» возможных претендентов на пост губернатора

С точки зрения сценария развития событий, к середине сентября кампания прошла несколько этапов. Эти этапы — отражение информационных волн, вызванных серией выступлений кандидатов в СМИ.

	Основные сценарии	Отношение к конкуренту	Факторы воздействия на избирателей
1-й этап	<i>Гартунг</i> против <i>Сумина</i>	<i>Гришанков</i> игнорируется	Телемост <i>Гартунг—Сумин</i> (активный ход <i>Гартунга</i>). Газета «Народный депутат»

	Основные сценарии	Отношение к конкуренту	Факторы воздействия на избирателей
2-й этап	Сумин против Гартунга	Гришанков игнорируется	Теледебаты Косилов—Гартунг (активный защитный ход команды Сумина, активное нападение Гартунга)
	Гартунг против Сумина		
3-й этап	Гришанков против Сумина	Гартунг игнорируется	Газета «Челябинская область». Заявление о том, что «треть руководства области должна сидеть в тюрьме» (активный ход Гришанкова)
	Гартунг против Сумина		
	Сумин против Гартунга	Гришанков игнорируется	Газета «Народный депутат» ругает Сумина Газета «Возрождение Урала» ругает Гартунга

Основные аргументы «за» и «против» основных конкурентов представлены ниже.

Приоритет	Аргументы «за»	Аргументы «против»
Сумин	опыт стабильность пусть продолжает пусть еще покажет	пора отдохнуть дорогу молодым

Приоритет	Аргументы «за»	Аргументы «против»
Гришанков	наведет порядок уже не молодой, еще не старый	авторитарность
Гартунг	молодой энергичный пробивной	мало опыта

Многие избиратели еще не приняли окончательного решения, за кого голосовать (согласно соцопросу, «пока не определились» 22,4%). Они ждут новой информации о Гришанкове и Гартунге и мечтают сделать идеальный выбор. Мечта эта сформулирована в таком, например, высказывании: «Вот если бы немножко взять от Сумина, от Гришанкова и Гартунга! От Сумина — *опыт* работы. Он управленец со стажем, он знает это дело. Но ему надо помочь. От Гришанкова — *молодость, силу, строгость*, а от Гартунга — *умение вводить новшества*, коммерсантскую деятельность».

Ключевые характеристики выбора сводятся к трем основным ценностям:

- опыт (гарантия стабильности);
- порядок (сила, строгость);
- молодость (энергия, новизна решений).

В данной тройке аргументов лидирует идея богатого опыта, дающего гарантию стабильности, которая активизирует известный стереотип: «Коней на переправе не меняют». Идея порядка и строгости принимается на сознательном, условном уровне и вступает в противоречие с безусловным принятием «человечности», «простоты», «доступности». Идея борьбы, противостояния, резких изменений, на которые способна молодость, кажется заманчивой, но нереальной и пока преждевременной.

В связи с этим безусловным лидером остается «хороший человек», «символ стабильности» — П. Сумин. Его конкурентом по критерию «порядок» становится М. Гришанков, по критерию «молодость и новизна» — В. Гартунг и М. Гришанков.

Таким образом, несмотря на стабильные электораты Сумина и Гартунга (согласно соцопросу — 45,8% и 13% сторонников соответственно), у Гришанкова появляется шанс повысить свой рейтинг

популярности не только за счет неопределившейся части населения, но и за счет перетекания голосов в свою пользу (молодость, новизна плюс порядок). Кроме того, у Гришанкова появляется риск пересечения с Гартунгом по критерию: «Плохо поступает — незаслуженно обвиняет хорошего Сумина», что для простого народа означает одну принципиальную вещь — «льет грязь на конкурентов, как Гартунг».

Для полноты картины рассмотрим динамику трансформации имиджей трех кандидатов и аргументации выбора на последующих этапах кампании. Выводы сделаны на основе анализа 30 фокус-групп и 62 глубинных интервью, проведенных в период с сентября по декабрь 2000 г.

Октябрь

1. В октябре рост известности Гартунга и в особенности Гришанкова обеспечивается их активным присутствием в информационном поле и усилением противостояния с действующим губернатором. Это приводит к совпадению ряда негативных характеристик в имиджах Гришанкова и Гартунга:

- «Льет грязь».
- Рвется во власть (скорее всего, в корыстных целях).
- Неизвестен источник его доходов («Откуда у них деньги на издательство газет?»).
- Неизвестно, чем занимается в Государственной думе.
- Нет или мало опыта хозяйственной деятельности.
- Неопределенность: неизвестно, что будет, если он победит; новое — это риск.

2. Специфические имиджевые характеристики Гартунга и Гришанкова поляризуются, приобретая как активных сторонников, так и противников.

Специфические характеристики имиджа Гришанкова:

- Принадлежность к ФСБ (порядок — страх).
- Военный (волевой, жесткий, мужественный — тупо подчиняющийся, слишком жесткий, создает риск военной диктатуры).
- Имеет отношение к Путину (есть реальная связь — примазывается).
- Скрытный.
- Чужой.

Специфические характеристики имиджа Гартунга:

- Молодой (перспективный — зеленый).¹
- Симпатичный.
- Борец (за правду и справедливость — скандалист).
- Занимается благотворительностью (помогает людям — рекламирует себя).
- Хитрый.

3. Особую роль в поляризации мнений о Гришанкове сыграл его «Ультиматум Сумину» («Пять условий», опубликованные в газете «Челябинская область» 1 ноября), который вызвал неоднозначные реакции избирателей:

- разочарование — «Гришанков отказался от участия в выборах»;
- одобрение — «Раз ставит такие условия, значит, знает правду и имеет право потребовать»;
- осуждение — «Посмотрел бы на себя: борется с бандитизмом, а бандитов меньше не становится»;
- сочувствие — «Это рекламный ход».

4. Поскольку Гришанков является депутатом Госдумы от Кыштымского округа, жители этой территории особенно внимательны к тому, как он выполняет свои предвыборные обещания. К депутату есть претензии, на фоне которых он теряет такую характеристику имиджа, как «верность слову» (в отличие от Сумина).

5. По критерию известности и предпочтения у *Сумина большой отрыв*. Сравнение имиджей трех кандидатов делается в пользу действующего губернатора:

- Сумина поддерживает большинство населения, Гартунга и Гришанкова — отдельные группы людей.
- Сумина все знают, ему доверяют, к нему привыкли. О Гришанкове и Гартунге известно гораздо меньше. Гришанков пока не оправдал доверия избирателей в округе, Гартунг вообще слишком много говорит, а делает мало.
- С именем Сумина связывается стабильность и позитивная динамика в жизни области, чего ждать от Гришанкова и Гартунга — неизвестно.
- Гришанков и Гартунг обижают «хорошего» Сумина — «льют грязь».
- У Сумина огромный опыт хозяйственной деятельности, у Гартунга этого опыта мало (директор завода), у Гришанкова нет вообще.

¹ Поразительно, что 40-летний Гартунг воспринимался избирателями как более молодой, чем 35-летний Гришанков.

- Сумин — «свой», «простой», «доступный», «открытый», «человечный» (мягкий и добрый), «мудрый», «работяга». Гартунг — «скандалист», «высочка», «хитрый». Гришанков — «жесткий», «скрытый», «опасный», «возможно, недалеко, как все военные».

6. Для окончательного выбора людям не хватает информации. От Гришанкова в первую очередь ждут программу. Некоторые утверждают, что она может послужить решающим аргументом в его пользу. На Гартунга подобных надежд не возлагают: люди привыкли к его многословию и неопределенным мотивам стремления во власть. Для Сумина программа не обязательна: его и так все знают, результаты его дел видны, всем понятно, в каком направлении он будет действовать дальше. Уверенность в дальнейших шагах Сумина строится на иллюзии стабильности и мифе доброго, мудрого, пожилого отца, который так озабочен проблемами людей, что это даже отражается на его внешнем виде (усталый). Пенсионеры убеждены, что если Сумин узнает об их вере в него, то будет работать еще лучше. Рабочие ждут, что в следующие четыре года Петр Иванович позаботится не только о бюджетниках, но и кардинально изменит их собственное положение.

7. Определяющим критерием выбора на конец октября являются не человеческие качества и даже не конкретные дела кандидатов, а страх перед неизвестным будущим на фоне относительно стабильной ситуации в области. Основной аргумент — *«Коней на переправе не меняют»*. Пусть все остается, как есть: депутаты пусть работают в Думе, занимаются тем, в чем компетентны (Гришанков — борьбой с преступностью, Гартунг — заводом), а Сумин — руководством областью. Этот выбор подкрепляется и известным стереотипом *«Каждый хорош на своем месте»*, который был выделен как существенный для мотивации избирателей еще летом.

8. В октябре вступает в силу четвертый этап избирательной кампании, который выглядит следующим образом:

	Основные сценарии	Отношение к конкуренту	Факторы воздействия на избирателей
4-й этап	Гришанков—Гартунг против Сумина	Гришанков признается как серьезный конкурент	Газета «Челябинская область», «Пять условий П. Сумину».

	Основные сценарии	Отношение к конкуренту	Факторы воздействия на избирателей
			Газета «Народный депутат» продолжает ругать Сумина
	Сумин против Гартунга — Гришанкова		Газета «Возрождение Урала» ругает Гартунга и Гришанкова

Сильной стороной Гришанкова в борьбе с Суминым остается идея *порядка*. На Гартунга по-прежнему работает *молодость*.

Сумин непоколебим за счет идеи стабильности, которая становится еще более актуальной из-за обострившегося страха изменений.

Показательной является обобщенная мысль по поводу исхода выборов: «Гришанков может победить, если Сумин откажется. Гартунга может поддержать молодежь, но она не ходит на выборы».

Ноябрь — декабрь (первая половина)

1. В ноябре наибольшее влияние на электорат оказывают газеты и телевидение. Самой приемлемой из предвыборных газет люди считают «Челябинскую область», однако она плохо доходит до населения, редко попадает в руки.

Информация, которая публикуется в «Челябинской области», оказывает мощное действие на тех, чьи взгляды еще не закостенели. Появляются случаи изменения позиции (от Сумина — к Гришанкову, от Гартунга — к Гришанкову) именно под влиянием материалов этой газеты. Ярые сторонники Сумина (в первую очередь, пенсионеры) эту информацию не воспринимают, обвиняют газету в «поливании грязью» их любимого губернатора. Однако для них плохи все, кто ругает «скромного» Петра Ивановича, — в первую очередь, Гартунг с его «Народным депутатом».

2. Наиболее активным кандидатом в настоящую предвыборную кампанию люди считают Гартунга. Тем не менее они уже успели устать от его всеприсутствия и стали обращать внимание на нега-

тив о Валерии Карловиче, который с удовольствием передается по «слуховому каналу». Самый большой интерес вызывают слухи о скрываемом богатстве и «вранье» по этому поводу. Это не мешает посещать концерты, брать календарики и читать «грязные» статьи в «Народном депутате» о том же Сумине и его команде. В настоящий момент Гартунг является ярким примером того, как высокая известность работает против политика, усиливая негативные стороны его имиджа и провоцируя низменные реакции людей — зависть, злость, сплетни (всю ту «грязь», которую они сами, казалось бы, не терпят).

3. Контрастом Гартунгу с точки зрения предвыборной активности выступает Гришанков. Тем, кто хотя бы немного о нем слышал, непонятна «отстраненность» Михаила Игнатьевича, отсутствие рекламной продукции и информации о делах и личности (включая семью и образ жизни). Запрос на информацию не удовлетворяется и приводит к различным домыслам: «Может быть, он собирается отдать кому-то свои голоса или просто слишком скромный человек (но ведь этого мало)».

4. Несмотря на то, что в имидже Гришанкова появились такие характеристики, как «чистота», «порядочность», «свой», «может изменить ситуацию», «что-то реальное», — они вспоминаются не очень часто (в основном теми, кто внимательно изучает газету «Челябинская область» или побывал на встрече с Михаилом Игнатьевичем). По-прежнему сильным остается отвержение ФСБ, недоверие к информации о «связке» Гришанкова с Путиным, а также отвержение любой критики областной администрации (в первую очередь, Сумина). Кроме того, сохраняется идея о том, что сейчас Гришанков — на своем месте, как депутат Государственной думы, борец с коррупцией и наркоманией.

5. В сравнении с Гартунгом у Гришанкова есть несколько плюсов:

- О команде Гартунга ничего не известно, Гришанков не вызывает подобных вопросов, в частности по причине одного из своих «пяти условий Сумину» — о формировании команды по профессиональному принципу.
- Гартунг выглядит слишком молодо, для некоторых — «несерьезно» и «несолидно».
- О «богатстве» Гартунга уже опубликовано столько информации,

что Гришанкову можно забыть об этой проблеме, так как со временем от нее просто устанут.

Тем не менее и Гришанков, и Гартунг избраны депутатами Государственной думы и, по мнению ряда избирателей, должны продолжать работу, которой активно добивались в 1999 г. Попытку избраться на должность губернатора некоторые воспринимают как обман избирателей на думских выборах, «предательство», стремление к власти любой ценой.

6. Имидж Сумина (как и Гартунга) серьезно пострадал от своих конкурентов, которые интерпретируют его деятельность в негативном ключе. Против него сработало и выдвижение Уткина. Многие обращают внимание на использование Суминым своего положения: давит на избирателей, делает предвыборные подарки, слишком часто освещается его непосредственная деятельность на ЧГТРК. Однако активные сторонники Петра Ивановича с новой силой стали защищать губернатора-«жертву», которого предал ближайший соратник, на которого набросились все вокруг просто за то, что он старается для жителей области.

7. Приоритеты выбора на пятом этапе кампании выглядят так. Основным является противостояние двух полюсов — старого и нового, консервативной устойчивости (символом которой является Сумин) и изменений в жизни (Гартунг или Гришанков). При этом Сумин и Гартунг имеют сторонников, которые жестко придерживаются своей позиции и не склонны ее менять ни при каких обстоятельствах. Определенная группа консервативных избирателей, разочаровавшись в Сумине, не видит иного выхода, кроме как голосовать против всех или вообще не идти на выборы. Для неопределившихся существуют две основные дилеммы: Сумин—Гришанков и Гартунг—Гришанков.

	Основные сценарии	Факторы воздействия на избирателей
5-й этап	Против Сумина	Выдвижение Уткина
	Гартунг против Сумина	Газета «Народный депутат»
	Гришанков против Сумина и Гартунга	Газета «Челябинская область»

8. На фоне отсутствия ясности в сознании избирателей, которых окончательно запутало выдвижение Уткина, наблюдается усиление уже известных и появление новых негативных характеристик в имидже Сумина, расширение потока негативных слухов о Гартунге. В то же время сохраняется запрос на информацию о Гришанкове, особенно у тех избирателей, которые стали сомневаться в Сумине либо считают, что области нужен новый, молодой губернатор. Думающие представители электората пытаются анализировать предвыборные «ходы» кандидатов (в первую очередь, Сумина, Уткина, Гартунга). Имя Гришанкова в этом процессе задействовано меньше, в каком-то смысле он оказался в стороне от «разборок» между остальными кандидатами (некоторые избиратели считают, что ни Сумин, ни Гартунг не обращают на Михаила Игнатьевича внимания — «то ли не считают конкурентом, то ли боятся»). Таким образом, включается еще один сценарий — «Гришанков против выясняющих отношения Сумина и Гартунга» (порядок против бесполезных разборок).¹

Декабрь (вторая половина). Итог

По всем прогнозам ожидался сценарий «Гартунг против Сумина» (*молодость* против *старости*; *новое* против *старого*; *хороший* против *плохого*). Однако решающим оказался другой — «Гришанков против Сумина» (*порядок* против *бессилия* изменить что-либо к лучшему; *активное воздействие на ситуацию* против *не очень прочной лодки, плывущей по течению*).

На последнем этапе избирательной кампании *молодость* Гартунга сохраняет свою значимость, но актуальность ее теряется на фоне его чрезмерной, навязчивой активности в нападениях на Сумина.

Гришанков становится окончательным символом *сильной власти* («Порядок») и возможности *реальных изменений* («Придет и все перевернет»). Аргументация в пользу Сумина становится слабее: на первый план выходит оправдание «хоть что-то делает», все остальное подвергается сомнению. Основным противником Гришанкова становится *страх*, который в данной ситуации работает на Сумина.

¹ Это именно тот сценарий, который изначально задумывался при планировании кампании Гришанкова, но в силу ряда субъективных причин не был реализован.

	Основные сценарии	Факторы воздействия на избирателей
6-й этап	Гартунг против Сумина	Заявление в суд на Сумина по поводу того, что губернатор не уходит в предвыборный отпуск
	Гришанков против Сумина	Передача «Человек и закон» с участием Гришанкова
	Сумин за Сумина	Сумин уходит в отпуск и переходит к открытой агитации. Часто появляется на ЧГТРК. Публикация отчета и программы в газете «Возрождение Урала»

После выборов

Анализ фокус-групп, проведенных после выборов (начало января 2000 г.), показал следующее:

1. По мнению избирателей, губернаторские выборы превзошли все предыдущие по количеству грязи, которая выливалась на конкурентов. Особенно отличился в этом смысле Гартунг. Гришанков вел себя более скромно. Сумин конкурентов не обвинял, и в этом его большой плюс.

2. Проблемы области непривычно часто освещались по центральному телевидению. Особенно запомнилась передача «Человек и закон» с Гришанковым. Однако в памяти людей остался сам факт освещения, но не содержание.

3. На местных каналах в избытке присутствовал Сумин — чаще, чем в обычное время, не связанное с выборами: «Сумин, Сумин, Сумин — везде абсолютно. Открытие чего-то, ленточку разрезали, запуск чего-то, какой-то совхоз или что-то, новое хозяйство смотрел, доменную печь какую-то...».

4. Судьба выборов была предопределена заранее. В том, что победит Сумин, были уверены почти все. Помимо высокой известности и популярности большую роль сыграли нападки на Петра Ивановича, которые провоцировали людей на активную защиту

губернатора-«жертвы»: «Я вообще сразу знал, я даже на голосование не ходил. Что Сумин возьмет, я даже не сомневался. Потому что раз все нападают на Сумина, значит, обратная реакция происходит у нас. Как обычно».

5. Гришанков мог набрать и больше голосов, но его слишком поздно преподнесли: «Он приятен, конечно, но о нем слишком мало знали в Челябинске».

6. Причины того, что Гартунга вытеснил Гришанков, люди видят в избытке негативной информации о Валерии Карловиче, а также в негативной энергии, которую он сам излучает (нападки на конкурентов, многочисленные судебные разбирательства, публичные скандалы, порочащие область): «Поменьше ему надо судиться, побольше заниматься делом. Как только зашел на политическую арену, то в Москве, то в Государственной думе — везде он против области, и все он судится, с кем-нибудь да судится обязательно, он без этого не может. Ну какой же он будет губернатор?!»; «Амбиций очень много. Настраивал людей против остальных кандидатов»; «Работает только на себя: если для его завода надо Златоустовский комбинат оттяпать, он его оттяпает. Для себя, а надо для всей области»; «Гартунг, когда мы его избирали в депутаты, очень много обещал, но не сделал. Это уже воочию видно. По своему району».

Избирателей Гришанкова привлекла его твердость (в отличие от слабохарактерности Сумина), энергия, программа, дающая надежду на установление порядка в области: «Мы устали жить в страхе, кругом — преступность, наркомания, коррупция». Для тех, кто не хотел еще раз выбирать Сумина и кому «претит» Гартунг, Гришанков оказался удачной альтернативой выбора. Кроме того, привлекла скромность Гришанкова (особенно заметная на фоне «показушничества» Гартунга), его относительная лояльность к власти.

7. Победа Сумина объясняется его устойчивым позитивным имиджем (свой, народный, опытный, хозяйственник, хорошо знает проблемы области). Кроме того, Петр Иванович ничего не обещал, зато отчитывался на встречах с избирателями, а в последнем номере «Возрождения Урала» даже опубликовал общий отчет о работе администрации. Свою роль сыграла и инерция: «Наши люди привыкли, что был такой,— и пусть он работает».

Таким образом, мнения людей, высказанные после выборов, еще раз подтверждают, что мотив удержания ситуации и стремления к *стабильности* победил в конфликте с мотивом изменений, пока еще дающих *только надежду на порядок*.

Гришанков не использовал весь свой потенциал, так как слишком поздно вышел на арену предвыборной борьбы и не смог полностью донести до избирателей информацию о своей программе.

У Гартунга получилась прямо обратная ситуация: при достаточно плотном присутствии в информационном поле он потерял голоса из-за избыточной негативной энергии, за которой не стояло конструктивных предложений по улучшению жизни людей.

Переформирование мотивации в пользу Гришанкова строилось: 1) на отвержении личности Гартунга (и здесь он помог сопернику своей избыточной активностью); 2) на усилении скептического отношения к Сумину (сыграли роль СМИ — избыток Петра Иванова в телевизионном эфире и поток негативной информации, развенчивающей «хорошие дела» губернатора).

Таблица 1

**Сравнительная таблица
имиджевых характеристик кандидатов
на пост губернатора-2000**

Динамика по принципу добавления характеристик

СЕНТЯБРЬ			
Характеристика имиджа	Сумин	Гартунг	Гришанков
Известность			
Его знают люди	+++	++	+
Его мало знают			++
Принятие личности и поведения («хороший – плохой»)			
Хороший	+++	++	+
Нравится	+++	++	+
Лучше всех	++	+	
Поступает нехорошо: много грязи, несправедливо обвиняет Сумина и других		+++	+
Близость к народу («свой – чужой»)			
Вышел из рабочей среды	+	+	
Свой, родной	+++		
Человечный	+++		
Работал в ФСБ			+
Выскачка		++	
Борется за правду и справедлив- ность, за народ		+++	+
Помогает людям (благотвори- тельность)		++	
Опыт работы			
Опыт работы в роли руководи- теля на уровне области:			
• Хороший хозяйственник	+++		
• Умеет работать с людьми	+++		
Знает производство	+++	+	

Характеристика имиджа	Сумин	Гартунг	Гришанков
Нет опыта в области руководства предприятиями, не хозяйственник		++	
Связь с Путиным			
О нем хорошо отзывается Путин	+		
Как Путин	+		
Сможет наладить отношения с Путиным			++
Путин его знает			+
Путин вряд ли его знает, но поможет ФСБ			+
Порядок			
Сможет навести порядок	+		++
Сильный, мужественный			++
Честный			++
Возраст, энергия («молодой – старый»)			
Молодой		++	++
Энергичный, много сил	++	++	
Молодой – зеленый		++	
Старый и больной	++		
Уже не молодой, еще не старый			+
Человек дела			
Делает для области	++		
Человек дела	++	+	
Нет информации о депутатской деятельности		+	++
Принятие мотивации			
Нет программы; непонятно, чего хочет		++	
Оппозиционер в рекламных целях		+++	
Благотворительность в рекламных целях		++	

ОКТАБРЬ			
Характеристика имиджа	Сумин	Гартунг	Гришанков
Хороший – плохой			
Он хороший, его уважают	+++		
Поступает нехорошо – обливает грязью конкурентов		++	++
Справедливый – несправедливый			
Уделяет внимание всей области	+++		
Заботится только о периферии	+		
Знает проблемы людей, проблемы города и области – не знает проблем людей			
Знает наши проблемы	+++		
Не знает наших проблем		+	+
Делает дело – ничего не делает			
Делает конкретные дела (предприятия, с/х, социальная сфера)	+++		
Хоть что-то делает	+	+	
Занимается благотворительностью		+	
Благотворительность – в рекламных целях		+	
Развалил с/х	+		
Не решен вопрос с детскими пособиями	+		
Что-то меняется в положительную сторону, движется вперед	+		
Ничего не известно (мало известно) о делах		++	+++
Ничего не сделал		+	+
Много слов – мало дела: крикун		+	
Молодой – старый			
Молодой, энергичный		+	+
Молодой – зеленый		+	
Старый и больной	+		

Характеристика имиджа	Сумин	Гартунг	Гришанков
Свой – чужой			
Доступен людям, близок к народу	+++		
Далек от народа			+
ФСБ – это порядок – ФСБ внушает страх			
ФСБ – это порядок			++
Жесткость, дисциплина			++
Сила, воля, мужество			+
ФСБ внушает страх, существует риск военной диктатуры			+
Опыт хозяйственной деятельности			
У него есть опыт	+++	+	
Не хозяйственник			+++
Много денег, но это не важно – много денег: где взял?			
Много денег, но это не важно	+		
Много денег: где взял?	+	++	++
Грамотный			
Грамотный в области налогового законодательства			+
Умный – хитрый			
Хитрый		+	
Скрытный			+
Военные – обычно тупые люди, с низким интеллектом			+
Связи			
Человек команды Путина			+
Путин его не знает			+
Борец – скандалист			
Борется за правду		+	
Борется за свой кошелек		+	
Скандалист		+	
Определенность – неопределенность (риск)			

Характеристика имиджа	Сумин	Гартунг	Гришанков
Мы его уже знаем	+++		
С ним связана стабильность	+++		
Не знаем, что будет; не верим, что будет лучше		+++	+++

НОЯБРЬ—ДЕКАБРЬ			
Характеристика имиджа	Сумин	Гартунг	Гришанков
Хороший – плохой			
Приятный, незапятнанный (чистый)			++
Ведет себя более порядочно, чем другие кандидаты	++		+
Обливает грязью Сумина		+++	+
Предал избирателей (его выбрали для работы в Государственной думе)		+	+
Скромный	+		+
Солидный, серьезный			++
Свой – чужой			
Свой (родители – простые люди)	+++	+	+
Отдаленный, о нем мало слышно			+
Может реально изменить ситуацию			
Профессионал, за профессиональную команду			++
Грамотный			+
Что-то реальное			+
Не верю в то, что у него могут быть глубокие экономические знания			+
Мотивация			
Рвется во власть (скорее всего, в корыстных целях)			+

Таблица 2

**Приоритеты выбора
(аргументация «за» или «против»)**

Сумин	Гришанков	Гартунг
Его поддерживает большинство населения ¹	Его могут поддержать, если Сумин откажется	Его может поддержать молодежь, но они не придут на выборы
Его знают, к нему привыкли	Их мало знают	
С ним связана определенность, видны изменения к лучшему; появилась стабильность	Страх перед новым и неопределенным Неизвестно, чего хотят, нет конкретной программы	
Делает конкретные дела	Мало известно о делах Еще не показали себя как депутаты	
		Занимается благотворительностью Его помощь — это реклама Много говорит — мало делает
Если он победит, будет еще лучше	Риск военной диктатуры	Может продолжать линию Сумина, но хуже
	Сможет навести порядок	Наберет новую команду, которая не застрахована от воровства
Богатый опыт; знает проблемы людей	Не хозяйственник Не знает проблем своего округа	Директор завода, есть опыт хозяйственной деятельности

¹ Жирным шрифтом выделены аргументы «за».

Сумин	Гришанков	Гартунг
		Слишком молод, мало опыта Будет долго вникать в проблемы области
Коней на переправе не меняют: пусть продолжает то, что начал	Каждый должен заниматься своим делом: их выбрали в Госдуму — пусть там и работают	
Хороший руководитель; справляется со своей работой	Борется с коррупцией — пусть продолжает	Хорошо руководит заводом — пусть продолжает
Выполняет обещания	Не выполняет обещания, которые дал своим избирателям в округе	
Свой, родной	Чужой (ФСБ)	
Простой, понятный	Скрытный	Хитрый
Мягкий Человечный	Волевой Сильный Мужественный	Симпатичный
Работяга (трудится на благо людей)	Борец за свои амбиции «Льет грязь» на «хорошего» Сумина Борец за правду и интересы народа	
		Борец за свой кошелек Выскачка Крикун Скандалист

Таблица 3

Варианты выбора

Выбор	Мотивация	Аргументы
Конфликтный (один из двух)		
Гартунг или Гришанков	Против Сумина	Выбор трудно сделать, так как недостаточно информации о Гришанкове.
Сумин или Гришанков	Против Гартунга. За порядок	Выбор трудно сделать, так как недостаточно информации о Гришанкове.
Перетекающий (смена позиции)		
От Сумина – к Гришанкову	Против Гартунга Против Сумина За достойную альтернативу Сумину За чистоту	– Я сначала только за Сумина хотел. А теперь смотрю – Гришанков человек подходящий. – Сначала колебался. Сейчас, скорее всего, за Гришанкова. Это печатка постаралась. – Я решила за Гришанкова. Потому что я против Сумина. – Раньше я за Сумина. А теперь я очень в нем сомневаюсь. Гартунг мне не нравится. А вот Гришанков, мне кажется, может. – Сегодня у меня все перевернулось. После этой газеты № 18 – Гришанков. Потому что он незапятнанный. У него высокий процент раскрытий, борьба.
От Гартунга – к Гришанкову	За порядок и силу	– Я была за Гартунга, но потом увидела плакат Гришанкова и начала сомневаться. Мне понравилось его лицо – волевое. Нам нужна сильная рука. Нам нужен порядок.

Выбор	Мотивация	Аргументы
От Гартунга — к Гришанкову или Сумину	Против Гартунга	<p>— Выбрали его в Думу — пускай там и работает, зачем еще лезть в губернаторы?</p> <p>— На встрече (концерте) впечатление хорошее оставил, мы были с соседкой, идем с концерта, она говорит: «Будем за Гартунга голосовать!». Я говорю: «Будем!» А теперь как-то не хочу: почитала «Челябинскую область» — заводы все к рукам прибираются!</p> <p>— Я за Гартунга была, сначала мне понравился, я была на встрече с ним. Но вот почитала — ничего хорошего вроде нас не ждет.</p>
Единственный, однозначный выбор		
За Гришанкова	<p>Против Сумина и Гартунга</p> <p>За порядок и порядочность</p> <p>За реальность</p>	<p>— Все остальные — вообще! Этот Гартунг! Это жулик! Сумин — уже всё! Поэтому я за Гришанкова!</p> <p>— Сумин заворовался, вся команда ворует! И Гартунг... все заворовались!</p> <p>— Сумин меня не удовлетворяет. Гартунг вообще выскочка и ничего не делает. А Гришанков — человек серьезный. А придет к власти, если тем более соберет команду — будет сильная власть. И будет порядок.</p> <p>— Гришанков ведет себя более порядочно.</p> <p>— Силовые структуры — я больше им доверяю, тут хоть что-то реальное. Хоть какая-то сила! Порядок!</p>
За Гартунга	За молодость	<p>— Молодой и энергичный.</p> <p>— Молодым надо дорогу.</p>

Выбор	Мотивация	Аргументы
За Сумина	Страх изменений	<p>— Хватит нам испытывать судьбу.</p> <p>— Работает Сумин — и пусть работает. Что уже менять-то?</p> <p>— Я боюсь чего-то нового. Ну, есть недоработки, пусть учтет все. Пусть работает.</p>
	Против Гартунга и Гришанкова	<p>— Гартунг и Гришанков — молодые депутаты, выбранные народом. Им нужно еще реализовать себя, работать и работать. И вдруг они вступают в борьбу за пост губернатора. Это меня смущает.</p> <p>— Они предали нас. Мы доверили им, они попали в Москву и, не исполнив ничего, уже рвутся к следующей власти, там мотали наши деньги на свою кампанию и тут опять — это некрасиво.</p> <p>— Сумин ничего особенно плохого не сделал. Ну, говорят про сельское хозяйство, но был бы Гартунг — то же самое было бы.</p> <p>— Пока нет нормальных кандидатов. Они молодые, хорошие, но пока не выросли и не показали себя ни в работе, нигде.</p>
	За опыт и стабильность	<p>— Все-таки Сумин что-то сделал. Что-то не так, но он же старается. Когда он пришел, у нас в области было совсем плохо.</p> <p>— Сумин, во-первых, уже опыт какой-то имеет; во-вторых, он хозяйственник, всю жизнь проработал, и я бы не сказал, что уж так плохо у нас в области. Сумин старается, мне кажется, все-таки делать. А что</p>

Выбор	Мотивация	Аргументы
		<p>в семье, как говорится, все не без греха, это точно. И любого поставить, и любой будет, но один меньше, другой больше. Мне кажется, Сумин делает это меньше.</p> <p>— Те, кто приезжает к нам из других областей, говорят, что у нас намного спокойнее обстановка и народ улыбается. А в других областях — даже не улыбаются, то есть мы еще живем более-менее ничего. Я считаю, что это все-таки команда Сумина.</p> <p>— Сумин уже нахапал столько денег, что ему уже больше не надо. И, может быть, он все-таки что-то сейчас для людей делает, а в будущем, может, побольше немножко сделает.</p>
Конкретный, но неустойчивый выбор		
За Уткина, но не верю, что он победит	Против всех	— Я бы, может, за Уткина пошел, до этого я даже не знал, в какую сторону. Но иногда думаю: кого Москва задумает, тот и будет. Если бы Уткин раньше поднялся...
За Гришанкова, но не верю, что он победит	За изменения	— Вдруг Гришанков придет и все перевернет? Но победит Сумин. Это без сомнений.

Таблица 4

Соответствие идеальному имиджу губернатора

Имидж	Сумин	Гартунг	Гришанков
Популярность, влияние			
Высокая известность	+++	++	++
Высокий авторитет (в том числе и среди промышленников)	++	+	+
Наличие поддержки (команда, связи)	++		+
Личные встречи с людьми, трудовыми коллективами на местах	+	++	++
Социальные характеристики			
Не старость (молодость)		+	++
Местные корни	+	+	+
Образованность (специальное образование, широкий спектр знаний)	+	+	++
Личностные характеристики			
Открытость (информация о делах, доходах)	++		
Патриотизм	+		
Честность, порядочность	++		++
Справедливость	+		
Принципиальность	+		++
Строгость			+
Обязательность (верность слову)	++		
Простота	++	+	+
Человечность	++		+
Настойчивость		++	+
Активность		++	++
Бескорыстность (не вор, уже богатый)	++		
Ум		+	+

Имидж	Сумин	Гартунг	Гришанков
Стратегическое мышление			++
Профессиональные качества			
Знать проблемы людей (информированность)	+++	+	+
Уметь распределять бюджетные средства		+	
Действовать в рамках закона	+		++
Видеть перспективу своей работы	++		+
Совмещать деятельность на благо области с государственными интересами	+		+
Учитывать специфику отдельных территорий и региона в целом	+		+
Видеть приоритеты: решать, в первую очередь, глобальные, экономические проблемы			+
Реагировать на актуальные проблемы	++		+
Не афишировать свою партийную принадлежность и не отстаивать интересы отдельных партий и движений	+	+	+

«Темная лошадка» начинает и выигрывает

Выборы губернатора Приморского края-2001

Приморские выборы интересны уже тем, что на них победил кандидат, успех которого практически всем другим претендентам представлялся невероятным. Действительно, казалось по всему, что Дарькин не мог победить. Новичок в политике с практически нулевой известностью, достаточно скромными хозяйственными успехами и сомнительными эпизодами в биографии, не имеющий административного ресурса, да к тому же обладающий дефектом речи. Ему противостояли уже «раскрученные» в крае политики и руководители региона. Однако стратегия «темной лошадки» все-таки имела успех, а потому имеет смысл внимательно исследовать ход выборов и действия других кандидатов.

Ты помнишь, как все начиналось?..

Начало подготовке к внеплановым выборам положила вынужденная отставка Наздратенко 6 февраля 2001 г. Назревавший долгие годы политический кризис наконец-то разразился, и оказалось, что *правила игры уже принципиально другие, а основные политические деятели края к этому не готовы.*

Специфика внеочередных выборов заключалась в следующем:

- *особенности регионального избирательного законодательства* — планка всего в 35% для победы в первом туре (а значит, более жесткая конфронтация между кандидатами), большой избирательный фонд — более 1,5 миллионов долларов¹

¹ По этому поводу сильно возмущался во время своего визита в Приморье председатель ЦИК Вешняков, которого, в частности, не устроил тот факт, что избирательный фонд на выборах приморского губернатора выше, чем даже на выборах Прези-

(следовательно, снижение значимости административного и увеличение значимости финансового фактора);

- *отсутствие явного лидера среди кандидатов, «борьба всех против всех».* Причиной тому послужила целенаправленная «зачистка» всех значимых фигур во времена правления Наздратенко. Отсутствие среди окружных политиков высокорейтинговых вело к наличию множества неопределившихся избирателей и возможности быстрой «раскрутки» практически любого кандидата. Поскольку электорат кандидатов формировался в короткие сроки, по ситуативным мотивам, то при появлении негативной информации он так же быстро изменялся. Единственным кандидатом, давно застрахованным в глазах собственного электората от любой негативной информации, являлся Черепков, но оборотной стороной этих многолетних прививок стал самый высокий антирейтинг и практически нулевой приток новых избирателей;
- *четкое деление электората: Владивосток и остальной край.* Если во Владивостоке был политик со своей устойчивой электоральной группой (Черепков), то в крае таковых не оказалось (за исключением Гришукова с его устойчивыми 10% левого электората);
- *распыление административного ресурса* между несколькими кандидатами и, соответственно, его низкая эффективность. Более того, по экспертным оценкам, в отличие от кампаний по выборам Наздратенко 1995 и 1999 гг. (когда, как считают эксперты, действующему губернатору приписывалось от 5 до 20% голосов), на этих выборах процент фальсификаций был минимальным (в основном во Владивостоке в пользу Апанасенко);

дента РФ. Хотя, на наш взгляд, Александр Альбертович ставит все с ног на голову. Уж ему ли не знать, что практически на всех выборах в нашей стране реальные претенденты значительно превышают объем предусмотренных законодательством расходов! Так не лучше ли увеличить эти рамки до разумных пределов, вместо того чтобы вынуждать кандидатов нарушать закон?

- *низкое доверие населения к СМИ*, особенно федеральным и, как следствие этого, низкая эффективность собственно медийных кампаний.

К этому следует добавить субъективный, но от этого не менее важный *фактор деятельности команд основных кандидатов*, а именно их поразительную негибкость. Практически все команды (за исключением группы, работавшей на Дарькина) делали не то, что действительно нужно для победы кандидата, а то, что они привыкли делать, — то, что, как им казалось, у них лучше всего получается. Например, лидер команды, работавшей на Апанасенко, прославился как чуть ли не основоположник «черного пиара» в России, и, естественно, штаб Апанасенко развернул активную негативную кампанию против конкурентов, что для кандидата от «партии власти» или фигуры, претендующей на подобный статус, противопоказано. Команда Дубинина имела опыт проведения кампании в электронных СМИ, ей это нравилось, этим она занялась и на этот раз. Поэтому, когда Дубинина лишили административного ресурса и осложнили ему доступ к государственным СМИ, он фактически остался ни с чем. Черепков, который, как известно, был «сам себе имиджмейкер», любил награждать себя лестными эпитетами («святой», «совесть России», «политик мирового масштаба» и т. д.), которые отталкивали от него потенциальных избирателей, но зато тешили самолюбие кандидата.

Штабы кандидатов экономили на проведении полноценных исследований, в результате чего имиджи политиков создавались, исходя из умозрительных представлений консультантов о том, что могло бы понравиться приморцам. А поскольку ни у кого из кандидатов не было ресурсного доминирования, то утвердить собственную «повестку дня» ни одному из них не удалось.

Поэтому данную кампанию можно представить как смену повесткообразующих групп смысловых ниш. Эти *группы смысловых ниш* таковы (в порядке их доминирования в медийном пространстве):

- элитная или ролевая: «человек президента», «лидер антиназдратенковской оппозиции, лидер коммунистов, «человек Наздратенко», кандидат второго плана. Но данное описание не выходило за рамки конфронтационной парадигмы, а потому было неприемлемо для неопределившихся избирателей. Конфронтация кандидатов в этих нишах оказалась выше, чем между нишами, что начинало девальвировать сами ниши и подвергать сомнению адекватность подобных описаний политическим реалиям. Интересно, что среди этих ролей не оказалось роли «кандидата от криминала» (возможно, потому, что хотя Наздратенко и устранили, но не предали «публичной казни», а ведь именно он в идеале подходил на роль «главного вора» в крае. Раз не наказан самый главный, нет смысла клеветать и тех, кто помельче). *Основная борьба развернулась за место «человека Путина»; в итоге государев портрет, который тянули в разные стороны, порвали на мелкие клочки, а рейтинг президента за считанные месяцы упал на треть (с 28 до 20%);*
- имиджевая: крепкий хозяйственник, вечный оппозиционер (сору right В. Черепков), назначенец-марионетка (этот ярлык удалось-таки намертво прикрепить к Апанасенко). Естественно, *наиболее привлекательным с точки зрения электоральной казался имидж крепкого хозяйственника*, однако именно этот имидж, примерявшийся различными кандидатами (Кириличев, Дубинин, Апанасенко, Дарькин), оказался наиболее уязвим для критики. Образ «мачо-хозяйственника» стал чем-то вроде переходящего знамени, которое, падая из рук тяжело раненного бойца, подхватывалось следующим и, наконец, перед первым туром неожиданно оказалось в цепких пальцах Дарькина, развенчать хозяйственные достижения которого уже никто не успел;
- территориальная: «местный — неместный». В условиях, когда из реальных претендентов к числу «неместных» относился только хабаровчанин Апанасенко, этот фактор, действительно немаловажный

для приморцев, сработал против него, но данный критерий не мог стать решающим при выборе из остальных кандидатов;

- морально-этическая: ведет ли кандидат кампанию, пользуясь чистыми или грязными методами. Этот фактор становился все более значимым по мере приближения к дате выборов и увеличения накала борьбы. В итоге он сработал в пользу Дарькина, который демонстративно не участвовал в «войне компроматов»;
- темпоральная: старый — новый, прошлое — будущее. Этот фактор изначально выдвигала в качестве повесткообразующего команда Дарькина. Для новичка в политике подобная стратегия была единственно возможной, но действительно значимой она стала только после первого тура, когда Дарькину противостоял Черепков, даже во Владивостоке воспринимающийся как «человек вчерашнего дня».

Таким образом, в ходе выборов не было единого повесткообразующего фактора. Каждый раз формируемая СМИ и кандидатами «повестка дня» оказывалась неадекватной реалиям. Получался *эффект «воронки»*: чем более активен был кандидат в медийном пространстве и чем настойчивее он представлял себя в рамках неадекватных ожиданиям избирателей смысловых ниш, тем быстрее рос его антирейтинг.

Всего в выборах участвовало 14 кандидатов:

1. Геннадий Васильевич Апанасенко, первый заместитель полпреда Президента РФ в Дальневосточном федеральном округе;

2. Владимир Александрович Гильгенберг, генеральный директор ООО «Корпорация “Далекая окраина”»;

3. Владимир Витальевич Гришуков, депутат Государственной думы РФ, лидер краевой организации КПРФ;

4. Сергей Михайлович Дарькин, руководитель ЗАО «Ролиз»;

5. Валентин Степанович Дубинин, и. о. губернатора Приморского края;

6. Сергей Викторович Жеков, председатель Думы Приморского края, член Совета Федерации, в прошлом офицер ФСБ;

7. Игорь Владимирович Касатонов, президент фонда «Москва—Севастополь», адмирал, бывший командующий Черноморским флотом;

8. Александр Дмитриевич Кириличев, генеральный директор ОАО «Приморское морское пароходство». Участник губернаторских выборов 1999 г., где он занял второе место; за него было подано 20% голосов (190 тыс. человек);

9. Татьяна Васильевна Локтионова, временно неработающая, в прошлом председатель окружного Арбитражного суда;

10. Владимир Владимирович Омшарук, председатель Приморского отделения движения «Честь и Родина»;

11. Сергей Николаевич Попов, генеральный директор Регионального комплексного центра производственных услуг металлолесообработки;

12. Юрий Георгиевич Рыбалкин, председатель Комитета по экономической политике и собственности Думы Приморского края;

13. Игорь Евгеньевич Черевков, главный редактор газеты «Дальневосточная республика», несомненный «двойник» Черепкова (отнявший у него около 2% голосов)¹;

14. Виктор Иванович Черепков, депутат Государственной думы РФ, бывший мэр Владивостока. Участник губернаторской кампании-1995, набрал 17% (165 тыс. человек). В 1999 г. был снят с выборов и «отдал» свои голоса Кириличеву.

Из этих кандидатов до первого тура дошли только 13 (снял свою кандидатуру Касатонов). При этом участников можно разделить на три группы:

- политики с устойчивым электоратом (Черепков и Гришуков: электорат первого держится на его харизме, а второго — на авторитете партии). Для них

¹ Это подтверждается тем фактом, что пиковые результаты Черепкова и Черевкова совпадают по территориям.

главной вначале была задача удержания базового электората (с чем оба так или иначе справились), чтобы обеспечить себе выход во второй тур, где уже на первый план выходила задача привлечения новых избирателей;

- политики без «своей» электоральной группы (Апанасенко, Дубинин, Дарькин), перед которыми стояла задача быстрого роста рейтинга и его дальнейшего сохранения. Однако и Дубинин, и Апанасенко преждевременно «набрали форму» и к 27 мая успели потерять значительную часть голосов, в то время как наиболее активный рост рейтинга Дарькина пришелся на последнюю неделю перед первым туром;
- группа аутсайдеров, лишь портивших «фон» остальным кандидатам.

Лидерами кампании становились разные кандидаты, но никому не удалось преодолеть 20%-го порога. Сначала, по данным опросов, лидировал Кириличев (18% в середине марта), затем Черепков (13—16% с незначительными колебаниями на протяжении всей кампании), затем Дубинин (18% в конце апреля). На каждого, кто вырывался вперед, выливали ушат грязи — и рейтинг кандидата падал. Когда вперед вышел Дарькин, этого уже просто не успели сделать. Единственный выброс компромата перед первым туром (ТВ-передача «Приморский узел» и выпуск газеты «Мир в доме», подготовленный командой Дубинина) оказался недостаточно массовым, чтобы остановить Дарькина.

Рассмотрим подробнее, каким образом различные кандидаты создавали себе проблемы в ходе кампании.

Моряк, который слишком долго плывал, или Утраченные иллюзии

Директор Приморского морского пароходства Александр Кириличев изначально считался одним из фаворитов выборной кампании. Самое печальное, что сам кандидат тоже питал эту иллюзию. Действи-

тельно, в 1999 г. он набрал 20% голосов избирателей, но это был совокупный электорат Кириличева и Черепкова (последний тогда, по своему обыкновению, был снят с выборов и призвал своих избирателей голосовать за директора ПМП). Этот «ситуативный» электорат, естественно, был неустойчивым. Поэтому для привлечения своих избирателей в 1999 г. Кириличеву был необходим ранний старт и представление себя в качестве основной альтернативы Наздратенко. Фактически его кампания должна была начаться сразу после отставки губернатора, и ведущей тактикой должны были стать оперативные комментарии по поводу сегодняшней ситуации.

Утвердившись в качестве фигуры, занимающей антиназдратенковскую позицию, Кириличев мог начать кампанию по привлечению электората экс-губернатора как основной «местный» политик, противостоящий попыткам «варягов» захватить край. Финансовый ресурс вполне позволял ему вести долговременную кампанию и создать полевые структуры в крае.

Однако кандидат и его штаб пребывали в уверенности, что 20% голосов у них уже в кармане, а потому торопиться не надо. Они полагали: нужно добавить процентов 10—15, и победа в первом туре уже гарантирована.

В итоге фактически была завалена подписная кампания. 5 апреля Кириличев отказался от сдачи неправильно оформленных подписных листов и на время затих. Эта пауза привела к тому, что кандидат потерял темпы. Кириличев зарегистрировался одним из последних и заявил, что в случае поражения в третий раз не станет баллотироваться в губернаторы.

А далее деятельность кандидата свелась к тому, что он выдвинул бессвязный слоган «Приморью — новый курс!» (вероятно, апеллируя к Ф. Д. Рузвельту и играя на «морских» ассоциациях) и организовал концерты Лещенко и Арлазорова к майским праздникам. Имидж кандидата имел ярко выраженные «новорусские» черты (чего стоили такие явные ляпы, как задушевные рассказы Кириличева о том, как он «по-простому» летает на рыбалку на вертолете), но при этом аудио- и видеорежис-

лама делалась на песни советских времен¹, что дезориентировало потенциальных избирателей. Если у тебя «новый курс», то при чем тут «старые песни о главном»?²

Мало того, что реклама кандидата запоздала по времени, ее и в количественном отношении было явно недостаточно. С одной стороны, было провалено создание полевой сети, с другой — запоздало финансирование СМИ. Отношения со СМИ для Кириличева были особенно проблемными, поскольку он со многими не расплатился за прошлые выборы, и на этот раз все требовали стопроцентной предоплаты, да и расценки завышали в два—три раза, чтобы покрыть прежние убытки.

Практически за все время проведения кампании не было подготовлено ни одного значительного информационного повода, а те, что были, рекламировали не кандидата в губернаторы, а директора ПМП. Каким образом симпатии избирателей могло вызвать сообщение о том, что Кириличев привлек на свое предприятие кредит из-за рубежа в размере 200 миллионов долларов, не совсем понятно.

Слабая активность кандидата сделала его уязвимым для атак оппонентов. Основным нападкам подверглась репутация Кириличева как опытного производственника. Активно муссировалась тема вывода им ПМП в оффшорную зону, подсчитывались убытки, которые в результате понес краевой бюджет. Впрочем, попадались и экзотические сюжеты вроде обвинения Кириличева в финансировании чеченских боевиков.

Удачным ходом команды Кириличева можно назвать организацию за неделю до первого тура «праймериз» (в четырех крупнейших городах края — Владивостоке, Находке, Уссурийске и Спасске-Дальнем), в качестве официальных инициаторов проведения которых выступили активисты «Яблока» и СПС. В наиболее мно-

¹ Кстати, на фокус-группах ветераны высказывали обиды на то, что их любимые песни «коверкают».

² Очень напоминает то, как «Яблоко» на парламентских выборах 1999 г. рекламировалось под «Я люблю тебя, жизнь».

голюдных местах они установили столики, запечатанные урны, и все желающие могли проголосовать за кандидатов, баллотирующихся в губернаторы, на досрочных выборах 27 мая. Всего в этом неофициальном голосовании приняло участие около 5 тысяч человек. Естественно, что по итогам праймериз лидировали Кириличев (20%) и Черепков (23%), на третье место вышел Дарькин (17%). Фавориты кампании — первый вице-губернатор края Валентин Дубинин и замполпреда на Дальнем Востоке Геннадий Апанасенко — заняли четвертое и пятое места (по 6%). Это несомненно снизило рейтинги Апанасенко и Дубинина, но не смогло помочь Кириличеву, который крайне слабо был представлен в информационном поле.

В итоге чрезвычайно вялой кампании рейтинг Кириличева опустился с 18 до 7%, что в очередной раз подтвердило, как опасна излишняя самонадеянность.

Не догоним, так согреемся

Именно так можно охарактеризовать поведение кандидатов с устойчивым электоратом — Черепкова и Гришукова.

Лидер приморских коммунистов Гришуков зарегистрировался 3 апреля — первым из всех кандидатов, продемонстрировав организационную мощь партийной организации, но сразу же весьма опрометчиво явив близость к непопулярному в народе руководству «Дальэнерго».

Его кампания свелась к традиционному для коммунистических кандидатов сценарию — типовые черно-белые и черно-красные листовки, собрания актива, визит Г. А. Зюганова. Скучно, привычно, традиционно. Как итог — 10% голосов твердокаменных сторонников КПРФ. Несомненно, если бы на выборах приморских коммунистов представляла имеющая гораздо больший авторитет, чем Гришуков, Светлана Горячева (с губернаторским рейтингом в 32%), то результат мог бы быть совсем другим. Кстати, Горячева отнюдь не поспешила

активно включиться в кампанию своего коллеги по партии. Приняв пассивное участие в инициированной Апанасенко «встрече патриотов», она затем выступила с заявлением о том, что не поддерживает никого из кандидатов, что ударило в первую очередь по Гришукову.

Как всегда со скандалами и громкими заявлениями провел свою кампанию Виктор Черепков — уже на старте кампании, в апреле, он предложил экзотическую реформу избирательной системы, заявил, что ведет консультации в Москве, и якобы получил по физиономии от своего имиджмейкера.

Следует отметить, что если во Владивостоке Черепкова помнят как «неплохого мэра со странностями» и могут назвать его реальные достижения — строительство транспортных развязок, доплаты пенсионерам из городского бюджета и т. д., — то в остальном крае доминирует его восприятие как скандалиста и психически не совсем нормального человека.

Видимо, понимая ограниченность возможностей роста собственного электората (антирейтинг на старте кампании — 33%), Черепков пытается не дать чрезмерно вырасти рейтингам оппонентов и критикует в собственных СМИ Апанасенко и Кириличева. Ему вторят кандидаты-союзники — Гильгенберг и Омшарук. Следует отметить, что самого Черепкова не очень-то критиковали. Практически все расценивали Черепкова как удобного соперника во втором туре и «берегли для себя». Единственный, кому действительно стоило бороться с Черепковым за сборный электорат 1999 г. (естественно, не лично, а с помощью подставного кандидата), — это Кириличев, но именно он не стал этого делать. Новых античерепковских сюжетов не появилось, разве что его обвинили в том, что он — ставленник рыбного магната Никитенко.

Разгорелся скандал вокруг прочерепковских газет «Наше Приморье» (редактор — депутат краевой Думы Бельтюков)¹ и «Красное знамя», но, поскольку офици-

¹ Бельтюкова пытались привлечь к ответственности, но депутаты не дали коллегу в обиду.

ально Черепков не заказывал материалы в этих газетах, перед законом он был чист.

Черепков делал ставку на газеты с весьма серьезными тиражами (по 600—800 тысяч экз. при электорате края 1 550 000 человек). Однако большая часть этих огромных тиражей в условиях слабой организации доставки попала в макулатуру. Черепков практически отказался от наружной рекламы и рекламы в электронных СМИ (где он предпочитал появляться лично, а не посредством агитационных роликов), демонстрируя бедность и «близость к народу».

Вояжи Черепкова по краю оказались провальными. Большую часть голосов он получил во Владивостоке, где безусловно лидировал (43%).¹ В то же время и в процентном отношении (20%), и в абсолютных цифрах (131 тысяча голосов) результат оказался ниже, чем в 1995 и 1999 гг. Таким образом, Черепков так и остался «политиком одного города» с жестко очерченным электоральным полем.

Охотники за Синей Птицей, или Битва за административный ресурс

Административный ресурс в крае фактически начал распыляться уже в период противостояния губернатора Наздратенко и полпреда президента Пуликовского², которое закончилось вынужденной отставкой губернатора. Окрыленный победой, полпред сделал ставку на своего заместителя Геннадия Апанасенко, но все оказалось не так просто. Нашлось немало желающих сыграть роль «кандидата от Кремля».

Адмирал Касатонов намекал, что, в отличие от Апанасенко, которого лоббирует всего лишь полпред, он кандидат от самой что ни на есть Москвы. Его консультанты догадались устроить адмиралу встречу во Владивостоке с хлебом-солью, чем лишний раз подчеркнули

¹ Также стоит отметить первое место в Артеме (25%).

² Конфликт был настолько серьезным, что во Владивостоке появились растяжки с лозунгами «Приморье — это не Пуликовское поле».

то, что Касатонов в Приморье чужой. Даже Черепков попытался «примазаться» к Кремлю, заявив, что снимет свою кандидатуру, если увидит, что Москва поддержит «реального политика».

Противостояние между Касатоновым (который когда-то «перешептывался с Путиным») и Апанасенко (который встречался с Путиным 5 марта и не услышал ни «да», ни «нет» по поводу решения выдвинуть свою кандидатуру) постепенно приводило к девальвации поддержки Москвы.

Команда Апанасенко, всерьез озабоченная появлением Касатонова, применила известный ход: выдвижение в губернаторы уборщицы, безработных, пенсионеров и тому подобных фигур. Цель — распыление поля «других» кандидатов — оказалась неадекватной, поскольку на тот момент сам Апанасенко отнюдь не был безусловным лидером (он имел 2% рейтинга), и распыление действовало против него.

Тем временем Пуликовский устраивает разнос журналистам и вызывает на дуэль владивостокского градоначальника Копылова (повод — те самые злополучные лозунги на растяжках). Копылов публично приносит извинения и начинает работать на Апанасенко. Вообще, *поведение Пуликовского, который регулярно появлялся в крае (приезжая из Хабаровска), чтобы устроить очередной «разнос» руководителям СМИ или чиновникам, а затем уезжал, подчеркивало чужеродность его ставленника.*

Исполняющий обязанности губернатора Дубинин не теряет времени даром: он активно «светится» в СМИ, публикует программу своих действий на посту и. о., организует проверку мэрии Владивостока (в результате чего задержан один из вице-мэров) и пытается сменить руководство телекомпании «ОТВ-Прим», а затем неожиданно выдвигает на выборах свою кандидатуру, к чему Пуликовский отнесся весьма неодобрительно. Дубинин дистанцируется от Кремля, делая акцент на том, что участие в выборах — его собственное решение. Сразу после этого Апанасенко приостанавливает проверку мэрии Владивостока и начинает поездки по краю.

В итоге *происходит дезориентация элиты, которая не может понять, на кого делать ставку*. Клуб влиятельных налогоплательщиков края поддерживает сразу троих кандидатов — Апанасенко, Дубинина и Кириличева.

Тем временем СМИ ведут поиски «кандидата от Наздратенко» — подозреваются Жеков и Толстошеин. Выдвижение Дарькина никто и не заметил.

Главным информационным «событием» начала мая стало отключение в крае телевидения на четыре дня. За сим последовали публичное обращение в центр Дубинина и действия Апанасенко по восстановлению вещания. *Оба «обходят владенья дозором», ездят по краю, проводят совещания и окончательно дезориентируют местную элиту*.

Апанасенко пытается прибиться к наиболее рейтинговым фигурам — Наздратенко и Горячевой, предлагая им, вкупе с Пуликовским, встретиться ради решения краевых проблем. Наздратенко отнесся к этой идее скептически, заметив, что если Апанасенко считает его опытным руководителем, то пусть не рассказывает о царящем в крае хаосе, но все-таки назвал Апанасенко наиболее предпочтительным кандидатом. Пуликовский весьма комично начинает дискутировать с Апанасенко в СМИ.

Имидж Апанасенко — «крутой мужик», жесткий руководитель (как заметил один из респондентов фокус-групп, «они пытаются из Апанасенко Евгения Ивановича (Наздратенко) сделать, но видно, что он не тянет»). При этом, видимо, консультанты заместителя полпреда не удосужились провести исследования, иначе они увидели бы, что роль «сильной личности» в тот момент была неактуальна. Возможно, они надеялись, что им удастся устроить своему кандидату доминирование в медийном пространстве и тем самым навязать электорату абсолютно любые критерии выбора.

Им никак не удавалось доказать жителям края, что недавно приехавший из Хабаровска Апанасенко — «свой в доску», а также изменить крайне невыигрышный публичный имидж кандидата. Склонность Апанасенко

к многословию и обтекаемым, ничего не значащим фразам еще более подчеркивали утомительно длинные и бессодержательные интервью с ним (начиная от передачи с Андреем Карауловым и заканчивая интервью местным журналистам).

Победа в апреле на губернаторских выборах в Амурской области депутата Госдумы Короткова, поддержанного Пуликовским, казалось, давала аванс Апанасенко. Но, с другой стороны, федеральный инспектор по Амурской области занял только пятое место, а Коротков был вынужденно поддержан полпредом во втором туре.

13 апреля Пуликовский проводит с Дубининым «мужской разговор», надеясь убедить его отказаться от участия в выборах. Не дождавшись этого, он предложил Жекову, Апанасенко и Дубинину уйти в предвыборные отпуска. Другой первый «зам» губернатора Толстошеин в результате «административного давления» отказался от участия в выборах. 18 апреля Толстошеин снимает свою кандидатуру и намеревается вернуться в администрацию.

Касатонов, у которого кончились деньги¹, перестал вести активную игру. Вновь он появился на сцене только в начале мая с антикоррупционными лозунгами (пообещал создать некий комитет по борьбе с коррупцией), которые звучали несколько странно для кандидата, претендующего на роль «человека Путина». Он выпустил листовки со слоганом «Хватит! Пора наводить порядок!». За неделю до выборов Касатонов (рейтинг которого так и не поднялся выше 2%) снимает свою кандидатуру в пользу Апанасенко.

В конкуренцию статусных лиц вступил и спикер краевой Думы Жеков. Он начал кампанию с «наезда» на Дубинина, который, по его мнению, в бытность вице-губернатором развалил лесную отрасль края, и на Апанасенко, использующего административный ресурс и даже «отключившего ЦТ». Тем самым Жеков приобрел

¹ Как утверждают, причиной тому стала попытка адмирала получить финансирование и от Лужкова, и от Кремля, в результате «ласкового теля» осталось без обеих мамок.

скандальную репутацию и ограничил собственные возможности роста электората. *Однако стикер Законодательного собрания, практически не имеющий административного ресурса, все же являлся в глазах населения представителем власти, и потому его критика в адрес Дубинина и Апанасенко была для них особенно болезненна.*

Новая сенсация: три кандидата по фамилии «Апанасенко» из Санкт-Петербурга пытаются выдвинуть свои кандидатуры. Вероятно, это ход консультантов «зама» полпреда (дескать, наш кандидат жертва, против которой используются грязные технологии). Затем было возбуждено уголовное дело по факту угроз одной из работниц штаба Апанасенко.

Рупором Апанасенко стала газета «Мы сильны Россией» (тираж 650 тысяч экз.), в сфере наружной рекламы ее поддерживали щиты с аналогичным слоганом, выполненные в трехцветной гамме.

3 мая начался суд по иску Толстошеина, а уже 4 мая он вернулся в свой кабинет в краевой администрации и начал бороться против превращения местного «белого дома» в предвыборный штаб Дубинина. В то же время «дубининский» и. о. Бельчук отказался слагать с себя обязанности. После приезда в Приморье заместителя главы администрации президента Суркова и Пуликовского выбор был сделан в пользу Толстошеина.

Возмущенные давлением со стороны Суркова (в частности, на совещании в Спасске-Дальнем) и президентских структур, использованием административного ресурса для поддержки Апанасенко, депутаты краевой Думы организовали внеочередное заседание 11 мая, на котором приняли обращение к президенту по этому поводу. Появилось и обращение избирателей к Путину по поводу использования имени президента.

Дубинин делает ставку на поддержку статусных лиц (директора «Дальморепродукта» Диденко, ректора ВМГУ Каминского, бывшего губернатора Кузнецова) и публикует длинные статьи о том, каким он видит будущее Приморья. Из информационных поводов можно

упомянуть закупку Дубининым в Китае сельскохозяйственной техники (что повлекло за собой обвинения в том, что Дубинин является проводником ползучей оккупации Приморья китайцами). Его «бьют» конкуренты за то, что он давно во власти, а результатов нет, обвиняют в развале отраслей, за которые он отвечал (сельское и лесное хозяйство). Административный ресурс, нейтрализованный Толстошеиным, окончательно перестает работать на Дубинина.

11 мая Дубинин встречается с Путиным, а затем администрация президента опровергает заявления о том, что Путин поддерживает кого-либо из кандидатов в Приморье. Рейтинг Апанасенко (скачок до 20% по Владивостоку после появления рекламных щитов «Выбор приморцев — поддержка президента») после этого заявления падает. 15 мая (во время визита в край председателя ЦИК Вешнякова, который сообщил о том, что Путин никого из кандидатов не поддерживает) появляется заявление работников ГТРК «Владивосток» о том, что им приходится работать под диктатом штабистов Апанасенко.

Война против кандидатов-«администраторов» продолжается: появляется совместное заявление партий и движений (КПРФ, СПС, ДВР и др.) против Апанасенко (в первую очередь), Дубинина и Жекова, подаются судебные иски на Апанасенко в связи с использованием им служебного положения и спекуляции именем президента.

Поддача этих жалоб совпала по времени с выходом отпечатанного стотысячным тиражом фальсифицированного номера местной газеты «Океанский проспект», в котором были подвергнуты критике многие кандидаты в губернаторы, в том числе и Александр Кириличев, которому помогал настоящий «Океанский проспект».

В эти же дни сотрудниками УВД Владивостока были задержаны трое молодых людей, которые расклеивали по городу афиши: «Человек Путина не пройдет». Под заявлением стояла подпись несуществующей организации — мифического Союза демократической защиты

Приморья. Поводом к задержанию стало то, что полиграфическая продукция не имела обязательных по закону выходных данных. Как следует из текста протокола об административном правонарушении, все трое являются жителями Санкт-Петербурга и работают в предвыборном штабе Геннадия Апанасенко. *К Апанасенко крепко приклеился ярлык кандидата, ведущего «грязную» кампанию, а тема пресловутого «черного пиара» стала одной из основных тем в СМИ.*

Апанасенко удалось отразить судебные атаки оппонентов, и все же он регулярно получал чувствительные уколы от крайизбиркома. Было запрещено размещение проапанасенковских телевизионных программ «Блокнот избирателя», «Пресс-экспресс» и «Приморская карусель». Избирком распространил заявление о несоответствии действительности опросов общественного мнения, согласно которым лидировал Апанасенко.

23 мая появилось ложное заявление о снятии с выборов Черепкова в пользу Апанасенко. Ничего не прибавив ставленнику полпреда, эта история несомненно помогла Черепкову, который совершенно бесплатно «засветился» на первых страницах газет.

Последним «элегантным» ходом накануне выборов, приписываемым полпредовским пиарщикам, стало фальсифицированное письмо председателя крайизбиркома о запрете проката роликов Дубинина и Кириличева на ТВ. Снятые с эфира в четверг, в последний день агитации эти ролики крутились «до тошноты», вызывая у избирателей отвращение к обоим кандидатам.

Свой «подарок» получил и Апанасенко — в виде заявления руководителя краевого ФСБ о готовящейся в его пользу фальсификации.

Борьба Апанасенко и Дубинина сослужила плохую службу обоим, хотя Дубинину, конечно, досталось больше. Отсутствие полевых структур при потере поддержки местных администраций не позволило Дубинину оперативно реагировать на компромат в свой адрес и тем самым остановить обвал рейтинга. Замполпреда и и. о. губернатора (14 и 7% по итогам первого тура со-

ответственно) расчищали дорогу другому кандидату — Сергею Дарькину.

Итоги выборов оказались катастрофичны в первую очередь для Дубинина. Причин его поражения несколько. Во-первых, отсутствие у Дубинина должным образом выраженных черт политического лидера. Все-таки не каждый вице-губернатор может сходу стать губернатором — возможно, руководствуясь этим принципом, Наздратенко и осуществлял подбор своих заместителей. Во-вторых, восстановление в должности Толстошина окончательно разрушило образ Дубинина как действующего хозяина края, плавно сменившего Наздратенко. Плюс — нейтрализовало административный ресурс. В-третьих, Дубинин не имел своего четко очерченного электорального поля. С одной стороны, он конкурировал с Апанасенко, с другой — со всеми местными кандидатами.

И, наконец, самое главное. Наметившийся было рост числа сторонников Дубинина был заблокирован негативными высказываниями Наздратенко в его адрес. Эти высказывания имели значение для всех избирателей, а не только для тех, кто прежде голосовал за Евгения Ивановича. У антиназдратенковского электората были свои кумиры, и колеблющиеся задумались: стоит ли голосовать за предателя, к тому же навлекая на Приморье гнев кремлевских чиновников?

Поскольку электорат Дубинина во многом состоял из сторонников Наздратенко, главной причиной обвала рейтинга Дубинина стал призыв Наздратенко к своим сторонникам голосовать за Дарькина.¹ Остановить отток голосов Дубинин не сумел — к тому моменту он уже выглядел как неудачник, которого лишили власти, а он не сумел отстоять. (При этом Дубинин не успел — как в прежние годы Черепков — «пострадать», и лишь суетно демонстрировал избирателям в качестве оправдания президентскую поздравительную телеграмму к Дню Победы.)

¹ По опросу 17.05.01. перетекание голосов от Дубинина было максимальным именно в пользу Дарькина — 19%, а 23% затруднились с ответом.

Относительный успех Апанасенко объясняется его ресурсным превосходством над Дубининым (в первую очередь, в электронных СМИ края). Стоит также отметить, что на финише история о «поддержке президента» вновь начала работать на Апанасенко, поскольку его оппоненты явно переборщили с этой темой.

«Темная лошадка»

Можно с уверенностью сказать, что своей победой Дарькин не в меньшей степени, чем себе и своей команде, обязан другим кандидатам. Его попросту «прозевали», считая кандидатом второго плана, который использует выборы для «раскрутки» на будущее. Сам Дарькин активно поддерживал эту иллюзию — его штабисты охотно вели переговоры с другими кандидатами о возможной поддержке их Дарькиным во втором туре (тем самым создавая предпосылки для отказа от «наката» на своего кандидата).



Кроме этого, значимыми составляющими *стратегии Дарькина были*:

- образ — единственный «неполитик», новое лицо, успешный хозяйственник (создал процветающее предприятие «Ролиз», поднял «Приморскую сою»);
- территориальная стратегия — основная работа ведется в крае, во Владивостоке по минимуму;
- акцент на методах агитации «face to face». Была создана полевая структура — 2500 человек (из них только 500 в столице). Больше ни у кого сопоставимой электоральной «машины» не было;
- медийная стратегия — преимущественное размещение ТВ-рекламы на ПТР — единственной компании, вещающей на весь край (в отличие от других кандидатов, которые распределили свою рекламу равномерно). Дарькин доминировал на ПТР, в то время как остальные кандидаты рубились на каналах с рейтингом в 4—5%. Другой момент — акцент на районных и городских газетах;
- акцент на проведении «чистой» кампании, что на образном уровне подкреплялось проведением перманентного субботника (акция «Нам здесь жить!»). Стратегия — не участвовать в конфликтах, но при этом подогревать конфликты между оппонентами.

Первым информационным и весьма жизнеутверждающим поводом в проведении кампании стало рождение у кандидата дочери. Затем — тот факт, что за короткое время было собрано 50 тысяч подписей в его поддержку.

Дарькин стал первым кандидатом, разместившим наружные агитационные плакаты. Расклеенные в самом начале предвыборной кампании плакаты А2 «Почему Дарькин?» тиражом 150 тысяч экземпляров ставили целью привлечь внимание к кандидату и обеспечить узнаваемость фамилии. Затем вышел «ответный» плакат тиражом 600 тысяч экземпляров «Потому что свой», который через некоторое время команда Дарькина и сняла (потом от «большого ума» кандидат Локтионова выпустила листовки «Потому что Локтионо-

ва», тем самым подогрев воспоминания о рекламе Дарькина). 27 апреля Дарькин начал проведение субботника, пообещав сюрпризы и в дальнейшем. На смену плакатам пришли стационарные рекламные щиты (кандидат в двух видах — задумчивый на фоне природы и улыбающийся среди людей). Стоит заметить, что Дарькин оказался единственным кандидатом, чья реклама была оригинальной и выдержанной в едином стиле (желто-синяя гамма, специально написанная «песня кампании»¹). Видеоролики делались в стиле информационных репортажей, что создавало эффект объективности.

В мае Дарькин презентует программу, подготовленную ученым ДВО РАН. Она представляет собой расширенный вариант проекта, победившего в прошлом году в конкурсе Института системного анализа, который возглавляет министр экономического развития и торговли Герман Греф. Задача программы — поднять среднюю зарплату приморцев до 6—8 тысяч рублей.

За неделю до выборов, 18 мая, Дарькина поддержал Наздратенко в косвенной, но лестной форме: «Дарькин — это я в молодости»; и этот факт позже дал основание многим журналистам заявлять о том, что основой причиной победы Дарькина стала поддержка экс-губернатора. Попробуем проанализировать, насколько подобные заявления соответствуют действительности.

Фактор Наздратенко

Наздратенко ушел, но ушел не по воле избирателей. Значительная часть приморцев его по-прежнему поддерживала («губернаторский» рейтинг Наздратенко в конце марта был около 26%, и это при том, что его участие в выборах было крайне маловероятным и не велось никакой агитационной работы!). Отток потенциальных голосов избирателей, воспринимавших Наздра-

¹ Эта песня звучала чуть ли не во всех музыкальных киосках.

тенко как виновника энергетического кризиса, оказался частично компенсирован голосами тех, кто начал ему сочувствовать как невинно пострадавшему стрелочнику.

Разрушения мифа о Наздратенко вне предвыборной кампании не произошло — такова была плата Кремля за его уход (отказ от возбуждения уголовных дел плюс трудоустройство). В самой предвыборной кампании роль разрушителей мифа о Наздратенко досталась просто не тем людям. Для сторонников Черепкова этот миф был давно разрушен, но все лавры от этого получал только Черепков. Для других избирателей личности разрушителей — Апанасенко и Дубинина — оказались настолько несимпатичны, что Евгений Иванович от их активности только выиграл. К тому же и Апанасенко, и Дубинин время от времени противоречили сами себе и пытались натянуть на себя наздратенковские же одежды.

Заигрывали с избирателями, симпатизирующими экс-губернатору, и другие кандидаты. Локтионова использовала в своих роликах кадры с Наздратенко, и даже Черепков заявил, что ведет переговоры со своим бывшим главным противником. Однако сам Наздратенко, пару раз тепло отозвавшийся об Апанасенко и Жекове, продолжал держать паузу, и подобные косвенные ходы кандидатов не приносили ощутимых дивидендов.

Финальное заявление Наздратенко о поддержке Дарькина появилось в нужный момент. С одной стороны, оставалось достаточно времени, чтобы донести эту информацию до избирателей, с другой — оппоненты не успевали раскритиковать Дарькина за чужие грехи.

Кроме привлечения части электората бывшего губернатора данное заявление подстегнуло интерес к фигуре Дарькина и тем самым увеличило приток голосов избирателей. Рейтинг молодого предпринимателя, который долгое время оставался в пределах 5—6%, стремительно рос именно в последние две недели перед первым туром.

Однако привязка к экс-губернатору была палкой о двух концах. Отношение к Наздратенко в крае было неоднозначным, поэтому ролики с «батькой Наздратом» размещали выборочно — только в районах, где он имел высокий рейтинг (Большой Камень, Дальнереченск, Лесозаводск, Находка и т. д.).

Действительно ли Дарькин изначально являлся «человеком Наздратенко» или экс-губернатор вскочил на подножку кареты, вовремя заметив рост рейтинга Дарькина, сказать трудно.¹ Вероятнее всего, правда находится где-то посередине. Надо сказать, это не столь уж и важно, поскольку пока *практика региональных выборов показывает, что даже стопроцентные «преемники» губернаторов с легкостью забывают об оказанной им услуге*, как, например, краснодарский губернатор Ткачев, уже через полгода после выборов не оставивший в администрации ни одного человека из команды Кондратенко.

Кстати, интересно, что в своем итоговом интервью председатель Госкомрыболовства отметил, кроме Наздратенко, еще и Жекова. Впоследствии в СМИ появилась *версия о заранее просчитанном сценарии сотрудничества Дарькина и Жекова* — в то время как спикер Думы берет на себя неблагоприятную роль обличителя кандидатов от «партии власти», Дарькин остается «белым и пушистым». Все именно так и произошло, однако дальнейшие действия Жекова (заявление о возможности опротестования победы Дарькина и противодействие признанию результатов выборов) опровергают эту «теорию заговора».

Вопрос о том, кто стоял за кандидатом, остался открытым. Кроме Наздратенко и краевого криминала, роль «закулисного кукловода» приписывалась и Владимиру Потанину («Профиль», 16 июля 2001).

¹ Однако стоит сказать о том, что в штабе Дарькина работал ряд бывших сотрудников Наздратенко, в частности руководитель его пресс-службы Встовская. Да и сам слоган «Нам здесь жить» переключается со слоганом Наздратенко 1999 г.— «Край, где мы живем и работаем».

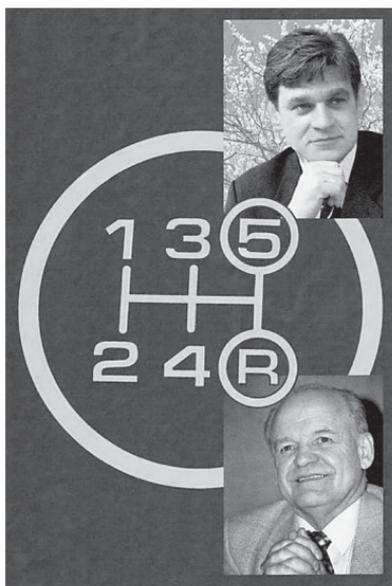
Второй тур: без сюрпризов мы не можем

Когда во второй тур неожиданно для всех вышли Дарькин и Черепков, стало понятно, что исход выборов предрешен. Были несомненными ресурсное превосходство Дарькина и практически полное отсутствие у него антирейтинга, в то время как антирейтинг Черепкова был крайне высок.

Реклама Дарькина несомненно преобладала в информационном пространстве и края, и города. Основные темы — встречи в администрации президента (Москва

не против), переговоры с энергетиками (Дарькин уже решает проблемы края), экономическая программа. Штаб Дарькина принципиально отказался от переговоров о поддержке с выбывшими кандидатами. Их антирейтинги были опаснее, чем тот багаж, которым они могли бы поделиться. Тем не менее Дарькин косвенным образом объединяется с Кириличевым и Дубининым, заявив, что против них, как и против него, тоже использовались грязные технологии.

Черепков попытался сыграть роль борца с криминалом, а в роли мафиозного кандидата изобразить Дарькина, благо ряд двусмысленных фактов в биографии предпринимателя можно было отыскать. Но у Черепкова не оказалось полевых структур, чтобы распространить негативную информацию о Дарькине в крае. К тому же тиражи черепковских газет конфисковывались прямо в типографии. Зато во Владивостоке эту информацию через «слуховой канал» донесли практи-



чески до всех, что и повлияло на массовое протестное голосование (55% по городу).

В ответ последовали опровержения обвинений в адрес Дарькина со стороны УВД, ФСБ и налоговой полиции Приморского края.

В то же время в области создания позитивной рекламы в команде Черепкова оказался дефицит идей. Черепков продолжал агитировать уже сагитированных избирателей. В рекламе делался акцент на прошлых заслугах и биографии кандидата. При этом, как и раньше, имели место перехлесты в агитации — Черепков «святой», похож на Ленина и т. д. Ролики Черепкова настолько играли против него, что команда Дарькина даже уступила ему свое бесплатное эфирное время.

Событийная канва черепковской кампании оставалась скандальной. Естественно, Черепков не мог не заявить о готовящемся на него покушении. Да и остальные информационные поводы под стать — нападение на жену одного из сторонников экс-мэра, попытка подбросить наркотики начальнику штаба.

Фактически электорат Черепкова ограничивался пределами города. Черепкову нужен был повод красиво уйти, и лучшим вариантом представлялось снятие с дистанции.

Он и его команда вполне намеренно допускали грубейшие нарушения предвыборного законодательства, но в суд на Черепкова подали за крайне незначительные нарушения (неоплату его интервью федеральным СМИ из избирательного фонда).

Можно предположить, что повод для отмены решения о регистрации Черепкова был намеренно выбран неубедительный, чтобы затем поставить под сомнение итоги выборов.

В срыве выборов были заинтересованы практически все кандидаты-неудачники. На разнообразных молодежных мероприятиях проводилась агитация за голосование против всех. Впрочем, на наш взгляд, особого эффекта это не возымело и было скорее способом «освоить средства». Гораздо более серьезным стратеги-

ческим ходом стало решение коммунистов о протестном голосовании, но и оно не могло кардинально повлиять на исход выборов.

В итоге Дарькин набрал 40%, Апанасенко — 24%, а протестное голосование достигло опасной отметки в 33%. При этом явка избирателей снизилась с 42 до 35%. Возможно, это были именно те проценты, которых не хватило для победы во втором туре кандидату «против всех».

Перспективы опротестования итогов после того, как президентом было дано поручение Касьянову помочь новому руководству Приморья подготовиться к зиме, практически равны нулю. *Дарькин несомненно удержит губернаторское кресло. С другой стороны, после снятия Черепкова его победа выглядит недостаточно легитимной.*

Черепков неожиданно оказался в выигрыше, получив бесплатную рекламу и оставшись непобежденным.

Участие во втором туре Апанасенко, который начал агитационную кампанию за день до ее окончания, можно признать удачным пиаровским ходом. *Заместитель полпреда продемонстрировал возможности роста своего электората (с 14 до 24%). У него появился повод заявить, что ему просто не хватило времени для победы. Таким образом, в некотором смысле «сохраняют лицо» и он, и Пуликовский, хотя агрессивные послевыборные заявления в адрес нового губернатора не делают чести ни тому, ни другому.*

Все же руководителям полпредства имеет смысл задуматься о том, как в дальнейшем строить отношения с Дарькиным. В конце концов им тут жить.

Анализ предвыборных ресурсов кандидатов в губернаторы Приморского края¹

Выполнен на основании социологических (16–23 марта и 18–22 апреля 2001 г.) и экспертных (20 марта – 3 апреля 2001 г.) опросов, проведенных в Приморском крае

Анализ был проведен для следующих кандидатов в губернаторы Приморского края, как имеющих наибольшие шансы на ведение полноценной избирательной кампании:

1. *Апанасенко Г. В.*— заместитель полномочного представителя Президента Российской Федерации в Дальневосточном федеральном округе.
2. *Гришуков В. В.*— заместитель председателя Комитета Государственной думы Федерального собрания Российской Федерации по проблемам Севера и Дальнего Востока.
3. *Дарькин С. М.*— руководитель рыбодобывающего предприятия ЗАО «Ролиз».
4. *Дубинин В. С.*— исполняющий обязанности губернатора Приморского края.
5. *Жеков С. В.*— председатель Думы Приморского края.
6. *Касатонов И. В.*— президент фонда «Москва — Севастополь».
7. *Кириличев А. Д.*— генеральный директор ОАО «Приморское морское пароходство».
8. *Черепков В. И.*— депутат Госдумы Федерального собрания РФ.

Остальные (Локтионова Т. В., Попов С. Н., Гильгенберг В. А., Омшарук В. В., Рыбалкин Ю. Г., Черевков И. Е., Коваль С. Г.) не рассматриваются из-за низкой оценки совокупного ресурса.

Анализируемые позиции:

1. *Административный ресурс* (вес² 0,65)
2. *Финансовый ресурс* (вес 0,80)
3. *Электоральный ресурс* (вес 0,82)

¹ Автор благодарит за предоставленную информацию консалтинговую группу «Имидж-контакт» и лично Николая Сидорова.

² Вес ресурса определялся по результатам экспертного опроса как средневзвешенное значение по значимости по десятибалльной шкале.

4. *Командный ресурс* (вес 0,58)
5. *Политический ресурс* (вес 0,50)
6. *Личностный ресурс* (вес 0,85)

Апанасенко

Административный ресурс

По результатам экспертного опроса оценка его ресурса — 3,92 балла (по десятибалльной шкале). В результате собеседований с работниками администраций и представителями населения края создается впечатление, что эта оценка значительно ниже. Представители администраций районов края в основном лично входят в штабы других кандидатов — преимущественно Дубинина. Расчет на поддержку Пуликовского малооснователен, так как административный ресурс после удаления из края Наздратенко значительно распатан.

Финансовый ресурс

Весьма ограничен. Хотя эксперты оценивают его в 6,22 балла, это не подтверждается косвенными данными: штабы по краю разворачиваются медленно, реклама в СМИ очень ограничена по размерам, изобразительная реклама отсутствует. Похоже, что предприниматели края, обладая значительными интенциями сепаратизма, тоже не торопятся финансировать кампанию Апанасенко как представителя «вертикали власти», с политикой которой не согласны. При использовании федерального административного ресурса («давление» Пуликовского на местных бизнесменов) может привлечь 300—500 тысяч долларов.

Электоральный ресурс

Прямой рейтинг Апанасенко (опрос 18.04, 1234 респондента по краю) — 2,8% активного электората. Резерв перетекания очень низкий — 4,9%, а резерв из неопределившихся — 0,9% (от 23,5% неопределившихся в активном электорате). Таким образом, Апанасенко не имеет поддержки среди избирателей и ресурсов для ее увеличения.

Командный ресурс

Слабый, так как состоит в основном из бывших и настоящих кадровых военных, не имеющих навыка организации выборных процессов. Преданная команде группа журналистов из Хабаровска

не будет эффективно использована на тесно заполненном рынке СМИ Приморского края.

Политический ресурс

Несмотря на высокое доверие к президенту и армии среди жителей края, поддержка Пуликовского не даст Апанасенко большого прироста рейтинга по следующим причинам: а) очень сильна тенденция выбора «своего», а Апанасенко таковым не воспринимается; б) сильное сопротивление прямому нажиму власти, а Апанасенко стартовал в избирательной кампании, озвучив прямое направление его Пуликовским на участие в выборах; в) поездки Пуликовского по краю и организация «совещаний» с актами прямого давления на представителей администрации, промышленности, партий и общественных движений широко озвучиваются в крае через слухи, которые еще больше усиливают негативную тенденцию восприятия Апанасенко как ставленника, не имеющего своего собственного потенциала.

Личностный ресурс

Весьма слаб. В тесном кругу истеричен. Плюс — владение логикой. Минус — визуальный имидж благопристойного, лощеного чиновника. Аудиальный имидж — ровная, «выглаженная» речь без эмоциональных опор. Смысловой имидж — убежденного исполнителя: «мне прикажут — я сделаю». Не обладает харизмой. Благосклонен к лестям.

Гришуков

Административный ресурс

Практически отсутствует. КПРФ утратила свой статус влиятельной партии в крае. Ее влияние поддерживается только за счет личной харизмы некоторых ее членов (С. Горячева). Представители краевой и районных администраций давно перестали ориентироваться на партийную принадлежность и в настоящее время балансируют между Дубининым и Апанасенко.

Финансовый ресурс

Аналогичен административному. КПРФ не будет поддерживать Гришукова значительными денежными вложениями. Следовательно,

рассчитывать он может только на местные ресурсы, которые не превышают 10—50 тысяч долларов.

Электоральный ресурс

Рейтинг 9,1% (на 18.04) показывает, что ресурс практически исчерпан. Поддержку Гришуков может найти, только если в выборах не будут участвовать Дубинин и Жеков.

Командный ресурс

Отсутствует креативный компонент. Первые вышедшие листовки показали примитивный «старопартийный» подход к избирательной кампании. Гришуков не сумеет выделиться из массы зарегистрированных кандидатов и собрать дополнительные голоса.

Политический ресурс

Судя по использованию несанкционированных ссылок на значительные персоны партии (опубликование фотографий с Зюгановым и Горячевой), существенной политической поддержки ему ожидать тоже не приходится. В качестве обещаний избирателям преподносятся обычные избирательные лозунги, не подкрепленные личным опытом созидательной работы (на что избиратели сейчас обращают первоочередное внимание — они не хотят выбирать профессиональных функционеров).

Личностный ресурс

Исчерпан. Обращение к подложному PR с фотографиями — тому пример. Не удастся собрать большие аудитории по краю из-за отсутствия денег и утраты популярности партии. Плюсы — партийная принадлежность. Минусы — устаревшая идеология.

Дарькин

Административный ресурс

На уровне личных связей. Весьма обширен, так как известен в крае как успешный предприниматель (за счет реанимации своего масложирового комбината «Дальсоя» в Уссурийске). Предприятие закупает сырье в более чем 400 хозяйствах по краю. Кроме того, существуют личные связи с руководителями большинства успешных предприятий края. Те, кого сумеет привлечь к из-

бирательной кампании, будут работать по убеждению, а следовательно, эффективно.

Финансовый ресурс

В связи с успешной собственной производственной деятельностью и широкой поддержкой других руководителей может самостоятельно наполнить избирательный фонд, который по закону края может достигать размера 500 тысяч минимальных заработных плат.

Электоральный ресурс

На начало избирательной кампании — около 3 тысяч голосов работающих на предприятиях, которые управляются Дарькиным, плюс 6 тысяч голосов предприятий-смежников. Этот ресурс обеспечен регулярной выплатой зарплаты на этих предприятиях в течение 10 лет. Однако должен быть существенно повышен за счет ведения полноценной, финансово обеспеченной агитационной кампании. Динамика ресурса положительная — от 0 до 2,9% за две недели только за счет сбора подписей, без ведения активной политической кампании. Уровень известности за первые три дня агитации возрос до 28%.

Командный ресурс

Довольно сильный. Команду Дарькина составляют профессиональные менеджеры, работающие в условиях организации реальных процессов и привыкшие отвечать за результат этих процессов, — они в рамках избирательной кампании отвечают за создание и функционирование штабов в крае. Кроме того, в команду привлечены люди, работавшие на поддержание высокого рейтинга Наздратенко в Приморье.

Политический ресурс

Не использует партийного и федерального ресурса, что в глазах избирателей позиционируется как неангажированность. Строит свою кампанию в соответствии с результатами опросов жителей края, поэтому позиционируется как экономист, хозяйственник (что подтверждается успешной деятельностью и уплатой немалых налогов). Сознательно дистанцируется от имиджа политика, строя кампанию на «деловой» составляющей. На наиболее трудном для него электоральном направлении реализует акцию «Нам здесь жить», для чего на средства избирательного фонда (свои) организовал уборку города.

Личностный ресурс

Довольно сильный. Плюсы — молод, обаятелен, но лишен «лоска» и имеет небольшой дефект речи. Фотогеничен. Непосредствен в общении. Воспринимается избирателями как «один из нас». Личностные качества дополняются деловыми — создал и 10 лет руководит успешным, наращивающим свою мощь коллективом. Минусы — нечеткая политическая позиция. Недостаточные навыки публичного оратора.

Дубинин*Административный ресурс*

Максимальное привлечение на старте: вербовка глав администраций в штабы, публикации в СМИ до начала избирательной кампании и т. п. Однако позиция районных администраций далеко не однозначная — по политическим, деловым и личным мотивам. Есть убедительные данные, что в районах края главы администраций сотрудничают с представителями других кандидатов. По логике взаимоотношений с нехаризматической властью, после ухода Дубинина в отпуск с 26 апреля «сотрудничество» должно перерасти в тихий саботаж.

Финансовый ресурс

По имеющимся данным, провел переговоры с коммерсантами, работающими на пищевом «рынке» края. Ресурс оценивается экспертами в 150—300 тысяч долларов.

Электоральный ресурс

Довольно сильный. Является лидером в опросах (рейтинг 14,9%). Наиболее популярен среди населения сельских районов. В городах рейтинг слабее. Однако при развертывании избирательной кампании сильно теряет в рейтинге из-за финансовой неопределенности и саботажа чиновников.

Командный ресурс

Команда откровенно слабая, состоящая из аутсайдеров администрации Наздратенко, что не добавляет ему хорошего отношения. Существенным минусом является непростроенность взаимоотношений с московской командой консультантов (эта команда в начале

выборной кампании работала с Черепковым). Как следствие получает неадекватную, «победную» информацию о ситуации в крае. В результате этого окажется неспособным к реагированию на изменения обстановки.

Политический ресурс

Слабый. Среди сторонников Наздратенко имеет имидж предателя. Сразу после ухода Наздратенко стал ломать наработанное и дистанцироваться в резких, порой скандальных формах. Был ангажирован как союзник Пуликовского, но проявил «самостоятельность» и лишился его поддержки. Изменил хозяйственные принципы в сторону урезания прав негосударственных хозяйственников, чем вызвал их недовольство. Вследствие этого выбранный им имидж хозяйственника может быть легко нарушен и уже подвергается нападкам со стороны конкурентов.

Личностный ресурс

Среди минусов — возраст, приписываемая ему непорядочность по отношению к сотрудникам, снижение хозяйственных показателей края. Среди плюсов — личная убедительность при общении, умение манипулировать популистскими лозунгами.

Жеков

Административный ресурс

Слабый. Не пользуется поддержкой ни чиновников, ни промышленников. Среди сторонников — некоторые мелкие коммерсанты.

Финансовый ресурс

Слабый. Насколько можно судить по взаимодействию со СМИ — в пределах 100 тысяч долларов.

Электоральный ресурс

Низкий. Рейтинг на 18 апреля — 2,1%. Электорат (по принципиальным позициям) тот же, который поддерживает Дубинина, Апанасенко, Кириличева. То есть может иметь успех при снятии указанных персон с избирательной дистанции и специальной поддержке.

Командный ресурс

Набран штат из личных знакомых (военные, бизнесмены), непрофессиональных «выборщиков» и журналистов. Участвует пресс-секретарь краевой Думы. Руководитель штаба (Ширшиков) проиграл прошлые думские выборы.

Политический ресурс

Играет на популистских проектах краевых законов. Демонстрирует оппозиционные настроения к Апанасенко. Однако не имеет за собой реальных дел, нет хозяйственной практики. Нет политической поддержки.

Личностный ресурс

Средний. Плюсы — молод, динамичен, не скован моральными нормами. Минус — питает безосновательные надежды на помощь административного ресурса (ФСБ), сам не уверен в правильности своего решения идти на выборы. Считает себя человеком системы, исполнителем.

Касатонов*Административный ресурс*

Кроме личных связей с военными и моряками ничего не имеет. Среди них достаточно уважаем, но поддерживать они будут того, кого поддержит Пуликовский.

Финансовый ресурс

Предположительно — до 500 тысяч долларов (но их наличие не подтверждается).

Электоральный ресурс

Практически нет. Рейтинг 1,8% на 18 апреля. Не рассматривается как серьезная кандидатура. Авторитет и ресурс недостаточны для борьбы.

Командный ресурс

На момент анализа — слабый. «Руководитель» штаба — бывший первый «зам» Наздратенко, Черепкова (И. П. Лебединец) — имеет достаточно одиозный личный имидж. Ведутся переговоры с московскими PR-агентствами.

Политический ресурс

Позиционируется как решительный военный. Но этот имидж исчерпан после назначения полномочных представителей в регионах. Он не раскручивается на федеральном уровне, да и требования «крепкой руки» у избирателей трансформировались в требования «крепкой хозяйствующей руки».

Личностный ресурс

Низкий. Имидж «бравого вояки», не подкрепленный подвигами, после первого появления на экранах приобрел клише «адмирал с торпедой в голове».

Кириличев*Административный ресурс*

Существенно ограничивается пределами Находки и района (при личном противостоянии мэра). Поддерживает часть администраций районов, но — наряду с другими кандидатами.

Финансовый ресурс

Сверхвысокий. Позволяет перекрыть официальный фонд кампании в 2—3 раза. (Предыдущая кампания стоила около 2,5 млн долларов).

Электоральный ресурс

Высокий. На момент опроса рейтинг — 10,2% (третье место). При снятии Дубинина и Черепкова имеет реальные шансы стать победителем. Реальный претендент на участие во втором туре.

Командный ресурс

Средний. Необходимость набирать новую команду, так как не выполнил многих финансовых обязательств в прошлую кампанию. Мало кто будет работать на обещаниях.

Политический ресурс

Опора на хозяйственный опыт. Но имидж хозяйственника подпорчен «славой» махинатора — увел флот из-под налогов в оффшорную зону.

Личностный ресурс

Высокий. Плюсы — энергичен, большой хозяйственный опыт, коммуникабелен. Минус — имидж жадного и хитрого политизированного хозяйственника, рвущегося к власти ради денег.

Черепков*Административный ресурс*

Личные связи. Представители районных администраций практически не поддерживают. Динамика поддержки — отрицательная.

Финансовый ресурс

Средний. По оценкам экспертов — 200—400 тысяч долларов.

Электоральный ресурс

Второй рейтинг за счет Владивостока и Артема — 13,0%. Самый высокий антирейтинг — 33%. Ресурс исчерпан.

Командный ресурс

Лично преданные соратники, но... на основе финансовой подпитки. Поэтому состав команды все время меняется, и сил на охват края нет. Конкурентоспособность в районах очень низкая. Подтверждение тому — резкий старт в СМИ с отрицательной динамикой к настоящему моменту.

Политический ресурс

Истерическая идея «самого лучшего», «богоподобного», всевидящего и всемогущего. Эксплуатирует имидж врага (без указания персон). При отрицательной динамике своего рейтинга станет основным источником реального и мнимого компромата на конкурентов. Считает, что выиграет в противостоянии Апанасенко и Дубинина. Готов к скандалу со снятием его с «дистанции» (возможно, даже желает этого для укрепления собственного долгосрочного имиджа).

Личностный ресурс

Плюс — умеет «заводить» толпу. Истерическое обаяние, возбуждение масс народа, навыки оратора. Минус — не выдерживает логики и «перебивки» нагнетаемой им истерии. Эффективен только при личном контакте.

Выводы

Таким образом, реальные шансы, учитывая все рассмотренные ресурсы, можно описать следующим образом:

1. Бесспорного лидера избирательной кампании нет.
2. Кандидаты «первой очереди», как обладающие достаточным собственным ресурсом, — *Дубинин, Кириличев*.
3. Кандидаты «второй очереди», обладающие определенными шансами при соответствующем изменении обстоятельств — в случае организации соответствующей политической и финансовой поддержки, — *Гришуков, Черепков*.
4. «Темная лошадка» — *Дарькин*. Имеет шансы дойти до второго тура, учитывая следующие моменты:
 - 4.1. собственный полноценный финансовый ресурс;
 - 4.2. развернутая агитационная сеть практически во всех районах края;
 - 4.3. положительная динамика электорального ресурса;
 - 4.4. неангажированность представителем президента в регионе;
 - 4.5. отсутствие антирейтинга;
 - 4.6. «размытость» политической ситуации и неопределенность реакции Центра.

При правильном использовании этих моментов Дарькин имеет все шансы выйти во второй тур выборов, где имеет реальный шанс победить любого из участников кампании из-за отсутствия «подпорченного приданого».

Линейные распределения результатов экспресс-опроса

*Опрос проведен 14–18 апреля
в 18-ти населенных пунктах Приморского края*

Таблица 1. [Г/А] «Примете ли участие в выборах?»

Значение	% опрошенных
да	69,6
нет	17,9
еще не знаю	12,5

Таблица 2. [Г/Н] «Кого знаете?»

Значение	% опрошенных
Черепков	69,1
Толстошеин	57,0
Дубинин	50,5
Кириличев	40,8
Гришуков	26,3
Гильгенберг	25,4
Апанасенко	24,5
Локтионова	19,0
Касатонов	16,9
Жеков	15,3
Дарькин	27,8
Затрудняюсь ответить	6,7
Омшарук	4,3
Не хочу говорить	2,2
Другой	0,6
Против всех	0,3

Таблица 3. [Г/А] «За кого проголосуете?»

Значение	% опрошенных
Затрудняюсь ответить	25,7
Дубинин	14,9
Черепков	13,0
Кириличев	10,2
Гришуков	9,5
Против всех	7,0
Не хочу говорить	4,6
Дарькин	2,9
Апанасенко	2,7
Толстошеин	2,4
Жеков	2,1
Касатонов	1,8
Локтионова	1,2
Гильгенберг	1,0
Другой	0,6
Омшарук	0,2

Таблица 4. [Г/А] «За кого вы проголосовали бы, если бы выбранный вами кандидат не смог принять участие в выборах?» (перетекание электората, в %)

	Апанасенко	Прилуков	Дарькин	Дубинин	Жёков	Касатонов	Кирилличев	Черепков	Другой	Против всех
Апанасенко	0,0	7,1	0,0	21,4	0,0	14,3	21,4	14,3	0,0	0,0
Прилуков	3,8	1,9	0,0	59,6	5,8	0,0	15,4	3,8	0,0	0,0
Дарькин	0,0	33,3	0,0	33,3	0,0	0,0	33,3	0,0	0,0	0,0
Дубинин	7,1	37,1	2,9	1,4	1,4	0,0	24,3	14,3	0,0	0,0
Жёков	8,3	8,3	0,0	50,0	0,0	16,7	0,0	0,0	0,0	0,0
Касатонов	11,1	22,2	0,0	22,2	11,1	0,0	11,1	11,1	0,0	0,0
Кирилличев	4,8	12,9	0,0	17,7	0,0	4,8	0,0	43,5	0,0	0,0
Черепков	4,0	6,0	0,0	32,0	6,0	0,0	42,0	0,0	0,0	0,0
Против всех	2,6	10,1	0,0	11,6	2,6	1,6	9,0	19,0	0,5	33,3

Таблица 5. [Г/Н] «За кого вы не проголосовали бы ни при каких условиях?» (антирейтинг)

Значение	% опрошенных
Черепков	33,7
Затрудняюсь ответить	30,5
Толстошеин	23,2
Против всех	6,3
Локтионова	4,8
Не хочу говорить	4,1
Кириличев	3,1
Апанасенко	2,9
Гильгенберг	2,5
Дубинин	1,5
Касатонов	1,4
Жеков	1,2
Гришуков	1,1
Дарькин	0,8
Омшарук	0,6
Другой	0,2

Приморье, которое мы потеряем?

Аналитическая записка,
подготовленная по заказу федеральных структур
16 мая 2001 г., за десять дней до первого тура выборов

2001-й год открыл свои страницы под заголовком «Кризис в Приморье». Кризис в сфере тепло- и энергоснабжения населения и предприятий края правильнее было бы назвать хозяйственно-политической катастрофой. Но теперь, задним числом, вряд ли стоит сгущать и без того темные краски, с помощью которых освещалась «приморская ситуация» в СМИ. Повышенный интерес федеральных масс-медиа к «приморской теме» на первый взгляд был и остается не вполне оправданным. Одновременно с возникавшими на Дальнем Востоке чрезвычайными ситуациями в других регионах можно было найти не меньшее число примеров вопиющей бесхозяйственности в сфере малой энергетики и ЖКХ.

Однако ровно в той же степени, что и Чечня, Приморье на протяжении вот уже многих лет является одним из наиболее удобных полигонов для привлечения внимания аудитории к перманентным процессам и негативным явлениям политической и экономической жизни страны. При этом в 2001 г. ситуация в Приморье перестала носить иллюстративный характер и начала в свою очередь самым серьезным образом влиять на политическую обстановку «в верхах». Эксперты выделяют следующие факторы повышенного значения приморского синдрома, влияющие на политическую жизнь страны.

1. Регулярные и длительные отключения тепла и света на Дальнем Востоке, в жилых домах негативным образом повлияли на образ президента и правительства в целом как сил, не способных навести порядок в стране и последовательно осуществлять в соответствии с ожиданиями масс новый курс. Ситуация усугублялась еще и тем, что в этот период усилилась атака на президента и правительство не только со стороны левых сил, но со стороны оппонентов из числа так называемых олигархов. Последние через подконтрольные СМИ использовали ситуацию в Приморье как доказательство неэффективности политики президента (неудивительно, что НТВ и по сей день имеет в Приморье самый высокий рейтинг доверия со стороны аудитории). В свою очередь, активность оппо-

зиционных СМИ побуждала другие каналы и газеты также включиться в освещение «приморской темы». Благодаря этому в своих размерах она разрослась до вопроса общенационального.

2. Кризис на Дальнем Востоке демонстрировал не только отсутствие эффективного механизма текущего управления. Хроническая неспособность центра решать проблемы отдаленного региона способствовала возникновению ощущения неизбежности потери Россией Приморского края. Соответственно, в противоход позитивным тенденциям, наметившимся в решении чеченского кризиса, «приморская ситуация» снова ставила в повестку дня вопрос об угрозе распада страны.

3. Извечное противостояние центра с губернаторами на этот раз оказалось «обогащено» участием в решении кризиса полномочного представителя президента. На примере «приморской ситуации» надо было либо показывать действенность нового института власти, либо смириться с тем, что низкая эффективность работы полпреда станет сигналом для региональных элит по всей стране. Для Центра сделанные ими выводы в отношении реального веса института полпредов на местах могли оказаться только неблагоприятными.

4. Специфика разразившегося кризиса напрямую затрагивала аспекты деятельности ряда естественных монополий. Речь идет о РАО «ЕЭС», МПС и остающимся недореформированным угольном секторе. Соответственно, силы, ведущие борьбу за влияние в указанных отраслях, были заинтересованы в эксплуатации «приморской темы» в своих интересах. Очевидно, что любое изменение баланса влияния в этих сферах отражается на раскладе сил непосредственно «в верхах».

5. Глубокий и детальный анализ причин приморского кризиса неизбежно должен был дать толчок развитию антикоррупционных процессов и открытию уголовных дел против ряда краевых чиновников. С учетом повышенной информационной раскрутки «приморской темы» это вносило в повестку дня вопрос о зачистке негативного наследия прошлых лет уже в масштабе всей страны. Одновременно это могло способствовать усилению в обществе опасений по поводу авторитарного стиля правления нового президента.

Таким образом, кампанию по выборам главы Приморья с самого начала надо было рассматривать не как краевую, а как общефедеральную. Промежуточное решение сделать ее окружной оказалось ошибочным.

Федеральный центр предпринял в крае ряд чрезвычайных хозяйственных мер, однако до конца решить проблему тепло- и энер-

госнабжения не удалось. Скорее, она оказалась отложена на сезон. В качестве побочного следствия «приморская проблема» повлияла на ход реформы естественных монополий. Как бы то ни было, центру необходимо было делать какие-то выводы. Если не получается обеспечить людей теплом и светом, то надо хотя бы наказать ответственных за то, что это не удастся. Полумерами снять политическую напряженность не удалось. Ни отставки краевого вице-губернатора Чепика, курирующего ТЭК, ни объявленных отставок в руководстве РАО «ЕЭС» на уровне членов правления было явно недостаточно.

В качестве решительных оргвыводов общественности были преподнесены отставка главы Минэнерго Гаврина и порция критики в адрес Чубайса. Однако федеральный центр явно не собирался брать на себя всю ответственность за случившееся. В воздухе повис вопрос об отставке Наздратенко.

Конкретный вариант отстранения приморского губернатора был, скорее всего, чистой импровизацией. В определенный момент негибкий прежде Наздратенко чисто по-человечески дал слабину, а федеральный центр не стал ждать следующего удобного случая. Москва посчитала, что факта добровольного ухода виноватого губернатора достаточно для того, чтобы тот послужил суровым уроком как для местной власти, так и для региональных элит по всей стране.

Казалось бы, политический кризис разрешен. Однако осуществленная одноходовка оказалась не до конца продуманной. Именно в этой недодуманности и лежат истоки возникновения последующего политического кризиса.

Во-первых, сразу же возникла неразбериха с передачей функций и. о. губернатора. Первоначально сложилась ситуация, в которой в кресло Наздратенко должен был сесть его первый заместитель Константин Толстошеин. Фактически это означало, что в Приморье все остается по-прежнему. Но согласно краевому уставу, эти функции должны были перейти другому первому заместителю губернатора — Валентину Дубинину. Отказываться от вступления в должность Дубинин не стал. Более того, при первой же возможности он попытался переключить все административные рычаги на себя. Цель была одна: стать полноправным хозяином края хотя бы на три месяца (известно, что за каждым из «замов» Наздратенко стоит определенная экономическая группировка, а за три месяца можно успеть сделать многое).

Во-вторых, дальневосточный полпред Пуликовский заявил,

что наряду с формальной системой управления в крае будет действовать новая система власти. Для руководства ею (так и не созданной) он делегировал в Приморье своего заместителя Геннадия Апанасенко, который занял один из кабинетов в здании краевой администрации. Ни двоевластием, ни даже троевластием эту ситуацию назвать уже было нельзя. В Приморье возникла тотальная неопределенность ответственности, что никогда не работает ни на политическую стабильность, ни тем более на решение хозяйственных задач.

В-третьих, вопрос с выборами оказался решен не в пользу окружной и федеральной власти, поскольку Дума назначила досрочные выборы на самый ранний срок. У центра с самого начала не оказалось времени всерьез продумать кандидатуру своего претендента на пост губернатора.

В-четвертых, назначив Наздратенко на высокую должность в Москве, центр только формально решил задачу его нейтрализации (как прямой, так и косвенной). Фактически же, вследствие этого тема глубокой критики прежней власти оказалась закрытой. Более того, окружение Наздратенко посчитало для себя возможным действовать как «ни в чем не виноватое».

Итак, *практически сразу же после ухода Наздратенко в Приморье возник уже второй за последние полгода политический кризис*. Существовал ли альтернативный сценарий развития событий? Да, безусловно.

Во-первых, отправляя в отставку Наздратенко, надо было сразу же четко решить, кто из руководителей краевой администрации следующего звена сядет в кресло и. о. губернатора. Скорее всего, надо было «зачищать» сразу всех первых «замов» Наздратенко, поставив на формальное управление наиболее политически слабого из оставшихся десяти заместителей.

Во-вторых, того же самого Апанасенко надо было заранее (хотя бы за день до отставки Наздратенко) назначить одним из заместителей губернатора. Причем лучше всего на место или вместо одного из первых заместителей Евгения Ивановича (примерно так, как это было сделано в преддверии отставки Примакова в отношении Аксененко и Степашина). Тогда бы власть сразу же оказалась в руках людей Пуликовского, которые вслед за этим отправили бы в отпуск по собственному желанию всех наздратенковских «замов».

В-третьих, надо было жестче работать с Думой по поводу даты

выборов, поскольку их назначение на май играло на руку только местным кандидатам (в конечном итоге Апанасенко для полноценной раскрутки может не хватить одного месяца). Либо не надо было опускать Апанасенко в плохо понимаемую им политическую среду и работать на выборах с теми оппозиционными Наздратенко политиками Приморья, что имелись в наличии.

В-четвертых, надо было дать Наздратенко уже на новом месте открыто проявить свои политические пристрастия в отношении кандидатов. Потом можно было бы просто нейтрализовать их эффект на местном уровне (данные опросов показывают, что позитивная память о Наздратенко в сознании приморцев стирается очень быстро).

Всего этого сделано не было. В итоге прежде аполитичный Дубинин посчитал, что ему также можно и нужно участвовать в выборах. То же самое подумал и Толстошеин, восстановление которого в должности наряду с продолжающимся участием в выборах сегодня и вовсе бы сделало ситуацию патовой. Пожалуй, отстранение Толстошеина от участия в гонке является одной из немногих успешных акций Константина Пуликовского. Но в целом оказалось, что в приморских кабинетах разговоры полпреда особой силы не имеют. Дубинин мнение Пуликовского по поводу собственного участия в выборах проигнорировал. Апанасенко оказался без всех необходимых рычагов власти. А на то, чтобы раскрыться вне административного формата, времени у него не было.

Забегая вперед, еще раз подчеркнем: *жестко Центру надо было действовать вначале — до того, как началась выборная кампания. После того как в дело вступили полтора миллиона избирателей, играть в «дожимание» по административному вектору бессмысленно и даже опасно. Особенно в крае с таким специфическим отношением к Москве.*

Скоропалительное назначение выборов поставило вопрос ребром: кто же пойдет на выборы как кандидат от Москвы? Первоначально эта роль отводилась адмиралу Касатонову, но калининградский сценарий повторить не удалось. Пенсионер, отдавший Украине половину Черноморского флота, явно не совпадал по своим характеристикам с адмиралом Егоровым. Да и вообще на Дальнем Востоке адмиралам не сильно везет. Взять хотя бы тот факт, что депутат Госдумы контр-адмирал Дорогин буквально за полгода до событий в Приморье проиграл кампанию по выборам камчатского губернатора.

А тут на горизонте замаячила фигура Черепкова. Стало ясно, что ситуация может вовсе выйти из-под контроля. У Черепкова не только патологическая способность соучаствовать в срыве выборов, но и стабильный электорат. Теперь на его стороне историческая правда в борьбе с Наздратенко. Неудивительно, что и по сей день самые разные соцопросы выводят его на первое место в первом туре голосования. Правда, во втором туре Черепков проигрывает любому из конкурентов. Понимая это, он может подтолкнуть дело к срыву выборов (далее события развиваются по «тульскому варианту»). Но «заваривать кашу» с Наздратенко, чтобы получить в Госсовете Черепкова? Вряд ли это входило в намерения Центра.

Еще один кандидат, явно не входивший в планы Кремля, — коммунист и депутат Госдумы Гришуков. У него также стабильный электорат КПРФ, и при определенных раскладах он вполне мог бы выйти во второй тур и даже победить. Именно это и произошло на упомянутой Камчатке. Но отдавать Приморье на откуп коммунистам опять-таки нельзя: та же Камчатка с приходом губернатора-коммуниста еще глубже увязла в энергетическом кризисе.

Политический кризис в Приморье вступил в новую фазу. И вновь цейтнот и узость кругозора не позволили представителям федерального центра сделать верную ставку. Между тем спонтанно установившееся двоевластие стало набирать обороты. Конфликт между Дубининым и Толстошеиным расколол краевую истеблишмент. Часть прежде единой и неделимой команды Наздратенко (в первую очередь мэр краевого центра Копылов) сделала ставку на сотрудничество с Апанасенко (выслуживаясь перед новым начальством, Копылов не дал в ходе выборов ни одному из конкурентов Апанасенко установить во Владивостоке большие рекламные щиты). Часть чиновничьей системы по бюрократической инерции переориентировалась на Дубинина. Под рукой у каждого были две административные машины. Столичные «пиарщики» начали слетаться на запах бюллетеней. Личные амбиции и запросы дружественных экономических группировок тоже сыграли свою роль. Оба приняли решение идти на выборы.

Кремль не остановил ни того, ни другого. И снова допустил досадный промах. Борьба из плоскости элитных разборок переместилась на массовый уровень, вновь подставляя под удар авторитет президента.

Вместе с уже упомянутыми выше фигурами на старт выборов вышли три с лишним десятка претендентов. До промежуточной

черты — регистрации в качестве кандидата — добралась лишь половина. За редким исключением избирком был настроен благодушно к качеству сдаваемых подписей, хотя позже выяснилось, что часть подписных листов за Черепкова, Апанасенко и Дубинина была сделана одной рукой.

Как бы то ни было, но из всей плеяды независимых кандидатов вряд ли у кого-то, кроме Кириличева и Дарькина, была нацеленность на победу. Одни решали задачи, рассчитанные на отдаленную перспективу, другие рассчитывали обменять свои голоса — а точнее строчку с фамилией в бюллетене — на компенсацию со стороны фаворитов, третьи просто поддерживали таким образом свой статус и известность. Кроме того, ряд кандидатов — заведомых аутсайдеров — работал на оттягивание голосов у основных претендентов.

Финансовый ресурс, наряду с административным необходимый для ведения активной агитации, был не у всех. Понятно, что он был у Дубинина и Апанасенко. Он был у Кириличева и Дарькина, причем оба ведут кампанию на собственные средства. Финансового ресурса не было у Черепкова, но ему он был и не нужен. Так же как и Гришукову, сила которого в низовом активе агитаторов-пенсионеров от КПРФ.

Между тем началась агитация. Появились уличные плакаты-однодневки, газетные биографии объемом не меньше, чем на целую полосу, и презентационные телеролики. Стрельба по площадям быстро привела к перенасыщению и закупорке информационного пространства. Плакаты срывались и заклеивались. Ролики сливались в один слабораспознаваемый калейдоскоп лиц и призывов. Газеты, не имея возможности самостоятельно освещать ход кампании, тоже перестали быть интересными. Вопреки ожиданиям в штабах, рейтинги кандидатов не росли, а замерли и даже начали снижаться. Эта тенденция затронула даже Черепкова, сторонники которого стали думать, что раз их кандидат не занимается агитацией, значит, до конца не пойдет.

Из более-менее любопытных ходов в сфере политтехнологий можно выделить следующие. Штаб Дарькина затеял в краевом центре перманентный субботник, благо расчищать Владивосток можно годами.

В штабе Дубинина, эксплуатируя тему борьбы с наркотиками, сделали радиоролик на базе песни Земфиры (родные «Мумий Тролли» от чести агитировать за Дубинина, надо полагать, отказались).

И получили иск о защите авторских прав со стороны популярной певицы.

Апанасенко написал открытое письмо трем уважаемым в крае людям, в котором пригласил их вместе работать на благо Приморья. Наздратенко на встречу не приехал и высказался в отношении Апанасенко очень формально. Депутат Госдумы Светлана Горячева (фракция КПРФ) побеседовать с Апанасенко согласилась, но затем заявила, что она отнюдь не выступает на стороне данного кандидата. «Как нужно» откликнулся на призыв своего «зама» лишь Константин Пуликовский, но и тут все выглядело чрезвычайно натянуто. Чего стоит одна «смелая» фраза Апанасенко, сказанная им в обращении к Пуликовскому! Она звучит примерно так: «Я хоть и ваш заместитель, но, находясь в отпуске, позволю себе с вами подискутировать». Неплохая, в общем-то, акция потерпела неудачу. Одно это должно было вовремя насторожить высокопоставленных покровителей Апанасенко. Но следующий ход команды оказался еще более провальным. Штаб Апанасенко выпустил в свет большущий плакат со словами «Выбор Приморья — губернатор Апанасенко — поддержка президента». Двусмысленность слогана сработала против кандидата и послужила поводом для дезавуирующих заявлений со стороны Москвы.

Александр Кириличев пригласил в качестве доверенных лиц Льва Лещенко и Яна Арлазорова и провел серию концертов на майских праздниках.

Как это ни странно звучит, но за две недели до выборов только один из четырнадцати кандидатов удосужился обнародовать свою предвыборную платформу. Остальные кандидаты сделать этого не смогли или не захотели. Конечно, ценность программы в период выборов нельзя назвать абсолютной. Но ее отсутствие заставляет задуматься о наличии у кандидатов целостного представления о том, что они станут делать, получив власть.

Даже то, с чем кандидаты выступали на страницах газет по отдельным вопросам, демонстрировало явный кризис содержания. Действующий и. о. губернатора Дубинин в статьях, посвященных сельскому хозяйству, рассказывал приморцам о том, как вкусно он солит капусточку, и делился юношескими воспоминаниями об опыте руководства маслобойкой. Его доверенное лицо — высокопоставленный сотрудник краевой администрации — во время дебатов умудрился заявить о необходимости привлечения Владимира Пути-

на к ответственности как бывшего заместителя управляющего делами администрации президента в рамках расследования швейцарцами уголовного дела Бородина. Остальные кандидаты публиковали в газетах либо ничего не значащие декларации о том, что «надо строить муниципальное жилье», либо демонстрировали оголтелый экономический популизм в духе «долой Чубайса». «Сохраним тарифы на электроэнергию в неприкосновенности», — заверяли кандидаты своих избирателей. «Отменим решение об аукционах на рыбные квоты», — уверяли они же.

То, что, раздавая подобные обещания, кандидаты явно связали себя по рукам и ногам как антикризисные менеджеры, никем до конца не осознается. Станет такой кандидат губернатором — и тогда одно из двух. Либо он вступает в конфронтацию с Центром и не сможет решить ни одного из насущных вопросов, либо пойдет на попятную, подрывая свой авторитет в глазах избирателей. Что сможет сделать в крае губернатор, в котором люди разуверились уже на второй день после его избрания, — непонятно.

А впрочем, что там слова! Печальнее то, что пока идут политические баталии, никто в крае подготовкой к зиме заниматься и не думает. Ни Дубинин, ни Толстошеин, ни Апанасенко, ни, к сожалению, Пуликовский. *Политический кризис по уже известному сценарию снова перерастает в хозяйственную катастрофу. Вне зависимости от исхода выборов. Со всеми вытекающими для Москвы последствиями.*

Восстановление в начале мая в должности Константина Толстошеина высветило одну простую истину: *никакого единого сценария проведения выборов нет. Более того, даже двух основных конкурирующих сценариев не существует.* Каждый действует сам по себе, слабо представляя содержание кампаний конкурентов.

После того как у Дубинина отобрали прямые рычаги влияния на административную систему края, думалось, что Апанасенко начнет наконец-таки набирать в политическом весе. Однако этого не произошло, ибо к моменту нейтрализации Дубинина сам Апанасенко имел уже слишком большой антирейтинг. Попытки направить кампанию Апанасенко в более жесткое русло дали обратный эффект. Сначала все политические партии края (кроме ЛДПР и «Медведя») выступили против бывшего хабаровского вице-губернатора, затем об отказе работать на Апанасенко заявили главы многих городов и районов, и, наконец, местные СМИ выступили с заявления-

ми, в которых подвергли резкой критике методы работы апанасенковского штаба. Видимо, от отчаяния штаб Апанасенко стал расклеивать по Владивостоку листовку «Человек Путина не пройдет», но и тут был пойман за руку.

И тем не менее определенные силы продолжают продавливать кандидатуру Апанасенко, внося дополнительную нервозность в и без того наэлектризованную ситуацию. *Срыв если не первого, то второго тура голосования становится с точки зрения местных наблюдателей все более и более реальной перспективой.* Особенно если учесть последние заявления Пуликовского о несовершенстве краевого закона о выборах.

Существует ли конструктивный путь выхода из приморского тупика? Скорее всего — да, хотя времени для того, чтоб встать на этот путь, остается все меньше и меньше. При нынешнем раскладе во второй тур могут выйти Дубинин и Черепков. И то, и другое для Центра, скорее всего, неприемлемо. Первый фактически продолжит в Приморье «эру Наздратенко», но вряд ли сможет удержать ситуацию под контролем. Раскол в команде Наздратенко будет нарастать, а у Дубинина нет необходимых личностных качеств для роли первого руководителя. Черепков же может только одно: окончательно превратить потенциально богатый край и восточные ворота России в шапито имени самого себя.

Но сделавшим ставку на Апанасенко нужно понять, что, даже если Апанасенко и станет губернатором, им не удастся обеспечить необходимую для решения хозяйственных вопросов политическую стабильность. Слишком сильной будет в крае оппозиция Апанасенко, подавить которую — после такой школы, как выборы — уже не удастся. Приморье вновь и вновь будет появляться на телеэкранах всей страны как «горячая точка».

Вместо этого *разумнее было бы отказаться от ложно понятых «интересов Центра» и внимательно присмотреться к тем независимым кандидатам, которые имеют реальные шансы на победу. Самое главное сегодня — дать приморцам почувствовать наконец-то ответственность за свою судьбу.* Сделать это можно, только проведя по-настоящему честные выборы.

Действующие лица

Биографии некоторых героев этой книги

Свердловская область

Баков Антон Алексеевич

Родился 29 декабря 1965 г. в г. Свердловске.

В 1988 г. окончил металлургический факультет Уральского политехнического института. С 1987 по 1992 гг. работал на производстве.

5 лет отдал государственной службе. 2 года работал в г. Москве в аппарате Правительства РФ и в Министерстве по делам региональной политики.

В 1993 г. предпринял попытку создания Мансийской республики и ее включения в состав Свердловской области.

В 1994 г. избран депутатом Свердловской областной думы. Председатель комитета по законодательству, заместитель председателя Думы, член Совета безопасности Свердловской области, лидер Свердловской региональной организации Партии российского единства и согласия.

Баллотировался на пост главы Екатеринбурга в 1995 г., пытался выставить свою кандидатуру на выборах губернатора Курганской области в 1996 г.

С 1997 по 2000 гг. — генеральный директор Серовского металлургического завода.

Депутат Екатеринбургской городской думы, член комиссии по городскому хозяйству и муниципальной собственности. Депутат промышленного парламента Свердловской области.

В 1998 г. был одним из лидеров избирательного объединения «Промышленный союз» на выборах в областную Думу.

В 1998 г. проиграл выборы в Палату представителей Свердловской области, однако в 2000 г. был избран в Палату представителей по Серовскому избирательному округу.

Вдохновитель создания движения «Май».

Кандидат технических наук (1999 г.), имеет 17 патентов на изобретения (1998—2000 гг.).

Женат. Имеет двух дочерей и двоих сыновей.

Бурков Александр Леонидович

Родился 23 апреля 1967 г. в шахтерском городе Кушва Свердловской области. Отец — крановщик вальцелитейного цеха Кушвинского завода прокатных валков, мать — железнодорожный кассир станции Гороблагодатская.

По окончании средней школы поступил на теплоэнергетический факультет Уральского политехнического института. В 1989 г. получил диплом инженера-теплоэнергетика. Работал по специальности в Свердловске, на предприятии «Малахит».

В начале 1990-х годов работал в Рабочем центре экономических реформ при Правительстве России.

В 1994 г. был избран депутатом Свердловской областной думы по Северному округу.

Член Федерального совета ПРЕС.

В 1995 г., после выборов губернатора, назначен на должность председателя Комитета по управлению государственным имуществом Свердловской области. Весной 1998 г. уволен.

В 1998 г. избран депутатом Палаты представителей Законодательного собрания Свердловской области по Кушвинскому округу. В этом же году Буркова избирают председателем Промышленного Парламента Свердловской области.

В апреле 1999 г. избран председателем областного Совета движения трудящихся за социальные гарантии «МАЙ».

В 1999 г. участвовал в выборах губернатора Свердловской области.

В октябре 1999 г. становится лидером избирательного блока «МИР ТРУД МАЙ», который выступал на выборах в Государственную думу России. Безуспешно участвовал в выборах в Государственную думу по Серовскому избирательному округу.

В апреле 2000 г. проиграл выборы в Палату представителей Законодательного собрания Свердловской области, однако по результатам голосования по партийным спискам стал депутатом областной Думы Свердловской области.

Эксперты полагают, что Бурков и Баков осуществили некое разделение труда: Антон сконцентрировался на экономических процессах, а Александр стал как бы его политическим двойником. В областной прессе не раз упоминалось, что жены Бакова и Буркова имеют совместный бизнес (торговля модной одеждой).

Женат. Жена Татьяна Владимировна — инженер-теплотехник.

Увлечение — охота.

Воробьев Алексей Петрович

Родился в 1950 г. в Калининградской области. В 1967 г. с золотой медалью окончил среднюю школу в Вышнем Волочке, в 1972 г. — Калининский политехнический институт, в 1987 г. — Свердловскую ВПШ. Кандидат юридических наук.

После окончания института в 1972 г. работал на Кировградском металлургическом комбинате (Свердловская область). За десять лет прошел путь от слесаря до начальника серноокислотного цеха.

Затем перешел в структуры исполнительной власти, где начинал работать заместителем председателя Кировградского горисполкома, после стал директором департамента администрации области.

С начала 90-х гг. вошел в ближайшее окружение главы администрации области Э. Росселя. В 1993 г. после Указа Президента РФ о снятии Э. Росселя с должности главы администрации области ушел в отставку.

На выборах в областную Думу весной 1994 г. возглавлял предвыборный штаб росселевского движения «Преобразование Урала». После победы «Преобразования Урала» на выборах в областную Думу был назначен руководителем аппарата Свердловской областной Думы.

В мае 1995 г. стал одним из организаторов и руководителем общероссийского объединения «Преобразование Отечества». На выборах в Государственную думу в декабре 1995 г. был руководителем предвыборного штаба «Преобразование Отечества».

После победы Э. Росселя на выборах губернатора области в августе 1995 г. назначен первым заместителем председателя правительства области.

В мае 1996 г. был назначен председателем правительства области, однако в октябре 1996 г. был вынужден уступить свое место восстановленному в должности В. Трушникову. В начале 1997 г. в результате отставки В. Трушникова вновь стал главой правительства области.

Награжден медалью «За трудовую доблесть» (1981), орденом «Знак Почета» (1996). Женат. Жена Алевтина Александровна — экономист, дочь Наталья — врач.

Гайсин Малик Фавзавиевич

Родился 26 февраля 1959 г. в г. Свердловске в семье рабочих.

По окончании школы работал на «Эльмаше».

На заре перестройки организовал один из первых в Свердловске производственных кооперативов.

В 1992 г. возглавил созданное им «Среднеуральское акционерное общество», которому сегодня принадлежат крупные пакеты акций ряда ключевых предприятий Уральского региона.

В 1995 г. участвовал в выборах губернатора Свердловской области.

В 1995—1999 гг. — депутат Государственной думы.

Лидер общественного движения «Промышленный союз». В 1998 г. возглавлял список «Промсоюза» на выборах в областную Думу. Движение преодолело 5-процентный барьер и получило один депутатский мандат, который достался брату Гайсина Одису.

Женат. Имеет четырех дочерей.

Зяблицев Евгений Геннадьевич

Родился 21 июня 1965 г. в д. Волкодаевка Колыванского района Новосибирской области в семье работников сельского хозяйства.

Окончил среднюю школу в г. Свердловске и поступил на математико-механический факультет Уральского государственного университета им. Горького. С первого курса был призван в армию — с 1983 по 1985 гг. служил в Челябинской области. В 1987 г. закончил обучение в университете.

В 1987—1988 гг. — слесарь-сантехник Свердловской птицефабрики.

В 1988—1989 гг. — председатель кооператива «Абико-Веста», начальник СП «Поиск» государственно-кооперативного предприятия «КОРА» (г. Свердловск).

С 1990 г. — директор Свердловского научно-производственного предприятия «Сигнал» Центра социально-трудовой реабилитации инвалидов.

С 1991 по 1995 гг. — генеральный директор ТОО «Русский дом» (г. Екатеринбург).

Политическую карьеру начал с участия в довыборах депутатов Городского собрания г. Екатеринбурга в 1994 г. В ноябре 1994 г. создал и возглавил общественное объединение «Зяблицев-фонд». С декабря 1994 г. по март 2000 г. — президент «Зяблицев-фонда».

В 1995 г. (до избрания в Госдуму) — генеральный директор Уральского представительства АО «Интеруголь» (г. Екатеринбург).

Летом 1995 г. баллотировался на пост губернатора Свердловской области.

В декабре 1995 г. избран депутатом Государственной думы ФС РФ второго созыва от Верх-Исетского одномандатного избирательного округа № 162 (Свердловская область), получив около 30% голосов избирателей. В Государственной думе входил в состав фракции «Наш дом — Россия»

(НДР), был членом комитета по промышленности, строительству, транспорту и энергетике.

Являлся одним из инициаторов создания в Свердловской области отделения движения «Наш дом — Россия» (НДР). Вошел в региональный Совет НДР.

В 1998 г. избирался депутатом областной Думы, Законодательного собрания Свердловской области по партийному списку областной «НДР». От мандата отказался.

В 1998 г. защитил диссертацию на соискание ученой степени кандидата экономических наук.

В декабре 1999 г. решением избирательной комиссии был отстранен от выборов в Государственную думу, однако выборы по этому округу были признаны несостоявшимися из-за того, что наибольший процент голосов — «против всех».

26 марта 2000 г. избран депутатом Государственной думы ФС РФ третьего созыва от Верх-Исетского одномандатного избирательного округа № 162 на повторных выборах. Член Комитета Государственной думы по энергетике, транспорту и связи.

В 2000 г. в качестве подстраховки на случай очередного снятия с выборов в Госдуму одновременно участвовал в выборах депутата Палаты представителей Законодательного собрания Свердловской области от Чкаловского района. Был избран, но от мандата отказался.

Награжден медалью «В память 850-летия Москвы» и епархиальной грамотой за вклад в развитие Русской православной церкви.

Женат. Супруга Галина Ивановна Зяблицева — президент общественного объединения «Зяблицев-фонд». Имеет сына и дочь.

Увлекается коллекционированием икон и теннисом.

Кадочников Владимир Дмитриевич

Родился 23 июня 1943 г. в г. Каменске-Уральском Свердловской области. Отец кузнец, мать — домохозяйка.

Окончил Уральский политехнический институт и Свердловскую высшую партийную школу.

После окончания института работал на Уральском заводе тяжелого машиностроения («Уралмаш»), прошел путь от инженера-технолога до заместителя начальника отдела.

В 1975 г. стал секретарем комитета ВЛКСМ, затем секретарем парткома Уральского электромеханического завода. С 1978 г. работал в Кировс-

ком райкоме КПСС г. Свердловска. В 1980 г. избран первым секретарем Кировского райкома КПСС.

С 1983 г. — первый секретарь Свердловского горкома КПСС. Избирался депутатом Свердловского городского Совета. В 1990 г. избран первым секретарем Свердловского обкома КПСС.

В марте 1990 г. избран народным депутатом РСФСР по Чкаловскому округу. Входил во фракцию «Коммунисты России».

После распада СССР избирался секретарем КПрФ, членом ЦИК и ЦК КПрФ.

После октябрьских событий 1993 г. стал генеральным директором екатеринбургского концерна «Русская печь», руководителем которого является до настоящего времени.

В августе 1995 г. участвовал в выборах губернатора области в качестве кандидата от КПрФ. По итогам первого тура голосования занял четвертое место и во второй тур не вышел.

В декабре 1995 г. выдвигался в Государственную думу по общенациональному списку, однако выбыл из списка до регистрации. Выдвигал свою кандидатуру по одному из одномандатных округов, однако не был зарегистрирован.

Был фактическим лидером и организатором блока «Коммунисты Свердловской области» на выборах в областную Думу в 1996 г., в результате которых блок получил поддержку 16% избирателей, однако сам в Думу не выдвигался.

В 1999 г. вновь участвовал в выборах губернатора Свердловской области и вновь занял четвертое место.

В декабре 1999 г. избран депутатом Государственной думы РФ по списку КПрФ. Заместитель председателя Комитета ГД по экологии.

Награжден орденами Трудового Красного Знамени и «Знак Почета», 4 медалями.

Женат, имеет двух дочерей и сына.

Увлечения — дача, рыбалка.

Ковпак Игорь Иванович

Внук легендарного партизанского генерала Сидора Ковпака.

Родился 19 октября 1953 г. в г. Первоуральске.

Был профессиональным спортсменом, чемпионом страны по хоккею с мячом (СКА, Свердловск).

В 18 лет во время соревнований получил серьезную травму глаз — все пришлось начинать сначала.

Трудовую деятельность начал в 20 лет с работы слесарем на Первоуральском Новотрубном заводе. Учился заочно в СИНХе, на планово-экономическом факультете.

С 1978 г. начал работать в торговле — в Первоуральском горпромторге.

С 1982 г. — директор свердловского автомагазина по продаже автомобилей «ВАЗ»

С 1987 г. — директор супермаркета «Кировский». Сегодня открыто 16 филиалов супермаркета. По сообщению официальной биографии Ковпака, в «Кировском» самый большой в Свердловской области товароборот торговли продуктами питания и товарами массового спроса — 300 тысяч долларов в день. Работает около 1500 сотрудников.

В 1997 г. избран депутатом Палаты представителей областного Законодательного собрания от Октябрьского избирательного округа.

В 1999 г. участвовал в выборах губернатора Свердловской области.

В этом же году проиграл выборы в Государственную думу по Верх-Исетскому избирательному округу.

Является советником губернатора Свердловской области.

После серии неудачных выборов заявил об отказе заниматься политической деятельностью.

Заслуженный работник торговли России.

Жена — экономист. Старший сын — сотрудник супермаркета, младший учится в СИНХе.

Латышев Петр Михайлович

Родился 30 августа 1948 г. в г. Хмельницком на Украине.

В 1966 г. окончил Омскую высшую школу МВД. Затем переехал в г. Пермь, где служил инспектором, заместителем, а потом начальником отдела ОБХСС.

В конце 70-х окончил академию МВД по специальности «Правоведение».

В 1986—1991 гг. возглавлял УВД Перми. В августе 1991 г. активно поддержал Б. Ельцина.

1991—1994 гг. — начальник УВД Краснодарского края.

В 1990—1993 гг. — народный депутат РФ, член Комитета Верховного Совета РФ по вопросам законности, правопорядка и борьбы с преступностью.

1994—2000 гг. — заместитель министра МВД России. Возглавлял следственную группу, изучавшую криминальную ситуацию в Санкт-Петербурге после убийства Галины Старовойтовой.

В мае 1997 г. было присвоено звание генерал-полковника.

С 2000 г. — полномочный представитель Президента РФ в Уральском федеральном округе. В ходе губернаторских выборов 2000–2001 гг. все кандидаты, поддержанные Петром Латышевым (Олег Богомолов, Петр Сумин, Сергей Собянин), одержали победу.

Женат, имеет двух сыновей.

Россель Эдуард Эргартович

Родился 8 октября 1937 г. в с. Бор Горьковской области. Немец. После окончания школы намеревался поступить в Высшее военное училище летчиков-испытателей, однако не прошел отбор в мандатной комиссии из-за сидевших в лагерях родителей, репрессированных в 1941 г. по этническому признаку (немцы). В 1962 г. окончил Свердловский горный институт по специальности строитель горных предприятий. В 1971 г. окончил аспирантуру Уральского политехнического института. Кандидат технических наук.

После окончания института и до 1975 г. работал в тресте «Тагилстрой»: прошел путь от мастера до главного инженера треста.

В 1975–1983 гг. работал на комбинате «Тагилтяжстрой» заместителем начальника, потом начальником комбината.

В октябре 1983 г. назначен заместителем начальника территориально-строительного объединения «Главсредуралстрой», в январе 1990 г. — начальником объединения.

В марте 1990 г. избран депутатом Свердловского областного Совета, а в апреле — председателем облисполкома. В июне 1990 г. в качестве эксперимента одновременно с руководством облисполкомом был избран председателем областного Совета.

21 августа поддержал Президента РФ Б. Ельцина и объявил действия ГКЧП «антигосударственным переворотом».

В октябре 1991 г. назначен главой администрации области.

В 1992–1993 гг. выступал за расширение регионального суверенитета, приобрел репутацию главного «регионального сепаратиста». 12 апреля на инициированном главой администрации области референдуме 80% населения региона высказалось за придание Свердловской области статуса республики.

27 октября 1993 г. сессия Свердловского областного Совета приняла конституцию «Уральской республики», губернатором которой был объявлен Э. Россель. 9 ноября 1993 г. Указом Президента РФ облсовет был распу-

щен, а 10 ноября Э. Россель был уволен с поста главы администрации области.

В ноябре 1993 г. избран президентом Уральской региональной ассоциации экономического взаимодействия, главой которой является и по настоящее время.

В ноябре этого же года основал и возглавил региональное избирательное объединение «Преображение Урала».

В декабре 1993 г. избран депутатом Совета Федерации РФ по Свердловскому округу. В СФ 1993—1995 гг. входил в состав Комитета СФ по вопросам безопасности и обороны.

В апреле 1994 г. избран депутатом Свердловской областной думы, а затем — председателем областного представительного органа власти.

В августе 1995 г. во втором туре голосования избран главой администрации (губернатором) области.

С января 1996 г. — член СФ РФ по должности. Входит в состав Комитета по вопросам безопасности и обороны.

С февраля 1996 г. — член Комиссии при Президенте РФ по взаимодействию федеральных органов государственной власти и органов государственной власти субъектов РФ при проведении конституционно-правовой реформы в субъектах РФ.

С 1996 г. — член правления Союза губернаторов России.

В 1999 г. повторно избран губернатором Свердловской области.

Заслуженный строитель РСФСР.

Женат. Супруга — Россель Аида Александровна. Дочь Светлана проживает в Германии. Имеет внука Сашу и внучку Христину.

Селиванов Андрей Владимирович

Родился 9 июля 1967 г. в г. Карпинске Свердловской области.

В 1984 г. окончил Марсятскую среднюю школу (Серовский район Свердловской области).

В 1985 г. окончил СПТУ-96 г. Карпинска (машинист карьерного экскаватора), в 1995 г. — Уральскую государственную юридическую академию (правоведение).

С 1985 по 1987 гг. проходил службу в военно-воздушных силах Группы советских войск в Германии.

С 1987 по 1990 гг. работал секретарем комитета ВЛКСМ в Андриановском леспромхозе объединения «Серовлес» (Серовский район). С 1989 по 1990 гг. — на шахте «Северопесчанская» Богословского рудоуправления (г. Краснотурьинск, Свердловская обл.).

В 1990 г. избирался депутатом Краснотурьинского городского Совета народных депутатов, возглавлял комиссию по делам молодежи, входил в состав президиума городского Совета.

С 1990 по 1992 гг. заведовал отделом социальных проблем газеты «Заря Урала» (г. Краснотурьинск).

В 1992—1993 гг. занимал пост председателя комитета по делам молодежи администрации г. Краснотурьинска.

В 1990—1993 гг. был депутатом Краснотурьинского городского Совета народных депутатов, членом президиума горсовета.

1993—1995 гг. — депутат 5-й Государственной думы от Серовского избирательного округа № 166.

С 1997 г. занимает пост президента Российской шахматной федерации, а также почетного вице-президента ФИФЕ.

Был избран депутатом Государственной думы первого (1993—1995 гг.), второго (1995—1999 гг.) и третьего созывов (1999 г.). В Думе второго созыва занимал пост заместителя председателя комитета ГД по делам женщин, семьи и молодежи.

В настоящий момент занимает пост заместителя председателя Комитета ГД по труду, социальной политике и делам ветеранов.

С 1999 г. состоит членом «Союза правых сил».

С апреля 1994 г. — вице-президент Российской шахматной федерации, с апреля 1997 г. по настоящее время — президент Российской шахматной федерации.

С сентября 1997 г. — вице-президент ФИДЕ, с октября 1998 г. — почетный вице-президент ФИДЕ.

Международный мастер по шахматной композиции, автор нескольких шахматных книг, учредитель и редактор журналов «Шахматная композиция» (издается с 1992 г.) и «Уральский проблемист» (издается с 1993 г.).

Женат, имеет двоих детей.

Страхов Алексей Леонидович

Родился 25 октября 1942 г., русский, образование высшее (инженер-строитель).

Председатель совета региональной организации движения «Наш дом — Россия», г. Екатеринбург. С 12 мая 1995 г. — член Совета НДР. С 19 апреля 1997 г. член политсовета НДР. В 1994—1995 гг. — глава администрации Свердловской области.

19 февраля 1997 г. назначен начальником управления Центрального банка РФ).

Трушников Валерий Георгиевич

Родился 1 января 1950 г. в п. Красный Яр Серовского района Свердловской области.

Среднюю школу окончил в Карпинске.

Окончил горный факультет Свердловского горного института.

С 1979 г. — зав. Промышленно-транспортным отделом ГК КПСС. С 1982 г. — зам. директора Североуральского бокситового рудника по вопросам капитального строительства. С 1988 г. — зам. начальника Главного территориального управления строительством по Среднему Уралу.

В 1990 г. назначен первым заместителем председателя облисполкома.

В 1991 г. стал первым заместителем главы администрации области, сохранив этот пост после отставки Э. Росселя и назначения руководителем области А. Страхова.

В апреле 1994 г. избран депутатом областной Думы Свердловской области по Серовскому округу.

В августе 1995 г. участвовал в выборах губернатора области при поддержке региональных отделений «Яблоко», ДПР, ДВР и т. д. Занял третье место. Между первым и вторым туром присоединился к политической коалиции, созданной вокруг Э. Росселя, и призвал своих избирателей голосовать за председателя областной Думы.

После победы Э. Росселя сохранил свой пост председателя правительства области.

Осенью 1995 г. возглавлял региональный список «Конгресса русских общин» на выборах в Государственную думу.

После выборов в областную Думу в апреле 1996 г., в результате которых блок «Горнозаводской Урал», где негласным руководителем был В. Трушников, провел в представительный орган власти двух депутатов, был отстранен от должности председателя правительства.

Подал в суд на неправомерные действия губернатора и в октябре 1996 г. был восстановлен в прежней должности, однако вскоре был вынужден вновь уйти из правительства с формулировкой «по собственному желанию».

В июне 1996 г. баллотировался на выборах в Палату представителей Законодательного собрания Свердловской области, однако избран не был.

В 1996—1997 гг. — генеральный директор Урало-Казахской компании, в 1997—1998 гг. — президент фонда «Горнозаводской Урал».

12 апреля 1998 г. избран по списку движения «Горнозаводской Урал» депутатом областной Думы. В мае 1998 г. избран вице-спикером представительного органа власти.

В декабре 1998 — марте 1999 г. претендовал на пост руководителя движения «Отечество» в Свердловской области, однако потерпел неудачу — лидером был избран мэр Екатеринбурга А. Чернецкий.

В апреле 2000 г. на выборах в областную Думу движение «Горнозаводской Урал» не смогло преодолеть 5-процентный барьер, в связи с чем фракция ГЗУ сократилась с 4 до 2 членов.

В августе 2001 г. назначен Эдуардом Росселем представителем в Совете Федерации.

Заслуженный строитель РФ (1992).

Кандидат в мастера спорта по скалолазанию.

Жена Валентина Федоровна. Сыновья: Дмитрий — сотрудник Урало-Казахской компании, Алексей — студент УГТУ-УПИ.

Язев Валерий Афонасьевич

Родился 29 октября 1949 г. в п. Волим Чердынского района Пермской области. Среднюю школу окончил в поселке Ныроб.

Работал водителем автобазы.

С 1971 г. работал инструктором Свердловского обкома ВЛКСМ. Был командиром зонального студенческого стройотряда.

После окончания в 1974 г. физико-технического факультета Уральского политехнического института работал на электрохимическом комбинате в Новоуральске.

С 1983 по 1992 гг. работал в «Тюменьтрансгазе», сначала диспетчером, потом начальником службы и главным инженером Линейно-производственного управления.

Член-корреспондент Академии технологических наук Российской Федерации, имеет диплом лауреата и золотую медаль «За выдающиеся заслуги в развитии высоких технологий».

Председатель Совета директоров АО «Корпорация «ЯВА»», которая объединяет в настоящее время более 50 предприятий, работающих в Урало-Сибирском регионе, других областях России, а также за рубежом. В нее входят промышленно-строительные компании, банки, страховые и инвестиционные фирмы, предприятия торговли, полиграфии, общественного питания, сферы услуг... Среди важнейших партнеров — РАО «Газпром» и «Тюменьтрансгаз», администрации крупнейших городов Урала, Тюменской, Свердловской и Курганской областей.

Основное направление деятельности Корпорации «ЯВА» — строительство.

В 1996 г. В. А. Язев стал депутатом Палаты представителей областного Законодательного собрания Свердловской области по Кировградскому избирательному округу (48,10%).

С 1997 г. — депутат Государственной думы (фракция НДР), председатель подкомитета по топливным ресурсам Комитета Государственной думы по промышленности, строительству, транспорту и энергетике.

Весной 1998 г. возглавлял список регионального движения «НДР» на выборах в Свердловскую областную Думу.

До 1999 г. — председатель Совета Свердловской региональной организации «Наш дом — Россия», член политсовета Всероссийского общественно-политического движения «Наш дом — Россия». Ныне руководитель регионального отделения движения «Единство».

В декабре 1999 г. избран депутатом Государственной думы по Нижнетагильскому округу.

Корпорация «ЯВА» спонсирует многие крупные спортивные мероприятия, среди которых главное место занимает парусная регата «ЯВА-Трофи». На средства Корпорации «ЯВА» построена церковь в Новоуральске, восстановлены церкви в поселках Верх-Нейвинск и Тарасково, оказывается постоянная помощь церквям Верхнего Тагила, Невьянска и села Быньги. За свою деятельность Валерий Язев удостоен награды Святейшего Патриарха Алексия II — ордена Святого Сергия Радонежского.

Женат. Имеет троих детей.

Челябинская область

Аристов Александр Михайлович

Родился в 1949 г. в г. Пласт Челябинской области, там же окончил среднюю школу. Отец — шахтер, мать — продавец книжного магазина.

После службы в ракетных войсках стратегического назначения работал слесарем на Челябинском тракторном заводе.

В 1977 г. окончил механико-технологический факультет Челябинского политехнического института по специальности инженер-строитель, работал по специальности. Во время и по окончании учебы в ЧПИ активно участвовал в деятельности студенческих строительных отрядов (ССО), был бригадиром. С 1986 г. занялся предпринимательской деятельностью.

Широкую известность приобрел в 1988 г. после организации кооператива «Энергия» благодаря выпуску высококачественных колбас.

С этого времени ведущим направлением в бизнесе Аристова становится перерабатывающая пищевая промышленность. В период с 1992 по 1994 гг. им создан целый ряд малых и средних предприятий.

Самым крупным реализованным проектом стало в 1995—96 гг. создание Центра пищевой индустрии (производство газированной воды, вин, водки).

Президент ООО «Торговый центр».

В 1995 г. приобрел контрольный пакет акций Челябинского электрометаллургического комбината, стал председателем совета директоров.

С 1995 г. входит в состав руководства Союза промышленников и предпринимателей Челябинской области, неформального объединения директоров крупных промышленных предприятий.

В декабре 1996 г. победил на выборах, набрав 56% голосов, и стал депутатом Законодательного собрания области. Был заместителем председателя комитета по социальной политике.

В 1997 г. стал одним из инициаторов создания ассоциации промышленников и банкиров («Промасс») при администрации области. В настоящее время входит в состав правления ассоциации.

В 1997 г. награжден орденом «За заслуги перед Отечеством» II степени с формулировкой «за выдающиеся заслуги в развитии производства и сферы обслуживания в новых условиях».

В 1999 г. участвовал в выборах в Государственную думу по Советскому избирательному округу, проиграл Валерию Гартунгу.

В 2000 г. повторно избран депутатом Законодательного собрания Челябинской области. В апреле 2001 г. назначен представителем законодательного органа в Совете Федерации.

Кандидат экономических наук.

Женат. Вырастил дочь, воспитывает внуков.

Гартунг Валерий Карлович

Родился 12 ноября 1960 г. в г. Копейске Челябинской области в семье шахтера. Этнический немец.

В 1983 г. с отличием окончил автотранспортный факультет Челябинского политехнического института по специальности «Автомобили и тракторы».

С 1983 по 1988 гг. работал на Челябинском кузнечно-прессовом заводе (ЧКПЗ) слесарем, мастером, старшим мастером, начальником участка.

В 1988 г. становится тренером-преподавателем СК «Торпедо» по силовому троеборью, выполняет нормативы КМС по этому виду спорта, завоевывает звание сначала чемпиона области, а затем и чемпиона России в командном зачете.

В 1989 г. организовал предприятие «Лидер» и начал выпускать спортивные тренажеры и запчасти к автомобилям.

С 1992 г.— генеральный директор страховой компании «АМеСК». Был председателем совета директоров ОАО «Челябинский кузнечно-прессовый завод». С ноября 1996 г.— генеральный директор ОАО «Челябинский кузнечно-прессовый завод».

В декабре 1996 г. проиграл выборы в Челябинскую городскую думу.

В июне 1997 г. участвовал в выборах депутата Государственной думы по Советскому избирательному округу, набрал наибольшее количество голосов, однако выборы были признаны несостоявшимися из-за низкой явки.

14 декабря 1997 г. на повторных выборах был избран депутатом Государственной думы РФ. Накануне выборов 14 декабря 1997 г. обвинялся в причастности к хищению двух десятков «КамАЗов». Был задержан в своем кабинете на кузнечно-прессовом заводе; в его офисе, на квартире и в загородном доме проводились обыски. Осенью 1997 г. все обвинения с Гартунга были сняты.

В 1997 г. начал действовать Детский благотворительный фонд, основанный Валерием Гартунгом.

В 1999 г. во второй раз был переизбран депутатом Государственной думы по тому же избирательному округу. Является заместителем председателя депутатской группы «Народный депутат». Работает в комитете по бюджету и налогам.

В 2000 г. участвовал в выборах губернатора Челябинской области, занял третье место.

Член правления Союза промышленников и предпринимателей Челябинской области.

Женат, растит двоих сыновей.

Головлев Владимир Иванович

Родился 11 мая 1957 г. в г. Челябинске.

В 1980 г. окончил Челябинский политехнический институт.

Свою трудовую деятельность начал в 1975 г. — работал почтальоном.

С 1980 по 1989 гг. работал экономистом, затем — начальником эко-

номической лаборатории планово-экономического отдела в тресте «Южуралэлектромонтаж», одновременно преподавал в монтажном техникуме, Челябинском политехническом институте, на высших квалификационных курсах Минмонтажспецстроя СССР.

В 1989 г. приглашен на работу в Главное планово-экономическое управление облисполкома (затем — комитет по экономике областной администрации). В декабре 1991 г. назначен председателем областного комитета по управлению госимуществом (КУГИ). Процесс приватизации в области находился под полным контролем Головлева, что дало повод правоохранительным органам возбудить ряд исков против него и его подчиненных. В 1993 г. Головлевым создан ряд коммерческих структур — ЧИФ «Социальной защиты населения области», акционерный банк «Содействие приватизации», позднее — «Челябинский Фондовый центр» и «Южноуральский центр приватизации».

С 1992 по 1993 гг. занимал пост заместителя главы администрации области.

В марте 1993 г. участвовал в выборах губернатора, назначенных областным Советом и непризнанных администрацией области. Набрал 39 332 голоса (1,48% от общего числа избирателей области и 4,76% от числа принявших участие в голосовании), во второй тур не вышел. Одновременно безуспешно участвовал в довыборах депутата Верховного Совета РФ по Магнитогорскому национально-территориальному округу.

В 1993 и 1995 гг. избирался депутатом Государственной думы РФ по Калининскому избирательному округу.

В 1996 г. принимал участие в выборах губернатора Челябинской области.

В 1999 г. избран депутатом Госдумы по списку СПС.

В настоящий момент занимает пост заместителя председателя Комитета ГД по бюджету и налогам.

Являлся председателем правления общественно-политической организации «Российские налогоплательщики», членом политсовета ДВР, координационного совета «Правое дело», политсовета блока «Союз Правых Сил».

Летом 2001 г. вышел из рядов СПС.

Григориади Владимир Стиллианович

Родился 5 августа 1949 г. в с. Яксер Кизмерского района Удмуртской АССР в семье рабочего типографии. В 1951 г. семья переехала в Ставрополь, в 1960 — в Элисту Калмыцкой АССР, в 1964 г. — в Усть-Лабинск

Краснодарского края. В 1967 г. переехал жить в Элисту, где работал в объединении «Сельхозтехника» регулировщиком топливной аппаратуры, слесарем в «Карьероуправлении».

В 1970 г. окончил с отличием Ставропольский строительный техникум. В 1970—1972 гг. служил в армии. До 1980 г. работал в РСУ в Карабаше мастером, прорабом, зам. управляющего стройтрестом. В октябре 1980 г. был избран зам. председателя горисполкома.

В 1982 г. параллельно с продвижением по службе окончил финансово-экономический институт.

В 1988 г. переехал в г. Миасс. Работал зам. управляющего трестом «Уралавтострой».

В 1990 г. избран председателем горисполкома, в 1991 г. назначен главой администрации г. Миасса.

В 1993 г. принимал участие в выборах губернатора, назначенных областным Советом и непризнанной администрацией области. Во втором туре уступил П. И. Сумину, председателю областного Совета.

В августе 1993 г. распоряжением губернатора В. П. Соловьева Григориади уволен с поста главы администрации г. Миасса за поддержку формально избранного губернатором П. И. Сумина.

Осенью 1993 г. выдвинул свою кандидатуру на выборы депутата Государственной думы от Златоустовского округа № 182. Также был внесен в региональный список конструктивного экологического движения «КЕДР». В декабре 1993 г. избран депутатом Государственной думы.

В 1995 г. переизбран депутатом Государственной думы, баллотировался от «Конгресса русских общин» в том же Златоустовском округе № 182.

В 1996 г. участвовал в выборах губернатора Челябинской области, где занял третье место.

В 1999 г. проиграл на выборах в Государственную думу лидеру региональной организации КПРФ Петру Свечникову. После поражения не оставил политическую деятельность, возглавил городское отделение Партии пенсионеров.

В декабре 2000 г. вновь избран главой г. Миасса.

Гришанков Михаил Игнатьевич

Родился 16 февраля 1965 г. в г. Челябинске в семье строителей. Русский.

В 1982 г. с золотой медалью окончил среднюю школу. Затем учился в Челябинском политехническом институте на приборостроительном фа-

культете по специальности «Радиоэлектронные устройства». С 1988 по 1990 г. работал инженером-конструктором в СКБ «Ротор».

В 1990 г. был призван на службу в органы государственной безопасности и в 1991 г. окончил Высшие курсы КГБ в Тбилиси. С 1991 г.— оперативный сотрудник подразделения по борьбе с коррупцией и организованной преступностью УКГБ (затем — УФСБ) по Челябинской области. Последняя должность на 1999 г.— начальник подразделения отдела экономической контрразведки УФСБ по Челябинской области. Подполковник. В 1998 г. окончил с отличием экономический факультет Челябинского государственного университета.

За участие в осуществлении ряда спецопераций в 1994 г. был награжден медалью «За отличие в воинской службе» I степени. Кавалер ордена Мужества: награжден в сентябре 1999 г. за успешное выполнение специального задания Правительства РФ, связанного с обеспечением ядерной безопасности России.

В декабре 1999 г. избран депутатом Государственной думы третьего созыва по одномандатному Кыштымскому избирательному округу № 184 Челябинской области. Вошел в депутатскую группу «Народный депутат».

С 26 января 2000 г.— заместитель председателя Комитета Государственной думы по безопасности. С марта 2000 г.— член постоянной Комиссии Государственной думы по борьбе с коррупцией.

В декабре 2000 г. участвовал в выборах губернатора Челябинской области — занял второе место.

Увлечения: книги, шахматы (1 разряд), дзюдо (кандидат в мастера спорта).

Две дочери. Жена Анна Борисовна — потомственный врач, лидер организации «Челябинская область без наркотиков».

Кичеджи Василий Николаевич

Родился 3 января 1954 г. в г. Челябинске. По национальности — болгарин.

С отличием окончил школу. Работать начал слесарем на ЧТЗ. В 1973—1975 гг. служил в армии. После этого снова работал на ЧТЗ, уже водителем.

В 1981 г. окончил заочное отделение Московского института советской торговли по специальности «Экономика и управление предприятием». После этого работал на комбинате питания ЧТЗ (прошел путь до директора). До 1987 г. работал заместителем генерального директора Челябинскмясоагропрома.

В 1987 г. одним из первых организовал кооператив «Пищевик» по выпуску кукурузных палочек. Позже организовал многопрофильный кооператив «Скиф-К», ему принадлежали: Миасский мясокомбинат, рестораны, гостиницы, пакет акций металлбазы, пакет акций аэропорта, цех по производству плитки и др.

Один из руководителей Союза предпринимателей среднего и малого бизнеса Челябинской области.

В 1994 г. проиграл выборы в Челябинскую областную думу.

В ноябре 1995 г. стал генеральным директором ОАО «ЧТЗ».

В декабре 1996 г. баллотировался на пост главы администрации области, избран не был, занял 5-е место.

В марте 1997 г. вошел в состав учредителей регионального отделения Российской народно-республиканской партии (РНПР).

В июне 1997 г. баллотировался в депутаты Государственной думы по Кыштымскому округу № 184. Занял 1-е место, однако результаты выборов были признаны недействительными в связи с низкой явкой избирателей (менее 25%). На повторных выборах в декабре 1997 г. уступил ставленнику областных властей Владимиру Горбачеву.

После введения процедуры банкротства на ЧТЗ покинул Челябинскую область.

В 1999 г. стал заместителем губернатора Волгоградской области.

С 2000 г. — заместитель полномочного представителя Президента РФ в Центральном федеральном округе.

Женат, двое детей.

Косилов Андрей Николаевич

Родился в 1960 г. Отец — преподаватель ЧИМСХ.

В 1983 г. окончил Челябинский институт механизации и электрификации сельского хозяйства.

После окончания института работал секретарем комитета ВЛКСМ ЧИМЭСХ, заведующим отделом студенческой молодежи Челябинского областного комитета ВЛКСМ.

В начале девяностых годов работал помощником председателя Челябинского облисполкома, помощником председателя Челябинского областного Совета народных депутатов, управляющим делами Челябинского областного Совета народных депутатов.

Неоднократно представлял интересы областного Совета народных депутатов в судебных слушаниях, в том числе в Конституционном и Верховном судах Российской Федерации.

В 1994 г. был избран председателем совета директоров чекового инвестиционного фонда «Атлант». В декабре 1995 г. произошло покушение на жизнь Косилова. После выздоровления работал в коммерческих структурах М. Юревича.

Осенью 1996 г. пришел на работу в предвыборный штаб Петра Сумина на выборах губернатора Челябинской области. В декабре 1996 г. А. Н. Косилов назначен заместителем губернатора области по социальным вопросам.

В 1998 г. стал первым заместителем губернатора области. Курирует вопросы образования и науки, культуры и искусства, здравоохранения и социальной защиты населения, физкультуры и спорта, обязательного медицинского, социального страхования, сельского хозяйства и переработки продукции.

В 2000 г. — фактический руководитель губернаторской избирательной кампании Петра Сумина.

А. Н. Косилов за работу в студенческих строительных отрядах награжден орденом «Знак Почета». В 2000 г. награжден орденом Святого благоверного князя Даниила Московского III степени за помощь в строительстве российских храмов.

Женат, имеет двоих детей.

Починок Александр Петрович

Родился 12 января 1958 г. в г. Челябинске, русский.

В 1980 г. с отличием окончил Челябинский политехнический институт им. Ленинского комсомола, получив специальность инженер-экономист. Ленинский стипендиат, победитель различных олимпиад, комсомольский секретарь. В 1985 г. окончил аспирантуру Института экономики Уральского отделения АН СССР. Кандидат экономических наук.

В 1980—1982 г. — стажер-исследователь, младший научный сотрудник Института экономики Уральского отделения АН СССР, с 1986 по 1990 гг. — старший научный сотрудник того же института.

18 марта 1990 г. был избран народным депутатом РСФСР. После избрания возглавлял Комиссию Совета республики по бюджету, планам, налогам и ценам. В октябре 1993 г. назначен председателем Комиссии по передаче имущества Белого дома правительству, первым заместителем министра финансов РФ.

12 декабря 1993 г. был избран депутатом Государственной думы РФ по Магнитогорскому округу № 185. Член депутатской фракции «Выбор России».

17 декабря 1995 г. был избран депутатом Государственной думы РФ второго созыва.

С 1996 г. — заместитель председателя контрольно-бюджетной комиссии Межпарламентской ассамблеи государств-участников СНГ.

С 16 апреля 1997 г. — руководитель Государственной налоговой службы РФ.

С 3 июня 1998 г. — начальник Департамента финансов и денежно-кредитного регулирования аппарата Правительства РФ.

С 25 мая 1999 г. — министр по налогам и сборам РФ.

С сентября 1999 г. — член совета директоров ГК «Агентство по реструктуризации кредитных организаций» (АРКО).

С ноября 1999 г. — представитель государства в Российском банке развития (РБР).

С 18 мая 2000 г. — министр труда и социального развития РФ.

Почетный доктор Финансовой академии при Правительстве РФ (2000 г.).

Увлекается шахматами, туризмом. Любит посещать ночные клубы, предпочитает «Метелицу». Коллекционирует вина.

Состоит во втором браке. Жена Наталья Грибкова — финансист, имеет два красных диплома, аспирант (2000 г.), чемпионка страны по легкой атлетике. Дочь (1986 г. р.) от первого брака.

Соловьев Вадим Павлович

Родился в 1947 г.

В 1972 г. окончил Челябинский политехнический институт по специальности инженер-механик. В 1987 г. окончил Академию общественных наук при ЦК КПСС.

С 1964 г. работал на Челябинском тракторном заводе (ЧТЗ) в должностях от токаря до начальника технического бюро.

С 1970 г. — на комсомольской и партийной работе. В середине 70-х являлся секретарем Челябинского горкома комсомола, в середине 80-х — вторым секретарем Челябинского горкома КПСС.

В 1988 г. стал первым секретарем Челябинского горкома КПСС. Конкурировал с П. И. Суминым на партийных выборах второго секретаря обкома КПСС в сентябре 1989 г. Выборы выиграл Сумин.

В марте 1990 г. одновременно участвовал в выборах в депутаты РСФСР и Челябинского горсовета. Первые выборы он проиграл, но был избран

депутатом Челябинского горсовета. В апреле 1990 г. был избран председателем Челябинского горсовета.

В августе 1991 г. выступил с резким осуждением путча (в отличие от Сумина, который занял выжидательную позицию).

24 октября 1991 г. Указом Президента назначен главой администрации Челябинской области.

В декабре 1996 г. проиграл губернаторские выборы П. И. Сумину, был освобожден от должности главы администрации Челябинской области.

С ноября 1998 г. — президент Челябинского областного центра поддержки предприятий.

Внешний управляющий АО «Челябинский завод дорожных машин им. Коллющенко».

Женат. Жена Валентина Михайловна — первый заместитель директора Челябинского филиала Столичного банка сбережений. Есть дочь и внучка Варя (1989).

Сумин Петр Иванович

Родился в 1946 г. в селе Верхняя Санарка Троицкого района Челябинской области в многодетной крестьянской семье. Русский.

Окончив в 1964 г. среднюю школу, поступил на Челябинский металлургический завод (ЧМЗ), работал подручным сталевара, мастером электросталеплавильного цеха.

С 1971 по 1978 г. избирался и работал секретарем ВЛКСМ ЧМЗ, первым секретарем Металлургического райкома ВЛКСМ, первым секретарем Челябинского горкома ВЛКСМ.

В 1978 г. уходит на производство — заместителем начальника ЭСПЦ-5 ЧМЗ.

С 1980 по 1984 г. избирается вторым, затем первым секретарем Металлургического райкома КПСС. В 1984 г. переходит на хозяйственную работу — избран председателем Челябинского горисполкома.

В 1987 г. избран первым заместителем председателя Челябинского облисполкома. Осенью 1989 г. на альтернативной основе избран вторым секретарем обкома партии.

Весной 1990 г. избран председателем Челябинского облисполкома, а в 1991 г. — председателем Челябинского областного Совета народных депутатов.

В апреле 1993 г. победил на первых выборах главы администрации Челябинской области, однако их итоги были отменены.

В течение следующих двух лет — вице-президент Уральской инвестиционной холдинговой компании «Выбор».

С 1994 г. — лидер общественно-политического движения «За возрождение Урала».

С декабря 1995 г. — депутат Государственной думы Федерального собрания Российской Федерации. Участвовал в работе думского Комитета по бюджету, налогам, банкам и финансам, а также независимой депутатской группы «Народовластие».

Доверенное лицо Г. А. Зюганова на выборах Президента РФ в 1996 г. 22 декабря 1996 г. П. И. Сумин победил на выборах губернатора Челябинской области.

24 декабря 2000 г. вновь победил на губернаторских выборах.

Женат, имеет двух дочерей.

Тарасов Вячеслав Михайлович

Родился 7 июня 1947 г. в г. Челябинске.

В 1966 г. окончил радиотехнический техникум. С 1966 по 1967 гг. — техник НИИ по измерительной аппаратуре. Служил в пограничных войсках на советско-китайской границе.

В 1975 г. окончил с отличием инженерно-строительный факультет Челябинского политехнического института. С 1975 по 1979 гг. — мастер УПТК, мастер СУ-3, старший прораб СУ-6 треста «Челябгражданстрой».

С 1979 по 1986 гг. находился на партийной работе, отвечал за вопросы строительства и развития городского хозяйства. С 1986 г. работал первым заместителем председателя горисполкома по строительству, направлялся на Чернобыльскую АЭС для ликвидации последствий аварии.

С ноября 1991 г. — глава администрации города Челябинска.

В. М. Тарасов был известен как аполитичный человек, опытный хозяйственник, который занимается только решением городских проблем. В этом плане показательно, что в 1994 г. он сумел сохранить нейтралитет в конфликте между Соловьевым и Суминым.

До 1996 г. он не участвовал ни в одной выборной кампании. Единственный из политической элиты области не был активным участником проправительственных политических организаций (типа «Наш дом — Россия»).

В 1996 г. В. М. Тарасов избран мэром Челябинска и депутатом Законодательного собрания области.

В 2000 г. переизбран на пост мэра Челябинска и вновь стал депутатом ОЗС.

Уткин Владимир Петрович

Родился в 1950 г. в г. Копейске. С 1966 г. работал на Копейском ремонтно-механическом заводе. В 1973 г. окончил Челябинский политехнический институт.

С 1977 г. — на партийно-административной работе. Занимал посты первого заместителя председателя горисполкома г. Копейска (с 1982 г.), председателя горисполкома (с 1986 г.) и главы администрации (с 1991 г.).

В 1989 г. был избран депутатом областного Совета народных депутатов.

В 1993 г. поддержал П. И. Сумина, председателя Совета народных депутатов, который был выбран в апреле 1993 г. главой администрации области. В. П. Уткин был снят с поста главы администрации г. Копейска.

В 1993 г. баллотировался в депутаты Госдумы РФ как член объединения «Гражданский союз» и был избран, набрав 107 911 голосов (19,8% от числа избирателей и 41,5% от числа принявших участие в голосовании).

В 1995 г. на выборах в ГД баллотировался от «Конгресса русских общин» по Советскому округу № 186 и был вновь избран депутатом, набрав 133 730 голосов (24,64% от числа избирателей и 38,7% от числа принявших участие в голосовании). Являлся председателем подкомитета по топливным ресурсам Комитета Госдумы по промышленности, строительству, транспорту и энергетике. Вместе с П. И. Суминым входил во фракцию «Народовластие».

В 1996 г. являлся ближайшим помощником П. И. Сумина по движению, во время болезни последнего фактически руководил движением «За возрождение Урала» и возглавлял областной предвыборный штаб Г. А. Зюганова.

С осени 1996 г. — руководитель избирательного штаба П. И. Сумина. В декабре 1996 г. избран главой администрации г. Копейска, однако вынужден был подать в отставку в связи с невозможностью совмещения работы в правительстве области и органах местного самоуправления.

В 1997—1998 гг. — председатель правительства Челябинской области, затем первый заместитель губернатора области, курирующий вопросы экономики.

В 2000 г. принял участие в выборах губернатора Челябинской области.

ти, занял четвертое место. После выборов подал в отставку. Сообщения СМИ о предстоящем назначении В. П. Уткина в администрацию Президента РФ оказались ложными.

Женат.

Христенко Виктор Борисович

Родился 28 августа 1957 г. в г. Челябинске. Отец — преподаватель ЧПИ.

В 1979 г. окончил Челябинский политехнический институт (ЧПИ) по специальности «Экономика и организация строительства», в 1982—1983 гг. проходил обучение в аспирантуре Московского института управления, затем окончил Академию народного хозяйства при Правительстве РФ. Кандидат экономических наук.

В ЧПИ учился на одной кафедре вместе с Александром Починком, с которым позднее поступал в аспирантуру.

С 1979 по 1990 г.— инженер ЭВМ кафедры экономики машиностроения, заведующий лабораторией деловых игр, старший преподаватель, доцент кафедры экономики машиностроения Челябинского государственного технического университета (ЧГТУ, бывший ЧПИ). Работал ведущим на Челябинском телевидении.

В 1990 г. был выдвинут кандидатом в народные депутаты РСФСР, но не набрал нужного количества голосов. В этом же году был избран депутатом Челябинского городского Совета народных депутатов. Являлся председателем постоянной комиссии по концепции развития города, членом президиума, председателем комитета по экономике.

В 1991 г. — заместитель председателя горисполкома, председатель комиссии по управлению имуществом.

С 1991 по 1994 гт. — заместитель главы администрации Челябинской области, председатель комитета экономики администрации области. С 1994 по 1996 гт. — первый заместитель главы администрации Челябинской области. В июне 1996 г. назначен председателем областного комитета по управлению госимуществом.

С 1994 г. — член Совета по промышленной политике и предпринимательству при Правительстве РФ.

В июне—июле 1996 г. был доверенным лицом Б. Н. Ельцина на президентских выборах, руководителем областного штаба избирательной кампании по выборам Ельцина в президенты РФ.

С сентября 1996 г. — председатель комиссии Челябинской области по телевидению и радиовещанию.

С 19 марта по июнь 1997 г. — представитель Президента РФ в Челябинской области.

С 1 июля 1997 г. — заместитель министра финансов РФ.

С августа 1997 г. — член совета директоров (представитель государства) ОАО «Магнитогорский металлургический комбинат» (ММК).

26 сентября 1997 г. был избран вице-президентом Союза промышленников и предпринимателей Челябинской области.

С 28 апреля 1998 г. — заместитель Председателя Правительства РФ.

С апреля 1998 г. — член Президиума Правительства РФ.

С 19 мая 1998 г. — управляющий от РФ в Международном банке реконструкции и развития и Многостороннем агентстве по гарантиям инвестиций.

28 сентября 1998 г. был отправлен в отставку.

28 октября 1998 был назначен первым заместителем министра финансов РФ.

С 31 мая 1999 г. — первый заместитель Председателя Правительства РФ.

С 14 июня 1999 г. — член Совета безопасности РФ.

14 сентября 1999 г. был назначен управляющим от РФ в Международном банке реконструкции и развития и Многостороннем агентстве по гарантиям инвестиций.

21 сентября 1999 г. был назначен управляющим от России в Международном валютном фонде (МВФ).

С 23 сентября 1999 г. — председатель совета директоров Агентства по реструктуризации кредитных организаций (АРКО).

С 18 мая 2000 г. — заместитель Председателя Правительства РФ Михаила Касьянова.

Увлечения — теннис, видео- и фотосъемка.

Владеет английским языком.

Женат, имеет двух дочерей и сына.

Юревич Михаил Валериевич

Родился 13 февраля 1969 в г. Челябинске. Национальность — белорус. В 1992 г. окончил инженерно-строительный факультет Челябинского государственного технического университета по специальности инженер-строитель.

Будучи студентом, стал соучредителем фирмы «Темп ЛТД», занимавшейся оптовой торговлей продуктами.

С 1995 по 2000 г. — председатель советов директоров АО «Макфа» (бывшая Челябинская макаронная фабрика), Сосновского комбината хлебопродуктов, председатель совета директоров «Хлебокомбината № 1». Крупный акционер «Облгаза».

С 1998 г. — фактический владелец газеты «Вечерний Челябинск». Также в медиа-империю Юревича (окончательно оформившуюся в 2000 г.) входят газеты «Челябинская неделя», «Соседи», 2 телевизионных канала и одна радиостанция.

19 декабря 1999 г. был избран в Государственную думу РФ третьего созыва по Калининскому одномандатному округу № 183. Входит в число наиболее популярных политиков Челябинской области.

В январе 2000 г. вошел в депутатскую группу «Народный депутат». С 26 января 2000 г. — заместитель председателя Комитета Государственной думы РФ по энергетике, транспорту и связи.

На I съезде Российского газового союза (РГС) 22 июня 2000 г. был избран членом наблюдательного совета РГС.

Член правления Союза промышленников и предпринимателей Челябинской области.

Иркутская область

Говорин Борис Александрович

Родился 27 июня 1947 г. в г. Иркутске.

Имеет три высших образования. В 1971 г. он окончил Иркутский политехнический институт по специальности инженер-электрик; в 1989 г. — Новосибирскую ВПШ; в 1999 г. — сибирско-американский факультет Иркутского государственного университета.

В 1971—1972 гг. служил в армии. Демобилизовавшись, пришел работать старшим инженером на предприятие высоковольтных электросетей «Иркутск-энерго». За десять лет вырос до заместителя директора предприятия.

С 1983 г. работает в органах государственной власти, сначала — заместителем председателя Свердловского райисполкома г. Иркутска, потом он — руководитель управления коммунального хозяйства горисполкома, председатель райисполкома, первый заместитель председателя горисполкома.

С 1990 г. — председатель горисполкома г. Иркутска, а с января 1992 г. Указом Президента России назначается главой администрации г. Иркутска.

В марте 1994 г. избран мэром города. 27 марта 1994 г. был избран депутатом Законодательного собрания Иркутской области. В период работы мэром Иркутска в ранге вице-президента активно участвовал в работе Ассоциации Сибирских и Дальневосточных городов. В 1996 г. его выбирают президентом этого объединения.

16 июня 1996 г. избран депутатом Законодательного собрания Иркутской области второго созыва.

27 июля 1997 г. избран губернатором Иркутской области.

С марта 1998 г. — член совета директоров ОАО «Иркутскэнерго».

С августа 1998 г. — председатель совета директоров АО «Иркутское авиационно-промышленное объединение».

С мая 1999 г. — заместитель председателя Правительственной комиссии по Байкалу.

В 2001 г. становится председателем Межрегиональной ассоциации «Сибирское соглашение».

Почетный профессор Иркутского государственного университета, почетный академик Российской академии естественных наук.

В 1997 г. Указом Президента РФ «за большой вклад в социально-экономическое развитие г. Иркутска и многолетнюю добросовестную работу» награжден орденом Почета.

В 1998 г. награжден Олимпийским почетным знаком «За заслуги в развитии олимпийского движения в России».

В 2000 г. «во внимание к заслугам в деле возрождения духовности России» Патриархом Московским и Всея Руси Алексием II награжден орденом русской православной церкви Святого благоверного князя Даниила Московского II степени.

В 2000 г. «за большой личный вклад в развитие промышленного потенциала, созидание в социальной и культурной сфере, за активную общественную и гражданскую позицию» Б. А. Говорин стал кавалером высшей общественной российской награды — золотого почетного знака «Общественное признание».

В 2001 г. Б. А. Говорину за заслуги в развитии культуры и театрального искусства вручена высшая Национальная театральная премия «Золотая маска».

Почетный гражданин г. Иркутска и города-побратима Канадзавы (Япония).

Женат. Супруга Людмила Анатольевна работает картографом. Имеет трех дочерей. Старшая — Лариса, служащая, замужем. Младшие — близнецы Оля и Зоя — студентки педагогического вуза. Хобби — атлетическая гимнастика, чтение, эстрадная и фольклорная музыка.

Левченко Сергей Георгиевич

Родился 2 ноября 1953 г. в г. Новосибирске. В 1976 г. окончил Новосибирский инженерно-строительный институт по специальности инженер-строитель. В 1993 г. окончил Академию государственной службы при Президенте РФ по специальности менеджер.

Свою трудовую деятельность начинал в 1976 г. мастером в Красноярском управлении «Стальконструкция», с 1977 г.— прораб, с 1979 г.— начальник участка. С 1982 г. — начальник Ангарского управления «Стальконструкция». В 1987 г. — переход на административную работу — председатель Юго-Западного районного исполнительного комитета г. Ангарска. С 1988 г. С. Г. Левченко— второй секретарь Ангарского горкома КПСС, а с 1990 г.— первый секретарь. С 1992 г. и по настоящее время — директор Ангарского управления «Стальконструкция».

В 1993 г. избран первым секретарем Иркутского обкома компартии РФ. Член Центрального комитета компартии РФ (с 1996 г.), председатель правления Иркутской областной организации Народно-патриотического союза России (НПСР), член координационного Совета НПСР (с 1996 г.).

В 1996 г. проиграл выборы в Иркутскую областную думу.

В 1997 г. занял второе место на выборах губернатора.

В 1999 г. стал депутатом Государственной думы по партийному списку КПРФ, вошел в Аграрно-промышленную депутатскую группу.

В 2001 г. вновь принял участие в выборах губернатора Иркутской области. Во втором туре уступил действующему губернатору всего 2%.

Сергей Левченко владеет английским языком (несвободно).

Свободное время Сергей Георгиевич посвящает чтению. Окончил музыкальную школу.

С. Левченко — кандидат в мастера спорта по легкой атлетике.

Женат. Жена — Левченко Людмила Ивановна. У Сергея Георгиевича двое детей — Татьяна и Андрей.

Машинский Виктор Леонидович

Родился 3 ноября 1949 г. Окончил Иркутский политехнический институт по специальности «Переработка нефти и газа», а также аспирантуру Московского института тонких химических технологий им. Менделеева. Кандидат технических наук. В своих предвыборных материалах позиционировал себя как офицера ФСБ.

Базовую карьеру сделал в производственном объединении «Ангарск-нефтегазсинтез» (ныне Ангарская нефтехимическая компания), став директором по экономике. До избрания в 1993 г. депутатом Государственной думы был генеральным директором внешнеэкономической ассоциации «Байкалит».

В 1995 г. переизбран в нижнюю палату Федерального собрания. Сопредседатель депутатской группы «Народовластие», заместитель председателя Комитета по экономической политике. Член коллегии министерства торговли.

В 1997 г. участвовал в выборах губернатора Иркутской области, занял третье место.

В 1999 г. проиграл выборы в Государственную думу Константину Зайцеву.

Имеет 25 изобретений и более 40 научных статей. Лауреат премии Совета Министров СССР за научные разработки в области нефтепереработки.

Женат. Увлечения: книги, театр, рыбалка, охота, собаки.

Ножиков Юрий Абрамович

Родился 17 февраля 1934 г. в Ленинграде. По паспорту — русский. Отец — китаец, мать — русская. Отец в 1937 г. был репрессирован и погиб. Воспитывался отчимом, который дал ему свою фамилию и отчество. Отчим погиб при обороне блокадного Ленинграда. Во время войны был эвакуирован в Ярославскую область, затем в Ивановскую область. Воспитывался в интернате.

В 1956 г. окончил Ивановский энергетический институт по специальности инженер-теплоэнергетик.

1956—1984 гг. работал в г. Свердловске (Екатеринбурге) в системе Министерства энергетики и электрификации СССР — мастером-прорабом, старшим прорабом, главным инженером монтажного управления, управляющим трестом «Востокэнергомонтаж».

1984—1988 гг. — начальник, затем генеральный директор «Братскгэс-строя».

1988—1991 гг. — председатель Иркутского областного исполнительного комитета Совета народных депутатов (с 1990 г. — депутат областного Совета с сохранением поста председателя исполкома). Член КПСС с 1961 по 1991 гг.

Был членом Верховного Совета РСФСР 11 и 12 созывов. Избирался от Свердловского избирательного округа Иркутской области.

19 сентября 1991 г. Президентом России был назначен главой администрации Иркутской области.

В 1992 г. первым из региональных лидеров предъявил иск федеральным властям в Конституционном суде. В результате области удалось отобрать у РАО «ЕЭС России» объединение «Иркутскэнерго» (ангарский каскад ГЭС) и таким образом сохранить в области низкие тарифы на электричество.

20 марта 1993 г. во время противостояния президента и парламента высказался за одновременные перевыборы в декабре и парламента и президента. Указом Б. Ельцина был снят с должности. Против Указа Президента об отставке Ю. Ножикова в 1993 г. в его защиту в г. Иркутске был организован митинг. Малый Совет облисполкома и депутаты ВС близлежащей республики Бурятия также заявили о неконституционности президентского Указа. В том же месяце указ был отменен.

12 декабря 1993 г. избран депутатом Совета Федерации от Иркутской области.

27 марта 1994 г. был избран губернатором, набрав 77,9% голосов избирателей. Выборы чуть не пришлось отменить — остальные кандидаты не могли собрать подписи. Потом все-таки было зарегистрировано еще 2 кандидата (один — заместитель Ножикова). Оба соперника прекрасно понимали, что участвуют в кампании лишь для того, чтобы выборы состоялись.

В апреле 1997 г. подал в отставку с поста губернатора «по собственному желанию». Причины — ситуация в регионе становится неуправляемой: задержки зарплаты, невозможность обеспечить социальные гарантии, падение производства, а стало быть, налоговых поступлений, забастовки, голодовки — все это достигло критической точки. Чтобы выйти из финансового кризиса, Ю. Ножиков даже принимал решение о приостановке уплаты налогов в федеральный бюджет. Но это не помогло. В 1996 г. Ножиков издал распоряжение о проверке финансового и имущественного положения госслужащих всех рангов. Пытался проверить расходование бюджетных средств, ограничить заработную плату руководителям фирм, акционерных обществ, крупных предприятий. Предлагал антикризисную программу, частичную деприватизацию, снижение тарифов...

Одна из причин отставки Ю. Ножикова — конфликт с первым вице-премьером и министром топлива и энергетики Б. Немцовым, который выступил за вхождение «Иркутскэнерго» в РАО «ЕЭС России».

Семейное положение — женат. Три взрослые дочери.

Красноярский край

Быков Анатолий Петрович

Родился 17 января 1960 г. в г. Назарово Красноярского края.

Окончил факультет физвоспитания и военной подготовки Красноярского педагогического института. Два года работал преподавателем физкультуры в школе.

В начале 90-х основал в Красноярске фирму СТМ (строительство, технологии, металл).

В 1992 г., когда началось акционирование Красноярского алюминиевого завода, выкупил 10% акций КраЗа. В 1993 г. стал членом совета директоров КраЗа. В июне 1996 г. стал одним из создателей ООО «Назаровская агропромышленная компания». В сентябре 1997 г. стал вице-президентом банка «Российский кредит», крупнейшего акционера завода.

В декабре 1997 г. избран депутатом Законодательного собрания Красноярского края.

С июня 1998 г. — председатель совета директоров КраЗа.

Был одним из организаторов победы А. И. Лебеда на краевых выборах. Представители КраЗа вошли в состав новой краевой администрации, именно А. П. Быков со своими людьми и финансовыми возможностями считались опорой губернатора. Однако уже к концу года команда Быкова утратила все завоеванные после победы Лебеда позиции.

На пресс-конференции в декабре 1998 г. Быков заявил, что «мы ошиблись в выборе, но мы в силах исправить ошибку».

В апреле 1999 г. возбуждено уголовное дело по факту легализации Быковым незаконно полученных денежных средств.

В 1999 г. пытался принять участие в выборах депутатов Государственной думы, однако был снят с регистрации как по одномандатному округу, так и по списку ЛДПР.

В данный момент Быков находится под стражей, планирует принять участие в предстоящих в декабре 2001 г. выборах в Законодательное собрание края.

Зубов Валерий Михайлович

Родился 9 мая 1953 г. в селе Ново-Спасское Тамбовской области в семье геологов, русский.

В 1970 г. окончил среднюю школу в городе Лермонтове. Трудовую деятельность начал помощником бурильщика в геологоразведочной экспедиции в Казахстане (п. Азгир).

В 1971 г. поступил учиться в Московский геологоразведочный институт им. С. Орджоникидзе, а в 1973 г. перевелся в Московский институт народного хозяйства им. Г. В. Плеханова, который окончил в 1977 г. по специальности «Планирование народного хозяйства». В 1982 г. защитил кандидатскую диссертацию в этом же институте.

1978—1979 гг. — служба в армии.

1982—1988 гг. — работал в Красноярском государственном университете старшим преподавателем, затем деканом экономического факультета. Одновременно был заместителем директора Красноярской универсальной товарно-фондовой биржи по операциям с ценными бумагами. 1986—1987 гг. — стажировка в США в Оклахомском университете. В 1991 г. защитил докторскую диссертацию в Московском экономико-статистическом институте.

С февраля 1992 по январь 1993 гг. — заместитель главы администрации края, начальник главного управления экономики администрации края. С 28 января 1993 г. — и. о. главы администрации Красноярского края.

В 1993 г. избран главой администрации Красноярского края. Занимал этот пост до апреля 1998 г.

12 декабря 1993 г. был избран в Совет Федерации. В 1996 — 1998 гг. — заместитель Председателя Совета Федерации Федерального собрания Российской Федерации, координатор работы комитетов по социально-экономическим вопросам, входил в состав Межрегиональной ассоциации «Сибирское соглашение».

С апреля 1998 г. — преподаватель экономического факультета Красноярского государственного университета. 1998—1999 гг. — профессор Красноярского государственного университета.

5 октября 1999 г. Зубову было предъявлено обвинение в превышении служебных полномочий и инкриминировано нецелевое использование бюджетных средств.

19 декабря 1999 г. был избран депутатом Государственной думы РФ третьего созыва от Красноярского одномандатного избирательного округа № 048. Член Комитета по бюджету и налогам. Работает в двух подкомитетах: по налоговому законодательству и по межбюджетным отношениям и консолидированному бюджету. Входит в группу «Народный депутат».

Награжден орденом «Знак Почета», медалью «За трудовое отличие».

Увлекается баскетболом, любит книги исторической тематики и отечественные фильмы.

Женат. Жена Зубова Евгения Борисовна — кандидат экономических наук, доцент КГУ. Дочь Елена (1978 г.), сын Иван (1991 г.), внук (2000 г.).

Лебедь Александр Иванович

Родился 20 апреля 1950 в г. Новочеркасске Ростовской области в семье рабочего, русский.

Один год работал шлифовщиком на Новочеркасском заводе постоянных магнитов, грузчиком в центральном гастрономе Новочеркаска.

В 1973 г. окончил Рязанское воздушно-десантное командное училище.

До 1981 г. служил в том же училище в должности командира взвода, затем — командира роты. Его непосредственным начальником в училище был Павел Грачев.

С ноября 1981 г. по июль 1982 г. — командир первого батальона 345-го отдельного парашютно-десантного полка в Афганистане.

В 1985 г. окончил с отличием Военную академию имени М. В. Фрунзе.

С июня по сентябрь 1985 г. — заместитель командира парашютно-десантного полка в Рязани, с сентября 1985 г. по декабрь 1986 г. — командир полка в Костроме. С декабря 1986 г. по март 1988 г. — заместитель командира воздушно-десантной дивизии в Пскове.

С марта 1988 г. по февраль 1991 г. — командир Тульской воздушно-десантной дивизии.

В 1988—1991 гг. Тульскую дивизию неоднократно бросали на усмирение волнений и мятежей в «горячих точках».

С февраля 1991 г. по июнь 1992 г. — заместитель командующего ВДВ по боевой подготовке и ВУЗам.

С 27 июня 1992 г. по июнь 1995 г. — командующий 14-й армией в Приднестровье.

В сентябре 1993 г. на дополнительных выборах был избран депутатом Верховного Совета Приднестровской Молдавской республики.

17 декабря 1995 г. был избран депутатом Государственной думы РФ.

В 1996 г. баллотировался на пост Президента РФ. Занял третье место.

С 17 июня 1996 г. по 17 октября 1996 г. — секретарь Совета безопасности РФ, помощник Президента по вопросам национальной безопасности.

10 августа 1996 г. был назначен полномочным представителем Президента РФ в Чечне.

31 августа 1996 г. в с. Хасавюрт (Дагестан) А. Лебедь и А. Масхадов подписали соглашение о прекращении военных действий на территории Чечни.

25 сентября 1996 г. сложил с себя полномочия депутата Государственной думы РФ.

17 мая 1998 г. был избран главой администрации Красноярского края.

10 июня 1998 г. утвержден членом Совета Федерации.

С 1998 г. — председатель комитета по экономике Ассоциации «Сибирское соглашение».

С 1999 по 2000 гг. — член совета директоров ОАО «Восточная нефтяная компания».

Награжден орденами и медалями, крестом за оборону Приднестровья (1992 г.).

Кандидат в мастера спорта по боксу.

Женат. Жена, Инна Александровна, по образованию — преподаватель математики в школе, не работает. Трое детей. Старший сын Александр (1972 г.) окончил в 1994 г. Тульский политехнический университет, дочь Екатерина (1973 г.) окончила ТПУ в 1995 г., младший сын Иван (1979 г.) окончил Суворовское училище, студент МГТУ им. Н. Э. Баумана. Трое внуков.

Романов Петр Васильевич

Родился в 1943 г. в г. Канске, на территории Краслага, в семье репрессированного.

В 1967 г. окончил инженерный химико-технологический факультет Сибирского технологического института (химия порохов) в г. Красноярске.

После окончания института был направлен работать на Красноярский химический комбинат «Енисей». На комбинате прошел путь от рабочего до руководителя высшего эшелона (аппаратчик, мастер, начальник смены, участка, заместитель начальника цеха, начальник цеха, начальник СКТБ, заместитель главного инженера, главный инженер, директор). С сентября 1985 г. по январь 1995 г. являлся генеральным директором ПО «Красноярский химический комбинат ЕНИСЕЙ».

В 1975 г. защитил кандидатскую диссертацию по закрытой теме. С 1989 г. — доктор технических наук. Профессор, заслуженный химик России, академик инженерной академии.

Имеет правительственные награды: орден «Знак Почета», звание Героя Социалистического Труда, почетное звание «Заслуженный химик РСФСР». Должности, звания, успехи достигнуты собственным трудом, без протекций и незаслуженных привилегий. Награжден Патриархом Москов-

ским и Всея Руси Алексием II орденом Святого Сергия Радонежского I степени.

Женат. Имеет троих детей: сыновья — Кирилл, Глеб, дочь — Юлия.

Депутат Совета Федерации первого созыва. В январе 1994 г. П. В. Романов выдвигался кандидатом на должность Председателя Совета Федерации, однако проиграл выборы Владимиру Шумейко, не добрав двух голосов.

В 1993 г. участвовал в выборах губернатора Красноярского края, занял третье место.

В 1995 г. избран депутатом Государственной думы. Член КПСС с 1972 г. На IV съезде КПРФ избран секретарем ЦК по промышленности и экономике. Член Президиума Народно-патриотического союза России.

В 1998 г. повторно участвовал в выборах губернатора Красноярского края и вновь занял третье место.

В 1999 г. повторно избран депутатом Государственной думы.

Хобби — коллекционер старинных икон. Знаток русской живописи.

Сергиенко Валерий Иванович

Родился 28 января 1946 г.

До 1991 г. председатель крайисполкома, соперник В. Зубова на выборах в 1993 г.

Президент Союза товаропроизводителей, предпринимателей Красноярского края. Член Национального совета Конгресса русских общин. Заместитель председателя Федерации общественных объединений товаропроизводителей России (ФТР).

В 1993 и 1995 гг. избирался депутатом Государственной думы.

В 1998 г. участвовал в выборах губернатора Красноярского края.

В 1999 г. проиграл выборы в Государственную думу бывшему министру топлива и энергетики Сергею Генералову.

Усс Александр Викторович

Родился 3 ноября 1954 г. в д. Новгородка Иланского района Красноярского края в семье колхозников.

С 1971 по 1976 гг. учился в Красноярском государственном университете на юридическом факультете. После окончания был направлен на стажировку в Томский государственный университет, там же поступил в аспирантуру и в 1981 г. защитил кандидатскую диссертацию.

С 1981 г. по 11 мая 1993 г. работал в Красноярском государственном университете на кафедре уголовного права и криминологии ассистентом, старшим преподавателем, старшим научным сотрудником, доцентом. В 1986 г. был направлен на стажировку в Институт международного права (г. Фрайбург, ФРГ).

31 мая 1993 г. назначен начальником правового управления администрации края, а с 15 апреля 1996 г. — заместитель губернатора Красноярского края.

18 ноября 1994 г. защитил докторскую диссертацию. Профессор. Автор свыше 60 научных публикаций, трех монографий.

В 1993 г. был избран депутатом Совета Федерации Федерального собрания Российской Федерации.

21 декабря 1997 г. был избран депутатом, а 9 января 1998 г. — председателем Законодательного собрания Красноярского края.

Член Совета Федерации Федерального собрания Российской Федерации.

Женат, имеет троих детей.

Ханты-Мансийский автономный округ

Атрошенко Сергей Петрович

Родился в 1958 г. в г. Новозыбков Брянской области в семье врачей. После окончания школы работал слесарем на машиностроительном заводе в г. Подольске.

В Москве играл в хоккей за «Крылья Советов», учился в МИСИ.

В середине 70-х был осужден на пять лет исправительных работ за наезд на пешехода. Отбывал наказание в Тюменской области. Там же начал свой бизнес с организации челночных туров, шоп-туров в Турцию и концертов звезд эстрады.

Открыл один из первых кооперативов в Тюмени. Вошел в совет директоров банка «Тюменский кредит», в 1994 г. стал председателем правления банка и одним из организаторов «Сибирской страховой компании».

В 1995 г. возглавил региональное общественно-политическое движение «Тюмень-2000», которое в 1996 г. выдвинуло Атрошенко в губернаторы области. Сергей Атрошенко прошел во второй тур выборов и набрал 33% голосов, уступив действующему губернатору Леониду Рокецкому.

В 1997 г. возглавляемый Атрошенко банк «Тюменский кредит» обанкротился. Пропали деньги множества мелких вкладчиков.

В том же 1997 г. Атрошенко возглавил работу по созданию Общероссийской партии пенсионеров.

В 1997 г. проиграл выборы в Тюменскую областную думу.

В 1998 г. не был зарегистрирован кандидатом в депутаты Государственной думы на довыборах по Ямало-Ненецкому округу.

В 2000 г. участвовал в выборах губернатора Ханты-Мансийского округа, но был с выборов снят.

В 2001 г. участвовал в выборах губернатора Тюменской области, проиграл.

Рокецкий Леонид Юлианович

Родился 15 марта 1942 г. на Украине в с. Носово Бережанского района Тернопольской области. Украинец. Окончил Львовский кинотехникум и Львовский политехнический институт в 1970 г.

В 1970—1981 гг. — мастер, прораб, главный инженер управления, заместитель управляющего, главный инженер треста «Сургутгазстрой», Тюменская область.

В 1982—1991 гг. — первый заместитель председателя Сургутского горисполкома.

С июня 1988 г. — председатель Сургутского горисполкома, председатель Тюменского облисполкома.

22 апреля 1990 г. был избран депутатом Тюменского областного совета.

С марта 1990 г. — депутат Сургутского горсовета, с мая того же года — член Тюменского обкома КПСС.

С ноября 1991 г. — первый заместитель главы администрации Тюменской области.

В ноябре 1993 г. Рокецкий был выдвинут кандидатом в депутаты Совета Федерации по Тюменскому двухмандатному избирательному округу № 72. Баллотировался как независимый кандидат и был избран. В СФ являлся членом Комитета по делам Федерации, Федеративному договору и региональной политике.

С 20 февраля 1993 г. — глава администрации Тюменской области.

В январе 1996 г. вошел в состав Совета Федерации второго созыва. Член Комитета Совета Федерации по бюджету, финансовому, валютному и кредитному регулированию, денежной эмиссии, налоговой политике и таможенному регулированию.

12 января 1997 г. переизбран на пост губернатора на второй срок.

14 января 2001 г. проиграл губернаторские выборы в Тюменской области. За основного соперника Леонида Рокецкого — Сергея Собянина — проголосовали более 50% избирателей, за действующего губернатора — около 30%.

30 января 2001 г. Президент РФ подписал распоряжение о включении Рокецкого в состав Госсовета Российской Федерации.

До марта 2001 г. входил в состав Президиума Государственного совета России.

В 2001 г. назначен представителем Ненецкого автономного округа в Совете Федерации.

Награжден медалью «За освоение недр и развитие нефтегазового комплекса Западной Сибири», орденом «Дружбы народов».

Женат. Имеет двоих детей.

Собянин Сергей Семенович

Родился 21 июня 1958 г. в с. Няксимволь Березовского района Ханты-Мансийского автономного округа. С 1975 г. работал слесарем, бригадиром токарей, мастером на Челябинском трубопрокатном заводе.

В 1980 г. окончил Костромской технологический институт, в 1989 г. — Всесоюзный юридический заочный институт.

С 1982 по 1984 гг. — заведующий отделом комсомольских организаций Ленинского РК ВЛКСМ в г. Челябинске.

В 1984—1988 гг. — заместитель председателя Когалымского сельсовета, начальник управления жилищно-коммунального хозяйства (1985 г.), секретарь Когалымского горисполкома (1986 г.).

С 1988 по 1990 гг. — заместитель заведующего орготделом Ханты-Мансийского окружкома КПСС.

С 1990 г. — начальник государственной налоговой инспекции, с декабря 1991 г. — глава администрации г. Когалыма.

С ноября 1993 по 1994 гг. — первый заместитель главы администрации Ханты-Мансийского автономного округа.

6 марта 1994 г. был избран депутатом окружной думы первого созыва по 9-му округу. 6 апреля 1994 г. был избран Председателем Думы Ханты-Мансийского автономного округа.

С января 1996 г. — член Совета Федерации.

27 октября 1996 г. был избран депутатом, а затем — Председателем Думы Ханты-Мансийского автономного округа второго созыва. В мае 1997 г. включен в состав Совета по местному самоуправлению в Российской Фе-

дерации. С 10 июля 1998 г. — председатель Комитета Совета Федерации РФ по конституционному законодательству и судебно-правовым вопросам.

В мае 1999 г. вошел в состав президиума и исполкома политсовета блока «Вся Россия».

12 июля 2000 г. назначен первым заместителем полномочного представителя Президента РФ в Уральском федеральном округе.

14 января 2001 г. победил на губернаторских выборах в Тюменской области. В первом же туре за Собянина проголосовали более 50% избирателей.

Женат, имеет двоих детей.

Филипенко Александр Васильевич

Родился 31 мая 1950 в г. Караганде Казахской ССР, русский.

В 1973 г. окончил Сибирский автомобиледорожный институт в Омске по специальности инженер-строитель мостов. В 1979 г. окончил университет марксизма-ленинизма при Тюменском обкоме КПСС. В 1988 г. заочно окончил Высшую партийную школу в г. Свердловске.

С 1967 г. — настройщик-регулировщик радиоаппаратуры Петропавловского радиозавода им. С. М. Кирова в Казахстане.

С 1982 г. — заместитель председателя Ханты-Мансийского окружного исполкома.

В 1973—1977 гг. — инженер производственно-технического отдела, строймастер, старший инженер ПТО Мостопоезда № 442 Минтрансстроя СССР (г. Сургут).

В 1977—1982 гг. — инструктор, заведующий отделом строительства Ханты-Мансийского окружкома КПСС.

В 1982—1983 гг. — первый заместитель председателя Ханты-Мансийского окрисполкома.

В 1983—1989 гг. — на партийной работе.

С марта 1989 г. — председатель Ханты-Мансийского окружного исполкома.

В марте 1990 г. стал народным депутатом Тюменского областного Совета.

Тогда же избран народным депутатом Ханты-Мансийского Совета народных депутатов, а в мае — председателем окружного исполкома.

18 декабря 1991 г. назначен главой администрации округа.

В 1993 г. отказался занять пост главы администрации Тюменской области.

12 декабря 1993 г. был избран депутатом Совета Федерации.

В октябре 1996 г. переизбран главой администрации округа. Полномочия члена Совета Федерации подтверждены 13 ноября 1996 г.

Член совета директоров ОАО «Нефтяная компания «Сургутнефтегаз».

С осени 1999 г. — председатель правительства Ханты-Мансийского АО.

26 марта 2000 г. был вновь избран губернатором Ханты-Мансийского АО. Полномочия члена Совета Федерации были подтверждены 19 апреля 2000 г.

С июня 2000 г. — член совета директоров ОАО «СИБУР».

Женат, трое детей. Жена Галина работает в управлении культуры правительства округа. Дети — Василий, Александр, Софья. Средний сын Александр в 1998 погиб в автокатастрофе.

Приморский край

Апанасенко Геннадий Васильевич

Родился 14 сентября 1950 г. в п. Трудовой Приморского края (под городом Артемом).

В 1972 г. окончил Дальневосточное высшее инженерно-морское училище им. адмирала Г. И. Невельского по специальности инженер-судомеханик. Работал механиком на судах Дальневосточного морского пароходства, затем был ведущим специалистом Славянского судоремонтного завода. С 1985 г. — начальник Базы технического обслуживания флота «ДВМП». В 1988 г. был направлен на судоремонтный завод в г. Советская Гавань, где трудовой коллектив избрал его директором. За достигнутые успехи был удостоен звания «Почетный работник отрасли».

С 1995 г. — первый заместитель губернатора Хабаровского края по экономике.

5 марта 2001 г. Геннадию Апанасенко присвоено звание действительного статского советника 2-го класса.

С 5 августа 2000 г. — первый заместитель полномочного представителя президента в ДВФО. Курирует финансовые, правовые и социально-экономические вопросы. Координирует работу с территориями округа, взаимодействие федеральных органов с местными властями, контролирует деятельность федеральных инспекторов.

Заядлый рыбак и охотник, играет в бильярд и преферанс. Мастер спорта по морскому пятиборью, неоднократный чемпион Владивостока и Приморского края.

Женат, две дочери и сын. Все родственники живут в Приморье, недавно родился второй внук.

Горячева Светлана Петровна

Родилась 3 июня 1947 г. в п. Рисовый Анучинского района Приморского края в семье военнослужащего, русская.

В 1965—1966 гг. — бухгалтер, подсобный рабочий Даубихинского мехлесхоза в г. Арсеньев Приморского края.

В 1967 г. работала кассиром, художником-оформителем кинотеатра «Космос».

В 1967—1969 гг. — сборщик-клепальщик Арсеньевского машиностроительного завода «Прогресс».

В 1974 г. окончила юридический факультет Дальневосточного государственного университета по специальности «Правоведение».

В 1974—1976 гг. — консультант в отделе юстиции Приморского крайисполкома.

С 1977 по 1986 гг. — прокурор отдела общего надзора прокуратуры Приморского края.

С 1986 по 1990 гг. — прокурор Приморской природоохранной межрайонной прокуратуры.

В марте 1990 г. была избрана народным депутатом России. Член депутатской фракции «Россия».

1 июня 1990 г. была избрана заместителем Председателя Верховного Совета РСФСР.

Осенью 1991 г. ушла в отставку из-за несогласия с курсом Б. Н. Ельцина.

В ноябре 1991 г. была назначена заместителем прокурора Владивостока.

В 1993—1995 гг. — член ЦИК КПРФ.

Баллотировалась в Государственную думу первого созыва, но вынуждена была снять свою кандидатуру, по ее словам, из-за угроз физической расправы с нею и ее близкими.

Вместе с Г. А. Зюгановым и А. М. Тулеевым возглавляла федеральный список кандидатов в депутаты Государственной думы II созыва от КПРФ.

17 декабря 1995 г. была избрана депутатом Государственной думы по Уссурийскому округу № 51. Входит во фракцию КПРФ, заместитель председателя Государственной думы второго созыва.

С 1995 г. — член ЦК КПРФ.

С 2 апреля 1998 г. — член Открытого наблюдательного совета ОАО «ОРТВ».

19 декабря 1999 г. была избрана депутатом Государственной думы РФ третьего созыва. Председатель Комитета ГД по делам женщин, семьи и молодежи.

В 2001 г. имела наибольший рейтинг среди политиков Приморского края, однако от участия в выборах губернатора отказалась.

Увлекается живописью.

Замужем. Муж, Горячев Леонид Васильевич, преподает высшую математику в Дальневосточном государственном университете. Имеет сына Ярослава (1977 г.) — студента юридического факультета Дальневосточного государственного университета.

Дарькин Сергей Михайлович

Родился 9 декабря 1963 г. в г. Большой Камень Приморского края в семье военного строителя.

Начинал учиться в восьмилетней школе г. Артема, окончил школу в с. Веселый Яр.

После окончания средней школы поступил в Дальневосточное высшее инженерно-морское училище им. адмирала Невельского на факультет управления морским транспортом.

Во время учебы подрабатывал докером в порту и матросом.

В 1986 г. окончил училище с отличием и поступил в аспирантуру ДВИМУ, одновременно работал заведующим лабораторией на кафедре экономики морского транспорта и морского права.

После окончания аспирантуры работал во Владивостокском морском торговом порту стивидором, начальником смены первого грузового района.

В 1989 г. стал заместителем директора по организации в акционерной компании «Дальлизинг». В 1991 г. возглавил предприятие «Российский лизинг» («Ролиз»). В первые годы своего существования компания занималась строительством судов, в настоящее время основным направлением деятельности «Ролиза» является моредобыча.

В 1998 г. Сергей Дарькин стал одним из руководителей масложиркомбината в Уссурийске. Сейчас оно также известно под именем «Приморская соя». Также в 1998 г. зарегистрировал в Москве ООО «Спецбизнесгарант» по специализации «Торговля». Является единственным учредителем. В декабре 1998 г. стал президентом банка «Приморье».

В 1999 г. он окончил Дальневосточную государственную академию экономики и управления по специальности «Финансы и кредит, экономика».

Женат вторым браком, воспитывает 15-летнюю дочь. 8 апреля 2001 г. у Сергея Дарькина родилась еще одна дочка.

Выдвинут на пост губернатора Приморского края несколькими трудовыми коллективами рыболовецких судов. В июне 2001 г. избран губернатором Приморского края.

Гришуков Владимир Витальевич

Родился 17 марта 1956 г., русский.

С 1974 г. начал работать в Находкинском морском торговом порту учеником слесаря. Последняя должность — инженер-организатор.

В 1977—1979 гг. служил в органах милиции, затем в армии.

Окончил Хабаровскую высшую партийную школу, учился на юридическом факультете Дальневосточного государственного университета.

С 1982 г. — на комсомольской работе.

С 1990 г. — секретарь партийного комитета порта «Восточный».

С 1991 г. — начальник отдела социального развития порта «Восточный».

Участник трех Конгрессов народов СССР.

17 декабря 1995 г. был избран депутатом Государственной думы второго созыва. На президентских выборах 1996 г. был доверенным лицом Геннадия Зюганова в Приморском крае. С августа 1996 г. — член координационного совета Народно-патриотического союза России (НПСР).

19 декабря 1999 г. был избран депутатом Государственной думы РФ третьего созыва по одномандатному округу. Вошел в депутатскую фракцию КПРФ.

Женат. Имеет двух дочерей.

Дубинин Валентин Степанович

Родился в 1946 г. в г. Спасске-Дальнем Приморского края. В 1969 г. окончил Приморский сельскохозяйственный институт. Получил специальность инженер-механик сельского хозяйства. С 1970 по 1971 гг. работал директором маслозавода с. Черниговка (Приморский край). В 1982 г. окончил Хабаровскую высшую партийную школу.

В течение двадцати лет занимал руководящие посты в администрации Черниговского райкома КПСС. С 1971 по 1972 гг. — инструктор отдела промышленности и транспорта Черниговского райкома ВЛКСМ. 1972—

1976 г.— первый секретарь райкома ВЛКСМ с. Черниговка. 1976—1978 г. — инструктор отдела организационно-партийной работы Приморского крайкома КПСС. 1978—1983 г. — второй секретарь Черниговского райкома КПСС. 1983—1985 г. — председатель райисполкома с. Черниговка. 1985—1990 г. — первый секретарь Анучинского райисполкома Приморского края. До назначения и. о. губернатора осуществлял общее руководство агропромышленным комплексом края.

С 1990 — председатель Анучинского райисполкома, с 1991 по 1993 г. — глава администрации Анучинского района, с 1993 по 1995 г. — первый заместитель главы администрации края. С 1995 по 2001 г.— первый вице-губернатор — осуществлял общее руководство агропромышленным комплексом края. С 9 февраля 2001 г. — и. о. губернатора Приморского края.

В 1989 г. награжден орденом «Знак Почета», в 2000 г. — орденом Почета.

Квалификационный разряд: действительный государственный советник Приморского края 2-го класса.

Жеков Сергей Викторович

Родился 23 ноября 1957 г. в г. Новороссийске.

В 1980 г. окончил факультет радиотехнического вооружения подводных лодок Тихоокеанского высшего военно-морского училища. До 1984 г. проходил службу в соединении атомных подводных лодок на Камчатке. В 1984—1985 г. — учеба на высших курсах военной контрразведки в Новосибирске. С 1985 г. — служба в соединении атомных подводных лодок в Приморье. Участвовал в четырнадцати автономных походах.

В 1996 г. ушел в отставку в звании капитана 2-го ранга. В 1996—1997 г. — генеральный директор ЗАО «Ост-Оптик» (производство и реализация очков).

В декабре 1997 г. был избран депутатом Думы Приморского края. В составе депутатского корпуса был заместителем председателя Думы Приморского края, с марта 2000 г. — председатель Думы Приморского края. Член Совета Федерации.

Касатонов Игорь Владимирович

Родился 10 февраля 1939 г. в г. Владивостоке в семье переселенцев из Курской области. Его отец — адмирал Владимир Афанасьевич Касатонов — был командующим Черноморским флотом в 1955—1962 гг.

В 1956 г., после окончания средней школы, поступил в Черноморское высшее военно-морское училище им. Нахимова в Севастополе, которое окончил в 1960 г. по специальности «Ракетное вооружение». Затем закончил военно-морские классы ВМФ, Военно-морскую академию, Академию Генерального штаба, факультет автоматики и телемеханики Севастопольского приборостроительного института (заочно).

Службу начинал лейтенантом на эсминце ЧФ «Гневный». В 1961 г. совершил на нем сверхдальний морской переход из Черного моря вокруг Европы, а затем — Северным морским путем на базу Тихоокеанского флота. На «Гневном» командовал батареей крылатых ракет. В 1970 г. был назначен командиром большого противолодочного корабля (БПК) «Проворный» (ЧФ). В 1974 г., после окончания Военно-морской академии, принял командование новым БПК «Очаков», досрочно получив звание капитана 2-го ранга.

С 1981 по 1986 гг. командовал Кольской флотилией. В августе 1986 г. был представлен на должность начальника штаба флота, но на флотилии произошло ЧП, в результате которого погибли люди, и назначение не состоялось. До назначения на должность командующего Черноморским флотом (осенью 1991 г.) Касатонов был начальником штаба Северного флота.

С осени 1991 г. по октябрь 1992 г. — командующий Черноморским флотом РФ.

В октябре 1992 г. Касатонов был назначен первым заместителем Главнокомандующего ВМФ России.

14 марта 1997 г. был назначен директором Российского государственного военного историко-культурного центра при Правительстве РФ (Росвоенцентра). 3 апреля был освобожден от должности директора Росвоенцентра в связи с переходом на другую работу.

24 октября 1998 г. включен в состав Комиссии Правительства РФ по координации деятельности федеральных органов исполнительной власти и органов государственной власти РФ по реализации соглашений о разделе продукции.

В сентябре 1999 г. был включен в общенациональный список избирательного блока «Отечество — Вся Россия» (№ 1 в региональной группе по Краснодарскому краю) для участия в выборах в Госдуму РФ третьего созыва. Был избран депутатом Государственной думы РФ и вышел в отставку.

Всего адмирал Игорь Владимирович Касатонов совершил 15 дальних океанских походов, 10 боевых служб. Он награжден орденами Красной Звезды, «За службу Родине в Вооруженных Силах СССР» II и III степени, «За военные заслуги». В 1995 г. удостоен премии Фонда Андрея Первозва-

ного. И. В. Касатонов является академиком Международной академии информатизации, автором ряда книг по истории Военно-морского флота.

22 февраля 2000 г. официально заявил о своем намерении баллотироваться в губернаторы Приморского края, выдвинут Приморским краевым региональным отделением Общероссийского движения в поддержку флота. В мае 2001 г. снял свою кандидатуру, мотивируя это отсутствием средств на полноценную кампанию.

В настоящее время адмирал Игорь Касатонов — лидер Российского морского собрания, член политсовета общественно-политического движения «Отечество — вся Россия», президент благотворительного фонда «Москва—Севастополь».

Женат, имеет двоих сыновей и дочь.

Кириличев Александр Дмитриевич

Родился 23 сентября 1950 г. в г. Сергач (Горьковская область). В 1966 г. поступил в Астраханское мореходное училище. Работу начинал мотористом на судах управления нефтешлиперами Дальневосточного пароходства, которое в 1973 г. стало Приморским морским пароходством. Окончил Дальневосточное высшее инженерное морское училище. С 1986 г. — главный инженер ПМП. Продолжил образование в Академии народного хозяйства при Совете министров СССР, затем в Национальном экономическом институте Японии.

В 1992 г. стал начальником Приморского пароходства, в 1993 г. избран генеральным директором ОАО «Приморское морское пароходство».

В 1997 г. был избран в краевую Думу.

В 1999 г. участвовал в выборах губернатора Приморского края, где занял второе место, набрав 20% голосов.

В 2001 г. вновь участвовал в выборах губернатора.

Наздратенко Евгений Иванович

Родился 16 февраля 1949 г. в г. Северо-Курильске Сахалинской области, два года спустя семья переехала в г. Дальнегорск Приморского края. Учился в музыкальной школе.

По окончании в 1967 г. школы начал работать монтажником в объединении «Дальполиметалл». С 1968 по 1970 гг. служил на Тихоокеанском флоте главным старшиной. В дальнейшем Евгений Иванович работал электросварщиком и начальником участка в объединении «Бор», учился без от-

рыва от производства на вечернем отделении в местном индустриальном техникуме, в 1983 г. окончил Дальневосточный технологический институт по специальности «Экономика» и получил диплом инженера-механика, после чего еще 10 лет работал на «Дальполиметалле».

В 1980 г. был приглашен на работу в артель «Восток», где был механиком, затем — заместителем председателя артели по производству.

В 1984 г. возглавил артель «Восток». В 1990 г. в связи с преобразованием артели в Приморскую горнорудную компанию «Восток» Наздратенко был избран ее президентом. Занимал эту должность до июня 1993 г.

В 1990 г. избран народным депутатом РСФСР. Входил в состав фракции «Промышленный союз» и в «Коалицию реформ».

В августе 1992 г. организовал акционерное общество закрытого типа «Приморская акционерная корпорация производителей» (ПАКТ), учредителями которой стали директора крупнейших предприятий Приморья.

В мае 1993 г. Указом Президента РФ России назначен главой администрации (губернатором) Приморского края.

17 декабря 1995 г. Евгений Наздратенко избран губернатором Приморья.

19 декабря 1999 г. переизбран на пост губернатора Приморского края. В первом туре за Наздратенко проголосовали 66,98 процентов избирателей.

5 февраля 2001 г. подписал заявление об отставке с поста губернатора Приморского края.

24 февраля 2001 г. назначен председателем Государственного комитета по рыболовству Российской Федерации.

Входил в Совет Федерации ФС РФ второго созыва. Был членом Комитета по вопросам безопасности и обороны.

Награжден орденом «За личное мужество» Указом Президента РФ № 1608 от 5 августа 1994 г. за действия во время взрыва на Новонежинских складах Тихоокеанского флота в мае 1994 г., орденом «За заслуги перед Отечеством» IV степени (1999 г.).

Женат. Имеет двоих сыновей.

Пуликовский Константин Борисович

Родился в 1948 г. в г. Уссурийске Приморского края.

Окончил Военную академию им. М. В. Фрунзе. В 1992 г. окончил Военную академию Генерального штаба Вооруженных Сил РФ. Генерал-лейтенант в отставке, председатель Краснодарского краевого отделения Все-

российского общественного движения ветеранов локальных войн и военных конфликтов «Боевое братство».

Служил в Белоруссии, Туркмении, Эстонии, Литве, на Кавказе. Командовал 67-м Краснодарским армейским корпусом Северо-Кавказского военного округа.

С ноября 1992 г.— заместитель командующего войсками Северо-Кавказского военного округа.

В 1994—1996 гг. командовал группировкой федеральных сил «Северо-Запад», временной объединенной группировкой федеральных войск в Чечне.

В 1996 г. — заместитель командующего временной объединенной группировкой федеральных войск в Чеченской республике. С июля по август 1996 г. — исполняющий обязанности командующего объединенной группировкой федеральных сил в Чечне.

С 1998 г. работал в органах исполнительной власти. Занимался общественно-политической деятельностью. Работал помощником губернатора Краснодарского края, затем помощником мэра Краснодара. Позже Пуликовский был назначен представителем президента в Краснодарском крае.

В 2000 г. был руководителем избирательного штаба сторонников Путина в Краснодарском крае. С января 2000 г.— уполномоченный кандидата в Президенты РФ В. В. Путина по Кубани и начальник местного избирательного штаба.

18 мая 2000 г. Указом Президента РФ назначен полномочным представителем Президента России в Дальневосточном федеральном округе.

С мая 2000 г. — полномочный представитель Президента в Дальневосточном округе.

Женат. Оба сына по семейной традиции стали военными. Старший погиб в Чечне в 1995 г.

Черепков Виктор Иванович

Родился 16 апреля (23 сентября) 1942 г. в многодетной крестьянской семье. Работает с 12 лет. Экстерном с отличием окончил среднюю школу. Окончил железнодорожное техническое училище. В 1962 г. призван на службу во флот. До 1965 г. был курсантом учебного отряда подводного плавания. В 1966 г. получил офицерское звание. В 1971 г. экстерном окончил два факультета Тихоокеанского высшего военного морского училища. Работал на строительстве Братской ГЭС и Казахской Магнитки.

В 1967—1969 гг. — преподаватель военной подготовки, в 1969—1978 гг. — старший помощник начальника отряда по учебно-лабораторному обору-

дованию, в 1980—1990 гг. — начальник отдела военно-технической информации Тихоокеанского флота. В 1993 г. в звании капитана 1-го ранга ушел в отставку по собственному желанию.

В 1990 г. был избран депутатом Приморского краевого Совета.

19 августа 1991 г. Черепков объявил себя новым командующим Тихоокеанским флотом и приказал флоту не выполнять распоряжения ГКЧП. В феврале 1993 г. потребовал привлечь к суду командующего Тихоокеанским флотом адмирала Геннадия Хватова.

26 июня 1993 г. избран мэром Владивостока. Конфликтовал с главой администрации области Евгением Наздратенко.

16 марта 1994 г. администрация Владивостока по согласованию с Приморским краевым судом дала разрешение на отстранение Виктора Черепкова от должности мэра города в связи с предъявленным ему обвинением во взяточничестве. В связи с этим обвинением и. о. главы администрации края назначил и. о. мэра сотрудника администрации края Константина Толстошеина.

27 декабря 1994 г. Указом Президента РФ Бориса Ельцина освобожден от должности мэра Владивостока «в связи с длительным неисполнением обязанностей и нарушением законодательства».

В сентябре 1995 г. создал и возглавил Всероссийский союз правозащитников.

14 августа 1996 г. Хамовнический окружной суд Москвы признал незаконным увольнение и восстановил Черепкова в должности мэра Владивостока.

24 сентября 1996 г. Президент РФ Борис Ельцин издал Указ о восстановлении Черепкова на посту мэра Владивостока, отменив свой Указ от 27 декабря 1994 г.

26 сентября 1997 г. во время зарубежной поездки Черепкова Приморская краевая дума приняла решение о временном прекращении его полномочий. 22 октября 1997 г. краевая Дума отменила свое решение. 11 декабря 1998 г. Указом Президента РФ Черепков отстранен от обязанностей мэра Владивостока в связи с истечением срока полномочий. Новые выборы мэра, назначенные на 17 января 1999 г. (Черепков зарегистрирован кандидатом на этот пост), были отменены.

17 января 1999 г. избран депутатом Владивостокской городской думы. На первом заседании депутаты Думы избрали Виктора Черепкова спикером Думы и мэром Владивостока. 22 января 1999 г. Юрий Копылов подписал постановление об упразднении мэрии Владивостока и образовании вместо нее городской администрации.

В начале апреля 1999 г. Первореченский районный суд г. Владивостока признал незаконным избрание Черепкова депутатом Владивостокской городской думы.

26 марта 2000 г. избран депутатом Государственной думы РФ третьего созыва. С 26 апреля 2000 г. — член Комитета Государственной думы по безопасности.

27 мая 2001 г. участвовал в досрочных губернаторских выборах в Приморском крае. По результатам голосования вышел во второй тур. Решением суда был снят с выборов.

Инвалид второй группы. Капитан 1-го ранга запаса. Изобретатель СССР, заслуженный рационализатор России. 25 августа 1991 г. был награжден медалью «Защитник свободной России» за действия во время путча ГКЧП.

Женат. Есть сын Владимир.

Результаты выборов руководителей регионов России

Выборы губернатора Свердловской области 6 августа 1995 г. (1 тур)

Количество избирателей	3 359 429	
Приняли участие в выборах	1 251 679	37,40

	Кандидаты	Должность	Число голосов	%
1	Россель Эдуард Эргартович	Председатель областной Думы, бывший глава администрации	325 516	26,01
2	Страхов Алексей Леонидович	Глава администрации Свердловской области	293 383	23,44
3	Трушников Валерий Георгиевич	Первый заместитель главы администрации Свердловской области	254 102	20,30
4	Кадочников Владимир Дмитриевич	Генеральный директор корпорации «Русская печь», бывший первый секретарь обкома КПСС (выдвинут КПРФ)	100 835	8,06
5	Гайсин Малик Фавзавиевич	Генеральный директор Средне-Уральского АО	61 262	4,89
6	Калетин Андрей Александрович	Генеральный директор АО «Завод электромедицинской аппаратуры»	37 466	2,99
7	Зяблицев Евгений Геннадиевич	Генеральный директор ТОО «Русский дом», выдвинут «Зяблицев-фондом»	34 378	2,75
8	Мартьянов Сергей Викторович	Кинорежиссер Свердловской киностудии, выдвинут ЛДПР	28 202	2,25
9	Некрасов Леонид Васильевич (досрочные голоса до снятия кандидатуры)	Депутат Государственной думы Федерального собрания Российской Федерации	92	0,01
	Против всех		59 730	4,77

Повторное голосование по выборам губернатора Свердловской области 20 августа 1995 г.

	Количество избирателей	3 342 080	
	Приняли участие в выборах	1 135 973	33,99

	Кандидаты	Должность	Число голосов	%
1	Россель Эдуард Эргартович	Председатель областной Думы	679 972	59,86
2	Страхов Алексей Леонидович	Глава администрации Свердловской области	364 615	32,10
	Против всех		64 587	5,69

Выборы главы администрации Челябинской области 22 декабря 1996 г.

	Количество избирателей	2 647 449	
	Приняли участие в выборах	1 373 810	51,9

	Кандидаты	Должность	Число голосов	%
1	Сумин Петр Иванович	Депутат Государственной думы Федерального собрания Российской Федерации	716 470	50,79
2	Соловьев Вадим Павлович	Глава администрации Челябинской области	225 518	15,99
3	Григориади Владимир Стилианович	Депутат Государственной думы Федерального собрания Российской Федерации	121 051	8,58
4	Головлев Владимир Иванович	Депутат Государственной думы Федерального собрания Российской Федерации	91 067	6,49
5	Кичеджи Василий Николаевич	Генеральный директор ОАО «Челябинский тракторный завод»	51 351	3,64
6	Костромин Сергей Владимирович	Председатель Национально-государственной партии	49 597	3,52
7	Белишко Андрей Дмитриевич	Руководитель представительства Челябинской области в Ассоциации экономического взаимодействия регионов Урала	20 024	1,42
8	Убожко Лев Григорьевич	Председатель Консервативной партии	11 826	0,84
9	Власов Александр Юрьевич	Президент ОАО «МАГ»	6 318	0,45
10	Яловенко Алексей Федорович	Помощник депутата Государственной думы Федерального собрания Российской Федерации; координатор Челябинской региональной организации ЛДПР	5 904	0,42
	Против всех		74 144	5,26

Результаты выборов губернатора Иркутской области 27 июля 1997 г.

	Количество избирателей	1 870 706	
	Приняли участие в выборах	857 058	45,82

	Кандидаты	Должность	Число голосов	%
1	Говорин Борис Александрович	Глава администрации г. Иркутска	431 260	50,32
2	Левченко Сергей Георгиевич	Руководитель регионального отделения КПРФ	161 281	18,81
3	Машинский Виктор Леонидович	Депутат Государственной думы Федерального собрания Российской Федерации (депутатская группа «Народовластие»)	119 560	13,95
4	Середюк Федор Семенович	Генеральный директор Ангарской нефтехимической компании	8 305	0,97
5	Тен Юрий Михайлович	Депутат Государственной думы Федерального собрания Российской Федерации (фракция НДР)	5 721	0,67
6	Шабуров Сергей Семенович	Начальник управления автомобильных дорог Иркутской области	6 341	0,74
7	Шуба Виталий Борисович	Депутат Государственной думы Федерального собрания Российской Федерации (депутатская группа «Российские регионы»)	8 715	1,02
8	Щадов Иван Михайлович	Генеральный директор АО «Востсибуголь»	62 238	7,26
	Число голосов, поданных в период досрочного голосования, за канди- дата, снявшего свою кандидатуру		13	0,01
	Против всех		732	0,09

Результаты выборов губернатора Красноярского края 26 апреля 1998 г.

	Количество избирателей	2 132 382	
	Приняли участие в выборах	1 315 230	61,7

	Кандидаты	Должность	Число голосов	%
1	Лебедь Александр Иванович		603 316	45,09
2	Зубов Валерий Михайлович	Глава администрации Красноярского края	473 974	35,42
3	Романов Петр Васильевич	Депутат Государственной думы Федерального собрания Российской Федерации, Секретарь ЦК КПРФ	173 835	12,99
4	Сергиенко Валерий Иванович	Депутат Государственной думы Федерального собрания Российской Федерации, руководитель Ассоциации товаропроизводителей Красноярского края	12 671	0,95
5	Кирилец Валерий Михайлович	Депутат городского совета г. Красноярска, «Яблоко»	7 844	0,59
6	Набокова Лариса Семеновна	Тележурналист	6 348	0,47
7	Сахарнов Юрий Викторович	Заместитель председателя Российского союза промышленников и предпринимателей	5 842	0,44
8	Ткачев Василий Федорович	Глава администрации г. Норильска	1 701	0,13
	Против всех		34 969	2,61

17 мая 1998 г. (2 тур)

	Количество избирателей	2 193 198	
	Приняли участие в выборах	1 415 271	64,53

	Кандидаты	Должность	Число голосов	%
1	Лебедь Александр Иванович		810 763	57,29
2	Зубов Валерий Михайлович	Глава администрации Красноярского края	540 329	38,18
	Против всех		48 627	3,44

Результаты выборов губернатора Свердловской области 29 августа 1999 г. (1 тур)

	Количество избирателей	3 417 334	
	Приняли участие в выборах	1 398 352	40,92

	Кандидаты	Должность	Число голосов	%
1	Россель Эдуард Эргартович	Губернатор Свердловской области	542 257	38,78
2	Бурков Александр Леонидович	Депутат Законодательного собрания Свердловской области	256 916	18,37
3	Чернецкий Аркадий Михайлович	Мэр г. Екатеринбурга	216 738	15,50
4	Кадочников Владимир Дмитриевич	Первый секретарь обкома КПРФ	134 707	9,63
5	Ковпак Игорь Иванович	Директор ЗАО «Супермаркет “Кировский”»	122 948	8,79
6	Белкова Ирина Викторовна	Директор детского сада	15 401	1,10
7	Селиванов Андрей Владимирович	Депутат Государственной думы Федерального собрания Российской Федерации	8 628	0,62
	Против всех		67 260	4,81

12 сентября 1999 г. (2 тур)

	Количество избирателей	3 426 786	
	Приняли участие в выборах	1 289 253	37,63

	Кандидаты	Должность	Число голосов	%
1	Россель Эдуард Эргартович	Губернатор Свердловской области	813 373	63,09
2	Бурков Александр Леонидович	Депутат Законодательного собрания Свердловской области	364 301	28,26
	Против всех		87 682	6,80

Результаты выборов главы администрации Челябинской области 24 декабря 2000 г.

	Количество избирателей	2 679 391	
	Приняли участие в выборах	1 346 303	50,25

	Кандидаты	Должность	Число голосов	%
1	Сумин Петр Иванович	Глава администрации Челябинской области	788 327	58,7
2	Гришанков Михаил Игнатьевич	Депутат Государственной думы Федерального собрания Российской Федерации	230 396	17,1
3	Гартунг Валерий Карлович	Депутат Государственной думы Федерального собрания Российской Федерации	191 567	14,3
4	Уткин Владимир Петрович	Первый заместитель губернатора Челябинской области	38 208	2,8
5	Филичкин Владимир Васильевич	Редактор газеты «Бизнес-класс-Челябинск»	7 278	0,5
6	Абубакиров Юрий Федорович	Заместитель начальника оперативно-сысского отдела уголовного розыска службы криминальной милиции УВД Челябинска	7 027	0,5
7	Зотов Владимир Борисович	Гендиректор ООО «Южуралснаб»	4 253	0,3
8	Тамендаров Габдрахман Галимдарович	Предприниматель, самовывдвиженец	2 225	0,2
	Против всех		48 628	3,61

Результаты выборов губернатора Ханты-Мансийского автономного округа 26 марта 2000 г.

	Количество избирателей	902 140	
	Приняли участие в выборах	611 497	67,78

	Кандидаты	Должность	Число голосов	%
1	Филипенко Александр Васильевич	Глава администрации Ханты-Мансийского автономного округа	555 351	90,82
2	Абрамов Валерий Иванович	Временно не работающий	6 374	1,04
3	Кравец Сергей Александрович	Заместитель гендиректора ЗАО «ЮКОС-гео»	2 986	0,49
4	Остапенко Евгений Дмитриевич	Временно не работающий	2 274	0,37
	Против всех		36 310	5,94

Результаты выборов губернатора Приморского края 27 мая 2001 г. (1 тур)

	Количество избирателей	1 550 404	
	Приняли участие в выборах	655 650	42,35

	Кандидаты	Должность	Число голосов	%
1	Дарькин Сергей Михайлович	Руководитель рыбодобывающего предприятия ЗАО «Ролиз»	156 990	23,94
2	Черепков Виктор Иванович	Депутат Государственной думы Федерального собрания Российской Федерации	131 293	20,02
3	Апанасенко Геннадий Васильевич	Заместитель полномочного представителя Президента Российской Федерации в Дальневосточном федеральном округе	92 598	14,12
4	Гришуков Владимир Витальевич	Заместитель председателя комитета Государственной думы Федерального собрания Российской Федерации по проблемам Севера и Дальнего Востока	64 323	9,81
5	Дубинин Валентин Степанович	Исполняющий обязанности губернатора Приморского края	51 628	7,87
6	Кириличев Александр Дмитриевич	Генеральный директор ОАО «Приморское морское пароходство»	45 521	6,94
7	Жеков Сергей Викторович	Председатель Думы Приморского края	29 946	4,57
8	Черевков Игорь Евгеньевич	Главный редактор газеты «Дальневосточная Республика»	10 240	1,56
9	Локтионова Татьяна Васильевна	Временно не работает	3 131	0,48

10	Гильгенберг Владимир Александрович	Генеральный директор ООО «Корпорация «Далекая окраина»»	2 132	0,33
11	Омшарук Владимир Владимирович	Председатель Приморского отделения движения «Честь и Родина»	1 296	0,20
12	Рыбалкин Юрий Георгиевич	Председатель комитета Думы Приморского края по экономической политике и собственности	1 620	0,25
13	Попов Сергей Николаевич	Гендиректор Регионального комплексного центра производственных услуг металло-лесо-обработки	739	0,11
	Против всех		52 740	8,04

17 июня 2001 г. (2 тур)

	Количество избирателей	1 546 739	
	Приняли участие в выборах	556 218	36,00

	Кандидаты	Должность	Число голосов	%
1	Дарькин Сергей Михайлович	Руководитель рыбодобывающего предприятия ЗАО «Ролиз»	206 140	40,53
2	Апанасенко Геннадий Васильевич	Заместитель полномочного представителя Президента Российской Федерации в Дальневосточном федеральном округе	122 718	24,13
	Против всех		187 511	33,71

Как это делается в России

Комплексная технология проведения кампании по выборам губернатора

*Теория суха, мой друг, но древо жизни
вечно зеленеет...*

И.-В. Гёте. Фауст

Читатель уже имел возможность оценить многообразие ситуаций в ходе избирательных кампаний, описанных в предыдущих главах. Поэтому на этот раз автор ставит задачу не столько описать весь набор многообразных избирательных технологий, сколько обозначить наиболее важные параметры, которые необходимо учитывать при планировании и реализации кампании.

Факторы, влияющие на исход выборов

Законодательство о выборах

Практика показывает, что существует ряд особенностей избирательного законодательства, которые могут быть выгодны действующему губернатору или, наоборот, его оппонентам.

Для действующего губернатора выгодны:

- *Мажоритарная система относительного большинства*, то есть определение победителя простым большинством голосов (как, например, в Волгоградской области). Возможны варианты заниженной планки — в 25% (как в Челябинской области) или 35% (как было до недавнего времени в Приморском крае¹). За все время существования в России губернаторских выборов не известно ни одного случая, когда бы действующий губернатор, отстававший от оппонента в первом туре, сумел бы наверстать упущенное во втором. И в то же время ряд губернаторов, лидировавших по итогам первого тура, во втором

¹ Изменения в Закон о выборах губернатора Приморского края были внесены краевой Думой в июле 2001 г.

проигрывали объединенным силам оппозиции. Достаточно вспомнить мэра Санкт-Петербурга Анатолия Собчака (в первом туре опережал Яковлева на 7,5%, во втором проиграл 2%), оренбургского губернатора Владимира Елагина (в первом туре лидировал с отрывом в 10%, во втором уступил Алексею Чернышеву 5%) и, наконец, недавний пример главы Амурской области Анатолия Белоногова, который проиграл во втором туре, хотя в первом опережал ближайшего конкурента в 2,5 раза. У однотуровых выборов есть еще одна выгодная губернаторам особенность — они усиливают конкуренцию между претендентами, у которых не остается надежды на второй тур, в котором они могли бы объединиться. Поэтому оппоненты действующего губернатора вынуждены бороться за место «главного оппонента» и критиковать друг друга;

- *минимальный барьер по явке (25%)*. Идти на срыв выборов по причине низкой явки действующему губернатору невыгодно: если не смог победить с первого раза, значит, слаб, и поддержки элиты на повторных выборах ему не видать. Пример подобной ситуации — выборы губернатора Краснодарского края осенью 1996 г., когда выборы были признаны несостоявшимися из-за низкой явки избирателей (не был перейден барьер в 50%), но действующий губернатор Егоров, набравший всего 24% голосов, на повторных выборах опустился до результата в 4%;
- то же самое можно сказать о *прецедентах отмены итогов выборов* при невыгодном для главы региона результате. В единственном подобном случае (Амурская область) действующий губернатор Юрий Ляшко, уступивший на оспоренных по суду выборах своему оппоненту доли процента, в ходе второй попытки проиграл уже 35%¹;
- в избирательном законодательстве относительно

¹ Правда, победителю тех выборов, председателю областного совета Анатолию Белоногову, эффект «нереализованной победы» тоже вышел боком при попытке избраться на второй срок в 2001 г.— чуть-чуть не дотянув в первом туре до победной планки в 50%, во втором туре он проиграл депутату Госдумы Короткову.

выборов губернаторов нам не доводилось встречать *норму, предусматривающую для победы во втором туре результат более 50% (а не простое большинство)*, но, судя по практике выборов мэров (в частности, г. Сочи в 2000—2001 гг.), подобные ограничения могут привести к череде повторных выборов, что вряд ли выгодно для действующего главы¹;

- *минимальный промежуток между первым и вторым туром две недели*, что ограничивает пространство маневра для оппозиции как по времени, так и по агитационному обеспечению перетока голосов (*естественное время перетока голосов, по результатам опросов второго выбора, около 1,5—2 недель. Потом резко растет число неопределившихся*);
- *затруднение процесса регистрации* — увеличение нормы необходимых для регистрации подписей (до 2% от числа избирателей — как в Омской области), отсутствие нормы регистрации по залогу, дополнительные условия — распределение собранных подписей по территориям. Естественно, что отказать кандидату в регистрации по причине превышения количества максимального процента брака (*тем более что существуют и технологии «подсовывания» бракованных подписей оппоненту*) в подписях гораздо легче, чем оспорить подлинность внесенных им в кассу избиркома денежных знаков²;
- *финансовые ограничения* — ограничение размеров избирательного фонда (в ряде регионов существуют смехотворные избирательные фонды в 30 тысяч долларов, на которые и депутата Законодательного собрания можно избрать только в медвежьем углу), ограничение не только на пожертвования физических и юридических лиц, но и на собственные сред-

¹ Как правило, в случае регулярного срыва выборов предпочтительные шансы на победу имеет новая фигура, до этого не принимавшая участия в выборах.

² Зафиксированы прецеденты, — правда, на уровне выборов в Государственную думу, — когда в ходе проверки подлинности подписей работники правоохранительных органов ходили по квартирам подписантов примерно с таким вопросом: «Это вы ставили подпись в поддержку бандита N?» — и, естественно, в 90% случаев получали ответ: «Нет-нет, что вы!».

Подобная технология была применена на выборах губернатора Ростовской области против кандидата от КПРФ Леонида Иванченко.

ства кандидата и выдвинувшего его избирательного объединения. Если действующий губернатор имеет возможность использовать административный ресурс, в первую очередь доступ к информационным каналам, то претенденты, как правило, вынуждены за все платить, и финансовые ограничения создают для них дополнительные трудности;

- *ограничение количества предоставляемого кандидатам эфирного времени в СМИ с государственным участием;*
- *введение механизма досрочного голосования.* Организованное досрочное голосование является одним из наиболее эффективных способов обеспечения необходимых результатов, и у губернатора, как правило, гораздо больше возможностей для реализации подобных проектов (к примеру, в 2000 г. в Самарской области на выборах губернатора досрочно проголосовало около 20% избирателей, что, вероятно, помогло Константину Титову победить в первом туре). Естественно, подобные технологии не являются панацеей и в масштабах региона дают прибавку не более 5%¹.

Стоит отметить такую особенность законодательства ряда «национальных» субъектов Федерации, как экзамен по языку для кандидатов, что является еще одним барьером для конкурентов действующего главы.

Для претендента выгодны:

- *двухтуровая система* (необходимость для победы в первом туре набрать более 50% голосов);
- *максимальный промежуток между первым и вторым туром* — чтобы иметь возможность выстроить коалицию и переориентировать на себя элиты;
- *максимально либеральные правила финансирования кампании;*
- *отмена досрочного голосования.*

¹ Впрочем, на локальных выборах (в городские Думы или Законодательные собрания регионов) технология досрочного голосования неоднократно обеспечивала победу кандидатам, которые практически не вели агитационной кампании.

Кроме того, претенденту имеет смысл заблаговременно заняться решением таких вопросов, как зачистка «мертвых душ» в списках избирателей (практика показывает, что их может быть до 10% от списочного состава избирателей, что создает благодатную почву фальсификации результатов выборов), а также введение своих людей в избирательные комиссии *всех уровней*.

Вводить или не вводить обязательное декларирование кандидатами своих доходов и имущества — спорный вопрос. С одной стороны, неточности в декларации о доходах являются удобным поводом для снятия неудобных кандидатов, но это палка о двух концах, как показал пример Руцкого. Кроме того, декларирование доходов в ряде случаев может сработать и против губернатора, если его благосостояние покажется чрезмерным его потенциальным избирателям. Так что надо смотреть по ситуации.

Таким образом, законодательство о выборах определяет правила поединка. Если пользоваться спортивной терминологией, то это можно назвать правилами соревнований. Задача кандидата, ориентированного на победу, — заставить оппонента, готового к боксерскому поединку, играть в шахматы, и наоборот. Но если продолжать аналогию, даже профессионального боксера можно застать в тот момент, когда он находится в плохой форме. Поэтому так важна дата выборов.

Момент выборов

Настоящая война начинается вдруг...

Е. Шварц. Убить дракона

В идеале для губернатора выгодны досрочные, внеплановые выборы. Тогда оппозиция не успевает создать эффективную предвыборную структуру и раскрутить своих кандидатов, а у действующего губернатора всегда есть преимущество в виде готовой пропагандистской машины и высокого уровня известности. Поводы для переноса выборов известны — совмещение с выборами другого уровня, добровольная отставка губернато-

ра (подробнее см. главу о юридических аспектах выборов). Ликвидация подобных лазеек пока только в планах у российских законодателей.

Оппозиция со своей стороны должна настаивать на удобном для нее времени проведения выборов. Иногда дата голосования является критически важной для исхода кампании. К примеру, на наш взгляд, проигрыш Леонида Рокецкого на выборах губернатора Тюменской области был предрешен в тот момент (январь 2000 г.), когда областная Дума проголосовала против совмещения выборов тюменского губернатора с выборами Президента России. Нет никаких сомнений, что, если бы выборы губернатора Тюменской области состоялись 26 марта 2000 г., Рокецкий до сих пор оставался бы им, поскольку у элиты Ханты-Мансийского и Ямало-Ненецкого округов (где в тот момент также проходили выборы губернаторов) не хватило бы ресурсов на одновременное проведение нескольких кампаний. Но так как выборы состоялись в январе 2001 г., автономные округа смогли выставить на них единого кандидата — Сергея Собянина, который и победил в первом же туре.

Имеет смысл отметить, что принятие или непринятие Законодательным собранием региона выгодного для действующего губернатора законодательства о выборах и назначение удобной ему даты выборов являются показателями его влияния на региональные элиты и в первую очередь на депутатов Законодательного собрания.

Контроль над Законодательным собранием

Степень контроля губернатора над региональной легислатурой во многом зависит от законодательства о выборах в Законодательное собрание. Практика показывает, что *экзотические системы выборов (типа мномандатных округов и партийных списков) способствуют усилению оппозиции*. Выборы по партийным спискам вынуждают кандидатов четче обозначать свою политическую позицию и делают практически неизбежным создание фракций в региональных Законодательных собраниях.

В то же время в одномандатных округах преимущество над кандидатами-политиками имеют «люди дела» — руководители предприятий, главы городских и районных администраций, представители «социальных» профессий (врачи, учителя и т. д.). Как правило, придя в Законодательное собрание, эти люди в первую очередь озабочены лоббированием собственных местечковых интересов и не интересуются глобальными общеполитическими вопросами. Так что дело только за целевой индивидуальной работой исполнительной власти с депутатами.

Кроме того, в одномандатном округе легче предотвратить избрание политического оппонента. Причем чем меньше округ, тем лучше. В этом случае начинают работать другие механизмы выбора, в частности модель «свой, местный против неместного». Поэтому можно привлекать на свою сторону локальных лидеров, которые в условиях компактного округа могут успешно противостоять раскрученным политикам общерегионального масштаба.

С точки зрения губернатора, размеры округов и их нарезка (например, распределение крупной территории по двум округам, где перевес могут иметь кандидаты от территории более мелкой) должны предусматривать большие шансы на победу кандидатов от дотационных территорий, поскольку они, уже будучи избранными, более сговорчивы в отношениях с исполнительной властью.

Но даже при лояльном составе Законодательного собрания имеет смысл вводить систему подстраховки на случай изменения позиции депутатов в виде процедурных моментов, закрепленных в Уставе региона (назначение на ключевые должности, например председателя Контрольно-счетной палаты, только с представления губернатора).

Естественно, что и претенденту имеет смысл вести работу как по избранию лояльных ему депутатов Законодательного собрания, так и по взаимодействию с уже избранными. Хороший пост для начала губернаторской кампании — спикер Законодательного собрания. Поскольку административный ресурс у спикера мини-

мальный, шансы на победу он имеет только в случае, когда находится либо в оппозиции исполнительной власти и является лидером соответствующей оппозиционной партии или движения, либо когда он оказывается на выборах единственным представителем региональной партии власти и соперничает с неноменклатурными кандидатами.

Впрочем, отношения с депутатами — это только часть более масштабной проблемы, а именно — системы взаимоотношений с региональной элитой.

Отношения с региональной элитой

— *Мы что, ведем переговоры?*

— *Всегда.*

Э. Нейдерман. Адвокат дьявола

В регионах России существует несколько моделей взаимодействия губернатора с элитой. Можно выделить три идеальных типа:

- диктат, практически тотальный контроль исполнительной власти над политической и экономической жизнью, что присуще для значительной части национальных образований. Наиболее характерный пример — корпорация «Калмыкия». В таком случае критической для выживания регионального режима становится позиция федеральных элит;
- система сдержек и противовесов, когда исполнительная власть выполняет роль арбитра в отношениях между территориями и хозяйствующими субъектами. Претензии губернатора на определяющее влияние на региональную экономику, как правило, присутствуют, но удерживаются «в разумных рамках» противодействием местных и федеральных олигархов, а также глав местного самоуправления. Такая система сложилась, к примеру, в Свердловской области. Ее необходимым условием является достаточное количество влиятельных акторов¹;
- контроль одного из экономических субъектов над

¹ действующих лиц

исполнительной властью. Как правило, подобная система складывается в регионах с моноэкономикой, где основным налогоплательщиком является только одно предприятие. Примеры — Таймырский Долгано-Ненецкий округ, в меньшей степени Ямало-Ненецкий округ и Хакасия. Следует отметить усиление тенденции похода во власть олигархов. Оказывается, экономически выгоднее не договариваться с действующим губернатором, а стать им самому или сделать им одного из менеджеров корпорации¹. Губернаторы, даже избранные при поддержке монополиста, заинтересованы в создании конкуренции между элитами и привлечении новых экономических акторов. Поэтому менеджер компании во главе региона для олигархов выглядит надежнее.

Если у губернатора нет возможности под своим руководством выстроить доминирующий в регионе единый экономический клан, в его интересах увеличение числа экономических игроков. Чем больше в регионе влиятельных акторов, тем труднее им создать единую антигубернаторскую коалицию. *Консолидация элит вокруг губернатора облегчается в случае конкурентных отношений между экономическими элитами, поскольку тогда он может занять позицию арбитра.*

Для облегчения взаимодействия с элитами действующему губернатору необходимо создавать определенные организационные формы:

- объединение бизнес-элит в подконтрольные организации (союзы промышленников, ассоциации предпринимателей, товаропроизводителей и т. д.);
- создание ассоциаций глав муниципальных образований.

Соответственно, перед претендентом встает задача создания альтернативных организаций подобного же плана.

¹ Только за последний год произошло пополнение губернаторского корпуса за счет высшего менеджмента крупных компаний: Роман Абрамович стал губернатором Чукотки, Александр Хлопонин — Таймыра, менеджер ЮКОСа Борис Золотарев — Эвенкии. Не исключается участие в предстоящих выборах губернатора Красноярского края Олега Дерипаски и того же Александра Хлопонина.

Результаты многочисленных экспертных опросов в регионах России выявляют достаточно разнообразный набор критериев, которыми руководствуются региональные элиты при принятии решения о поддержке той или иной кандидатуры. Наиболее часто встречаются:

- личная экономическая заинтересованность в победе кандидата;
- категорическое неприятие другого претендента;
- наличие личного контакта с кандидатом;
- наличие у кандидата шансов на избрание.

При этом последний фактор, как правило, является наиболее значимым.

Но не следует забывать, что в политике крайне важны элементарные человеческие отношения, установление личного контакта. Этот фактор может стать решающим при принятии решения о поддержке той или иной кандидатуры. Впрочем, не следует забывать и об опосредованных методах воздействия на представителей элит. Важно создание выгодного кандидату мнения внутри референтных групп, куда обычно входят журналисты, аналитики, обозреватели, члены команд кандидатов, околополитическая тусовка — словом, те люди, которые дают представителям элиты описание ситуации, осуществляют циркулирование информационных потоков внутри элитных групп. Крайне важно впечатление, которое производят кандидат и его группа поддержки на журналистов, так как в их материалах невольно проскальзывает собственное мнение о тех или иных политиках и распространяется в кругу знакомств, который достаточно широк.

Что кандидат может получить от представителей элит?

- Финансы.
- Доступ к информационным ресурсам.
- Возможность беспрепятственного проведения агитационных мероприятий на объектах, входящих в сферу их влияния.
- Кадры.
- Личную поддержку в виде заявлений в поддержку кандидата (с этим пунктом надо быть особенно

осторожными, поскольку представители элит склонны переоценивать свою популярность и недооценивать антирейтинг).

Одна из наиболее распространенных ошибок кандидатов заключается в том, что они всерьез уповают на поддержку глав администраций, директоров предприятий, с которыми они договорились о взаимодействии. Однако следует учитывать, что обещания выполнят только в том случае, если у вас есть постоянная позитивная динамика (не обязательно рейтинга — динамика ресурса, но важно, чтобы представители элит имели набор маркеров, по которым они будут узнавать об этой позитивной динамике).

Чрезмерное увлечение аппаратными технологиями в ущерб публичной политической деятельности в итоге, как правило, заканчивается поражением.

Отношения с федеральными силовыми структурами в регионе

Губернатору критически важны поддержка или хотя бы нейтралитет всех силовых структур. Оппонирование хотя бы одной из них крайне негативно влияет на настроение элиты (примеры: поддержка органами УВД Лебеда в Красноярском крае — весна 1998 г.; поддержка прокурором Челябинска и частью работников УВД Сумина в Челябинской области — осень 1996 г.). Однако учитывая межведомственные конфликты, подобное единодушие силовиков практически невозможно. Достаточно распространена ситуация, когда по разные стороны баррикад оказываются местные органы ФСБ и МВД. Случалось, что в свою игру пытался сыграть местный РУБОП (пример — конфликт накануне выборов губернатора Свердловской области в 1999 г. между начальником УВД Краевым и сотрудниками РУБОП Руденко и Фесько, выплеснувшийся в СМИ и закончившийся переводом всех троих на другую работу).

В ряде регионов использование силовых структур стало одним из ключевых элементов кампании, как, например, в Пермской области, где губернатор Генна-

дий Игумнов объявил о снятии своей кандидатуры и поддержке им мэра Перми Юрия Трутнева после того, как на его дочь было заведено уголовное дело¹. Последующее решение Игумнова все же принять участие в выборах ввергло в недоумение как элиты, так и избирателей. Время было упущено, а уверенность в победе губернатора всерьез пошатнулась, что и оказало влияние на исход выборов.

Конечно, совсем не обязательно заводить уголовные дела на губернатора или его родственников. Много крови может попортить проверка из Центра практически любой сферы деятельности губернатора, а лучше сразу всех. Проведение подобных проверок зависит в первую очередь от позиции федерального центра.

Фактор поддержки федерального центра

Когда говорят о поддержке федерального центра, то часто забывают, что внутри околопрезидентских групп влияния также существуют противоречия. Подобная ситуация усугубляется после создания федеральных округов, поскольку полпреды в силу организационной логики волей-неволей начинают конкурировать за полномочия с центральным аппаратом Администрации Президента и нередко придерживаются особого мнения по вопросу о поддержке тех или иных кандидатов.

Основные критерии при принятии решения о поддержке той или иной кандидатуры:

- лояльность по отношению к федеральному центру и договороспособность;
- наличие реальных шансов на победу².

При этом позиция Москвы может меняться в зависимости от динамики рейтингов претендентов, как, например, было в ситуации с выборами в Приморском

¹ Вообще, губернаторская кампания 2000 г. в Пермской области в значительной степени была выиграна за счет грамотного использования именно элитного фактора.

² При этом в Москве наибольшее доверие, как правило, вызывают рейтинги ФАПСИ, хотя методика проведения опросов этой организацией (как в части выборки, так и по процедуре) имеет мало общего с требованиями академической социологии.

крае в 2001 г.. В общем-то, логика здесь ясна: любой вменяемый человек на посту губернатора будет вынужден договариваться с федеральным центром. Главное — не допускать к власти в регионах одиозных политиков.

Естественно, что особое внимание Москва уделяет выборам в регионах-донорах и тем выборам, которые могут продемонстрировать силу или дать урок остальным главам. Подобными знаковыми выборами, например, были открывавшие новый электоральный цикл выборы губернатора Саратовской области в сентябре 1996 г., на которых Кремлю было принципиально важно провести своего кандидата, что и было сделано, в том числе и ценой серьезных финансовых вливаний из федерального бюджета.

Снятие Руцкого на выборах 2000 г. в Курской области было своего рода посланием региональным элитам, демонстрировало, что на любого губернатора Москва при желании может найти управу. Впрочем, эксперимент удался только наполовину, поскольку после устранения Руцкого губернатором стал кандидат от КПРФ, избрание которого в планы президентской администрации явно не входило.

Опыт последних выборов показывает, что, *несмотря на высокий рейтинг президента, даже явная поддержка им той или иной кандидатуры не дает стопроцентной гарантии победы*. Яркий пример тому — неудача поддержанного Путиным Геннадия Селезнева на выборах губернатора Московской области в 2000 г. На наш взгляд, в данном случае сыграло свою роль несоответствие имиджевых характеристик Селезнева и Путина в сочетании с близостью образов двух «силовики» — Путина и Громова.

Собственно, выборы в Московской области были первыми и последними, на которых президент открыто поддержал одного из кандидатов. Впоследствии была выбрана вполне адекватная тактика, предусматривающая опосредованное воздействие на процессы на местах и, как максимум, осторожные одобрительные высказывания Путина о социально-экономической ситуации в том или ином регионе.

Кроме подключения силовых и административных рычагов, мощнейшим инструментом в руках федерального центра являются государственные СМИ, в первую очередь электронные. Однако степень их эффективности зависит как от эффективности использования, так и от характеристик информационного поля региона.

Состояние информационного пространства региона

Информационное пространство региона интересует нас в первую очередь с точки зрения таких характеристик, как охват, структурированность и подконтрольность губернатору.

В большей части российских регионов отсутствует единое информационное пространство, а значительная часть жителей не охвачена сложившимися в регионе информационными потоками. Традиционно само по себе существует информационное пространство столичного города, сами по себе — информационные контуры других территорий и значительная часть населения, которая в лучшем случае смотрит ОРТ и РТР. В итоге иллюзия контроля над информационным пространством со стороны властей может сыграть с ними злую шутку. Как правило, качество информационного ресурса, которым располагает действующий губернатор, оставляет желать лучшего, и уже в ходе кампании приходится переобучать журналистов и проводить техническое перевооружение.

Активная контркампания в федеральных электронных СМИ способна серьезно подмочить авторитет любого губернатора. Впрочем, при использовании «первой и второй кнопок» имеет смысл учитывать специфику ментальности региона, на который направлено воздействие. К примеру, кампания против губернатора Санкт-Петербурга Владимира Яковлева (осень 1999-го — весна 2000 г.) на федеральных телевизионных каналах дошла практически до каждого петербуржца, но с идеологической точки зрения была выстроена принципиально неправильно. Питерцам, которые привыкли воспринимать свой город как культурную столицу России,

пытались доказать, что на самом деле их любимый город — это криминальная столица. Эффект оказался обратным тому, который ожидался. Подобная же ситуация сложилась и во время выборов в Ненецком автономном округе, когда федеральные СМИ доказывали, что в округе все плохо, и тем самым только усилили имидж губернатора Бутова как противника алчных олигархов.

Также эффективность использования федеральных информационных каналов всерьез зависит от контекста выборов.

Контекст

Одновременное проведение губернаторских выборов в других регионах выгодно действующему губернатору, поскольку распыляет внимание федеральных СМИ, а в СМИ региона позиции губернатора, как правило, сильнее, чем у претендента. В то же время для претендента важно попасть в федеральную повестку дня, сделать выборы знаковыми для федеральных СМИ и Центра и тем самым расширить свое присутствие в информационном поле. Выгодным моментом для этого является время накануне федеральных выборов или нового цикла выборов в регионах, поскольку тогда начинает работать эффект «праймериз» — центральные СМИ и федеральные элиты начинают рассматривать активность региональных политических сил и их шансы на победу как индикатор влиятельности тех или иных федеральных партий, движений или клановых группировок.

Нахождение в середине или в конце цикла кампаний по выборам губернаторов позволяет использовать только что прошедшие выборы в других регионах в качестве демонстрации предпочтительности шансов определенного типа кандидатов. Естественно, что победы действующих глав субъектов Федерации оказывают определенное влияние на настроение и политической элиты, и избирателей в регионах, где выборы еще только предстоят.

Совмещение с федеральными кампаниями неизбежно перестраивает региональную повестку

дня. Скажем, если федеральная кампания проходит под лозунгом обновления власти, то это ослабляет шансы действующего главы региона.

Естественно, имеет смысл учитывать фактор маятникового движения массовых настроений, который становится особенно значимым после завершения федеральных выборов. К примеру, постэлекторальное разочарование избирателей, поддержавших Б. Н. Ельцина на выборах Президента России летом 1996 г., осенью того же года сказалось на результатах голосования за действующих губернаторов.

Практика показывает, что *одновременное проведение выборов на нескольких уровнях* снижает значимость содержательного компонента кампании и увеличивает весомость фактора известности и роль манипулятивных технологий, поскольку избиратели оказываются в ситуации мощнейшего информационного перегруза. Соответственно, для достижения результата необходим ранний старт кампании, и тут у губернатора больше возможностей.

Значима и еще одна закономерность одновременных выборов разного уровня — популярному губернатору подобный расклад выгоден, поскольку кандидаты, особенно малоизвестные, пытаются привязаться к его высокому рейтингу и тем самым создают ему дополнительную рекламу. *Непопулярного губернатора его антирейтинг еще сильнее тянет на дно*, поскольку у кандидатов на выборах любого уровня появляется соблазн построить кампанию на его критике.

Если *одновременно проводятся выборы главы региона и органов местного самоуправления*, то, как показывает практика, главы городов и районов бывают озабочены в первую очередь собственным переизбранием, а поддержка ими губернатора чаще всего является номинальной. Кроме того, становится трудно управлять такими параметрами кампании, как явка. Например, совмещение выборов губернатора Иркутской области и мэра Иркутска летом 2001 г. создало определенную проблему для действующего губернатора, поскольку Говорину была выгодна низкая явка по городу, а коман-

да мэра, наоборот, натягивала ее, как могла. С другой стороны, если мэр для обеспечения своей победы прибегает к фальсификациям, то он вынужден вносить коррективы и в протоколы других выборов, чтобы выдерживать соотношение явки.

Одновременное проведение нескольких выборов позволяет использовать *кандидатов поддержки*¹, которые в то же время не оттягивают голоса у основного кандидата, поскольку участвуют в выборах другого уровня. Кандидат в губернаторы получает дополнительную возможность использовать избирательные фонды, эфирное время и печатные площади кандидатов в мэры и законодательные органы.

В то же время для действующих губернаторов совмещение выборов создает благовидный предлог для сокращения количества эфирного времени, предоставляемого кандидатам на государственных телевизионных и радиоканалах.

Параллельные выборы (особенно мэров и губернаторов) влияют на состав участников губернаторской гонки. Зачастую совмещение используется губернаторами для исключения из числа кандидатов популярных мэров, которые оказываются перед нелегким выбором и в большинстве случаев выбирают синицу в руке.

Состав участников

Перечень участников выборов напоминает меню в ресторане. Мы выбираем не свое любимое блюдо (его может просто не быть в меню), а то, которое считаем лучшим в данный момент из того, что предложено. В конце концов сегодня мы выбрали рыбу, а завтра, может быть, возьмем говядину, но проблема в том, что в ресторан под названием «Выборы губернатора» мы хо-

¹ Не совсем относится к теме этой книги такой прием, как одновременная регистрация кандидата на выборах сразу нескольких уровней с целью обеспечить себе победу хотя бы на одном из них. Например, в 1996 г. председатель так называемой Национально-государственной партии Сергей Костромин одновременно баллотировался в губернаторы Челябинской области и в депутаты областного Законодательного собрания и Златоустовской городской Думы. В итоге стал депутатом гордумы и, наверное, был доволен.

дим только раз в несколько лет. Зная вкусы посетителей, шеф-повар может составить меню так, что выбор будет predetermined заранее (например, если специально для мусульман подготовить меню, в котором только одно блюдо не содержит свинину, нетрудно догадаться, что все они выберут).

Задача кандидата, претендующего на победу, — повлиять на состав избирательного «меню» таким образом, чтобы оно максимально ослабляло позиции оппонентов и усиливало его собственные. Желательно не допускать участия в выборах кандидатов, которые будут отнимать часть вашего ресурса (имиджевого, территориального, административного, финансового и т. д.).

В то же время кандидат обязан позаботиться о выдвижении кандидатов, усиливающих его позиции и ослабляющих позиции оппонента. К ним относятся:

- кандидат для страховки. Его задача-минимум — обеспечить альтернативность выборов в случае, если другие кандидаты решат сняться с выборов. Забыв о столь необходимом помощнике, чуть не провалился на выборах губернатора Тульской области Василий Стародубцев. Когда все три его оппонента сняли свои кандидатуры, то Стародубцев оказался в гордом одиночестве, и от повторных выборов его спасла только избирательная комиссия, обязавшая кандидата Соколовского участвовать в голосовании (поскольку он снял свою кандидатуру менее чем за три дня до выборов). Впрочем, у Соколовского оставался выбор — ему достаточно было допустить ряд серьезных нарушений избирательного законодательства и организовать против себя судебный иск, заранее обеспечив истца всей необходимой доказательной базой. Но по какой-то причине этого сделано не было;
- кандидат-двойник оппонента (начиная от такой грубой формы, как просто однофамилец, и заканчивая более изощренной — имиджевый двойник). В ряде случаев подобный кандидат может не только повторять, но и доводить до абсурда основные идеи оппонента;

- кандидат-критик, который берет на себя неприятную обязанность обнародовать компрометирующие оппонента факты.

Естественно, инициировать выдвижение других кандидатов и затем сопровождать их кампании своими ресурсами весьма затруднительно. А просто выдвижение кандидата без соответствующего ресурсного обеспечения становится бесполезной тратой времени. Поэтому идеальным вариантом является использование других кандидатов «втемную», что можно сделать, предлагая им аргументы для выдвижения и в дальнейшем подбрасывая необходимую информацию.

Статус кандидатов также весьма значим. Например, для действующего главы крайне неприятными оппонентами являются члены его команды, мэры, крупные хозяйственные руководители, поскольку имеют возможность расплыть административный ресурс.¹ К тому же выдвижение крупных промышленников демонстрирует тот факт, что в отношениях с элитами у губернатора не все в порядке. В последнее время активизировались на губернаторских выборах сотрудники полпредств, и не всегда безуспешно.

Социально-экономическая ситуация в регионе

Значимость этого фактора, как правило, преувеличивают. Вопрос не столько в ситуации в регионе, сколько в восприятии этой ситуации населением. К примеру, в 1996 г. Кировский губернатор Василий Десятников выплатил пенсии к выборам, но проиграл, поскольку не сумел это правильно преподнести. В Краснодарском крае в число наиболее «красных» территорий традиционно входят самые благополучные районы.

Гораздо более значимо ресурсное обеспечение кампании кандидата.

¹ Классическая схема ослабления ресурсов действующего губернатора была осуществлена в декабре 1999 г. в Оренбургской области. Оппоненты Владимира Елагина фактически поделили между собой область, взяв за основу думские избирательные округа: в Орском округе доминировал директор ОАО «Носта» Павел Гуркалов, в Оренбургском — мэр города Геннадий Донковцев, в Бузулукском — аграрий и действующий депутат Государственной думы Алексей Чернышев.

Ресурсы

Можно выделить несколько типов ресурсов.

Концептуально-смысловой и идеологический ресурс. Наличие у кандидата позиции, которая позволяет ему занимать часть политического спектра, и умение формулировать эту позицию в доступном для избирателя виде. Принадлежность к определенной политической или общественной организации, занимаемый кандидатом статус изначально очерчивают круг его потенциального электората, но только марка партии, приверженность определенным идеологическим ценностям и т. д. практически ничего не стоят без привлекательных качеств собственно кандидата.

Поэтому так важен *личностный ресурс*, который включает в себя психологические параметры кандидата, степень мотивации, имиджевые характеристики, репутацию (при развитии современных информационных технологий любое пятно в биографии кандидата может быть отыграно оппонентами).

Электоральный. Под электоральным ресурсом понимается как уже имеющийся у кандидата рейтинг, так и потенциальная величина ниши, которую он может занять.

При этом необходимо ввести разделение на «быстрый» и «медленный» электорат. «Быстрый», ситуативный рейтинг достаточно быстро набирается, но столь же легко падает вниз. «Медленный» рейтинг набирается постепенно, годами, но за счет этого является более устойчивым.

Кадровый. Принципиально важно, особенно для действующего губернатора, не ограничиваться использованием существующей структуры (особенно административной), а привлекать специалистов со стороны.

Административный. В состав административного ресурса входят:

- возможность преимущественного доступа к СМИ с государственным участием;
- наличие большого количества информационных поводов, связанных с осуществлением текущей деятельности губернатора;

- привлечение голосов так называемого «центристского» электората, стабильно голосующего за действующую власть;
- возможность влиять на электоральное поведение государственных служащих;
- использование силовых структур для противодействия политическим оппонентам;
- использование инфраструктуры органов государственной власти (транспорт, средства связи и т. д.);
- влияние на формирование избирательных комиссий и их поведение в ходе кампании.

Информационный ресурс включает в себя как возможность распространения информации (совокупность информационных каналов), так и возможности ее получения (в том числе и из штабов оппонентов).

В джентльменский набор кандидата в губернаторы относительно информационной инфраструктуры могут входить:

- информационное агентство;
- бесплатная позитивная газета с большим тиражом, с имиджем объективной, продвигающая кандидата и умеренно критикующая оппонентов;
- печатное СМИ для элиты (журнал или аналитическая газета);
- «желтая» газета;
- ТВ-канал;
- радиоканал;
- позитивный интернет-сайт;
- новостной интернет-сайт;
- «компроматный» интернет-сайт (служит источником для последующей перепечатки в «желтых» СМИ).

Все СМИ «желтой» направленности формально не должны быть связаны с кандидатом. Изначально неполноценен только газетный холдинг, как зачастую бывает у кандидатов в губернаторы. На самом деле пять газет — это еще не холдинг. Принципиально необходимо наличие в нем электронных СМИ.

Относительно федеральных СМИ следует отметить, что разовые появления практически бесполезны и яв-

ляются бессмысленной тратой финансов. Эффективная кампания начинается с таких количественных параметров, как десять сюжетов в электронных СМИ и двадцать публикаций в высокорейтинговых печатных СМИ.

Кроме СМИ, необходимо использование средовых технологий воздействия, таких, например, как целенаправленный запуск слухов.

Что касается получения информации, то, кроме обработки открытых источников информации, необходимо привлечение силового ресурса для получения конфиденциальной информации.

Силовой ресурс предусматривает позиции кандидата в государственных и негосударственных (ЧОПы, собственные службы безопасности и т. д.) силовых структурах.

Финансовый ресурс позволяет восполнить нехватку всех остальных, однако в финансировании кампании одним из ключевых моментов является заблаговременность — чем раньше появляются деньги, тем меньше их требуется.

Стратегия избирательной кампании предполагает эффективное распределение ресурсов кампании во времени и пространстве. Перед кандидатом стоит триединая задача:

- 1) борьба за ресурсы и накопление их наибольшего количества;
- 2) эффективное использование этих ресурсов;
- 3) нейтрализация ресурсов оппонентов.

Но адекватное ресурсное обеспечение кандидат может получить только при условии планомерной работы, которую мы называем непрерывным политическим циклом.

Непрерывный политический цикл

Политическое планирование не ограничивается собственно избирательной кампанией и включает в себя долговременные цели и задачи кандидата. В выбо-

рах любого уровня преимущество имеют политики, действующие по принципу долговременного политического цикла. В западных пособиях по выборам любят подчеркивать, что новая избирательная кампания должна начинаться на следующий день после окончания выборов. Французские специалисты по политическому маркетингу даже ввели специальный термин «внутренняя кампания», противопоставляемый «внешней», собственно избирательной кампании. На этапе «внутренней» кампании первостепенным является фактор обеспечения поддержки элит и создания необходимой инфраструктуры.

Среди задач, которые необходимо решать и действующему губернатору, и претенденту, можно выделить:

- *внедрение своих союзников* на статусные места. Участие в политическом процессе, в первую очередь во всех выборах, своими кандидатами, своей командой в качестве инфраструктурной единицы предвыборных штабов других кандидатов. Особенно благоприятны для «тренировки» выборы федеральные;
- *обеспечение поддержки федеральных партий и движений*. Введение своих людей в руководство из региональных отделений;
- *взаимодействие с сетевыми структурами* (любые общественные организации, объединения по интересам, профессиональные объединения и т. д.), в первую очередь ветеранские организации;
- *создание собственного регионального движения*, во главе которого должен стоять или сам кандидат, или лояльное ему лицо (для губернатора любая политическая окраска опасна, поэтому ему лучше не ассоциироваться с какой-нибудь одной политической силой). Становиться лидером регионального отделения одной из федеральных партий для кандидата опасно, поскольку тогда увеличивается вес фактора, которым он не может управлять, — расклада сил на федеральном уровне. Может возникнуть ситуация, когда организация, к которой принадлежит губернатор, сегодня «партия власти», а завтра —

маргинальное объединение. А смена партий как перчаток не делает чести ни одному политику. В то же время региональное движение более свободно в выборе федеральных ориентиров. Сильными партийными структурами в регионах до сих пор располагает только КПРФ, но губернатору, который избран под флагами определенной партии, особенно оппозиционной, имеет смысл приостановить свое членство, как мудро сделал Геннадий Ходырев после своего избрания губернатором Нижегородской области;

- *подготовка организационных структур.* Но принципиальным является тот факт, что оргструктуры готовятся в свернутом виде. Если структуры в полном составе создаются задолго до начала кампании, то они расслабляются и разворачиваются, а к моменту выборов приходят недееспособными. Да и финансирование массовых оргструктур может лечь тяжким бременем на кошелек кандидата;
- полезно наличие общественной структуры, где кандидат не является учредителем и не входит в руководящие органы, но в название входит его фамилия. Примеры: «Центр “Челябинская область без наркотиков”», созданный при участии депутата Госдумы Гришанкова», или «Общественная приемная Эдуарда Росселя». Эта организация впоследствии сможет проводить благотворительные акции даже во время выборов, но законодательством это не воспрещено (ведь кандидат не входит в руководящие органы и даже не является учредителем). Возможно создание фонда (где кандидат также не является учредителем), который затем сможет проплачивать размещение в СМИ аналитических статей и передач;
- *цементирование плацдармов.* Это территории и социальные группы, где вы имеете значительный перевес над оппонентами. С одной стороны, это дает вам дополнительную точку опоры, с другой — вызывает уважение в других электоральных группах. Фразы типа «там, где его знают, все за него», «шахтеры за него горой» и т. д. действуют магиче-

ски. Важное правило — нужно несколько плацдармов (чтобы противники не могли говорить, «он на посту губернатора будет все делать — или уже делает — только для своих»);

- *создание информационной инфраструктуры*, налаживание информационных каналов. Свой *медиахолдинг*, отдельный от структуры гостелерадиокомпаний, необходим даже губернаторам. Во-первых, в последнее время усиливается влияние на позиции ГТРК со стороны полномочных представителей президента. Во-вторых, кроме официоза, нужны формально независимые СМИ разной степени «желтизны» для обеспечения контрпропагандистской деятельности. Кроме того, необходимо создавать круг приближенных журналистов во всех влиятельных СМИ, особенно в государственных (поскольку там защищенность журналистов от увольнения гораздо выше, чем в частных). Важно наладить связи с районными и городскими СМИ — например, через организацию обучающих семинаров;
- *организация службы мониторинга СМИ* — она позволяет ловить оппонентов на слове, выявлять стратегию их кампании на ранней стадии. В выборах, по большому счету, нет секретов. Ответы на многие вопросы можно найти в открытых источниках (если есть возможность воспринимать даже слабые и единичные сигналы). Если понятна основная линия кампании оппонента, становится ясно, как действовать дальше;
- высокий уровень политической культуры кандидата предполагает и такой элемент, как ведение архива фото- и видеоматериалов (что в дальнейшем облегчает и ускоряет процесс изготовления рекламы).

Главное для кандидата в губернаторы — умение в определенный момент сосредоточить все усилия на одном из направлений. Добившись решающего перевеса, вы сможете усилить свои позиции в другой сфере. Наиболее распространенной является модель «центр —

регион». Получив стартовую позицию в регионе, за счет нее можно усиливать влияние в центре. Усилив свои позиции в Москве, вы получаете новый толчок для раскрутки в регионе.

Имиджевые дивиденды превращаются в статусную позицию (выборная должность, пост в руководстве влиятельной политической организации и т. д.), а та в свою очередь конвертируется в новые имиджевые дивиденды. Победа на одном из направлений позволяет получить более сильные позиции на другом.

Обрастайте связями, как паутиной. Устанавливайте максимальное количество контактов — неизвестно, когда пригодится то или иное знакомство. Важны не только первые лица, но и их аппарат — люди, которые готовят решения. Чтобы оставаться в политике, надо быть включенным в систему связей, чтобы вы были нужны значительному количеству людей.

Перечисленные выше правила поведения кандидата одинаково верны как для действующего губернатора, так и для претендента. Но, естественно, в стратегии их «внутренней» кампании есть и ряд принципиальных различий.

Губернатор накануне выборов

Двумя основными задачами губернатора в ходе подготовки к выборам становятся:

- нейтрализация элит;
- создание позитивного общественного мнения.

Для нейтрализации элит необходимо:

- не допускать формирования более мощных по влиянию сил и группировок. У соперников просто не должно быть денег на выборы;
- продумать состав участников будущих выборов, и, если в окружении губернатора есть мощная фигура, которая потенциально может претендовать на пост или имеет более мощный PR, задуматься о системе его ослабления (лишение властных рычагов, изменение функциональных обязанностей,

усиление собственного промоушена губернатором).

Основными элементами пиаровской стратегии на этапе подготовки к кампании являются:

- создание «фабрики грез», в которой все дела и действия губернатора будут активно освещаться, и не в виде сухих постановлений и решений протокольной формы, а нормальными кампаниями с участием специалистов по PR;
- создание системы контроля над информационным пространством. В работе с другими СМИ — создание собственной темы дня, первичная интерпретация любого события;
- присутствие в федеральных СМИ. Образ федерального политика укрепляет позиции губернатора внутри региона.

Заниматься пиаровской кампанией необходимо на протяжении всего времени работы губернатора. Ее основной тезис: *мы делаем все, что реально можно делать в сложившихся условиях. По возможности, стараемся делать больше, и у нас это получается!* Основной акцент — на процессе, а не на результате, демонстрация усилий главы региона.

Также губернатору принципиально важно сохранить свой ядерный электорат и поддержку тех сил, при помощи которых он пришел к власти. Например, Виталий Муха, ставший губернатором Новосибирской области в 1995 г. при поддержке КПРФ, ухитрился рассориться с коммунистами (формальным поводом стал отказ губернатора поддержать коммунистического кандидата на пост спикера областной Думы). В итоге Муха на выборах получил в качестве оппонента первого секретаря обкома КПРФ Виктора Кузнецова, в результате чего даже не вышел во второй тур¹.

Отдельной задачей является создание устойчивого антирейтинга потенциальным оппонентам с одним ограничением — не переходить на «поливание грязью» со стороны официозных СМИ.

¹ Муха набрал 18%, а Кузнецов — 16%.

Стратегия претендента в рамках «внутренней кампании»

Раскрутка заранее предполагает заблаговременное создание в первую очередь позитивной известности.

Не откладываете активную работу по своей раскрутке на потом. Дескать, сначала пройдут переговоры, получу поддержку, финансирование, а уж потом как начну... Эта порочная логика довольно часто встречается у кандидатов. Но ошибка в том, что если вы не раскручены, то денег вам никто не даст. А если дадут, то слишком поздно, и вы не сумеете их освоить.

В то же время не имеет смысла заявлять о своем участии заранее — как правило, об участии в губернских выборах заявляют те, у кого совсем другие цели (например, победа на выборах в Госдуму). Чтобы *избежать фальстарта*, нужно скрывать свои намерения. Показателен пример главы Бежецкого района Владимира Платова в Тверской области в 1995 г., который провел кампанию по своей раскрутке якобы в Госдуму, но в последний момент зарегистрировался в губернаторы.

«Темные лошадки» выигрывают крайне редко (это не они выигрывают, а губернаторы проигрывают). В случае же победы доселе малоизвестного кандидата выясняется, что он использовал уже раскрученные бренды (высокорейтинговые фигуры, крупные предприятия с позитивным имиджем) — например, Хлопонин как олицетворение «Норильского никеля». «Темная лошадка» выигрывает только на зачищенном поле.

Методика раскрутки различается в зависимости от статуса потенциального кандидата.

Депутат Госдумы или регионального Законодательного собрания имеет возможность рекламировать свою деятельность в парламенте. Регулярный отчет о депутатской деятельности нужен хотя бы для того, чтобы у избирателей во время выборов губернатора не возникало вопросов, подобных тому, чем депутат занимался в Думе. В то же время необходимо «застолбить» за собой какую-нибудь тему, например, борьба с наркотиками или криминалом. Масштабные проекты позволяют осуществить выход за пределы своего округа.

Руководитель предприятия имеет возможность повышать свою известность за счет рекламы предприятия и реализации социальных благотворительных проектов. Для придания образу масштабности полезно вхождение в руководство корпоративных ассоциаций.

Сотрудник исполнительной власти имеет возможность создавать позитивную известность за счет увязки с успешными проектами. Ограничением является возможная ревность со стороны губернатора. Но, в конце концов, можно спровоцировать свою отставку, чтобы приобрести ореол «страдальца за правду». Но тогда надо заранее готовить «запасной аэродром», куда можно уйти после отставки. В идеале уход провоцируется накануне выборов (не обязательно губернаторских), тем более что депутатский иммунитет не помешает, поскольку окружение губернатора может спровоцировать возбуждение уголовного дела.

Снижение рейтинга губернатора включает в себя несколько направлений:

- социально-экономическая ситуация в регионе, а точнее, ее ухудшение в период правления губернатора. Аргументация с помощью данных статистики (снижение объемов производства, уровня жизни, сравнение с другими регионами) малоэффективна. Она, конечно, должна присутствовать в джентльменском наборе, но основной упор лучше делать на отдельных вопиющих фактах, образах («дети едят комбикорм» и тому подобное);
- критика окружения губернатора;
- использование оговорок и неудачных фраз;
- создание физиологического отвращения (эффект «злой камеры», слуховые кампании и т. д.).

В процессе критики губернатора нужно обращаться к базовым ценностям, которые в принципе не могут быть удовлетворены. Люди всегда будут недовольны степенью их удовлетворения. Лозунг: мы можем жить лучше.

При организации кампании против высокорейтингового губернатора необходимо начинать с его окружения по модели «хороший царь и плохие бояре», а когда в порочности окружения уже никто не будет сомневаться, переходить к критике самого губернатора: «если у него такая команда, то что же это за губернатор?»

Кроме того, необходимо стимулировать раскол в команде губернатора (сообщения СМИ о внутренних противоречиях, демонстративные похвалы отдельным заместителям в оппозиционных изданиях).

В контрпропаганде должна присутствовать единая линия, главное — не распылять усилия по нескольким направлениям.

Хорошей агитационной акцией может стать организация референдума по отзыву губернатора. Как правило, подобная процедура настолько сложна в исполнении, что вряд ли может быть доведена до конца. Но сама по себе постановка вопроса о доверии губернатору ставит его в положение «подраненной утки». Так произошло с красноярским губернатором Валерием Зубовым и нижегородским Иваном Склиаровым, против которых оппоненты пытались реализовать процедуру импичмента. Импичмент провалился, но выборы эти губернаторы проиграли.

Стратегическое планирование избирательной кампании

Целью участия в выборах губернатора, как, впрочем, и любых других выборах, может быть не только победа в конечном счете. Своим участием в выборах кандидаты могут решать различные задачи — от раскрутки на будущее до отмывания денег через избирательный фонд. В последнее время появляются новые виды политического бизнеса, такие, например, как регистрация кандидатов-двойников с целью последующего шантажа одного из кандидатов (например, предложения о снятии «двойника», естественно, за деньги).

Однако подобные случаи нас интересуют лишь постольку, поскольку они влияют на шансы реальных претендентов на победу.

Впрочем, победа на выборах также не является самоцелью, а лишь средством для решения каких-то долгосрочных задач, реализации ценностных предпочтений кандидата. Поэтому *любая кампания начинается с того, чтобы внести ясность в цели и задачи кандидата*, сформулировать его жизненные ценности, заранее обозначить набор его личных ограничений (вовлечение в выборы членов его семьи, использование против оппонентов жестких технологий и т. д.), сделать диагностику сильных и слабых сторон его личности. Наиболее адекватным способом для решения подобной задачи является непрерывная сессия с кандидатом в режиме марафона (2–3 дня с рабочим режимом 18–20 часов в сутки). Естественно, для этого желательно привлечение команды специалистов со стороны. Вообще *привлечение внешних консультантов на этапе планирования кампании может быть полезным с нескольких точек зрения*:

- у политика и его команды вырабатывается определенный «почерк», который делает его предсказуемым для оппонентов, а значит, уязвимым;
- постоянное нахождение в эпицентре политической жизни «замыливает» зрение. Поэтому взгляд со стороны может оказаться более чем полезным.

Первым этапом анализа внешней ситуации становится *составление политической карты региона*: основные политические и экономические игроки, основные группы интересов, политические фигуры, сегментирование групп населения, политические предпочтения (за кого здесь голосуют, какова история выборов). Для этого проводится контент-анализ СМИ, анализ статистической информации, анализ результатов выборов, изучение предыдущих кампаний, «почерка» оппонентов.

В итоге у нас появилась карта, с неизбежными неточностями и «белыми пятнами», возник набор предположений о взаимосвязях между точками на этой

карте. Продукт первого этапа — это гипотезы и вопросы.

В ходе экспертного опроса (который лучше делать в форме неформализованного интервью) мы проверяем свои гипотезы и получаем новые гипотезы и идеи, высказанные экспертами. Мы проясняем, достраиваем картину на основе экспертной информации. Также в ходе экспертных интервью мы проводим *ресурсный анализ всех потенциальных кандидатов*. Обязателен *психологический анализ основных действующих лиц* с использованием методов бесконтактной психодиагностики, анализа биографических данных, мнений экспертов. Основная задача психологического анализа оппонентов — понять, как заставить их делать ошибки, работать на нас.

Итогом этого этапа должна стать *стратегическая матрица*. У нас есть картина, кто играет на политическом поле, набор ресурсов, которыми они, предположительно, обладают. Есть линия кампании.

Теперь, *когда гипотеза кампании сформулирована, мы можем переходить к социологическим исследованиям*. Начинать лучше с качественных исследований (фокус-группы¹, глубинные интервью). В их ходе мы выявляем мнения, суждения, ценности, выясняем отношение к политическим фигурам, запускаем несколько пробных шаров, чтобы посмотреть на то, как избиратели реагируют на те идеи, которые мы хотим использовать в рамках кампании. После этого проводим опросы, чтобы посмотреть, как мнения избирателей распределяются в количественном отношении. При этом стоит учитывать, что стандартный опрос с выборкой в 1500 респондентов дает только «среднюю температуру по больнице», а для реализации сегментированной стратегии необходимо детальное знание ситуации на

¹ Опыт показывает, что фокус-групп должно быть не менее 50, с распределением по территориям (от 2 до 6 в населенном пункте). Обязательна аудиозапись, с последующей расшифровкой. Что же касается использования видеокамер, то, как правило, видеозапись дает не так уж много дополнительной информации, но зато сковывает респондентов гораздо больше, чем диктофон, и тем самым увеличивает искажение информации.

местах. В идеале нужно не менее 400 анкет в каждой крупной территории¹. *Не жалейте денег на исследования*, эти затраты окупятся сторицей.

После подведения итогов мы проводим «разведку боем»: производим какое-нибудь действие и смотрим: а) как реагирует население, б) как реагируют конкуренты (какие ресурсы они пускают в ход, как быстро начинают действовать, насколько адекватно).

Скорректировав еще раз наши планы, мы *формулируем итоговую стратегию*, которая должна включать в себя:

- 1) *определение количественных параметров кампании* — сколько надо набрать голосов для победы и где их взять;
- 2) *набор действий по определению правил игры* (сроки, состав участников, правила определения победителя);
- 3) *имидж* — образ кандидата;
- 4) *мессидж кампании* — основная идея, послание избирателям;
- 5) *сценарное моделирование*.

Под сценарием выборов, который формируется у избирателей через СМИ и другие информационные каналы, мы понимаем:

- эмоционально окрашенное описание участников выборов, акцентирующее внимание на определенных характеристиках их имиджа, биографии и т. д.;
- представления о шансах кандидатов на победу (создается за счет массированного присутствия в информационном пространстве, публикации данных социологических опросов, мнений людей и т. д.);
- информацию о силах, стоящих за каждым из кандидатов, и возможных последствиях их избрания.

Для формирования выгодного кандидату сценария необходимо изначально выявить уже сложившуюся у

¹ Автор также с огромным уважением относится к методике психосемантических исследований. Однако проведение подобных исследований, во-первых, является весьма дорогостоящим, а во-вторых, требует тщательной подготовки инструментария (самое сложное — сформировать набор дескрипторов), что может занять до двух месяцев плотной работы. Как правило, заказчики идут на это с большой неохотой.

избирателей систему критериев по отношению к кандидатам, выбрать из них выгодные нам критерии и именно их преподнести как основные.

Основные элементы сценарного описания кампании должны присутствовать во всех текстах прямой и косвенной рекламы кандидата;

- 6) *формулировка желательной «новостки дня»* — набора ключевых тем в СМИ, которые в результате становятся наиболее важными для избирателей;
- 7) *событийный ряд кампании;*
- 8) *сегментирование воздействия* (территориальное, социально-демографическое). Эффективная стратегия, особенно при ограниченности ресурсов, предполагает сосредоточение на тех территориях, где у кандидата есть наибольшие шансы;
- 9) *набор инструментов, необходимых для реализации стратегии.*

В ходе кампании необходимо решить следующие задачи:

- 1) создание известности. Избиратели включают кандидата в обойму выбора;
- 2) создание мотивации. Создание своего электората;
- 3) создание устойчивости в рамках этого электората;
- 4) призыв к действию. Добиться того, чтобы этот электорат пришел на избирательные участки.

Иными словами:

первая задача — донести до народа, кто такой наш кандидат, довести до их сведения, что он вообще существует;

вторая задача — объяснить, что кандидат отличается от всех остальных;

третья задача — доказать, что он не только отличается, он еще и лучше остальных;

четвертая задача — тех, кого мы убедили, привести на избирательные участки.

С точки зрения распределения ресурсов во времени можно выделить несколько типов стратегий.

Крейсерская стратегия: когда нагрузка и количе-

ство рекламного времени примерно одинаковы на протяжении всей кампании. Эта стратегия уязвима, поскольку на определенном этапе у избирателей возникает пресыщение, и именно в этот момент усиливается эффективность негативной кампании со стороны оппонентов.

Лидерская стратегия: ранний старт, выход на первую позицию, потом пауза (даем возможность конкурентам столкнуться, погасить ресурсы друг друга) после чего последние две недели — мощный финиш, который называется «бомбардировка Берлина».

Стратегия гребенки: событие-всплеск — пауза; событие-всплеск — пауза. Вопрос в том, насколько эти информационные поводы сильны.

Стратегия большого события: когда вокруг какого-то эпизода начинают строить все остальное. Автору эта стратегия кажется порочной, особенно когда большим событием считается приезд какого-нибудь политика. К примеру, в 1998 г. на выборах в Свердловскую областную думу кампания движения «Преображение Урала» строилась вокруг так называемой «встречи трех президентов» (Ельцина, Ширака, Коля), и когда в последний момент ее отменили, это сильно ударило по имиджу губернатора и его движения.

«Предфинишный старт» — работа на старте без лишней «засветки» с реализацией массивной рекламной кампании в последние 3 недели. Работает только при слабости оппонентов и неправильном ведении ими кампании.

Можно выделить три типа стартовых позиций реальных кандидатов и, соответственно, три типа стратегии:

- 1) оборонительная стратегия — удержание позиции действующим губернатором. Далеко не всегда на выборах губернатора бывает реальная конкуренция, все чаще бывают ситуации, когда выборы превращаются в фикцию и реально являются безальтернативными. Тогда губернатор и его команда обязаны использовать выборы для решения других задач;
- 2) атакующая стратегия — борьба претендента против действующего губернатора;

- 3) захват лидирующей позиции — в ситуации неучастия действующего губернатора. Впрочем, иногда и действующий губернатор в силу низкого рейтинга становится аутсайдером, и основная борьба разворачивается между несколькими претендентами (пример — Московская область в 1999 г.).

Однако при различии стартовых позиций кандидатов есть ряд предпосылок, одинаково верных для всех кандидатов. К ним, на наш взгляд, относятся:

- 1) необходимость управления всей кампанией в целом, а не кампанией одного кандидата. Выборы являются системой, причем системой открытой. Поэтому грамотное прогнозирование поведения их участников и использование ресурсов оппонентов являются необходимыми составляющими эффективной кампании;
- 2) избирательная кампания имеет комплексный, системный характер. Значимым является не один какой-нибудь фактор или набор технологий, а их умелое сочетание;
- 3) ключевой момент — отстройка нашего кандидата от остальных;
- 4) гибкость реагирования на ситуацию. Готовность совсем по-другому отстроиться от оппонентов на следующем этапе. Например, сначала мы можем отстраиваться по идеологии, потом — по стилистике кампании.

Как остаться губернатором

Дорогой, что можем — делаем.

Девиз действующего губернатора

Выбор стратегии кампании губернатора осуществляется на основании анализа базовых предпочтений населения на старте кампании.

Рейтинг губернатора низкий (в районе 20%), но выше, чем у любого потенциального оппонента. Подобные ситуации, как правило, возникают в условиях

неграмотного управления информационными потоками и при недостаточном ресурсном обеспечении. Необходимые шаги губернатора:

- смена или частичная ротация пиаровской команды;
- привлечение новых информационных ресурсов;
- реализация лидерской стратегии — ранний старт кампании, обеспечение позитивной динамики рейтинга и на этом фоне достижение договоренностей с элитами (что, в свою очередь, позволяет привлечь дополнительные ресурсы для дальнейшего увеличения рейтинга);
- на сценарном уровне возможно выведение на роль основного оппонента одного из кандидатов с высоким антирейтингом и проведение кампании под лозунгом «Не дай бог».

Рейтинг губернатора ниже, чем у одного из оппонентов. Подобная ситуация может возникнуть только в том случае, когда оппонент располагает значительными ресурсами, а пиаровское обеспечение губернатора проводится неудачно. Необходимые шаги губернатора:

- смена или частичная ротация пиаровской команды;
- привлечение новых информационных ресурсов;
- смена идеологии и переформирование повестки дня;
- стимулирование политической активности и дальнейшего выдвижения кандидатов, находящихся на одном с основным оппонентом поле;
- организация негативной кампании против оппонента, задача-минимум которой — не допустить дальнейшего роста рейтинга оппонента, максимум — снизить уже имеющийся рейтинг;
- агрессивная экспансия в те зоны (чаще всего, территориальные), где оппонент еще не присутствует;
- возможно принятие мер по недопущению оппонента к участию в выборах (но тогда следует продумать выдвижение кандидатов-«уловителей», которые перетягивали бы часть электората оппонента, иначе губернатор рискует получить в день выборов количество проголосовавших «против всех» больше, чем количество проголосовавших за него).

Рейтинг губернатора высок (более 40%) и значительно превосходит рейтинги потенциальных претендентов. Вероятно, ресурсное обеспечение достаточно. Необходимо достижение договоренностей с элитами на старте кампании. Сценарий кампании — «губернатор и все остальные».

Возможно применение технологии «зеркала» — когда все программные положения оппонентов повторяются, но при этом у губернатора есть перевес в количестве информационных сообщений, доходящих до потребителя, а также такой важный момент, как возможность реальных действий по решению заявленных оппонентом проблем. Создается впечатление, что «оппонент — такой же, как губернатор, только хуже» или «только говорит о проблемах, а губернатор их уже решает».

Вообще, при использовании кандидатами схожих технологий и идей часто работает библейский принцип «Имущему дастся, а у неимущего отнимется», — тот, у кого рейтинг изначально выше, в подобных ситуациях выигрывает, особенно при несопоставимом уровне известности.

Как известно (из исследований Р. Дилтса), всех людей можно разделить на 3 категории по отношению к переменам (имеются в виду устойчивые установки, именуемые в терминологии нейролингвистического программирования метапрограммами): «сохранить то же самое», «то же самое с изменениями», «кардинально новое». В условиях стабильного общества преобладает метапрограмма «то же самое с изменениями», она обычно присуща большей части населения. В условиях перманентного кризиса растет количество людей с запросом на кардинальные изменения. В данный момент, судя по результатам исследований, наиболее развита установка на «то же самое с изменениями». Поэтому губернатору достаточно продемонстрировать преемственность с улучшениями, и переизбрание обеспечено.

С точки зрения содержательной ключевым поняти-

ем, определяющим смысл кампании действующего губернатора, является *безальтернативность*.

Позиция губернатора должна быть представлена как позиция «мачо»: он сам определяет место и время боя, правила игры, в том числе и те правила, по которым проходят выборы. Демонстрирует силу и позицию «сверху».

Также в формирование безальтернативности может входить:

- обеспечение критериев выбора, по которым будет голосовать электорат (собственный сценарий выборов — как правило, «губернатор и все остальные»);
- лексическое задание ситуации «голосование за»;
- система прогнозирования результатов выборов, через комментирование социологических опросов, «народные» прогнозы и т. д.

Базовый пункт стратегии губернатора, основной способ раскрытия его безальтернативности — незаметность губернатора, он — всегда главный, незаменимый, «муж». Все время работы необходимо создавать иллюзию его влияния на ситуацию, от него зависит все, он — причина и основа происходящих изменений в жизни населения региона.

Основные идеологемы:

- у оппонентов губернатора нет масштабного опыта реальных дел и управления регионом. Пока научатся, срок пройдет;
- губернатор работает, а эти (претенденты) только болтают.

Ни одна кампания не выигрывается без создания образа врага, однако губернатор не может позволить себе вступать в прямые конфликты с конкурентами. На роль врага подходят более масштабные силы — например, многострадальные олигархи, которых в ходе выборов поносят в хвост и в гриву, а после выборов обхаживают в качестве стратегических инвесторов. А конкурентам уготована роль марионетки в руках злых сил.

Естественно, об этом говорит не сам губернатор, а другие люди¹.

Необходимой составляющей успешной кампании по выборам губернатора является *ограничение информационных возможностей других кандидатов* (за исключением тех случаев, когда оппоненты делают откровенно глупые ходы и неудачные рекламные носители — тогда, наоборот, имеет смысл дать им «зеленый свет»). Методами решения такой задачи являются:

- минимальные объемы эфирного времени и печатных площадей в СМИ с государственным участием, предоставляемых другим кандидатам;
- ограничение размеров избирательного фонда, что позволяет снизить присутствие оппонентов в негосударственных СМИ;
- составление органами местного самоуправления перечня мест (минимальное количество), где разрешается размещение наглядной агитации, и зачистка продукции оппонентов в ненадлежащих местах силами муниципальных предприятий.

Типовыми ходами губернаторской кампании являются:

- «подарки» избирателям. «Подарки» должны идти из отдельных фондов (типа фонда развития территорий, фонда губернаторских программ), и никакое КРУ не накажет. Что касается обделенных подарками, то исследования показывают, что электорат воспринимает губернатора процессуально — «что-то делает, старается, ну и молодец»;
- региональные надбавки к пенсиям и зарплатам перед выборами. Практика показывает, что народ радуется деньгам, хоть и маленьким, и как подачки это не воспринимает. Тем более если перед этим был

¹ Автором лучшей фразы по поводу «черных» технологий, на наш взгляд, является иркутский губернатор Борис Говорин. Когда летом 2001 г. ему задали вопрос по поводу статьи «Герои и предатели», направленной против его оппонента Валентина Межевича, Говорин ответил: «Я считаю, что авторы этой статьи должны извиниться перед Межевичем, а Межевич должен извиниться передо мной за ту грязь, которую льют в мой адрес».

грамотный PR деятельности администрации, это будет восприниматься как закономерный итог;

- использование данных статистики. Демонстрация улучшений, которые начались как раз в последнее время. Смысловое наполнение: «У нас начался промышленный подъем; дайте закончить начатое. Да, подъем делают люди и предприятия, но условия для работы им создает губернатор». Если же ситуация не дает особых поводов для оптимизма, то в заслугу губернатору можно ставить стабилизацию положения в регионе. Используется сравнение с ситуацией в других субъектах Федерации, где «еще хуже»;
- отставка одиозных личностей, реорганизация управления провальными отраслями экономики. Отставки делаются не перед выборами, а загодя (скажем, за полгода), но одними отставками дело не ограничивается, разворачивается кипучая деятельность. Уволенных необходимо либо пристроить на другие места, но похуже, либо атаковать их, как коррупционеров. Идеологическая подоплека: «Губернатор не делает поблажек никому, даже близкому окружению. Если власть кого-то испортила, то нам не по пути с такими людьми»;
- сброс негатива на уровень местного самоуправления и отдельных непопулярных директоров — для этого нужны рейтинговые замеры и фокус-группы. Критиковать только крайне непопулярных представителей элиты и привязывать их к оппонентам. Кто-то же должен быть виноват в том, что у нас еще не все так хорошо, как хотелось бы. А столь популярная ранее критика федерального центра выходит из моды по вполне понятным причинам.

Губернатору фактически можно обойтись без рекламной кампании, поскольку достаточно пиара в СМИ. Кроме того, губернатор, как государственный чиновник категории «А», может вообще не уходить в предвыборный отпуск. А аргументация вполне понятна: «Некогда мне выборами заниматься — посевная или еще какая-нибудь битва за урожай на носу, к зиме надо готовиться и т. д.». При высоком рейтинге губернатор

может позволить себе призвать конкурентов по своему примеру не тратить деньги на рекламу — дескать, пусть люди судят по делам (Тулеев в Кемеровской области). С другой стороны, если известность губернатора недостаточна, необходима ее подкрутка, но желательно до начала избирательной кампании.

Идеальный вариант, который позволяет использовать средства не из избирательного фонда, — социальная реклама региона (примеры: кампания «Мы хотим, чтобы вы об этом знали» в Свердловской области — лето 1999 г.; кампания «Ханты-Мансийский автономный округ — каждый день забота о людях» в ХМАО — зима–весна 2000 г.). Социальная реклама может быть двух типов — информирующего (как в первом случае) и релаксирующего характера. Практика показывает, что релаксирующая социальная реклама, использующая язык образов, более эффективна, чем реклама, использующая язык цифр, но и против нее могут быть использованы эффективные контрходы. В идеале реклама действующего губернатора не должна быть нестандартной, скорее традиционной, поскольку ядро его электората, как правило, составляют традиционалисты.

Как стать губернатором

Не верь, не бойся, не проси.

Основные заповеди кандидата в губернаторы

Для претендента необходимы изменения в уже сложившихся правилах игры, новая интерпретация ситуации выбора, активная и наступательная.

Стать губернатором возможно, как правило, при привлечении ресурса извне региона. Это могут быть финансово-промышленные, этнические, другие группы влияния. Наличие подобной поддержки помогает «выстроить» местные элиты.

Выбор стратегии претендентом зависит от его стартовой позиции:

- *высокий стартовый рейтинг претендента (более 30%), который выше, чем у губернатора. Полнос-*

тью позитивная кампания. Демонстративное проведение переговоров со статусными лицами, нужно вести себя так, как будто кандидат уже является губернатором. Недопущение расслоения антигубернаторского поля;

- *низкий рейтинг претендента, низкий рейтинг губернатора в сочетании с его высоким антирейтингом* — стратегия негативной кампании. Претендент берет на себя роль основного оппонента и обличителя действующего главы;
- *низкий рейтинг губернатора, низкий рейтинг претендентов, ограниченность в ресурсах*. Избирается стратегия «темной лошадки» — исключительно позитивная кампания с предфинишным спуртом. Губернатор сталкивается с другими кандидатами, они наносят удары по имиджу другу друга, а нашего кандидата не замечают. В момент, когда оппоненты уже набрали достаточный антирейтинг (за 2—3 недели до выборов), кандидат резко усиливает активность;
- *высокий рейтинг губернатора и низкий рейтинг претендента*. Выбирается затратная стратегия тотальной кампании (в первую очередь с использованием полевых структур). Претендент идет только на позитиве, но использует как минимум одного кандидата, который берет на себя бремя критики губернатора. Может использоваться идея «проводов губернатора на пенсию» — у него есть заслуги, он многое сделал для региона, но его время ушло.

Как правило, основная проблема претендента — информационная блокада. Поэтому может быть полезным зарегистрироваться первым, чтобы иметь возможность оплачивать СМИ из избирательного фонда. Вторичная выгода — возможность использования многозначного слогана «кандидат номер один».

Также при информационной блокаде полезно менять уровни коммуникации — вверх или вниз. Можно делать акцент не на общерегиональных СМИ, а становиться ключевым ньюсмейкером в территориях, или, наоборот, сосредоточить фокус внимания на федеральных СМИ.

Частая проблема претендента — невозможно предъ- явить команду, все боятся светиться. Называются ува- жаемые люди — я буду работать с ними, вне зависимо- сти от того, кого кто-либо из них захочет поддержать сейчас. *Используйте привязку к высокорейтинговым фигурам.* Не обязательна их поддержка — вы можете заявить о своей поддержке этих людей. Известна стратегия «паровоза» — когда рейтингу кандидата придается толчок за счет поддержки популярной фигуры. Однако подобные вещи не должны происхо- дить на старте кампании, поскольку тогда кандидат рискует заполучить ярлык марионетки, несамостоя- тельного человека. Сначала кандидат приобретает не- ktorую самостоятельную идентификацию, и только потом его авторитет подпитывается за счет VIP-пер- соны. В идеале это надо делать за пару недель до вы- боров, чтобы успеть донести факт поддержки до из- бирателей.

Как правило, основной проблемой претендента яв- ляется недостаточная известность, поэтому реклама должна быть максимально персонифицированной и запоминающейся, нестандартной. Также возможно ис- пользование социальной рекламы, но, в отличие от рек- ламы «партии власти», бичующей недостатки сложив- шегося положения вещей.

Принципиально важно, чтобы вся реклама кандида- та была выстроена в едином стиле.

И еще кое-что, о чем должен знать кандидат в губер- наторы...

Забудьте про свои голоса на предыдущих выбо- рах — у вас их нет, все придется создавать заново. Ядер- ный электорат фанатов всегда меньше, чем те голоса, которые были получены в день голосования. Если вы идете на выборы другого уровня, то вам для своих ста- рых избирателей надо создать новую мотивацию. А это значит — *забудьте про старые технологии.* То, что ра- ботало раньше, может не работать сейчас. Один и тот же фокус два раза не показывают. Более того, ваши

противники, если они серьезные люди, изучат ваш почерк и будут готовить контрходы.

Конечно, есть специфика вашего электората, который может привыкнуть к определенной стилистике и будет удивлен резкому изменению образа. Вывод — если стилистика и тактика меняются, это должно быть обосновано и подготовлено.

Принципиально важны личные *контакты с элитой*. Основной лозунг взаимодействия с элитой — «я в политике всерьез и надолго». «Даже если и не выиграю выборы, то все равно останусь не последним человеком, поэтому со мной надо считаться» (говорить это напрямую нельзя, но создавать подобное впечатление нужно). Именно демонстрация силы и высокого рейтинга раскрывает пошире кошельки спонсоров.

Спонсоров должно быть много. Один спонсор — это ненадежно. Вас просто могут использовать в банальной схеме шантажа губернатора. Выдвинут, вложат ресурс, а потом, договорившись с губернатором, прекратят финансирование.

Деньги лучше, чем борзые щенки. Команду лучше нанять самому, чем работать с теми, кого пришлют спонсоры. Эта команда уже не будет зависеть от вас, для них главное — угодить спонсору. Естественно, бывают случаи, когда команда, предоставленная спонсором, корректно и удачно отрабатывает кампанию. Но лучше подстраховаться. Нужна единая команда с четким пониманием, кто главный. Чем больше имиджмейкеров, тем хуже для клиента. Лучше одна неидеальная линия кампании, чем много правильных.

Объединяйтесь, ищите союзников. Типичная ситуация для команд претендента (особенно почему-то для мэров), когда еще на этапе подготовки к выборам вытесняют союзников и даже членов команд — делят шкуру неубитого медведя. Наоборот, претендент должен выступать в качестве инициатора создания широкой антигубернаторской коалиции.

Но как бы хорошо вы ни вели кампанию, нужно помнить о том, что побеждает не тот, за кого проголосовало большинство избирателей, а тот, против фамилии

которого в итоговом протоколе будет стоять самая большая цифра. Технологии подтасовок совершенствуются чуть ли не с каждым днем. В этих условиях особое значение приобретают те люди, которые организуют процесс выборов и осуществляют подсчет голосов, то есть члены избирательных комиссий различных уровней. Тактика в отношениях с ними должна быть одна — постоянный режим консультаций, постоянное присутствие. Как говорится у Оруэлла: *«Big brother watches you»*. Необходимо выделить людей, которые будут заниматься только поддержанием контактов с избиркомами, установлением хороших личных отношений и демонстрацией компетентности. Необходимо внести в тематический план публикаций материалы о консультациях с избирательными комиссиями, подготовке к проведению выборов. По результатам общения с комиссиями создастся список потенциально лояльных и потенциально опасных комиссий, причем целенаправленно организуется утечка информации о его существовании. *Присутствие на стадии проведения кампании — лучшая прививка против фальсификаций в день выборов.*

Битва в чистом поле

Успешные стратегии в условиях неучастия в выборах действующего губернатора

Стратегия *«Преемника»* была блестяще продемонстрирована в ходе выборов Владимира Путина. Условиями ее успешности являются:

- обязательное присутствие кандидата в органах исполнительной власти до выборов — демонстрация опыта;
- назначение преемника исполняющим обязанности. Если это невозможно, то необходимо неучастие и. о. в выборах, иначе происходит распыление административного ресурса;
- «большие события» и свершения.

В случае, если у губернатора высокий антирейтинг, возможны или критические высказывания преемника в

его адрес или, что лучше, имиджевая и идеологическая отстройка.

В остальном стратегия та же, что и у действующего губернатора.

«Главный оппонент» позиционирует себя как основного противника бывшего губернатора. Но следует учитывать, что сам по себе факт ухода губернатора переструктурирует повестку дня.

Необходимо идеологическое перевооружение — если образ критика уже сложился, к нему надо добавлять черты конструктивности. Продолжение темы критики ушедшего губернатора и его режима напоминает войну с призраками.

В остальном стратегия та же, что и у претендента.

Стратегия *«Темная лошадка»*. Поскольку наиболее часто выборы при отсутствии губернатора проходят по схеме «война всех против всех», то самое главное — быть в стороне от этой войны, постепенно набирать рейтинг и стимулировать конфликты среди других кандидатов.

Интерпретация итогов выборов

С выборами жизнь не кончается. Политик, всерьез настроенный на победу, рано или поздно ее добьется. Но если эти выборы вы проиграли, то после голосования необходимо цементирование приобретенного электората и продолжение активного присутствия в информационном поле. Любой результат можно проинтерпретировать как победу, особенно если это второе место. Это хороший плацдарм для победы в следующем цикле¹.

¹ Например, тамбовский губернатор Олег Бетин, в 1995 г. проигравший председателю областной Думы Александру Рябову, в 1999 г., уже будучи представителем Президента в регионе, вернулся в губернаторское кресло. Также и финалист выборов 1997 г. в Нижегородской области Геннадий Ходырев в 2001 г. все же одержал победу над Иваном Скляровым.

Задачи победителя — легитимация победы, довершение разгрома оппонентов, закрепление за ними ярлыка «неудачников».

Кроме того, когда одержана победа на выборах губернатора, возникает естественный вопрос: «Что дальше?» Пока же возможности карьерного роста губернаторов в России жестко ограничены. Прецеденты с походом губернаторов в структуры Правительства РФ (Немцов и Густов) оказались по большому счету неудачными. В итоге утрачиваются позиции в регионе, а пребывание в вице-премьерском кресле оказывается недолгим и малопродуктивным.

Попытки губернаторов участвовать в президентских выборах предпринимались. Но их никак нельзя назвать серьезной заявкой на успех. Вопрос, как губернатору стать президентом, давно занимает автора. Но это уже тема для другой книги.

Вместо заключения

Технологии, описанные в этой книге, уже доказали свою эффективность. Они работают. Но всегда есть «но». Это не аксиомы. В жизни всегда есть место творчеству. Сфера политики все же ближе к искусству, чем к науке. А поиск новых возможностей и приемов — дело чести политического консультанта. И побеждает тот, кто может выйти за пределы старых схем и создать нечто новое. По крайней мере, уже после того, как эта книга была сдана в печать, автор разработал несколько новых технологических моделей, реализацию которых можно будет увидеть на ближайших выборах в российских регионах.

Обратная сторона политики

Интервью с Евгением Минченко

— *Евгений, многие считают политконсалтинг изнаночной стороной политической сферы. И действительно, на протяжении прошлого десятилетия мы неоднократно становились свидетелями того, что именно хитроумные PR-технологии определяли успех того или иного кандидата на выборах. Вы были активным участником многих выборных кампаний. Так ли всеильны политконсультанты и какова их роль в сегодняшних политических процессах?*

— Консультирование стало неотъемлемой частью политической жизни. Серьезный политик сегодня немыслим без команды содействующих ему специалистов. Но, как правило, политконсалтинг понимают достаточно узко, в разрезе только предвыборных технологий. Но в момент выборов жизнь не начинается и не заканчивается. К сожалению, большая часть наших политиков считает нужным прибегать к услугам политконсультантов только в ходе выборов. На самом деле, когда избирком назначил дату выборов, то зачастую их исход бывает уже предрешен и исправить что-либо достаточно трудно. Если же человек готовился и осознанно выстраивал свою политическую карьеру, то те же самые задачи, решение которых становится весьма капиталоемким во время избирательной кампании, можно было бы решить за гораздо меньшие деньги, но заранее.

У нас проблема в том, что политики по большому счету не понимают, какую инфраструктуру следует выстраивать, какие имиджевые требования перед ними стоят, какие задачи они должны решать, прежде чем идти на выборы. В ближайшей перспективе успех будет

за теми политиками, которые в первую очередь возьмутся за решение именно этих вопросов.

С одной стороны, заказчик сейчас становится более цивилизованным, но пока в недостаточной мере. Более того, на рынке политического пиара сейчас тройной кризис — кризис с тремя сторонами. Первая сторона кризиса — это кризис заказчика, вторая сторона — кризис участника рынка, третья — кризис инструмента.

— Что ж, из чего проистекает кризис заказчика в первом приближении — понятно. Но что такое «кризис участника рынка» и «кризис инструмента»?

— Начнем с «кризиса инструмента». Сейчас, по большому счету, секретов в политическом консалтинге не осталось. У всех PR-агентств инструментарий более-менее одинаковый. Все знают, что такое фокус-группа, что такое социологический опрос, знают, как организовать кампанию «дверь в дверь» и так далее. Эффективность исполнения, конечно, разная. Но, в принципе, «инструмент» устоялся, и каких-то мощных прорывов, случаев использования каких-то принципиально новых технологий пока нет. Разве что движение «Май» в Свердловской области, но их технологии, я считаю, опоздали родиться. Сегодня, при происходящем в стране усилении властной вертикали, тактика жестких действий на протестном поле имеет крайне ограниченный диапазон применения. По большому счету, пиарщики сейчас не могут предложить какой-то принципиально новый продукт.

Думаю, что это и стало причиной того, что команда «Нью Имиджа» занялась теорией политконсалтинга, написанием книг, анализом накопленного опыта. Наша команда сейчас работает над тем, чтобы создать нечто принципиально новое, принципиально новый продукт. И я думаю, что через год-два мы выведем на рынок новый продукт, связанный с новым качеством предвыборных и вообще политических технологий.

— Какой набор инструментов имеется в распоряжении консультанта сейчас, и какими технологиями вы собираетесь его пополнить?

— Есть набор технологий, пришедший в политический консалтинг из разных источников. Первый источник, с которого все начиналось в России,— это прикладная психология. Потом были социологические методики, исследовавшие поведение избирателей. Следом пришла методика прикладной политологии, или, если говорить просто,— политическая аналитика.

Прикладная психология показывала механизмы воздействия. Два других метода были направлены в большей степени на объяснение происходящего и в меньшей степени давали возможность влиять на ситуацию. Очень многое в последние годы было взято политконсультантами из практики менеджмента. Есть целая отрасль — оргконсультирование.

Активно действуют на политическом рынке так называемые методологи. Хотя последний подход мне кажется ущербным, потому что происходит примат процедуры над содержанием. Считается, что есть некий набор процедур, следуя которым можно выработать стратегию кампании. Но уделяется недостаточное внимание сбору информации и ее проверке. Что делают методологи? Они собирают менеджмент, получают некую информацию, затем проводят определенный набор процедур. В головах менеджеров наступает просветление — так методологи вырабатывают стратегию. Но вопрос в том, насколько это все адекватно ситуации. Насколько понимание этих менеджеров реально передает то, что происходит. Вот на этом методологи и попадают впросак.

Долгое время в политконсалтинге пользовались популярностью восточные военные трактаты: китайские «Сунь-цзы», знаменитые «36 стратагем» и некоторые другие.

— *Это всерьез использовалось?*

— Они имели не столько прикладное значение, сколько являлись оружием убеждения, помогали найти точку опоры в конкретной ситуации. Но любая мысль, сформулированная в форме афоризма или метафоры, с одной стороны, убедительна, а, с другой стороны,

можно привести ничуть не менее убедительную максимуму, утверждающую прямо противоположное. По большому счету, в них нет системности.

Сейчас мы используем новые источники, где разработана определенная проблематика. Это и классические военные трактаты, начиная от фундаментального произведения Карла фон Клаузевица и заканчивая последними разработками в области военной мысли. В военной стратегии и в проведении выборов много общего.

Ряд серьезных аналитических моделей, пригодных в политике, был разработан спецслужбами, как нашими, так и зарубежными. Пока не адаптированы должным образом к политическому контексту постулаты, методологии Грегори Бейтсона.

Наш аналитический центр впервые использовал в политконсалтинге технологии, разработанные в рамках «провокативной терапии» Фрэнком Фарелли, у которого я имел честь учиться.

Нами активно осваивается метод моделирования стратегий гениальности. Основатели метода (Джон Гриндер, Роберт Дилтс) описали эффективные стратегии (мыслительные и поведенческие) психотерапевтов, менеджеров и даже писателей. Мы используем данный метод для моделирования и передачи навыков эффективных политических лидеров и политконсультантов.

Кроме того, мы начинаем активно работать над применением математических методов, математических моделей в прогнозировании и планировании политической деятельности. В первую очередь, это теория игр.

Есть ряд направлений в стратегическом менеджменте, которые у нас пока не были адаптированы к контексту политических технологий — не были переведены на политический язык. Сейчас мы занимаемся их адаптацией, тем более что главная проблема подавляющей части команд, работающих на рынке, — это неграмотное стратегическое планирование кампаний.

— Насколько я понял, «кризис инструмента» — явление временное, и к новой волне выборов оно будет

преодолено. А как проявил себя «кризис участников рынка»?

— По большому счету, технологии знают все, а как их выстроить в некую последовательность — немногие. В этом заключается «кризис участников рынка». Значительная часть команд приезжает на место и начинает делать то, что привыкла. Что умеют, то и делают. Но это не всегда то, что нужно. И это в первую очередь происходит с так называемыми «черными технологами», которые с завидным постоянством проигрывают одни выборы за другими.

Последний пример — это иркутские выборы, где достаточно большое количество команд работало на кандидата в губернаторы Межевича. У него были очень хорошие стартовые позиции. В прошлом он — первый заместитель губернатора, заместитель руководителя «Иркутскэнерго», член Совета Федерации. Имелось все: имидж хозяйственника, высокий статус, отсутствие проблем с финансированием избирательной кампании. Его командой была построена качественная линия контрпропаганды против действующего губернатора — Бориса Говорина. Но работа над позитивным образом Межевича была слабой. Из очень богатого человека, у которого декларация о доходах читается как увлекательный роман, консультанты пробовали сделать протестного лидера. Получилось, что все деньги, которые были потрачены на критику действующего губернатора, сработали на других кандидатов. Так что успех кандидата от КПРФ Левченко, который значительно увеличил свой процент по сравнению с прошлыми выборами и вышел во второй тур, был достигнут благодаря не столько самому Левченко, сколько команде Межевича, потому что его команда увеличивала зону протестного электората, но в то же время сам Межевич эти голоса не получал. Это классическая ошибка при разработке стратегии. Если вы отбираете голоса у оппонента, то надо думать о том, куда эти голоса пойдут! В итоге эта достаточно затратная негативная кампания при отсутствии грамотного позитива привела к плачевным результатам.

— *Раз уж мы заговорили о губернаторских выборах последнего времени, то что вы думаете о неожиданной победе на выборах в Нижегородской области кандидата от КПРФ?*

— Итоги нижегородских выборов уже активно мифологизируются. Например, появилась целая серия статей о неких «красных технологах», которые работают гораздо эффективнее, чем традиционные пиарщики. Но на самом деле победа Ходырева — это проигрыш Булавинова и Савельева. Два молодых депутата Государственной думы с пересекающимся электоратом и близкими имиджевыми характеристиками не смогли договориться о согласованной кандидатуре, растащили голоса и пропустили вперед кандидата коммунистов. Понятно, что Булавинов и Савельев представляют конкурирующие кланы, но уверен, что для любого из них Ходырев в губернаторском кресле становится еще худшим вариантом. Естественно, сыграл свою роль и административный фактор. У меня есть достаточно серьезные основания полагать, что реально во второй тур выходил не Скляр, а Булавинов, но незначительный разрыв был скорректирован в пользу действующего губернатора. Но такова жизнь. Надо выигрывать, учитывая и возможность фальсификаций.

В чем сила кандидатов от КПРФ? У них устойчивый партийный электорат, и коммунистическому кандидату совсем не обязательно быть харизматиком. В регионах, которые не относятся к «красному поясу», левые кандидаты выигрывают не по причине блестяще проведенных кампаний, а из-за стратегических ошибок других кандидатов и ожесточенной конкуренции в других частях политического спектра.

А ошибки в ходе кампаний часто происходят из-за неправильных отношений в треугольнике «заказчик—клиент—команда».

Например, в последнее время многие известные политконсалтинговые агентства начинают работать не как самостоятельные субъекты, а как политические операторы при какой-нибудь финансово-промышленной группе (можно называть по-разному — финансо-

во-промышленный конгломерат, вертикально интегрированный холдинг — суть от этого не меняется). Зачастую кандидаты в губернаторы получают так называемые связанные кредиты. То есть они получают финансирование на избирательную кампанию, но с условием, что в качестве натуроплаты туда приедет команда. В результате клиент-кандидат не может влиять на эту команду. У него, по большому счету, нет рычагов. Он не может сказать человеку, который финансирует его кампанию: «Что за идиотов ты ко мне прислал?» Команда, естественно, расслабляется и снижает качество работы.

Бывали и более драматичные случаи, когда олигарх в какой-то момент менял свою точку зрения, и присланная им команда специалистов начинала в том же составе работать против кандидата. Это не только неэтично, но это прямой подрыв престижа профессии. Считаю, что подобные вещи недопустимы.

Попытка монополизации рынка группой монстрообразных PR-компаний, которые обросли большим количеством связей, приводит к тому, что они набирают портфель заказов, который не способны обслужить. В итоге нанимаются некомпетентные люди, которые работают под маркой известной фирмы. Доходит до того, что людей для работы в региональных проектах набирают на бирже труда. Снижается общий уровень и опять же подрывается престиж профессии. Когда заказчик видит, что на него работают неподготовленные люди за очень приличные деньги, у него вырабатывается недоверие ко всем субъектам этого рынка.

— *Но может быть, это всего лишь издержки быстрого роста, которые со временем будут преодолены?*

— Монополизация для PR-рынка — тупиковый путь. Ситуация, когда три-четыре агентства будут удерживать 90% рынка, кончится тем, что рынок умрет и родится заново.

В любом случае будущее будет за региональными агентствами. Специалисты, работающие в таких агентствах, действительно понимают ту ситуацию, которая

сложилась в регионах. Не зря говорят, что есть Россия в рамках Садового кольца, а есть все остальное. Для рынка PR-услуг это верно вдвойне. При всем моем уважении к москвичам, ментальность у них немного другая. Они не учитывают того, что происходит в регионах. Поэтому я горжусь тем, что я из региона. У людей из регионов другая энергетика. Они более адекватно понимают, что происходит на местах, быстрее адаптируются к местной психологии. При этом уровень ответственности, как правило, на порядок выше, чем у московских агентств.

Еще одно негативное явление на рынке PR-услуг — это низкий уровень корпоративной культуры. И в последние годы эта проблема проявляет себя все больше, несмотря на то, что постоянно создаются различные объединения, подписываются хартии. Иногда консультанты от критики кандидата-соперника переходят к компрометации через СМИ команды, которая с ним работает, не понимая, что, критикуя ту или иную команду, они подрывают престиж профессии как таковой. Все разговоры про черный пиар, которые зачастую инициируют сами пиарщики, работают на снижение престижа профессии. Журналисты эту тему с удовольствием подхватывают, работая тем самым и против себя, так как в представлении общества у нас с ними родственные профессии.

— Думаю, что подобные явления дезориентируют и потенциальных заказчиков политконсалтинговых агентств. Собственно, мы начали разговор с «кризиса заказчиков», и я предлагаю подробнее обсудить эту тему.

- Сложно разобраться клиентам, впервые обращающимся к услугам консультантов. Существует ряд методов влияния на потенциальных клиентов. К ним, в частности, относятся рейтинги PR-агентств. Но на самом деле цена этих рейтингов примерно та же, что и у многочисленных хартий. Во-первых, сомнительны процедура их составления и объективность заданных критериев. Во-вторых, как правило, это

всего лишь инструмент продвижения того или иного агентства или группы агентств на рынке.

- Так или иначе, но большая часть наших политиков уже прошла через какое-то количество избирательных кампаний. Они четко знают, с кем стоит иметь дело, а с кем нет. У нашего агентства в этом плане все в порядке. Круг наших постоянных клиентов традиционно широк, каждый год появляются новые лица. Приток клиентов в основном происходит по рекомендациям наших давних заказчиков.

— *В последнее время в России произошла новая вспышка экономических войн, названная третьим перделом собственности. В борьбе за предприятия активно используются PR-технологии. Насколько активно консалтинговые агентства сотрудничают с экономическими структурами?*

— Крупные экономические субъекты нуждаются в том, чтобы у них было политическое прикрытие. Поскольку, если у тебя нет политической поддержки, в экономике ты очень скоро станешь трупом. Наше законодательство об акционерных обществах и о банкротстве допускает настолько широкие толкования, что нередки случаи, когда годами управляют заводами и распоряжаются их финансовыми потоками люди, не имеющие вообще ни одной акции. У нас много примеров, когда люди, которые не смогли решить какие-то политические задачи, были вытеснены из экономики. Яркий пример — братья Живило в Кемеровской области. Не смогли договориться с губернатором Тулеевым, не смогли выстроить альтернативную структуру политической поддержки. В итоге — Интерпол и все вытекающие последствия.

Поэтому заказы, за которыми стоят не политические структуры, а экономические — обычное явление.

Что касается непосредственного участия в экономических войнах, то, по большому счету, методы политического пиара вполне эффективно применяются в экономических конфликтах. Это те же самые технологии, только целевая группа может быть значительно

уже. Целевая группа экономического пиара может состоять из пяти человек. Иногда и во время выборов бывает так, что вовремя попавшая на нужный стол аналитическая записка, написанная в нужном ключе с учетом психологических возможностей адресата и актуальных для него проблем, может в значительной степени поменять ситуацию. Но в сфере экономической это бывает чаще.

Естественно, что заказ от ФПГ качественно отличается от заказа, который формулирует представитель того или иного политического клана. Для финансово-промышленной группы очень важным является предсказуемость поведения политика, его управляемость, его договороспособность. У нас много случаев, когда люди вкладывали очень серьезные деньги, усилия в тех или иных губернаторов, а потом оказывалось, что они сильно просчитались. В Красноярском крае на выборах губернатора Лебеда поддерживали Лев Черной, Борис Березовский, Анатолий Быков, Василий Анисимов. Спонсорами прежнего губернатора Зубова были группа «Сибирский алюминий» и Олег Дерипаска, Михаил Черной, Искандер Махмудов, «Альфа». После прихода Лебеда к власти «Транс Уолд Групп» и Быков получили какие-то дивиденды, но через год их уже вытеснили, тот же «Сибирский алюминий» и «Альфа». Возникает вопрос, на кого ставить и как взаимодействовать в дальнейшем с этим политиком, чтобы не довести ситуацию до таких вещей?

У нас в последнее время бывает много заказов, связанных с экспертизой политиков. Мы исследуем не только потенцию его имиджа и продвижения, но и его психологические качества и структуру его личности. Делаем анализ его окружения, с тем, чтобы предсказать его дальнейшее поведение. Я условно называю это «аудит политиков». И это действительно своеобразная оценка инвестиционных рисков в политике. Я считаю, что мы накопили серьезный опыт в сфере оценки инвестиционных рисков и инвестиционной привлекательности того или иного политика. Эта отдельная и очень важная сфера приложения политических технологий. К выборам она может не иметь никакого отношения.

— *Сферу PR многие сравнивают с искусством. Считается, что законы цифр здесь не действуют. Неужели можно прийти в эту сферу с линейкой и счетами и все измерить и сосчитать?*

— Мы умеем проводить не только всесторонний аудит потенциальных возможностей кандидата, но и более масштабные мероприятия — такие как аудит процесса избирательной кампании.

Люди вкладывают деньги в того или иного кандидата. Осваивают эти деньги организационная команда и команда технологов. Инвесторы хотят убедиться в том, насколько вообще адекватно расходуются их средства. Тогда нами проводится аудит открытых носителей и аудит информационного поля. Собственно, с командой, которая работает на кандидата, здесь вообще можно не общаться.

У нас однажды была ситуация, когда мы представили результаты аудита деятельности одной из команд заказчику, и тогда я впервые увидел представителя той команды, которая на него работала. Он говорит: «Вы просто не все знаете. Вы оценили открытые носители, а на нас работали мощные команды по распространению слухов». При этом сколько средств они потратили на эти команды по распространению слухов, неизвестно. Но даже в этом случае есть очень простой критерий. Эти слухи внедрены в массовое сознание? Они диагностируются при помощи социологических исследований, фокус-групп, глубинных интервью? Если диагностируются, то молодцы, хорошо поработали! Если нет, то куда ушли деньги?

Аудит избирательной кампании — это очень полезная процедура. В последнее время заказчики, которые вкладывают деньги в политику, умнеют и достаточно часто обращаются к нам, чтобы мы проводили подобные аудиторские проверки.

Высшим проявлением цивилизованных отношений в политконсалтинге становятся заказы на профессиональное представительство интересов заказчика в его отношениях с теми или иными нанимаемыми PR-структурами. Такое представительство подразумевает

аудит предлагаемых ими мероприятий, оценку смет. У нас имелось несколько таких заказов.

— *Каким же все-таки будет политконсалтинговое агентство завтрашнего дня?*

— Считаю, что будущее — за региональными агентствами, которые строятся по сетевому принципу. Собственно, на этом принципе базируется и наш аналитический центр. У нас есть несколько групп в разных регионах, каждая из которых умеет делать что-нибудь особенно хорошо. Сильные рекламщики из Нижнего Новгорода. Очень хорошие журналисты и юристы из Екатеринбурга. Специалисты по исследованиям и организации поля из Челябинска. Хорошие психологи из Питера. Сотрудничаем с очень качественными аналитиками в Москве. Иногда человек может не появляться во время кампании, но в то же время очень много для нее делает. Например, в части анализа ситуации, планирования лоббистских акций.

С нами сотрудничает экономическая группа, которая очень качественно разрабатывает стратегии развития регионов. Мы, с одной стороны, привлекаем их, когда реализуем какие-то политические процессы, чтобы они выстраивали экономическую составляющую программы кандидата. А с другой стороны, они нас привлекают, когда надо решать пиаровские задачи для воплощения экономических проектов или стратегий социально-экономического развития, которые они вырабатывают. И это прямое свидетельство того, что пиарщики не только занимаются тем, что помогают сильным мира сего делить власть и собственность, но и стараются оказывать позитивное влияние на экономические и социальные процессы.

Сотрудничество с экономистами я считаю очень перспективным направлением. Конкуренция между регионами год от года все возрастает. Вопросы повышения инвестиционной привлекательности становятся все актуальней, а следовательно, без PR-технологий уже не обойтись. Возможно, данная сфера со временем станет для нас интереснее, чем выборы. Объясню почему:

мы не напрасно называемся аналитическим агентством, а не PR-агентством. Мы больше усилий, чем кто бы то ни было, тратим на сбор информации по региону, на сбор информации по проекту. Мы больше сил тратим на анализ ситуации, чем среднестатистическое PR-агентство. Но я считаю, что результат от этого гораздо выше. Большинству агентств, работающих на рынке, не хватает качественно поставленного аналитического аппарата. Кажущиеся наиболее очевидными решения не всегда являются самыми лучшими и даже зачастую бывают ошибочными. Именно поэтому мы много времени тратим на осмысление ситуации, на различные методы сбора информации, ее анализа, обобщения, структурирования.

При том, что набор услуг и набор видов деятельности современного PR-агентства должен расширяться, внутри агентства должна проходить все более узкая специализация. Сила агентства — в узких специалистах экстра-класса. Если у тебя есть в команде специалист по психодиагностике, то он занимается только психодиагностикой, но зато он делает это лучше, чем кто бы то ни было.

Деятельность агентств напрямую зависит от состояния рынка. Несмотря на кризис, который мы подробно обсудили, рынок продолжает существовать, и я бы не сказал, что финансовые объемы рынка снижаются. Было некоторое снижение после августовского кризиса, а сейчас рынок демонстрирует стабильную финансовую активность.

Другое дело, что произойдет диверсификация, перераспределение финансовых средств, с собственно предвыборных проектов, на проекты, обеспечивающие долговременные политические цели. То есть увеличится финансирование партий. Партийное строительство — наиболее перспективный сегмент рынка для инвестиций.

Причем инвестиции в партстроительство пойдут активней, если Госдумой будет принята поправка, предусматривающая обязательные выборы по партийным спискам в региональные Законодательные собрания.

Партии, на самом деле, у нас — наиболее провальная часть политической сферы. По большому счету, команд, которые умеют строить партии, у нас в России нет. Технологии придется создавать с нуля. У нас, несмотря на неоднократные попытки, нет даже технологии создания партии власти. Нет технологии выращивания лидеров завтрашнего и послезавтрашнего дня. В России пока не знают, откуда брать политиков. Вот эту задачу мы и будем решать.

Беседовал Дмитрий Чудиновских

Кое-что о нас и об этой книге

Команда Евгения Минченко отличается тем, что счастливо сочетает глубокую аналитическую проработку ситуации с реальными менеджерскими навыками. Это редкое качество, обычно несочетаемое. Поэтому там, где зачастую приходится обращаться к специалистам разных школ, на агентство «Нью Имидж» можно положиться от начала до конца.

Юлия Русова

*руководитель «Управления
политической информации»*

«Нью Имидж» прекрасно ориентируется в кризисных ситуациях, которые в политике неизбежны; способно действовать эффективно и даже жестко, впрочем, всегда оставаясь в рамках закона и корпоративной этики.

Игорь Писарский

*генеральный директор агентства «Р. И. М.»,
руководитель комитета по связям с общественностью
Торгово-промышленной палаты РФ,
вице-президент Российской ассоциации рекламных агентств*

С Евгением Минченко мы знакомы много лет, и это были годы совместной работы, поисков, обретений. Е. Минченко вырос в профессионала высокого класса, обладающего уникальным опытом политического консультирования. Книга «Как стать и остаться губернатором» получилась интересной и полезной, да это и не удивительно: основанная на многолетнем опыте работы, она отличается глубоким пониманием социально-политических процессов, происходящих в современной России.

Алексей Ситников

*доктор психологических наук, профессор,
президент консалтинговой группы
«ИМИДЖ-Контакт»*

«Нью Имидж» постепенно становится явлением не только в региональной, но и в общероссийской политической жизни.

Позвольте пожелать Вам и Вашим коллегам успехов в развитии «белых» политических технологий, которые могли бы способствовать превращению нашей страны в цивилизованное правовое государство, где политическая борьба ведется демократическими методами.

Александр Чумиков

*генеральный директор
Международного Пресс-клуба,
доктор политических наук, профессор,
секретарь Союза журналистов РФ*

В моем представлении с именем «Нью Имидж» связаны интересные аналитические материалы, оригинальные методики проведения предвыборных кампаний и повышенное чувство профессиональной ответственности. Желаю Вам гордиться теми политиками, которым вы помогаете победить.

Александр Починок

*министр труда и социального развития
Правительства РФ*

**Готовятся к выходу в серии
«Библиотека политических технологий»**

Выбойщик И. В., Минченко Е. Н. Психологическая диагностика политиков: технологии и практика применения.

Минченко Е. Н. Политические войны. Классика военной мысли для политиков.

Минченко Е. Н. Стратегическое планирование избирательных кампаний.

Минченко Е. Н. Законодательные собрания в регионах России: опыт выборов по партийным спискам. 1996—2002 гг.

Минченко Е. Н. Формирование политической системы в Челябинской области. 1991—2001 гг.

Наумов С. А. Система власти в регионах России.

Паскаль Т. И. Политическая реклама в США и России.

Массово-политическое издание

Минченко Евгений Николаевич

КАК СТАТЬ И ОСТАТЬСЯ ГУБЕРНАТОРОМ

Заведующий редакцией *Ю. И. Крылов*
Ответственный редактор *О. С. Черепанова*
Художественный редактор *В. А. Кугаевский*
Технический редактор *Т. В. Анохина*
Корректоры *З. Ф. Новикова, С. Г. Турбина*
Компьютерная верстка — *С. В. Парфёнова*

Изд. лиц. ЛР № 064775 от 27.09.96
Подписано в печать 18.09.2001. Формат 84×108/32
Бумага для ВХИ Краснокамской бумажной фабрики «Гознак»
Гарнитура Garamond. Печать офсетная
Усл. печ. л. 25,2+0,21 вкл. Уч.-изд. л. 28,38+0,35 вкл.
Тираж 3000 экз. Заказ № 3501

Издательство «Урал ЛТД»
454091, г. Челябинск, ул. Постышева, 2

Отпечатано в издательско-полиграфическом комплексе «Звезда»
614600, г. Пермь, ГСП-131, ул. Дружбы, 34