

В ПРОШЛОМ номере «Права выбора» мы познакомили читателей с агитационными материалами партий. В этот раз предлагаем посмотреть, как привлекали на свою сторону избирателей кандидаты в депутаты Государственной Думы по одномандатному округу №93 (Иркутский).

Всего по этому округу выдвинулись 13 кандидатов, но не все они были зарегистрированы, и не все дошли до финиша предвыборной гонки. Так, самовыдвиженец Александр Шаповалов написал заявление об отмене выдвижения. Ему для регистрации требовалось представить не менее 13569 подписей избирателей, но, судя по специальному избирательному счету, кандидат не решился даже начать процедуру сбора подписей. Ему нужно было оплатить изготовление подписных листов с избирательного счета, а у кандидата не поступило ни копейки в его избирательный фонд.

За неделю до дня голосования снялся с выборов представитель «Коммунистов России» Чермен Хугаев, он написал заявление об отказе от дальнейшего участия в кампании. Поскольку к этому времени бюллетени были изготовлены и доставлены в участковые комиссии, то членам УИК пришлось вручную вычеркивать фамилию выбывшего кандидата из всех бюллетеней.

Таким образом, избирателям в округе №93 предлагалось выбирать из 11 представителей партий. Были среди них известные персоны, были и те, кто никак не заявил о себе в течение всей кампании. В целом, хотя и с разной степенью активности, но наполнили избирательные фонды и занимались агитацией шесть кандидатов.

Недостижимый порог

Напомним, порог трат, который кандидаты-одномандатники не должны были превысить, составлял 40 млн рублей. Никто из претендентов на депутатский мандат в этом округе даже близко не подошел к такой сумме, ограничившись тратами от нескольких тысяч до 7 млн рублей (речь идет только об избирательных фондах, образованных после выдвижения кандидатов, не учитывались траты, сделанные кандидатами до начала кампании. - Прим. ред.).

Все без исключения кандидаты, которые реально вели борьбу за мандат, значительные суммы тратили на ролики по телевидению, которые «крутили» за две недели до выборов, с начала сентября. Еще одно мощное направление, куда уходили средства избирательных фондов, - печатные агитационные материалы (баннеры, листовки, плакаты, информационные бюллетени). Значительно «просел» в плане финансирования приобретение площади в периодических печатных изданиях, т.е. в газетах и журналах. С одной стороны, это говорит о снижении интереса к традиционным СМИ, с другой - это объективный учет реальности, ведь в летний период чтение периодики уменьшается, а значит, и агитировать через печатную прессу избирателей менее эффективно, чем через радио и ТВ.

Лидер гонки

Безусловным лидером по расходам в одномандатном округе №93 на выборах депутатов Госдумы стал кандидат, поддержанный КПРФ, депутат Законодательного Собрания Михаил Шапов. Он направил на свою кампанию 7,24 млн рублей и в результате одержал победу. Источники наполнения избирательного фонда: собственные средства кандидата составили 1,95 млн, пожертвования граждан - 2,23, юридических лиц - 3,05 млн.

На позиционирование через телевидение Михаил Шапов направил 1,739 млн, на периодическую печать - 720 тысяч, на распространение и изготовление печатных агитматериалов (ПАМ) - более 4,5 млн. Оплата иных услуг обошлась в 2,23 тысячи.

Кампания Михаила Шапова проходила под несколькими лозунгами. «Жить, а не выживать!» - этот общий призыв с разными вариациями использовался многими кандидатами от КПРФ, которые намекали на ухудшение финансового состояния большинства россиян в последние годы в связи с экономическим кризисом. Другой слоган кампании Шапова - «Деньги от нефти - сибирякам!» - должен был привлечь на сторону кандидата жителей области, которые хоть немного разбираются в налогообложении и понимают, что большинство крупных ресурсодобывающих предприятий платит налоги не в региональную, а в федеральный бюджет.

Специфика личного бизнеса кандидата Михаила Шапова (совладелец агрохолдинга) нашла отражение в баннерах и плакатах под лозунгом «Выращиваем хлеб для ваших семей!», но само исполнение плакатов - фотография кандидата в костюме на фоне колосьев - несколько диссонировало. Не совсем было понятно, на кого ориентирован такой ПАМ.

Кандидатом достаточно активно применялся партийный ресурс для мобилизации основного электората. Так, выходили информационные бюллетени в стилистике газеты «Правда», в них интервью с Михаилом Шаповым выходили под логотипом «Команда Левченко».

Среди необычных решений кампании можно отметить изготовление и распространение наклеек (были также

Половина в игре

Победила консервативная стратегия в агитации



же листовки и плакаты) с кандидатом Шаповым с описанием его основных достоинств: «офицер, государственный, профессионал». Учитывались штабом кандидата и местные особенности, так, были заказаны буклеты отдельно для каждого из 12 районов и двух городов, входящих в избирательный округ, с различными избирательными посланиями.

В сухом остатке Михаил Шапов набрал 60604 голоса избирателей, или 34,45%.

Брат на брата

Основной оппонент коммуниста Олег Каньков, выдвинутый от «Единой России», получил поддержку 53473 избирателей (30,4%), в то время как сумма его выборных расходов составила 4,39 млн рублей. В избирательный фонд кандидата юридические лица перечислили 4,35 млн, а собственные средства кандидата чуть превысили 40 тысяч рублей.

На агитацию через телевидение у него ушло 875 тысяч рублей, через газеты и журналы - 355 тысяч. На ПАМы кандидат истратил 3 млн рублей. Общим слоганом кампании Олега Канькова стал призыв «За сильную Сибирь!». К слову, за несколько месяцев до официального старта избирательной кампании в Иркутске начал свою деятельность и благотворительный фонд с похожим названием.

Свою «предвыборку» Олег Каньков построил по традиционному сценарию, который проверен на многих кандидатах от ЕР. Деловое официальное фото кандидата помещали на баннеры и плакаты, выдержанные в цветах триколора. На синем фоне были сделаны надписи белыми буквами, визуальный акцент ставился на изображении кандидата. На многих ПАМах присутствовал логотип «Единой России». Более того, кроме слогана «За сильную Сибирь!» использовался и «Вместе с президентом». Издавались цветные буклеты с программой действий и предвыборными обещаниями кандидата. Делались баннеры не только с предвыборными текстом, но и, к примеру, с поздравлениями от лица кандидата жителей Байкальского с юбилеем города.

Впервые на выборах в Госдуму к одномандатным округам в Иркутской области «приписали» россияна, живущих за рубежом. Этих граждан нужно было тоже учитывать в предвыборном раскладе. У «Единой России» традиционно сильные позиции в Молдавии, партию там напрямую ассоциируют с российской государственностью. Вполне логично, что кандидат от ЕР Олег Каньков заказал ПАМы специально для избирателей из Молдавии (их приписали к округу №93).

Среди предвыборных обещаний Олега Канькова россиянам из Молдавии были следующие: создание российских предприятий рабочих мест на территории республики, заключение соглашений о партнерстве между Приднестровьем и регионами РФ, привлечение инвестиций и технологий в агропромышленный комплекс ПМР (Приднестровья. - Прим. ред.). Любопытно, что все ПАМы для Молдавии сопровождалась слоганом «Своих не бросаем!».

Агитация в братской республике принесла свои плоды: за Олега Канькова там проголосовали более 11,5 тысяч россиян. Но тем не менее он не смог обойти Михаила Шапова, которого под-

держало меньше зарубежных россиян (чуть более полутора тысяч человек), зато кандидат заручился симпатиями жителей области, что и обеспечило победу.

Против Олега Канькова сыграл еще один достаточно существенный фактор - в выборах по тому же округу №93 участвовал его родственник Юрий Каньков, выдвинутый партией «Гражданская Платформа». Этот кандидат израсходовал 390 тысяч рублей на предвыборную кампанию. Примечательно, что вся сумма была направлена на печатные агитационные материалы. В основном на информационные бюллетени, в которых кандидат не столько рассказывал о своих планах в случае избрания депутатом Госдумы и о существующих собственных карьерных достижениях, сколько критиковал Олега Канькова и его деятельность в Совете Федерации. Доставалось и партии «Единая Россия». В итоге за Юрия Канькова проголосовали 4235 избирателей (2,41%), в основном жители Иркутска. Но кандидат в своих агитматериалах не скрывал, что не ставит для себя задачу победить на выборах. Он декларировал, что важнее, чтобы избиратели не оказывали поддержку его брату.

В стиле партии

Виктор Галицков, поддержанный на выборах ЛДПР, истратил 300 тысяч рублей на агитацию, все средства для проведения кампании ему перечислила партия. И деньги были направлены исключительно на ПАМ.

Немногочисленные варианты агитматериалов были выдержаны в строгой партийной тематике в сине-желтой гамме. Кандидат в консервативном темном костюме сфотографирован на синем фоне, желтым начертано «ЛДПР». Есть варианты плакатов, где кандидат изображен решительно идущим вперед. Стоит отметить, что этот самый стиль используется уже последние три-четыре года во всех кампаниях кандидатов от Либерально-демократической партии России. Визуальное решение никак не меняется и даже не варьируется.

Видимо, представителям ЛДПР разрешается только пофантазировать в слоганах и призывах, и то не слишком отступая от партийных концепций. Так, у Виктора Галицкова в качестве основного лозунга был «Галицков придет - порядок наведет!», также использовались предвыборные посулы достаточно декларативные и популистские: «Землю - крестьянам!», «Не мешать людям работать!», «Запретить ЕГЭ».

При невысоких тратах на лиар на партийном рейтинге Галицков набрал 13800 голосов (7,85%).

Кандидат в депутаты Госдумы Сергей Беспалов (ПАРНАС) на кампанию направил 414 тысяч рублей, из них 397 тысяч - собственные средства кандидата, 17 тысяч - пожертвования граждан. Основную статью расходов составили ПАМы - 270 тысяч, оплата роликов и выступлений на телевидении потребовала 130 тысяч рублей. В предвыборных материалах кандидат призывал: «Сменим власть, чтобы жить лучше!». Любопытно, что кандидат активно занимался и просвещением избирателей, разъясняя, что если жители области не придут и не проголосуют, то исход выборов могут решить россияне, проживающие за рубежом. На этом был построен слоган «Решай, Иркутск, а то Молдавия обойти Михаила Шапова, которого под-

от малого бизнеса» и вести одинаковую пенсию - всем по 20 тысяч рублей. Свое выдвижение кандидатом в депутаты Госдумы Сергей Беспалов объяснил так: «Иду в Думу, потому что считаю, что России нужны радикальные изменения, чтобы выйти из плохой ситуации, в которой оказалась наша страна».

В ПАМах он стремился создать образ «своего парня»: фото в демократичных джинсах и рубашке без галстука. Активно критиковал действующую власть и положение в экономике и даже давал рекомендации по построению правильной внешней политики России. К слову, остальные кандидаты в депутаты ограничились в своих программах и обещаниях только внутриполитической повесткой.

Борьба за справедливость

Представительница партии «Справедливая Россия» Лариса Егорова набрала 16616 голосов избирателей (9,45%), а израсходовала на свою кампанию 3,326 млн рублей. При этом собственные средства составили 326 тысяч, добровольные пожертвования юрлиц - 3 млн. Агитация на телевидении обошлась в 801 тысячу, в печатные СМИ - 81 тысячу рублей. Печатные и иные агитматериалы стоили 1,225 млн. Оплата работ и услуг - 1,2 млн рублей.

Содержание и цветовое решение агитматериалов Ларисы Егоровой были выдержаны в строгом соответствии со стилем, разработанным для «Справедливой России» несколько лет назад. Желто-оранжевый фон баннеров и листовок, начертание бордовым основным слогана и изображение кандидата с суровым лицом. Слоганы обыгрывали ставку партии на необходимость установления некоей справедливости: «Время выбирать справедливость», «Приангарье - не кормушка!», «Егорова - это забота, характер, справедливость!».

Одна из листовок Ларисы Егоровой с призывом «Выберите не очередного жирного кота для ловли мышей в тиши Госдумы. Выбирайте свою - по рождению, по жизни, по судьбе» содержала еще и схему, как из этой листовки сделать самолетик.

Из программных вещей Лариса Егорова в кампании использовала также партийные лозунги борьбы с коррупцией, призывы к предприятиям регистрироваться и платить налоги там, где работают.

Необычный пример проведения кампании дал представитель Российской экологической партии «Зеленые» Виктор Емельянов, который по итогам выборов представил «нулевой» финансовый отчет, т.е. он открыл избирательный счет, но не наполнил его. В то же самое время в избирком Виктор Емельянов заявил два агитационных материала. Изготовил их он самостоятельно на личном компьютере и распространял бесплатно в Интернете. За Виктора Емельянова проголосовал 3061 избиратель (1,74%), больше всего поддержки он получил от иркутян (1329 голосов).

В своей листовке под названием «Экологист» кандидат рассказал о достижениях и планах, говоря о себе в третьем лице: «Нам предстоит доказать, что именно Емельянов является лучшим на 93-м округе, а «Зеленые» - на регионе». Для привлечения внимания избирателей в листовке опубликована контрольная работа семинариста подготовительного отделения Хабаровской духовной семинарии Виктора Емельянова по предмету «Христианство и литература», в которой он анализирует стихотворение Пушкина «Клеветникам России». В другой похожей по содержанию листовке уже представлено эссе лесничего.

Не вели кампанию и не представляли никаких агитматериалов Максим Евдокимов («Родина»), Александр Ильин («Партия Роста»), Лариса Казакова («Яблоко»), Чермен Хугаев («Коммунисты России»), Александр Шаповалов (самовыдвижение) и Сергей Якубов («Патриоты России»). Все они представили «нулевые» финотчеты по итогам выборов. Тем не менее и за этих кандидатов (за исключением Хугаева и Шаповалова) голосовали избиратели: Максим Евдокимов набрал 2,26% (3972 голоса), Александр Ильин - 1,39% (2441), Лариса Казакова - 2,17% (3816), Сергей Якубов - 0,97% (1712).

ЭХО ВЫБОРОВ

Advertisement for 'Экологист' (Ecologist) magazine, No. 5, featuring a photo of a young man and text about environmental issues and the 'Зеленые' party.

Advertisement for Oleg Kanykov, candidate for the State Duma, with the slogan '18 сентября 2016 День голосования За сильную Сибирь!'.

Advertisement for Sergey Besspalov, candidate for the State Duma, with the slogan 'Сменим власть, чтобы жить лучше' and 'Единая пенсия 20 000 рублей каждому'.

Advertisement for Mikhail Shapovalov, candidate for the State Duma, with the slogan 'ВЫРАЩИВАЕМ ХЛЕБ ДЛЯ ВАШИХ СЕМЕЙ!' and 'Михаил ШАПОВАЛ'.

Алёна Сабирова