



ИИП ПОЛИТИЧЕСКОЙ
СИГНУЛЯРНОСТИ

Доклад

***Анализ итогов выборов
Губернатора Свердловской области
11 сентября 2022 года:
медиа- и политтехнологические аспекты***

Директор ИИИ
«Политической сингулярности»
Я.Ю. Ширшиков

Екатеринбург
2022

Содержание

Вступление	3
Позиционирование и образы кандидатов	5
Этап выдвижения и регистрации кандидатов	9
Подбор претендентов в Совет Федерации	10
Дебаты кандидатов	12
Работа кандидатов в социальных сетях	13
Организационные мероприятия кандидатов	14
Основные нарративы кампании	16
Медиалогия кампаний оппозиционных кандидатов	17
Краткие выводы	19

Вступление

Данный доклад посвящен анализу официальных итогов выборов Губернатора Свердловской области, состоявшихся 11.09.2022, с акцентом на политтехнологические аспекты кампании и освещение данной кампании в СМИ.

Состоявшиеся выборы губернатора стали вторыми в Свердловской области после возвращения прямых выборов высших должностных лиц субъектов Федерации в 2012 году. Исходя из этого, все основные сравнения могут быть проведены лишь с выборами губернатора Свердловской области 2017 года. Сравнение с другими регионами, в которых проходят выборы высших должностных лиц 11 сентября 2022 года, представляется умеренно допустимым, но не более того, с учётом местной специфики политического процесса.

В целом, прошедшие 11 сентября 2022 года выборы губернатора Свердловской области не принесли и не могли принести никакой интриги. Их содержание и ход предвыборной «борьбы» не генерировал сколь-либо заметного количества новостей даже в сравнении с прошлыми выборами, также проходившими по максимально согласованному сценарию, так как в отличие от нынешних выборов, в 2017 году хотя бы на старте кампании присутствовала интрига с возможным участием несистемных кандидатов (одним из самых заметных нарративов выборов губернатора-2017 в Свердловской области было обсуждение перспектив участия в кампании Евгения Ройзмана). Также уступили нынешние выборы предыдущим и по числу выдвинувшихся кандидатов (всего в 2017 году выдвинулось одиннадцать кандидатов, из них зарегистрировано шестеро, против шести кандидатов, выдвинувшихся в 2022 году при пяти зарегистрированных). Очевидно, что хоть далеко не все выдвинувшиеся кандидаты проходят этап регистрации (не говоря уже о преодолении «муниципального фильтра»), однако сам факт любого выдвижения на губернаторские выборы становится отдельным медиаповодом, рассматриваемым в СМИ. Сокращение числа выдвигающихся кандидатов свидетельствует о падении интереса как к самим выборам со стороны участников политического процесса, так и о росте скептицизма по поводу доступности процедуры регистрации для потенциальных кандидатов.

Табл. 1

Сравнение показателей явки избирателей на выборах губернатора Свердловской области в 2017 и в 2022 годах

Явка на выборах губернатора в 2017 году	Явка на выборах губернатора в 2022 году
37,31% (1 269 210)	28,47% (940 546)

Табл. 2

**Сравнение результатов выборов
губернатора Свердловской области в 2017 и в 2022 годах**

№ п.п.	Субъект выдвижения (политическая партия)	Кандидат в 2017 г.	Результат в 2017 г. % (кол-во избирателей)	Кандидат в 2022 г.	Результат в 2022 г. % (кол-во избирателей)
	«Единая Россия»	Евгений Куйвашев	62,16% (788 942)	Евгений Куйвашев	65,78% (618 617)
	КПРФ	Алексей Парфенов	11,64% (147 751)	Александр Ивачев	12,9% (121 351)
	«Справедливая Россия»	Дмитрий Ионин	9,06% (114 935)	Андрей Кузнецов	9,15% (86 047)
	ЛДПР	Игорь Торошин	5,40% (68 600)	Александр Каптюг	3,17% (29 857)
	«Зелёные»	Константин Киселев	4,62% (58 649)	-	-
	«Партия пенсионеров»	Дмитрий Сергин	3,99% (50 628)	-	-
	«Новые люди»	-	-	Александр Демин	6,47% (60 883)
	Число недействительных бюллетеней (условный кандидат «Против всех»)	-	3,13% (39 705)	-	2,51% (23 648)

В протестной практике России за 2010-ые годы оформилась тенденция к порче бюллетеней недовольными избирателями, что позволяет нам с известной долей условности интерпретировать изменение количества недействительных бюллетеней на выборах губернатора как маркер колебания числа голосующих «против всех».

Помимо этого, общим показателем продолжающегося снижения интереса к выборам губернатора Свердловской области является падение показателей явки по сравнению с 2017 годом (на 328 тысяч избирателей меньше).

Позиционирование и образы кандидатов

Общая характеристика участников кампании и ключевых тезисов их программ.

1. Евгений Куйвашев. 51 год, действующий губернатор, кандидат от партии «Единая Россия». Предвыборная программа представляет собой стандартный набор «единоросса в должности»: социальная направленность бюджета на уровне 70%, развитие экономики, привлечение в регион инвестиций и так далее. Несмотря на попытки введения в программу каких-то точечных предложений, от которых, судя по всему, ожидалось появление дополнительного ажиотажа (студенческий кампус, тема завершения строительства ЕКАД) никакого дополнительного эффекта это не произвело.

Основной слоган кампании («*Урал выбирает сильных*») характеризуется привязкой к локальной идентичности. Образ кандидата Куйвашева был значительно укреплен и акцентирован в сторону привязки к локальной идентичности (Урал, «я уралец» и т.п.) за счёт клинча с телеведущим Владимиром Соловьевым, удачно проведенным на старте кампании. Побочным эффектом этого медийного столкновения также стало осторожное, частичное, неакцентированное, но всё же достигнутое в сознании части электората, позиционирование кандидата Куйвашева как условного «либерала».

2. Александр Ивачев, 34 года, вице-спикер Законодательного Собрания Свердловской области, кандидат от партии КПРФ. Предвыборная программа включает в себя требования не допустить приватизацию МУПов, пересмотреть тарифы по обороту ТКО («мусорная реформа»), помимо этого, в предвыборной риторике констатируем заигрывания с антиковидной тематикой (по данному вопросу кандидат занимает тонкую позицию: не выступая против вакцинации так таковой, подвергает жёсткой критике антиковидные ограничения, продолжая успешную практику КПРФ по эксплуатации этой повестки в 2020-2021 году). Невнятная позиция была занята кандидатом Ивачевым относительно специальной военной операции (от прямо поставленных вопросов о своём отношении к СВО на встречах с избирателями Ивачев уклонялся, сам данную тему не поднимал). Вполне возможно, что такая позиция, особенно учитывая её контраст с общей установкой федерального руководства КПРФ на поддержку СВО, является политтехнологически мотивированным шагом, направленным на абсорбацию части протестно и критически настроенных избирателей (по принципу умолчания о «сложных» для кандидата темах).

Одним из основных пунктов программы кандидата Ивачева стало требования возврата прямых выборов глав муниципалитетов.

Отдельного упоминания заслуживает основной слоган кампании кандидата Ивачева («*Вернём область свердловчанам*»). Смысл этого слогана в контексте хоть и мнимого, но формально ведущегося противостояния с действующим губернатором – выходцем из тюменской политической команды очевиден, а для тех, кто не считал этот посыл работал SMM кандидата Ивачева, прямо обозначавший «антитюменский» вектор его кампании. Однако, результаты выборов и отсутствие данной темы в публичке показало бесперспективность её эксплуатации или технологически неверный подход к её использованию со стороны кандидата Ивачева.

3. Андрей Кузнецов, 50 лет, депутат Государственной Думы, кандидат от партии «Справедливая Россия». Основой его публичной программы стала поддержка семьи, что не является не самым очевидным решением. Помимо этого, кандидат Кузнецов подчеркнуто избегал личной критики кандидата Куйвашева (*«критикую не лично, а его программу»*), что может быть истрактовано не только как аппаратно выверенная позиция, но и подача, позволяющая уйти от сложных вопросов о том, как кандидат Кузнецов оценивает собственную работу в команде Евгения Куйвашева несколькими годами ранее. Отметим, однако, что данная линия критики кандидата Кузнецова не была применена никем из его оппонентов.

Отдельно отметим, что на совместных агитационных мероприятиях (дебатах) лично кандидат Кузнецов выглядел наиболее убедительно. В сравнении с кандидатом Ивачевым, заметно поддававшимся волнению, и кандидатом Деминим, не сумевшим формулировать острые вопросы оппонентам и читавшим тезисы с листа, Андрей Кузнецов не только продемонстрировал высокий уровень дискуссии, но и выглядел наиболее авторитетно в плане личного и карьерного опыта.

Основной слоган кампании (*«За трудовой Урал»*) лежит в общей канве попыток представителей «Справедливой России» заигрывать с социально-трудовой, чтобы не сказать социалистической повесткой, однако не характеризуется конфронтационной или мобилизирующей тональностью, оставаясь пожеланием из серии «за всё хорошее против всего плохого». Помимо этого, нельзя не отметить, что из всех трёх кандидатов Андрей Кузнецов стал единственным, кто использовал не только основной лозунг (в дополнение к вышеуказанному был слоган «За семьи с детьми»). Сомнительное с точки зрения акцентуации решение, вдвойне странное в силу общей невнятности второго (запасного?) слогана. Понятен настрой штаба кандидата Кузнецова на заигрывание с избирателями, обеспокоенными вопросами поддержки семей (мамочки, многодетные родители и т.д.). В этом же поле смыслов работает и другое публичное лицо свердловской «Справедливой России» - Оксана Иванова, являвшаяся в рамках этих выборов претендентом в члены Совета Федерации от кандидата в губернаторы Кузнецова. Однако, эффективность такого решения требует проверки социологическими методами, включая фокус-группы.

4. Александр Демин, 33 года, депутат Государственной Думы, кандидат от партии «Новые люди». Для данной партии в нашем регионе участие в губернаторской кампании стало дебютом. Публично обозначаемая программа сводилась к общим установкам об обновлении власти и поддержке бизнеса, развитии доступной городской среды. Особый упор делался на требовании о корректировке законодательства в части регулирования госзакупок в сторону создания преференций для участников закупок – местных производителей (отдавать приоритет на госзаказах и тендерах местным производителям), что, безусловно требует изменения федерального законодательства и никак не связано с полномочиями губернатора. Таким образом, адресат программных позиций кандидата Демина вырисовывается наиболее чётко: предпринимательское сообщество (точнее – малый бизнес) и «молодые горожане» (условно). Столь конкретная фокусировка является наиболее технологически выверенной среди всех кандидатов в губернаторы, с тем замечанием, что кандидаты Куйвашев, Ивачев и Кузнецов, претендующие на аккумуляцию широкой поддержки избирателей, не могут позволить

себе ориентироваться в своей агитации исключительно на какую-либо одну страту электората.

Основной слоган кампании кандидата Демина (*«Голос свободных людей»*) также апеллирует к чувствам «молодых горожан», при этом, не являясь побудительно построенным призывом работает на позиционирование кандидата через навязывание констатации. С учётом нулевой узнаваемости кандидата на старте и возможным желанием выстроить неконфронтационную кампанию вполне уместное решение. Единственный неместный кандидат, Демин не стал заигрывать с *«уральскостью»* в своём слогане.

5. Александр Каптюг, 35 лет, депутат Законодательного Собрания Свердловской области, кандидат от партии ЛДПР. Наибольший статист. Программа включала в себя требования «сделать по-настоящему бесплатным образование в школах и колледжах», вернуть молодежные жилищные кооперативы, создать центр по переподготовке и обучению пенсионеров, увеличить количество машин скорой помощи в сельских поселениях, развивать дополнительное транспортное сообщение в регионе (малая авиация, узкоколейная железная дорога, речной флот). По набору требований становится очевидно, что кандидат постарался учесть возможные пожелания совершенно разнообразных страт электората: на учащуюся в вузах и колледжах молодежь и на средний возраст (родителей школьников) направлены требования про «по-настоящему бесплатное образование», на старшее поколение – предложение о создании центра профессиональной переподготовки пенсионеров, увеличение количества машин скорой помощи в сельских территориях – на жителей таких территорий. Сомнительное с технологической точки зрения решение, скорее применимое для кампании действующего главы региона, нежели оппозиционера с почти отсутствующей узнаваемостью. Вместо узко таргетированного обращения к какой-либо группе электората, которое позволило бы став «своим» для данной группы собрать хотя бы их голоса, кандидат Каптюг «растёкся мыслью по древу», не сформировав акцентированной группы поддержки среди избирателей. Особо удивляют немного потерянные пассажи наподобие «возрождения молодёжных строительных кооперативов»: агитационный эффект от подобных предложений неочевиден ни для молодых избирателей (забывших или никогда не знавших про МЖК), не для старшего поколения (знают про МЖК, но вряд ли заинтересованы в них).

Основной слоган кампании кандидата Каптюга (*«Урал – возможность для каждого»*) является максимально неконфронтационным, беззубым, не мобилизующим ради достижения какой-либо цели или преодоления негативных обстоятельств. Общая нацеленность на манкирование кампанией очевидна даже на уровне деклараций и слоганов. Отдельно отметим, что выраженная в этом слогане попытка привязки к локальной идентичности, не вызвала проявлений язвительной критики со стороны оппонентов в адрес уроженца города Могилева Александра Каптюга, что много говорит, как о незаметности данного кандидата в рамках этой кампании, так и об общем уровне «накала» страстей.

Нельзя не отметить общую для четырёх из пяти кандидатов попытку выстраивания основного лозунга с учётом привязки к локальной идентичности, «уральскости». Данное решение следует оценить как вполне уместное для нашего региона. В целом же, тематика занимаемых кандидатами публично позиций, носит печать сугубой партийной принадлежности, отстраиваясь от программных положений партий.

Единственный кандидат, выстроивший личностную конструкцию образа – Евгений Куйвашев. При этом, общий партийный тренд в предвыборной программе кандидата Куйвашева полностью соблюден. Публичные образы других кандидатов конструировались, отталкиваясь от их партийного позиционирования (за исключением, пожалуй, только кандидата Каптюга, полностью избегнувшего традиционных для ЛДПР нарративов и деклараций).

При этом, ни одним из кандидатов не сформирован чёткий образ, легко считываемый избирателями. Исключения составляют лишь Евгений Куйвашев (вполне конкретный образ как действующего губернатора) и, отчасти, Александр Демин («новичок», «свежая кровь»). Ниша протестного кандидата, занятая в 2017 году Дмитрием Иониным осталась пустующей, условный «профессор», «учёный» и т.п. (Константин Киселев в 2017 году) также отсутствует, нет и «квасного патриота», «русского ватника», каким рисовался Алексей Парфенов в 2017 году. То есть, даже на уровне визуальных образов, выборы губернатора 2022 года выглядят существенно бледнее предыдущих.

Образ семьи не раскрыт ни у одного из кандидатов, супруги и дети акцентирующе не фигурировали в публичных мероприятиях кандидатов. Единственная попытка использовать семейные образы фиксируется у кандидата Кузнецова, но она ограничена лишь регулярно повторяемой им фразой про его собственных детей. Образ семьи пока никак не используется в рамках губернаторских кампаний, несмотря на его высокий потенциал эмоционального воздействия на избирателей.

Этап выдвижения и регистрации кандидатов

Единственным кандидатом, использовавшим механизм праймериз, предсказуемо стал Евгений Куйвашев. Несмотря на довольно «кабинетный» стиль проведения этих праймериз, без дополнительного привлечения к ним публичного внимания (отсутствие хотя бы иллюзии борьбы или наличие ярких соперников претендента Куйвашева), всё же следует положительно оценить сам факт такого предварительного внутрипартийного голосования (пусть и по «закрытой» модели), особенно на фоне полного пренебрежения остальных кандидатов к данному публичному инструменту (не фиксируем даже попыток создать видимость внутрипартийной конкуренции в КПРФ, СР, ЛДПР и «Новых людях»), партийные конференции которых приняли решения о выдвижении своих кандидатов на полностью безальтернативной основе.

Отдельно, в очередной раз следует констатировать общую бессмысленность «муниципального фильтра», хоть и являющегося дополнительным внеэлекторальным инструментом контроля за ходом кампании, однако дискредитирующим всю её суть в глазах части электората. Тем не менее, следует отметить нормализацию отношения к существованию данного фактора со стороны профессиональных наблюдателей и участников выборов, связанную с эффектом привыкания к данному фактору.

Подбор претендентов в Совет Федерации

Весь медиапотенциал темы подбора кандидатов в члены Совета Федерации, предлагаемых кандидатами в губернаторы, по-прежнему не используется участниками кампании. Кадровые решения по предлагаемым претендентам на сенаторство могли бы стать независимыми новостными поводами, увеличивающими упоминаемость и узнаваемость кандидатов, фокусирующими их программные цели и декларации (за счёт привлечения в претенденты на сенаторство людей, однозначно ассоциируемых с определённой тематикой) и так далее.

К сожалению, данный инструментарий не используется кандидатами. Выбор ими претендентом в Совет Федерации крайне тенденциозен (почти везде присутствуют партийные мотивации).

Так, у кандидата от КПРФ Александра Ивачева «тройка» потенциальных сенаторов сформирована полностью из действующих депутатов Законодательного Собрания (генерал-лейтенант Тарас Исаков, директор кировградской школы Евгений Букреев и Римма Скоморохова). Относительно оправданным можно назвать лишь включение в этот список Риммы Скомороховой, являющейся руководителем областной организации «Детей войны» - один из самых мощных электоральных активов КПРФ в Свердловской области, однако ни один из претендентов не известен широкому кругу избирателей или представителям СМИ (и это при том, что все трое – действующие областные депутаты, а Скоморохова и Букреев непосредственно перед избранием в ЗС СО были также муниципальными депутатами).

Кандидат от «Справедливой России» Андрей Кузнецов сделал хороший ход с включением в список претендентов в члены СовФеда достаточно известной в Екатеринбурге православной активистки Оксаны Ивановой. Тем более хорошим шагом, что он не только позволяет задействовать медийный потенциал Ивановой, но и подчёркивает нацеленность кандидата Кузнецова на отстаивание семейных ценностей (Оксана Иванова – многодетная мать). Однако, выбор двух других претендентов также носит чисто партийно-аппаратный характер: депутат гордумы Нижнего Тагила Леонид Мартюшев и фельдшер скорой помощи из Новой Ляли Алексей Коровкин.

Сенаторская «тройка» кандидата «Новых людей» тоже не блещет интересными с точки зрения новостной повестки решениями: директор АНО «Особые люди» Татьяна Флеганова, тележурналист, актер и общественный деятель Ярослав Бородин и предприниматель Алексей Невьянцев.

Можно было бы назвать этот список скучным и максимально незаметным, если бы не набор претендентов в СовФед кандидата от ЛДПР Александра Каптюга. Тут всё сформировано исключительно по партийно-аппаратным соображениям: Владимир Корольков (многолетний член облизбиркома от ЛДПР, бывший председатель Октябрьской районной территориальной избирательной комиссии, работник аппарата свердловской ЛДПР), Кристина Рачкевич (заместитель координатора свердловской ЛДПР по идеологии), Алена Вяткина (в меньшей степени партийный функционер, но кандидат от ЛДПР на прошедших выборах в ЗС СО).

Констатируем, что этот механизм до сих пор не используется ни одним из кандидатов, хотя эти претенденты в СовФед могут быть подобраны исходя из медийного или организационного ресурса, а также более активно участвовать в кампаниях своих кандидатов.

Дебаты кандидатов

Решение о проведении дебатов на фоне очевидно выбранного администраторами выборов сценария «сушки явки» и снижения публичного интереса к выборам, носит довольно неожиданный характер. Однако, возможный риск всплеска интереса к дебатам, очевидно, нивелировался исключением совместных дебатов действующего губернатора с относительно яркими оппонентами. Дебатным «двойником» Евгения Куйвашева стал кандидат от ЛДПР Александр Каптюг, не только ставший его брётёром и проведший дебаты с ним в максимально лояльной тональности, но и не посещавший остальные дебатные сессии ровно тогда, когда их не посещал Евгений Куйвашев (чтобы сделать отсутствие последнего менее акцентированным).

Дебаты (совместные агитационные мероприятия) оппозиционных кандидатов также не были отмечены в публичном пространстве. Громких заявлений, разгромных выступлений или хотя бы запоминающихся высказываний (с потенциалом меметизации в соцсетях) не было замечено. Относительным (на общем тусклом фоне) накалом характеризовались дебаты кандидатов Андрея Кузнецова (СР) и Александра Ивачева (КПРФ), что объективно обусловлено их повышенной конкуренцией за частично пересекающийся электорат, а также немалым опытом публичных выступлений обоих. Помимо этого, можно было бы сказать, что для кандидата Александра Демина участие в дебатах, с учётом его неопытности и неготовности к подобному формату, было контрпродуктивным, если бы в рамках этой кампании дебаты были бы хоть как-то заметны.

Работа кандидатов в социальных сетях

Под стать общему неактивному характеру кампании в целом, также много лучшего оставляет желать работа кандидатов в социальных сетях. Помимо того, что ни один из кандидатов не использует все три основных площадки, используемые в настоящее время в России для коммуникации с избирателями (VK, OK и Telegram), так и активность в данных соцсетях не характерна для периода предвыборной кампании.

Наилучшие показатели в этом смысле демонстрирует кандидат Евгений Куйвашев, имеющий как наибольший охват по числу подписчиков (в VK и Telegram), так и регулярно обновляемую ленту.

Хорошую работу, с точки зрения регулярности публикаций в соцсетях, показывает также кандидат Андрей Кузнецов, однако как по количеству задействованных соцсетей (только VK), так и по числу собственно подписчиков и просмотров он сильно отстает от всё того же Евгения Куйвашева.

Отдельные кандидаты заметно злоупотребляют «ботоводством»: так, в телеграм-канале кандидата Александра Ивачева на старте кампании в июне было зафиксировано 1,7 тыс. подписчиков, тогда как на день голосования их осталось только 1,1 тыс., с несопоставимо малым количеством просмотров на постах для такого числа подписчиков (за редким исключением посты в его тлгр-канале собирают 180-290 просмотров).

Невзирая на это, следует отметить возрастающую роль социальных сетей как средства коммуникации с избирателями и СМИ. Так, для кандидата Евгения Куйвашева Telegram стал основной площадкой для презентации информации для информантств и новостных сайтов.

Организационные мероприятия кандидатов

Единственным кандидатом, организационные мероприятия которого отличались необходимым разнообразием, предсказуемо стал Евгений Куйвашев. Кандидат от «Единой России» участвовал в объездах муниципалитетов, открытии инфраструктурных объектов, посещал спортивно-массовые мероприятия (в т.ч. матчи «Урала») и так далее. В части наполнения оргповестки своего кандидата, штаб Евгения Куйвашева обеспечил его присутствие на всех, пусть и традиционных, но необходимых мероприятиях.

Кандидат от КПРФ Ивачев в части организационных мероприятий полностью ушёл в проведение встреч в районах и муниципалитетах. Собирая по 30-40 участников из числа местных жителей (кроме встреч в сентябре с участием Бондаренко и Платошкина), штаб кандидата Ивачева показал крайне низкую эффективность. В масштабах избирательного округа, равного всему региону, формат агитации в виде встреч с избирателями носит исключительно внешний эффект, тогда как реальная агитация участников таких встреч арифметически бессмысленна.

Кандидату Ивачеву удалось добиться высокой посещаемости встреч с ним лишь тогда, когда к этим мероприятиям присоединились левые деятели Платошкин и Бондаренко, сумевшие вызвать определённый ажиотаж со стороны симпатизантов КПРФ (оказавшийся недостижимым для Ивачева лично). Однако, эффект от совместных встреч также является сомнительным, ввиду очевидной расфокусировки на таких встречах и увода внимания избирателей от фигуры самого кандидата в губернаторы от КПРФ.

Кандидат от СР Кузнецов в части организационных мероприятий был замечен на проведении подворовых встреч и встреч с отдельными группами граждан, характер которых был призван подчеркнуть предвыборную программу кандидата (встречи с семьями с детьми, которым Кузнецов оказывает помощь). Следует похвалить штаб кандидата Кузнецова за уместно сдержанное отношение к подобным оргмероприятиям.

Кандидат от «Новых людей» Демин был замечен в проведении небольшого количества встреч с отдельными представителями малого бизнеса, что также недвусмысленно подчёркивает его программу.

Кандидат от ЛДПР Каптюг в проведении встреч или иных организационных мероприятий замечен не был.

Табл. 3

Сравнение числа подписчиков кандидатов в социальных сетях

(личные страницы)

	Кандидат	VK	OK	Telegram
1	Евгений Куйвашев	38 тыс. подписчиков	-	14 тыс. подписчиков
2	Александр Каптюг	9,9 тыс. друзей + 307 подписчиков = более 10 тыс. контактов	2,2 тыс. друзей	-

3	Александр Ивачев	4,4 тыс. друзей + 3,3 подписчиков = 7,7 тыс. контактов	367 друзей	1,1 тыс. подписчиков
4	Александр Демин	2512 друзей + 671 подписчик = более 3 тыс. контактов	-	-
5	Андрей Кузнецов	414 друзей + 321 подписчик = менее 1 тыс. контактов	-	-

Основные нарративы кампании

Как уже отмечалось, рассматриваемую кампанию нельзя назвать богатой на смыслы и события. Самыми упоминаемыми в СМИ событиями стали выдвижение кандидатов и подведение итогов выборов. Однако, даже на общем тусклом фоне можно зафиксировать отдельные вспышки интереса к кандидатам.

1. Самым ярким нарративом кампании стал уже упоминавшийся в докладе клинч Евгения Куйвашева с телеведущим Владимиром Соловьевым. Данная тема была максимально эффективно отработана штабом кандидата Куйвашева.

2. Вторым по числу упоминаний стал сюжет с критикой кандидатом от КПРФ деятельности Ельцин-центра. Данная тема ожидаемо вызвала как ажиотаж со стороны пользователей соцсетей, чьё мнение предсказуемо разделилось, так и была успешно транслирована множеством региональных и отдельными федеральными СМИ. Масштаб медийного звучания данной тематики даже привёл к вызову кандидатом Ивачевым кандидата Куйвашева на дебаты по вопросу дальнейшей судьбы Ельцин-центра. Политтехнологической особенностью данной темы является её обоюдная польза как для критиков ЕЦ, так и для его сторонников, так как любая из этих двух позиций, будучи прочно занята кандидатом, генерирует такому кандидату поддержку в этом вопросе со стороны определённой части избирателей. Также фиксируем попытку кандидата Кузнецова использовать данную тематику, включившись в дискуссию. Однако, его вовлечение носило несколько запоздалый характер и находилось уже в русле высказанных ранее тезисов (отработка чужой повестки).

3. Также заметным нарративом стали действия кандидата Куйвашева, связанные с исполнением им своих должностных обязанностей как губернатора: открытие завершающего этапа ЕКАД, участие в различных официальных мероприятиях, визиты в муниципалитеты и так далее. Однако, данные упоминания достигаются за счёт фактической медийной монополии штаба Куйвашева, а также объективными условиями (статусом губернатора).

4. Второй заметной линией стала попытка подать в паблице кандидата Демина как претендующего на третье, если не на второе место. Судя по обилию и одномоментности подобных публикаций (основывавшихся то на весьма сомнительных социологических исследованиях, то на весьма «проходных» и заурядных заявлениях кандидата Демина), данные публикации и оценки носили заказной и организованный характер, возможно связанный с общей установкой администраторов выборов на попытку «слепить» из кандидата Демина сильного соперника (в самых цитируемые региональные СМИ даже подсвечивался тезис противостояния «Куйвашев-Демин»). Данный нарратив имеет все признаки срежиссированного темника.

5. В отношении кандидата Ивачева самой замеченной в СМИ темой стал скандал с путницей в его доходах (супруга кандидата, сама являющаяся муниципальным депутатом сдала отчётность о доходах Александра Ивачева, противоречащую отчётности самого Ивачева как депутата на несколько миллионов рублей). Скандал с недостоверной отчётностью подчеркнул всю тему доходов семейной четы депутатов Ивачевых в целом, не гармонирующих в своих размерах (совокупно – около 18 миллионов) с образом «коммунистов-ленинцев».

6. Медийная стратегия кандидата Ивачева также ушла в сторону от основных требований, скатившись в регулярные жалобы на противодействие его агитации со стороны то «Единой России», то администраций различных уровней. Вместо попыток

донесения своей собственной повестки, кандидат Ивачева отвлекался на постоянное обсуждение давления, якобы оказываемого на него.

7. Одной из самых интригующих тем кампании стало участие виртуального кандидата «Ивана Краснова», позиционировавшегося как коммуниста. Данная тема пока остаётся нераскрытой, её интересные и перспективы туманны (не исключена вероятность дальнейшего использования образа «Ивана Краснова»).

Медиалогия кампаний оппозиционных кандидатов

Медиалогические наблюдения в рамках данной кампании по выборам губернатора Свердловской области имеют ограниченное значение, так как подсчёт частоты упоминаний во многом зависит от принятого метода в случае с анализом индекса упоминаемости кандидата Куйвашева. Если в случае с остальными кандидатами практически любое упоминание в рассматриваемый период связано с выборами, то у Евгения Куйвашева целый ряд упоминаний вызван текущей должностной деятельностью. Не отрицая того факта, что и таковые упоминания носят опосредованно предвыборный характер, тем не менее, нельзя не согласиться, что для чистоты эксперимента упоминания Куйвашева не могут являться сравнительным ориентиром. В связи с вышеуказанным, значения узнаваемости кандидата Куйвашева исключены из анализа.

В статистику включены полные месяцы периода избирательной кампании (июнь; июль; август 2022 года) и период 1-10 сентября 2022 года.

Табл. 4

Количество упоминаний кандидатов в контексте избирательной кампании в электронных СМИ, индексируемых поисковыми системами

ФИО кандидата	Июнь	Июль	Август	1-10 сентября
Ивачев А.Н.	49	39	39	79
Кузнецов А.А.	12	11	10	34
Демин А.В.	44	33	37	36
Каптюг А.Н.	28	19	20	41

Обращает на себя внимание резко возросшая упоминаемость кандидатов за 1-10 сентября в сравнении с предыдущими (полными) месяцами. Данное обстоятельство лишь подтверждает мнение о сентябрьских днях, непосредственно предшествующих выборам, как наиболее важных с точки зрения внимания СМИ.

Все кандидаты показывают устойчивую упоминаемость. На первом месте среди всех оппозиционных кандидатов в течение всего периода наблюдения находился кандидат Ивачев, что коррелирует с его лучшим результатом среди указанных кандидатов.

На втором месте в период июня-июля держался кандидат Демин, уступивший кандидату Каптюгу лишь в сентябре. В то же время, последнее место по упоминаемости стабильно сохранял кандидат Кузнецов. Столь характерная обратная ситуация (лидерование Демина «в интернете» и превалирование Кузнецова над Деминым по числу отданных голосов) хорошо характеризует основную аудиторию обоих кандидатов, преимущественные площадки для их работы, а также вполне объяснимо с точки зрения повышенного внимания электронных СМИ к партии «Новые люди» и её кандидатам, не соответствующее реальному электоральному потенциалу партии.

Краткие выводы

Общая картина выборов характеризовалась относительным спокойствием её течения, чтобы не сказать серостью. Отсутствие генерации новостных поводов со стороны всех без исключения оппозиционных кандидатов может быть истрактовано в отдельных случаях либо как «договорняк», либо как политехнологическая беспомощность.

Уровень явки заметно снизился (37,31% в 2017 г. против 28,47% в 2022 г.), что подтверждает стабильно слабый интерес избирателей к губернаторской кампании.

1. Основной проблемой с точки зрения низкого интереса является полное отсутствие хотя бы намёка на интригу результатов выборов. Нет и призрачного намёка на возможность второго тура, что в целом снижает интерес к кампании (*«всё предрешено, зачем мне голосовать»*).

2. Окончательно оформился и утвердился тренд на использование локальной идентичности (слоганы четырёх из пяти кандидатов содержат топоним «Урал» или апелляцию к чувствам землячества).

3. Дополнительного разнообразия и внимания со стороны штабов кандидатов требует формирование календаря организационных мероприятий кандидатов.

4. Не используется медийный потенциал такого механизма как выдвижение претендентов на место в Совете Федерации.

5. Ни одним из кандидатов совершенно не использовался институт доверенных лиц, что никак не может быть объяснено с точки зрения какой бы то ни было целесообразности. Полный отказ от целого инструмента работы не поддаётся адекватному объяснению.

6. Следует с сожалением констатировать низкую значимость дебатов кандидатов как вида агитации и отсутствие культуры дебатов (не только участия, но и их просмотра) как таковой. И это лишь отчасти может быть связано с общим низким интересом к данным выборам вообще. В немалой степени этот низкий интерес является следствием пренебрежительного отношения к данной форме мероприятия самих участников (отсутствие острых вопросов, продуманной стратегии атаки и защиты и т.п.)

7. Конечно, не выборы это никакие.