

По состоянию на 2021 год рынок политтехнологов сформировался и устойчив. Он стал прозрачнее, сложился институт репутации. В 1990-е, вспоминают собеседники ВГ, среди людей, считающих себя этими специалистами, было множество тех, кого следовало бы называть аферистами или авантюристами. К тому же сами пользователи услуг политконсультантов стали более разборчивыми и могут отличить действенную политтехнологию от попытки выбить больше денег. Начали появляться профессиональные сообщества, например, РАПК, которая стала одной из множества крупных ассоциаций политконсультантов. Существуют и отдельные организации для интернет-технологов.

ВЫБОР ПО ДЕФОЛТУ До так называемого «слома», середины 2000-х годов, победа кандидата на выборах действительно зависела от вложенных в политтехнологов денег и их компетентности. Но с появлением понятия «согласованный кандидат» эта корреляция стала действовать с поправками.

Существует мнение, что согласованного кандидата победить невозможно. Частично так и есть, особенно если идет речь о выборах главы субъекта федерации или важного для администрации президента (АП) округа в Госдуму. Однако на выборах региональных депутатов случаи победы оппозиционеров нередки.

На слуху остаются сенсационные результаты в Хабаровске (экс-губернатор края Сергей Фургал теперь находится под следствием) или вхождение сторонников Алексея Навального (находится в колонии, признан политзаключенным) в ряд региональных законодательных собраний или городских дум.

Некоторые согласованные кандидаты считают, что поддержка политтехнологов им не нужна: достаточно административного ресурса. Но, по словам собеседников ВГ, это утверждение далеко от правды. Исключение составляют только так называемые электоральные султаны — регионы, где волеизъявление никак не зависит от избирателя. В частности, такими считаются республики Северного Кавказа.

«Конечно, согласованным кандидатам нужны политтехнологи. Ведь задача в том, чтобы при наличии админресурса не проиграть. А без политтехнолога эти ресурсы могут быть неправильно использованы. Помешать могут иные кандидаты, у которых есть другие ресурсы, например, финансовые или протестные. Возможно, согласованным кандидатам даже больше нужны политтехнологи,— полагает член РАПК Валерий Чебеков.— Что касается электоральных султанатов, там, возможно, они нужны меньше, но все равно, помимо результата, нужна и легитимность. Люди заметят, если избирательной кампании не было или она была слабой». По субъективным оценкам участников рынка, шанс несогласованного кандидата на избрание — 10%.

ЦЕНА РЕПУТАЦИИ Ранее избирательные кампании были короче, и политтехнологи набирали работу количественно. Активные агитационные периоды длились три-четыре месяца. Но в 2004 году был введен Единый день голосования (ЕДГ), и кампании стали длиться по шесть-девять месяцев. За счет увеличения продолжи-

тельности работы увеличилась и ее цена. Стоимость каждой избирательной кампании зависит от специфики региона, соперников и множества других факторов. При этом политтехнологи полагают, что для успешного прохождения округа на выборах в ЗакС Петербурга достаточно 10–20 млн рублей. Но есть и те, для кого с учетом долгой работы на округе, например, многолетних депутатов, «прикармливающих» избирателей, хватит и 3 млн рублей.

Согласно данным финотчетов кандидатов, прошедших в ЗакС Петербурга в сентябре, более 3 млн рублей среди одномандатников потратили только четыре человека из 25. Больше всех — лидер «Новых людей» Дмитрий Павлов, который вложил 7,8 млн рублей официально.

ЭЛЕКТОРАЛЬНОЕ ЗАТМЕНИЕ Несмотря на описанные источниками ВГ позитивные изменения в профессии, избирательная кампания в Петербурге показала, что методы грязной политической борьбы из 1990-х все еще в ходу. Наиболее ярким примером, получившим всероссийскую и даже мировую известность, стали двойники депутата «Яблока» Бориса Вишневецкого, под выборы сменившие свои имена и фамилии на его, оставив лишь отчества.

К подобным схемам прибегают нечистоплотные политтехнологи. Однако, вопреки расхожему мнению, специалистов в этой области не существует. «Любой технолог должен быть универсальным и владеть всеми инструментами. Все, кто называет себя специалистом по черному пиару,— махровые жулики»,— утверждает Петр Быстров.

Сам по себе черный пиар, по мнению собеседников ВГ, это скорее «развод кандидата на деньги», нежели необходимая часть избирательной кампании: выборы в большинстве случаев выигрываются грамотным позиционированием кандидата. Не все политтехнологи могут с этим справиться, и за пару недель до дня голосования появляются «сомнительные личности», которые позиционируют себя специалистами по черному пиару и хотят заработать.

Политтехнолог и политический психолог Александр Ершов отмечает, что применяемые против оппозиции черные PR-технологии являются показателем отсутствия у провластных сил полной уверенности, что все решится в их пользу. «В наши дни отдельной должности черного технолога не существует. Есть политтехнологи, которые склоняются к подобным практикам. На прошедших выборах в ЗакС такого было много. Но меня это порадовало: когда подобные методы применяют против оппозиционного кандидата, значит, с избирателями не все решено»,— подчеркивает он.

Идеологические предпочтения, по мнению господина Ершова, могут мешать работе. «Сейчас рынок политтехнологий сужается — начиная с введения ЕДГ. Партийные предпочтения, если предлагают хорошую сделку, не учитываются. К тому же политтехнологи — циники. Это такая профдеформация, которая не дает им отнести себя к какой-либо идеологии. Если идеология есть, то возникают некие шоры, которые не дают возможности объективно смотреть на результат применения собственных технологий»,— заключает эксперт. ■

АВТОДИЛЕРЫ



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

- 1. **ВАДИМ АРУСТАМЯН**, председатель совета директоров ГК «Максимум»
- 2. **ЕВГЕНИЙ ВОЙТЕНКОВ**, региональный директор АО «Автодом»;
- АНТОН СОЛДУНОВ**, генеральный директор компании «Петровский»
- 3. **АЛЕКСАНДР ИВАНОВ**, председатель совета директоров ГК Wagner;
- РОМАН СЛУЦКИЙ**, генеральный директор «Аларм-Моторс»

В ГОЛОСОВАНИИ ТАКЖЕ УЧАСТВОВАЛИ

- ОЛЕГ БАРАБАНОВ**, управляющий ООО «Автохолдинг РРТ»
- АЛЕКСЕЙ БЕЗОБРАЗОВ**, генеральный директор «Аксель Групп»
- МАКСИМ ВИРЧЕНКО**, генеральный директор ООО «Рольф Эстейт Санкт-Петербург»
- СЕРГЕЙ ЕГАНОВ**, генеральный директор ООО «Группа компаний „Мега-Авто“»
- АЛЕКСАНДР КВЯТКОВСКИЙ**, с мая 2021 года — генеральный директор ГК «Авангард»
- ВАСИЛИЙ МАРУШКО**, до ноября 2021 года — генеральный директор АО «Евросиб-Авто-УК», с ноября — директор по развитию проектов АО «Евросиб-Авто-УК»
- СЕРГЕЙ МОРЕНКОВ**, председатель совета директоров ГК «Стратегия Рост» (включает «Автополе»)
- ВЛАДИСЛАВ РЫДАЕВ**, генеральный директор ООО «„Терра-Авто“ КЦ»
- ЮРИЙ СИНКЕВИЧ**, совладелец ГК «Автопродикс»
- АЛЕКСЕЙ ШАПКИН**, директор дивизиона 1-й категории «Ключавто»

КАНДИДАТУРЫ, ДОБАВЛЕННЫЕ УЧАСТНИКАМИ ПРОЕКТА В ХОДЕ ГОЛОСОВАНИЯ

- ВАЛЕНТИН АНКУДИНОВ**, владелец ГК «Форсаж»