

Единый день ГОЛОСОВАНИЯ **Обновление**

Выпуск № 4

Граждане
Перспективы **Задачи и приоритеты**
Точки роста **Самоотдача** Зеленая папка
Порядочность **Команда** Дорожная карта
Качество Открытость Консенсус
Ответственность **Профессионализм**
Обновление Компетенции
Эффективность **Порядок**
Образ будущего Дело жизни
Вперед Технологии Результаты
Динамика **Диалог**
Вызовы

СОДЕРЖАНИЕ

НОРМАТИВЫ ГТО	6
ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ	8
НА ОДНОМ ЯЗЫКЕ	10
ШЕРШАВЫМ ЯЗЫКОМ ПЛАКАТА	14
URBI ET ORBI: АГИТАЦИОННЫЕ ФОРМАТЫ	17
КОРОТКИЕ ВСТРЕЧИ И ЗЕЛЕНАЯ ПАПКА	24
ЦИФРОВОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ	29
ОГОНЬ ПО ШТАБАМ	30
ПРАЗДНИК, КОТОРЫЙ ВСЕГДА С ТОБОЙ	31
«ОБРАЗ БУДУЩЕГО» В ПРЕДВЫБОРНЫХ ПРОГРАММАХ КАНДИДАТОВ	32
«КАЧЕСТВЕННЫЙ ПЕРЕХОД»	33
ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА	34
ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА РАБОТЫ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ	37
ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ	37
КАЧЕСТВО ЖИЗНИ В СЕЛЬСКОЙ МЕСТНОСТИ	39
КАЧЕСТВО СРЕДЫ ДЛЯ ЖИЗНИ	40
КАЧЕСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И РАЗВИТИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА	40
КАЧЕСТВО ЗДРАВООХРАНЕНИЯ	41
КАЧЕСТВО ЖИЗНИ ОТДЕЛЬНЫХ КАТЕГОРИЙ ГРАЖДАН	42
ВТОРЫЕ НОМЕРА	43
ПРИЛОЖЕНИЕ № 1. Слоганы избирательных кампаний кандидатов, победивших на выборах глав субъектов Российской Федерации 10 сентября 2017 года	44

Фото взяты из открытых источников в сети Интернет.

В том числе, www.facebook.com/mikhail.vinogradov1

НОРМАТИВЫ ГТО

16 мандатов
глав субъектов
Российской Федерации

4,5 кандидата
на один мандат

≥5 кандидатов в бюллетене
в половине субъектов

.....

16 кандидатов
от «Единой России»

16 кандидатов
от ЛДПР

14 кандидатов
от КПРФ

9 кандидатов
от «Справедливой России»

17 кандидатов от 9 малых партий
(изначально было выдвинуто 48 кандидатов
от 21 малой партии, но более половины
не смогли пройти регистрацию или
отказались от участия в ходе кампании)

СРЕДИ ВРИО ГЛАВ СУБЪЕКТОВ, УЧАСТВОВАВШИХ В ВЫБОРАХ:

1

«зубр»,
возглавляющий
область с 1993 года

4

губернатора «пятилетней выдержки»,
назначенные в 2012 году, для которых ЕДГ-2017 фактически
стал первым испытанием общественным мнением

11

**НОВЫХ
кандидатов,**
из них:

4

«одногодка»,
назначенных на пост врио
глав субъектов в 2016 году

7

«спринтеров»,
назначение которых прошло
зимой-весной 2017 года

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

В результате выборов 10 сентября 2017 года произошло значительное обновление губернаторского корпуса. Не только в плане лиц, но, прежде всего, в плане подходов к развитию и качеству жизни на местах. Президент и избиратели в 11 регионах поддержали новых глав, в 5 регионах главы переизбраны на новый срок.

Несмотря на различия в возрасте и предшествующих биографиях, избранные главы оказались представителями одного политического поколения, командой людей, разделяющих общие подходы и картину миру.

Ключевыми чертами нового политического языка, отражающего трансформацию подходов, являются:

- роль диалога, консенсуса, сотрудничества во взаимодействии с гражданским обществом, на практике воплощающееся в активное вовлечение граждан в выработку и принятие решений о развитии региона, участие НКО в повышении качества социальных услуг и др.;
- убежденность в эффективности современных коммуникационных и управленческих технологий для обеспечения развития регионов, что уже дает плоды в отдельных отраслях (здравоохранение – «Бережливая поликлиника», экономика – информационная система «Лес» в Кировской области и др.);
- полная самоотдача, заставляющая по 7 дней в неделю разбираться с застаревшими проблемами регионов;
- требовательность к себе и другим, запрос на порядок;
- запрос на перемены, на движение вперед;
- динамизм, который они пытаются придать и развитию регионов;
- оптимизм, четкое видение путей развития, образа желаемого будущего и уверенность в своих силах его реализовать.

Обновление подходов, новое видение, достаточно ярко отражающееся в языке и программах избранных глав субъектов, в первую очередь, предопределяет их понимание ключевых вызовов регионального развития и ответов на них.

Критерии успешности региона для большинства молодых губернаторов такие же, как и при оценке успешности своего поколения – раскрытие его возможностей, успешная самореализация его жителей и современный уровень жизни. Речь больше не о преодолении проблем и обеспечении элементарной стабильности – курс взят на будущее, на экономическую успешность и рост качества жизни.

В программах победивших кандидатов на основе передового зарубежного опыта и современных подходов предложены инициативы по основным направлениям:

- Качество жизни на местах, качество среды;
- Качество жизни в сельской местности;
- Качество жизни молодого поколения, молодых родителей;
- Качество жизни для «третьего возраста», активное долголетие;
- Современное качество образования и развитие человеческого капитала;
- Качество и доступность здравоохранения;
- Качество социальной поддержки нуждающихся;
- Качество жизни людей с ограниченными возможностями.

Обеспечение роста качества жизни ставится в программах кандидатов в зависимость от нескольких блоков решений:

1. Развития экономики региона за счет новых технологий, привлечения инвестиций, снижения барьеров для малого и среднего бизнеса, интенсификации производства и расширения рынка сбыта региональной продукции;
2. Эффективности государственного управления;
3. Повышения качества работы местного самоуправления;
4. Соучастия граждан в управлении развитием.

Кандидаты в губернаторы, поддержанные Президентом, выигрывают в качестве программ у своих основных оппонентов, набравших более 15 %. Они предложили конкурентный и востребованный образ будущего и пути его достижения.

Показали кандидаты с приставкой врио и способность оперативно решать возникающие несистемные проблемы на местах, разбирая с Президентом материалы «зеленой папки».

О языке и программах кандидатов, а также об особенностях агитации в избирательной кампании сезона 2017 года читайте далее в совместном докладе ЭИСИ и НИЦ «Особое мнение».

На одном языке

Анализ интервью, выступлений и агитационных материалов избранных губернаторов показывает, что говорят они на одном политическом языке, отражающем важнейшие трансформации принципов коммуникации, общественного сознания и картины мира российского политического класса. Этот язык и самосознание стирают поколенческие границы и различия «трудового пути».

Одной из ярчайших черт современного политического языка стала его **склонность к порождению мемов**, подхватываемых медиа и сетями ярких образов и случайных шуток. Такие образы четко маркируют интенции новых губернаторов и отражают их картину мира. Они делают язык столь же динамичным, как современная жизнь. Такие тезисы легче достигают адресата, задавая тон восприятия главы региона.

И в этом плане возраст не так важен для определения нового поколения политиков, в котором А.А.Евстифеев и А.А.Алиханов гораздо ближе, чем можно предположить. Первый в День космонавтики заявляет на заседании Правительства Марий Эл: «...из космического у нас только долги» ¹, а местным предприятиям, задерживающим зарплаты, напоминает, что «рабов у нас нет» ². «Сарай, да?» – емко характеризует А.А.Алиханов состояние аэропорта Храброво и жестко контролирует сроки ввода в эксплуатацию нового терминала, а также обещает сделать Калининград «конфеткой мирового масштаба» ³.

Можно вспомнить, как И.В.Васильев охарактеризовал свою первостепенную задачу на посту врио главы Кировской области как НЭП – «наведение элементарного порядка» ⁴. Максим Решетников называет свою избирательную кампанию «классной штукой», а его коллега Александр Бречалов характеризует соседнюю Удмуртию как «очень компактную республику».

¹ <https://regnum.ru/news/2262383.html>

² https://lenta.ru/articles/2017/07/25/medici_go_away/

³ <https://www.newkaliningrad.ru/news/politics/11613566-ya-novoe-pravilo-nastoyashchee-intervyu-vriogubernatora-antona-alikhanova.html>

⁴ <https://ria.ru/interview/20160810/1474015808.html>

В новом политическом языке четко прослеживается изменение представления о роли гражданского общества в политике и управлении. Все больше сторонников завоевывает **идея вовлечения, диалога, консенсуса**. В слоганах кампаний также присутствуют слова «диалог» и «вместе» (кампании А.А.Алиханова, И.В.Васильева, В.Д.Волкова, Н.В.Любимова, А.С.Никитина, Д.В.Овсянникова, М.Г.Решетникова). Пожалуй, только бывший прокурор, руководивший долгое время Федеральной службой судебных приставов, А.О.Парфенчиков употребляет довольно часто слово «население», столь ярко подчеркивающее границы между госслужбой и гражданами, строгую функциональность взаимодействия. «Работа с населением», «объяснять населению» – характерные обороты для нового главы Республики Карелия.

Большинство из них – новые лица для возглавляемых ими теперь регионов. Им приходится выстраивать отношения с местными элитами. Сигнал, который они посылают зачастую в интервью и выступлениях, о том, что элитам придется поступиться частью своих интересов, если они противоречат задачам развития региона. Сигнал этот кодируется как «компромисс» и «консенсус».

М.Г.Решетников: *«Невозможно быть технократом в чистом виде, управляя таким крупным регионом. Технократический или, вернее, технологический подход – это абсолютно правильные, верные решения, но это не совсем то, чем приходится заниматься губернатору. Идеальных решений здесь нет, надо учитывать баланс интересов, искать компромисс».*

А.О.Парфенчиков: *«Моя «задача – развитие политического консенсуса в республике».*

Учитывая, что ключевым моментом контрпропаганды оппонентов врио становится их чуждость по происхождению, в их языке прослеживаются **попытки «укоренения» в регионе**. Так, например, жена А.С.Цыденова, родившегося в Забайкалье, на границе с Бурятией, настояла на том, чтобы он начал учить бурятский язык, и осваивает местную кухню и традиции ⁵. Д.В.Овсянников вспоминает, что его отец служил в Севастополе. А.В.Бречалов заявил, что его дети уже рассматривают для поступления вузы Ижевска ⁶. И.В.Васильев строит кампанию под слоганом «Вместе сделаем Кировскую область сильной».

Интересную в этом отношении тактику избрал А.А.Алиханов, одновременно выдвинув из пространства дискуссии тему «варяга» и актуализировав один из важнейших аспектов регионального самосознания – переживание эксклавности, заявив: «Мы – Россия».

Новые главы, действительно, **технократы**. Они верят в силу технологичных подходов и возможность хороших решений.

5 <http://www.baikal-media.ru/news/society/342289/>

6 <http://www.rbc.ru/politics/31/05/2017/592d37549a79470b3b4eac4d>

Особенно для выходцев из бизнес-среды таких, как А.В.Бречалов и А.С.Никитин, характерно использование московского бизнес-арго, возможно, не совсем адекватного для региональной политики. Но не чужды ему и молодые представители федеральной бюрократии вроде Д.В.Овсянникова, А.А.Алиханова и А.С.Цыденова. «Дорожная карта», «точки роста», «компетенции», «летает – не летает», «разделять задачи и приоритеты», «управленческие звенья» стали притчей во языцех для СМИ субъектов.

Что характерно, избранные главы – **трудоголики, требующие полной отдачи в работе от себя и членов своей команды**. Так, А.А.Евстифеев поселился не в загородной резиденции, а в городе, ближе к работе ⁷, а на вопрос журналистов об отношении к алкоголю ответил: «На протяжении последних нескольких месяцев я работаю без выходных – семь дней в неделю. По-моему, ответ очевиден» ⁸. М.Г.Решетников, описывая свой график работы в Пермском крае, отмечает: «Раньше я старался освобождать выходные, чтобы побыть с семьёй, заняться спортом, погулять, посмотреть сериалы. Сейчас пока не получается. Я говорю, что это временно, потому что неправильно. Моя жена подтверждает: «Ну да, так уже длится 10 лет...» ⁹. А.С.Цыденов привык работать «весьма напряженно», «насыщенно», «в Бурятии тоже сразу включился по полной программе». «У меня свой режим, который и в Улан-Удэ не изменился. Утром встал, в машину сел и – на работу. Вечером домой вернулся. Так и живем...» ¹⁰. Д.В.Овсянников описал изменения своего образа жизни после назначения на пост врио главы Севастополя: «Стал еще динамичнее, чем в Москве... Постоянно находишься в рабочем режиме, в тонусе». А.В.Бречалов: «Не потому, что в субботу хочется работать. А потому, что для разбора ключевых проектов или проблем необходимо время, когда тебя никто не отвлекает» ¹¹.

Способность работать в таком графике, выкладываться «по полной» – первое требование к членам команды. Вообще, **идея команды и командной работы** ясно прослеживается у новых глав регионов. Другими наиболее характерными требованиями к ее членам является **профессионализм, наличие собственного видения и мнения, ответственность и порядочность**. Д.В.Овсянников даже внедрил оценку профессионализма по методике 360 градусов, когда принимается во внимание мнение всех контрагентов. И.В.Васильев привлек кировские вузы к формированию кадрового резерва: «...порядочность и профессионализм. Именно в такой последовательности. Порядочности научить нельзя, это должны были привить родители, а профессионалов мы можем вырастить» ¹². А.О.Парфенчиков предлагает работать «в системе прозрачной, очень персонифицированной ответственности за каждую точку, за каждый формат поручения, за каждое предложение» ¹³. Ключевые требования

⁷ <http://tass.ru/opinions/region-officials/4506883>

⁸ <http://potokmedia.ru/news/22818/>

⁹ <https://www.newsko.ru/articles/nk-3906182.html>

¹⁰ <http://tass.ru/opinions/region-officials/4473786>

¹¹ <http://tass.ru/opinions/interviews/4260151>

¹² <http://tass.ru/opinions/interviews/3542015>

¹³ <https://newizv.ru/interview/24-04-2017/artur-parfenchikov-vsegda-vystupayu-za-to-chtoby-dogovarivatsya>

к команде А.С.Цыденова: желание работать, «бежать изо всех сил» и профессиональный опыт. «Люди, которые своим приездом делают мне одолжение, тут точно не нужны» ¹⁴. Он заявляет о готовности работать с местными кадрами, вне зависимости от клановой принадлежности в республике – ключевое условие отсутствие криминального прошлого и профессионализм ¹⁵. М.Г.Решетников описывает свои критерии, предъявляемые к членам команды: «...имеют собственное мнение и умеют быть частью команды, разделяют одинаковые ценности. Понимают, что должны отстаивать своё мнение ровно до тех пор, пока не принято решение, а дальше уже вместе с командой добиваться общего результата. Или уйти из команды. Никаких других критериев при отборе сотрудников я не признаю» ¹⁶.

Жесткий график не вгоняет их в депрессию. Наоборот, это **оптимисты и идеалисты**, люди, находящие удовольствие в работе, воодушевленные новыми вызовами, масштабами стоящих перед ними задач. Это очень близко по эмоциональности языка к использованию превосходных степеней в речи Д.Трампа, о которой мы писали ранее в докладе о современном популизме ¹⁷.

А.С.Цыденов: «Я до безобразия счастливый человек, иногда это даже пугает», «...Такая грандиозная задача передо мной стоит, такой вызов, этот супердрайв стимулирует, окрыляет» ¹⁸.

А.В.Бречалов: «У меня есть только один интерес — это Удмуртия. Сейчас это дело всей моей жизни» ¹⁹.

А.А.Алиханов: «Скажу, чего бы мне здесь хотелось добиться. А именно: сделать действительно что-нибудь великое для этого региона» ²⁰.

А как видят «великое для региона» и стоящие перед ними задачи новые главы субъектов – читайте далее в разделе «Образ будущего» в предвыборных программах кандидатов».

14 <https://www.kommersant.ru/doc/3241434>

15 <https://www.baikal-daily.ru/news/19/242224/>

16 <https://www.newsko.ru/articles/nk-3906182.html>

17 <https://t.me/eisragenda/5>

18 <https://www.baikal-daily.ru/news/19/242224/>

19 <http://www.rbc.ru/politics/31/05/2017/592d37549a79470b3b4eac4d>

20 <https://www.newkaliningrad.ru/news/politics/11613566-ya-novoe-pravilo-nastoyashchee-intervyu-vriogubernatora-antona-alikhanova.html>

Шершавым языком плаката

Несмотря на различия, определяемые спецификой регионов и предвыборной борьбы, личными характеристиками кандидатов, в политической рекламе сезона 2017 года можно отметить ряд общих черт, которые позволяют говорить о важных изменениях в современном политическом языке:

1. Соответствие тренду на обновление, общественному запросу на перемены, в том числе и кадровые. Среди наиболее ярких примеров можно выделить:

- Кампанию А.С.Цыденова (Республика Бурятия) под слоганами «ВРЕМЯ ПЕРЕМЕН» и «ПУТИ ОТКРЫТЫ»;
- Агитационные материалы А.А.Алиханова (Калининградская область) со слоганом «ПЕРЕМЕНЫ К ЛУЧШЕМУ»;
- Слоган кампании Н.В.Любимова «ЗА обновление Рязанского края!»;
- А.А.Евстифеев (Республика Марий Эл) – «ВЫБОР НОВОГО ПУТИ!»;
- Д.В.Овсянников (Севастополь) – «СОЗДАДИМ НОВОЕ, СОХРАНЯЯ ЛУЧШЕЕ!»;
- Е.С.Савченко (Белгородская область) – «ЧЕРЕЗ ПЕРЕМЕНЫ К НОВОМУ КАЧЕСТВУ ЖИЗНИ»;
- В.Д.Волков (Республика Мордовия) – «ВМЕСТЕ, ШАГ ЗА ШАГОМ, СДЕЛАЕМ ЛУЧШЕ ЖИЗНЬ КАЖДОГО»;
- В.В.Радаев (Саратовская область) – «ТОЛЬКО ВПЕРЕД».

Идея перемен и движения вперед прослеживается в большинстве кампаний, что очень созвучно ранее описанным ЭИСИ трендам ²¹.

2. Презентация «образа будущего» регионов: как общего курса на развитие и движение вперед, так и конкретных, исчисляемых процентами и цифрами стратегических планов преобразований, например:

- Е.В.Куйвашев (Свердловская область) – «10 сентября – старт пятилетки развития»;
- Д.В.Овсянников (Севастополь) – «КУРС НА РАЗВИТИЕ»;
- М.Г.Решетников (Пермский край) – «РАЗВИТИЕ КРАЯ В ИНТЕРЕСАХ ЛЮДЕЙ!»;
- А.О.Парфенчиков (Республика Карелия) – «ПОРЯДОК. РАЗВИТИЕ. РЕЗУЛЬТАТ.»;

²¹ <https://t.me/eisragenda/5>

3. Открытость и готовность к диалогу, отличающие управленцев новой волны. Многие из новых губернаторов в ходе кампании успешно опробовали современные, технологичные форматы взаимодействия с гражданским обществом, что нашло отражение в предвыборных месседжах:

- А.В.Бречалов (Удмуртская Республика) – «РЕГИОН, ОТКРЫТЫЙ ДЛЯ ИНИЦИАТИВ: СОЦИАЛЬНЫХ, ГРАЖДАНСКИХ, ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ»;
- М.Г.Решетников (Пермский край) – «УПРАВЛЯЕМ ВМЕСТЕ – ДОБИВАЕМСЯ РЕЗУЛЬТАТА!»;
- Н.В.Любимов (Рязанская область) – «СЛЫШАТЬ КАЖДОГО – РАБОТАТЬ ДЛЯ ВСЕХ!»;
- А.С.Никитин (Новгородская область) – «ДИАЛОГ. РАЗВИТИЕ. БЛАГОПОЛУЧИЕ».

Ключевыми словами нового политического языка стали «перемены», «развитие», «открытость», «диалог».

В условиях низкой стартовой известности и отсутствия опыта работы в регионе у большинства кандидатов кампании не могли проходить в отчетно-выборном режиме: «верьте делам», «отчитаемся о сделанном» или просто «За Имярека!». Новые для регионов лица должны были в сжатые сроки представиться и «прописаться». Кстати, с этим связан и еще один тип агитационных слоганов с упоминанием названия региона, характерный для тех кандидатов, кто находился на посту врио более года.

При этом от образов перемен не ушли и губернаторы, избирающиеся на второй и более сроки, в том числе один из политических старожилов Е.С.Савченко, чья кампания «Через перемены к новому качеству жизни» была реализована в динамичном современном дизайне.

Интересный срез дает анализ контента такого традиционного уже формата, как «трехсоставные слоганы», оказавшегося, кстати, более характерным для так называемых «молодых технократов»:

- «ПОРЯДОК. РАЗВИТИЕ. РЕЗУЛЬТАТ.» – в А.О.Парфенчиков в Республике Карелия,
- «ЗАКОН. ПОРЯДОК. РАБОТА.» – в А.А.Евстифеев в Республике Марий Эл ²²,
- «ДИАЛОГ. РАЗВИТИЕ. БЛАГОПОЛУЧИЕ.» – А.С.Никитин в Новгородской области,
- «КОНТРОЛЬ. ПОРЯДОК. ДЕЛО.» – Д.Ю.Миронов в Ярославской области.

В этих четырех слоганах слово «порядок» повторено трижды, что стало ответом на общественный запрос, прежде всего, тех регионов, в которых особенно актуальна

²² В Республике Марий Эл отмечено использование кандидатом от «Единой России» двух слоганов, причем из разных групп.

антикоррупционная повестка. Слово «развитие» – дважды. А слово «работа» в его вариациях («результат», «работа», «дело») – трижды, что подчеркивает личные ориентации новых губернаторов – трудоголиков по характеру и привычкам.

Качество политической рекламы – четкость меседжей и технологичность подачи – в целом коррелирует с результатами выборов. Рекламный дизайн – динамичный и привлекательный – стал неотъемлемой частью политического языка. Кандидаты, чьи избирательные штабы сумели уйти от штампов и предложить избирателям яркие и понятные образы – в наружной рекламе, раздаточных материалах, Интернет-агитации и видеороликах – стали лидерами голосования (А.А.Евстифеев – 88 %, А.С.Цыденов – 87 %, А.А.Алиханов – 81 % голосов).

Urbi et orbi: агитационные форматы

В кампаниях сезона 2017 использовались различные агитационные форматы, как достаточно традиционные, так и новые, связанные с развитием Интернет-коммуникаций:

1. агитационно-пропагандистские печатные материалы (газеты, буклеты, брошюры, листовки и пр.);
2. крупные уличные форматы (билборды, сити-форматы, граффити, транспортная реклама, кубы и пр.)
3. политическая реклама в СМИ (ТВ- и радио-ролики и пр.);
4. формы агитации в интернете: личный сайт кандидата, видеоролики (включая и вирусные), форматы для соцсетей и мессенджеров, ведение каналов в Телеграм и пр.;
5. участие в совместных публичных мероприятиях в рамках кампании (дебатах);
6. работа через лидеров общественного мнения и пр.

Содержание существенно различалось в агитационных материалах врио глав субъектов, тех кандидатов, кто участвовал в избирательной кампании в интересах увеличения собственной или партийной узнаваемости, например, в преддверии региональных выборов, и совсем слабых, технических кандидатов.

Также на старте кампании логично было предположить, что избирательные стратегии и использование пропагандистских форматов будут отличаться в зависимости от времени пребывания в должности. Однако анализ опроверг это предположение. Новые губернаторы оказались частью одного политического поколения.

Билборды, хотя и являются одним из традиционных агитационных форматов, имеют ряд ограничений при использовании: во-первых, их стоимость весьма высока, во-вторых, в силу ограниченной площади на них сложно разместить большой объем информации, в-третьих, у них недостаточный охват и глубина контакта по сравнению с большинством других современных форматов. По этим причинам они чаще применяются для имиджевого продвижения и на них попадает только «самое необходимое»: образ, продвигаемый кандидатом, его символика и слоган/лозунг.

Большинство кандидатов от партии власти предпочли отказаться от активного использования больших уличных форматов. Однако есть и исключения, полярно отличающиеся по ведению уличной агитационной кампании. Стратегию тотального агитационного доминирования посредством уличных агитматериалов в тех или иных аспектах избрали врио руководителей Республики Карелия, Пермского края, Саратовской и Свердловской областей. В ряде случаев эта стратегия реализовывалась максимально



демонстративно: Максим Решетников, врио главы Пермского края, разместил около 350 рекламных щитов (билбордов) различных размеров; так же поступили Евгений Куйвашев, Артур Парфенчиков (три тематических волны билбордов) и Валерий Радаев.

Другой полюс в подходе к ведению агитационной кампании представляют врио главы Удмуртской Республики Александр Бречалов и врио главы Томской области Сергей Жвачкин: первый отказался от использования билбордов ²³, второй – от размещения на них своего портрета.

Достаточно характерная черта кандидатов, переизбирающихся на новый срок, уверенных в своих позициях, – работа на повышение осведомленности о выборах, на явку. Так, например, сайт с названием «выборы губернатора Белгородской области» было оплачен из избирательного фонда Евгения Савченко. А Сергей Жвачкин в Томской области выпустил ряд агитматериалов под слоганом «Приходи и решай» – слоганом информационной кампании местного избиркома.

Необходимо также отметить, что в рамках исследуемой кампании практически все кандидаты от партии власти – за исключением Бречалова и Жвачкина – использовали на своих билбордах собственный образ (портрет).

Большинство кандидатов от «Единой России» избегали использования в своих агитматериалах партийной символики. Логотипы партии присутствовали на АПМ только у глав Мордовии, Удмуртии, Белгородской, Рязанской, Саратовской ²⁴ областей и Севастополя, при этом губернатор Белгородской области Евгений Савченко использовал символику ЕР не на плакатах, газетах и билбордах, а при оформлении помещений для встреч с гражданами ²⁵. Как правило, использовали партийную символику в агитационных материалах врио глав регионов, в которых «Единая Россия» показала хорошие результаты на последних выборах в Государственную Думу.

²³ <https://www.kommersant.ru/doc/3386049>

²⁴ Врио главы Саратовской области Валерий Радаев даже на встречах с жителями области ходил в одежде с символикой партии, что привело к жалобе главе ЦИК России – <http://volks-news.ru/index.php/component/k2/item/2518-pamfilovu-poprosili-initsiirovat-otmenu-registratsii-radaeva-na-vyborakh-gubernatora>

²⁵ https://www.youtube.com/watch?time_continue=203&v=3L_6ifDnsjs



Кандидаты от парламентской оппозиции, напротив, активно опирались на партийные бренды, используя символику и образы партийных лидеров в агитационной продукции. Так, ЛДПР распространяла ролики с Владимиром Жириновским, рассказывающим о качествах того или иного кандидата от партии в субъектах ²⁶.

В Севастополе можно было увидеть и иной подход к использованию наружной агитации: рядом с традиционными для Крыма билбордами с портретами Президента В.В.Путина были размещены билборды в той же стилистике с портретом и слоганом врио губернатора Севастополя Дмитрия Овсянникова.

Технологически можно выделить три группы слоганов провластных кандидатов:

1. Трехсоставные (как, например, «Порядок. Развитие. Результат» – в Карелии; «Закон. Порядок. Работа» – в Марий Эл; «Диалог. Развитие. Благополучие» – в Новгородской области; «Контроль. Порядок. Дело» – в Ярославской области).
2. Символизирующие скорое лучшее будущее (как, например, «Пути открыты» – в Бурятии; «Выбор нового пути» – в Марий Эл; «Развитие края в интересах людей» – в Пермском крае; «Мы сможем больше» – Калининградская область; «Создадим новое, сохраняя лучшее» – Севастополь; «Только вперед» – Саратовская область; «Старт пятилетки развития» – Свердловская область; «Через перемены к новому качеству жизни» – Белгородская область; «Вместе, шаг за шагом, сделаем лучше жизнь каждого» – Мордовия). Все они, так или иначе, обыгрывают идею движения «вперед» и улучшения жизни.
3. Региональные (как, например, «Мы – Россия» – Калининградская область; «Сибиряки не обещают. Они делают» – Томская область; «Вместе сделаем Кировскую область сильной» – Кировская область; «Урал достоин быть лидирующим регионом России» – Свердловская область; «Команда Удмуртии», «Инвестируй в Удмуртию» – Удмуртская Республика).

²⁶ См., например, https://www.youtube.com/watch?v=0bU_9MuxqGY&t=1s



Интересно, что слоган кампании Н.В.Любимова составлен из двух слогов «Единой России», использовавшихся во время избирательной кампании на выборах в Государственную Думу-2016: «Слышать голос каждого – наша обязанность» и «Действовать в интересах людей – наша задача».

Кандидаты от оппозиции прибегали к использованию в своих кампаниях скорее негативной, а не конструктивной повестки. Так, часто внимание избирателей акцентировалось на «варяжском» происхождении основного конкурента и, соответственно, на собственной «свойскости», территориальной укорененности, а не на личности или предвыборной программе. Например, в Марий Эл кандидат от ЛДПР Альберт Федоров в своей предвыборной агитации использовал слоган «Прояви характер. Голосуй за земляка»,

кандидат от ЛДПР в Рязанской области Александр Шерин – «Рязань голосует за своих»²⁷, кандидат от КПРФ в Севастополе Роман Кияшко – «Свой – севастополец», а кандидат от КПРФ в Кировской области Сергей Мамаев – «Не дадим грабить нашу область». Даже в Свердловской области, где тюменец по происхождению Евгений Куйвашев шел на второй срок, кандидат от партии «Справедливая Россия» Дмитрий Ионин использовал слоган «Местный! Честный! Справедливый!».

В числе контрагитационных подходов можно вспомнить, как в Кировской области кандидат от КПРФ Сергей Мамаев широко обсуждал информацию о низких рейтингах поддержки действующего врио губернатора Игоря Васильева²⁸.

Кроме того, был предпринят ряд попыток отмены регистрации кандидата от партии власти, например, на том основании, что у него нет документов, подтверждающих, что он человек. Такие акции были направлены на привлечение внимания. Так, к примеру, поступили кандидаты от КПРФ в Севастополе²⁹ Роман Кияшко и Кировской области³⁰ Сергей Мамаев, кандидат от ЛДПР в Новгородской области³¹ Антон Морозов, а также кандидат, выдвигавшийся от малой партии в Свердловской области, Иван Волков.

Из интересных решений в повестке можно отметить создание коалиции левых партий в Севастополе, в которую вошли КПРФ, «Справедливая Россия», Партия

²⁷ https://vk.com/videos378396232?z=video378396232_456239422%2Fpl_378396232_-2

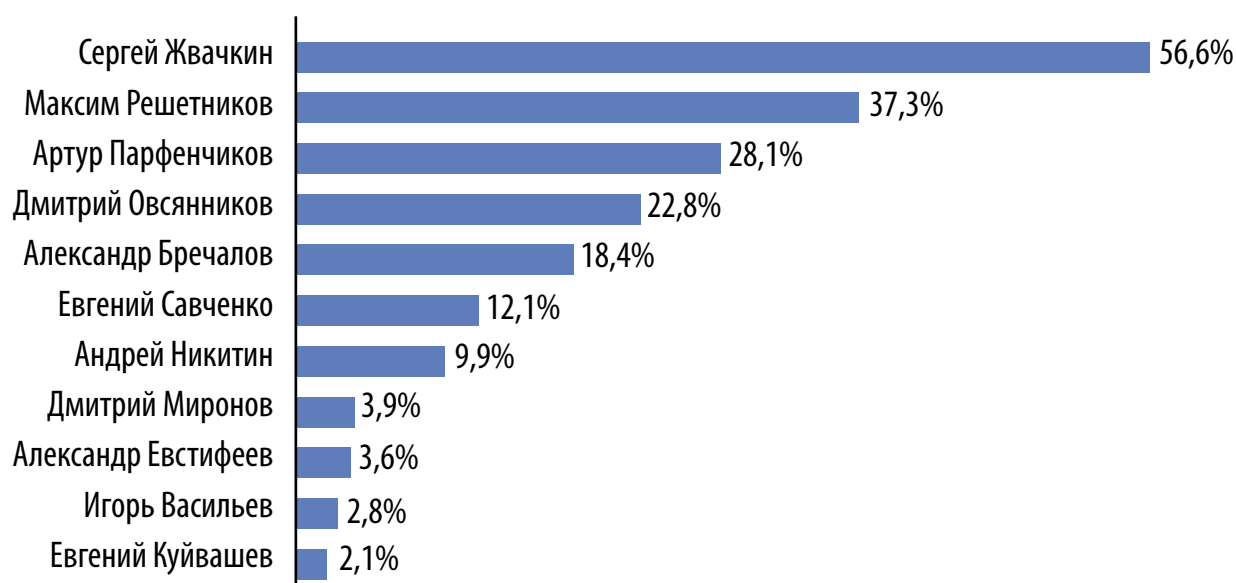
²⁸ <http://kprf43.ru/node/4367>

²⁹ <http://2017.vybor-naroda.org/stovyborah/100765-roman-kiyashko-podal-v-sud-na-dmitriya-ovsyannikova.html>

³⁰ <https://www.kommersant.ru/doc/3401430>

³¹ <https://regnum.ru/news/polit/2316574.html>

Совокупный тираж печатной продукции с программой кандидатов в губернаторы относительно численности избирателей



ветеранов, Трудовая партия, ПВО, РППЗС и РОТ-Фронт ³². В результате праймериз единым кандидатом от левого блока стал Роман Кияшко, в дальнейшем называвший себя «народным кандидатом» ³³.

Другой распространенной темой оппозиционной повестки была борьба с коррупцией. К ней обращались, в частности, кандидаты от ЛДПР Олег Постников в Пермском крае и Альберт Федоров в Марий Эл, а также кандидат от КПРФ Сергей Мамаев в Кировской области ³⁴. Также кандидаты от парламентской оппозиции пользовались темой «преследований» со стороны местной власти, привлекая внимание СМИ и новой аудитории.

В части агитационных печатных материалов стратегии кандидатов различались. 4 врио глав субъектов выпустили свои предвыборные программы тиражом менее 5% от количества избирателей, но некоторые кампании брали охватом. Так, тираж предвыборных информационных бюллетеней «Наш Пермский край» Максима Решетникова составил в общей сложности 1 миллион экземпляров (то есть по одной газете на 2 избирателей). Сергей Жвачкин (Томская область) запустил 2 волны (буклет и предвыборная программа), каждая из которых вышла тиражом в 400 тысяч экземпляров (при численности избирателей региона в 770 тыс. человек). Схожим образом действовал и Валерий Радаев (Саратовская область), выпустивший свою газету «Только вперед!» 800-тысячным тиражом (50 % избирателей области), и Артур Парфенчиков, тираж каждого выпуска газет которого составлял от 25 до 50 % от общего количества избирателей.

³² <http://sevoborona.info/roman-kiyashko-edinyj-kandidat-ot-politicheskix-partij-na-post-gubernatora-sevastopolya-ili-texnicheskaya-podstava-kremlya/>

³³ <http://sevkprf.ru/wp-content/uploads/2017/08/iP0mfpyu0zk-644x320.jpg>

³⁴ <http://nabludatel.ru/news/81466-sostoitsja-prezentacija-analiticheskogo-doklada-korrupcija-v-kirovskoi-oblasti-varjagi-vo-vlas.html>

Что касается внимания СМИ как такового, то кандидатам от «Единой России», временно исполняющим обязанности глав субъектов, было куда легче соединять информационную и агитационную повестки. Так, к примеру, Дмитрий Овсянников ездил по Севастополю, проверяя работы по благоустройству дворов в рамках проекта «Губернаторская инициатива», и заодно встречался с электоратом ³⁵. Евгений Куйвашев объявил о запуске областной программы «Пятилетка развития» ³⁶, после чего начал использовать соответствующий слоган («Старт пятилетки развития») в своей агитации. То же самое сделал и Александр Бречалов, использовавший в аналогичных целях республиканский проект «Соседи» ³⁷. В рамках федерального проекта «Диалог на равных» встречался со студентами Антон Алиханов, попадая в поле зрения СМИ ³⁸. Все эти мероприятия, встречи и визиты врио естественным образом постоянно освещались региональными СМИ в новостных сюжетах.

Не очень удачным можно признать в большинстве случаев формат видеороликов. Типичными можно считать ТВ-ролик врио главы Карелии Артура Парфенчикова, исполненный в стиле «говорящая голова на пририсованном фоне», с нечетким посылом, ролик врио главы Ярославской области Дмитрия Миронова, представляющий собой сменяющиеся кадры (иногда с надписями поверх изображения) с наложенным голосом диктора, снова без обещаний или достижений.

На общем фоне в данном аспекте пропагандистской работы выделяются качественно сделанные ролики врио губернатора Свердловской области Евгения Куйвашева, оформленные в стиле интервью, в которых появляются отдельные значимые факты (привлечение инвестиций, решение проблем населения, появление новых отраслей и т.д.), и ролики врио губернатора Новгородской области Андрея Никитина, представленные как описание причин голосовать за него от имени представителей различных групп избирателей: врача, водителя, многодетной матери и т.д. Ролики Никитина интересны еще и с политтехнологической точки зрения тем, что был реализован традиционный некогда, но в последнее время не используемый по причине законодательного запрета на появление в кадре «третьих лиц» подход, когда за кандидата агитируют представители социально значимых профессий: требование закона удалось удачно обойти, не нарушая.

Не получили особого распространения вирусные ролики в сети. Достаточно интересные образцы в поддержку А.А.Алиханова были представлены лишь в Калининградской области ³⁹, но они, к сожалению, не получили ни широкого распространения, ни значительного числа просмотров.

Успешные «вирусные» ролики (набравшие более 10 тыс. просмотров), распространяемые в сети Интернет, были у кандидата от ЛДПР Алексея Диденко в Томской об-

³⁵ <http://sevoborona.info/vybory-gubernatora-sevastopolya-ili-texnologii-obmana/>

³⁶ <http://gubernator96.ru/article/show/id/243>

³⁷ <http://www.myudm.ru/news/2017-07-28/v-udmurtii-nachalsya-remont-dvorov-po-novoj-federalnoj-programme-video?from=rss>

³⁸ <https://rugrad.eu/afisha/news/vozvrashchenie-tekhnokrata/>

³⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=B7MuchynJgM>, <https://www.youtube.com/watch?v=Z6ku0z7e1Kk>, <https://www.youtube.com/watch?v=gzGVFmxHe5c>

ласти и кандидата от КПРФ Алексея Парфенова в Свердловской области. Алексей Диденко свои ролики оформил как пародии на клипы группы «Грибы» «Между нами тает лед»⁴⁰ и группы ESTRADARADA «Вите надо выйти»⁴¹ (последний, правда, был оперативно заблокирован по жалобе правообладателя). Алексей Парфенов сделал серию роликов, раскрывающих его собственную личность через «разговоры по душам» с аудиторией, сопровождающиеся провокационными заявлениями и крайне необычными действиями кандидата в кадре⁴². Правда, большое число просмотров получила только часть из них, а остальные вызвали противоречивую реакцию Интернет-аудитории.

Формат дебатов сходит на нет. Они перестали быть защитой программы и обменом мнениями, чаще серией вопросов и ответов, либо довольно скандальных споров. Об отказе участвовать в дебатах заявили восемь врио⁴³, как правило, ссылаясь на собственную занятость и необходимость заниматься текущей работой по управлению регионом⁴⁴. На этом факте постоянно акцентировали внимание их оппоненты из КПРФ и ЛДПР, не пренебрегавшие данным форматом. Еще два кандидата – врио губернатора Калининградской области Антон Алиханов и врио губернатора Севастополя Дмитрий Овсянников – согласились участвовать в дебатах, но пропускали их⁴⁵. В дебатах постоянно участвовали шесть врио глав субъектов.

В тех регионах, где врио глав отказались принимать участие в дебатах, этим воспользовались их конкуренты. Так поступила Ирина Петеляева (СР) в Карелии, обратившаяся в прямом эфире к Артуру Парфенчикову (ЕР) и вызвавшая его на словесную «дуэль»⁴⁶. Так же поступили и Роман Кияшко (КПРФ) в Севастополе⁴⁷, и Алексей Диденко (ЛДПР) в Томской области⁴⁸, постоянно пользовавшийся отсутствием главного конкурента на дебатах, безответно атакуя врио губернатора⁴⁹, и Сергей Мамаев (КПРФ) в Кировской области, не только призвавший оппонента к участию в дебатах с ним, но и предложивший для них стихотворный формат рэп-батла⁵⁰.

40 <https://www.youtube.com/watch?v=OUxKywWa5wA>

41 <https://www.youtube.com/watch?v=E0WsvkUNuWQ>

42 https://www.youtube.com/channel/UCt1sYaLP_tTuD2JCjZQMK-A/videos

43 Врио глав Бурятии, Карелии, Мордовии, Удмуртии, Пермского края, Кировской, Томской и Ярославской областей.

44 <http://www.infpol.ru/news/politics/131632-i-o-glavy-buryatii-otkazalsya-ot-predvybornykh-teledebatov/>

45 <http://new-sebastopol.com/news/id/18549>, <http://rugrad.eu/news/978570/>

46 https://www.facebook.com/pg/jasno.karelia/videos/?ref=page_internal

47 <http://sevkprf.ru/%D0%B2%D1%8B%D0%B7%D1%8B%D0%B2%D0%B0%D1%8E-%D0%BD%D0%B0-%D0%B4%D0%B5%D0%B1%D0%B0%D1%82%D1%8B/>

48 https://www.youtube.com/watch?v=jKc_FZjGLo4

49 https://www.youtube.com/watch?v=_GmySrbys98

50 <http://nabludatel.ru/news/81378-sergei-mamaev-vyzval-igorja-vasileva-na-battl.html>

Короткие встречи и зеленая папка

Можно выделить два вида центральных событий в ходе выборов глав регионов в России в последнее время:

- факт назначения Президентом России Владимиром Путиным кандидата на должность временно исполняющего обязанности главы региона;
- визит Президента в регион проведения выборов либо персональная встреча с кандидатом за пределами региона в ходе кампании.

Несмотря на некоторую обыденность практики поддержки Президентом в ходе визитов и встреч, можно выделить некоторые ее особенности, характерные для текущей кампании.

С июня по сентябрь Президент совершил 12 поездок в регионы выборов губернаторов, где встретился с кандидатами от ЕР, а еще с 4 кандидатами встретился за пределами региона.

Из регионов, в которых действующие главы были поддержаны на новый срок, Президент посетил только Белгородскую и Свердловскую области. Встреча с Е.С.Савченко прошла в связи с мероприятиями годовщины Прохоровского сражения. В Свердловской области основным пунктом назначения в связи с актуальностью темы цифровой экономики стал ИННОПРОМ, что не помешало осмотреть другие объекты и плотно пообщаться с Е.В.Куйвашевым.

Президент посетил все регионы, в которых новые врио были назначены в прошлом году. Здесь уже можно было знакомиться с конкретными достижениями.

Из 7 регионов с врио-«спринтерами» Владимир Путин побывал в 6. Только с врио главы Новгородской области Андреем Никитиным Президент встретился 2 сентября в Ново-Огарёво. С врио главы Пермского края Максимом Решетниковым Владимир Путин встретился практически накануне голосования – 8 сентября, что, вероятно, отразилось и на результатах волеизъявления.

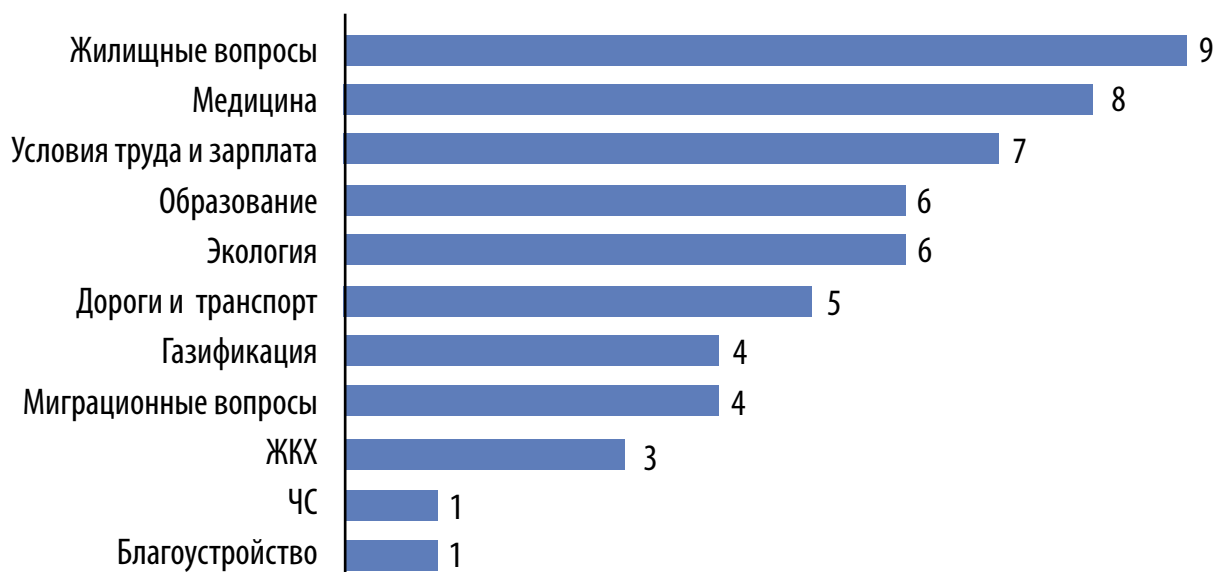
В обиход вошла так называемая **«зеленая папка»**, представляющая собой подшивку жалоб и обращений, поступивших Президенту в ходе подготовки и проведения Прямой линии 15 июня. Как таковая «зеленая папка» не обсуждалась только на двух встречах. С врио Удмуртской Республики, куда Президент приехал вскоре после эфира и где побывал в бараке, жители которого выступили на Прямой линии. На встрече с врио губернатора Пермского края Максимом Решетниковым «зеленая папка» лежала на столе, но в разговоре не упоминалась.

Новый формат общения с главами регионов стал приметой возвращения Президента от преимущественно международной повестки к вопросам «на земле». А в

кампании губернаторов «зеленая папка» стала лакмусовой бумажкой, ярко демонстрировавшей способность кандидатов от партии власти в сжатые сроки решать ключевые проблемы.

Тематика вопросов из «зеленой папки» довольно точно соответствует иерархии актуальных проблем для граждан:

Тематика проблем из «зеленой папки»



Среди лидеров по числу «частных проблем» (нехарактерных для других российских регионов) ожидаемо оказался Севастополь, поскольку основная часть поступивших оттуда обращений касалась вопросов, затрагивающих «украинское наследие» города (например, получение гражданства России, вопросы пенсий военным, проходившим службу в вооруженных силах Украины, или проблемы с градостроительным планом, призванным решить вопрос строительства в городе и восстановления инфраструктуры). Для Республики Карелии, например, такой «частной проблемой» стала вырубка лесов, а для Республики Бурятии – пожары и недостатки в работе органов МЧС России.

Если же выделять наиболее актуальные темы, озвученные Президентом, то на первом месте расположились обращения, связанные с жилищными проблемами. Это, прежде всего, вопросы ветхого и аварийного жилья (Республика Марий Эл, Томская и Ярославская области), а также ситуация с обманутыми дольщиками (Рязанская область) и выплатами субсидий молодым семьям (Республика Карелия).

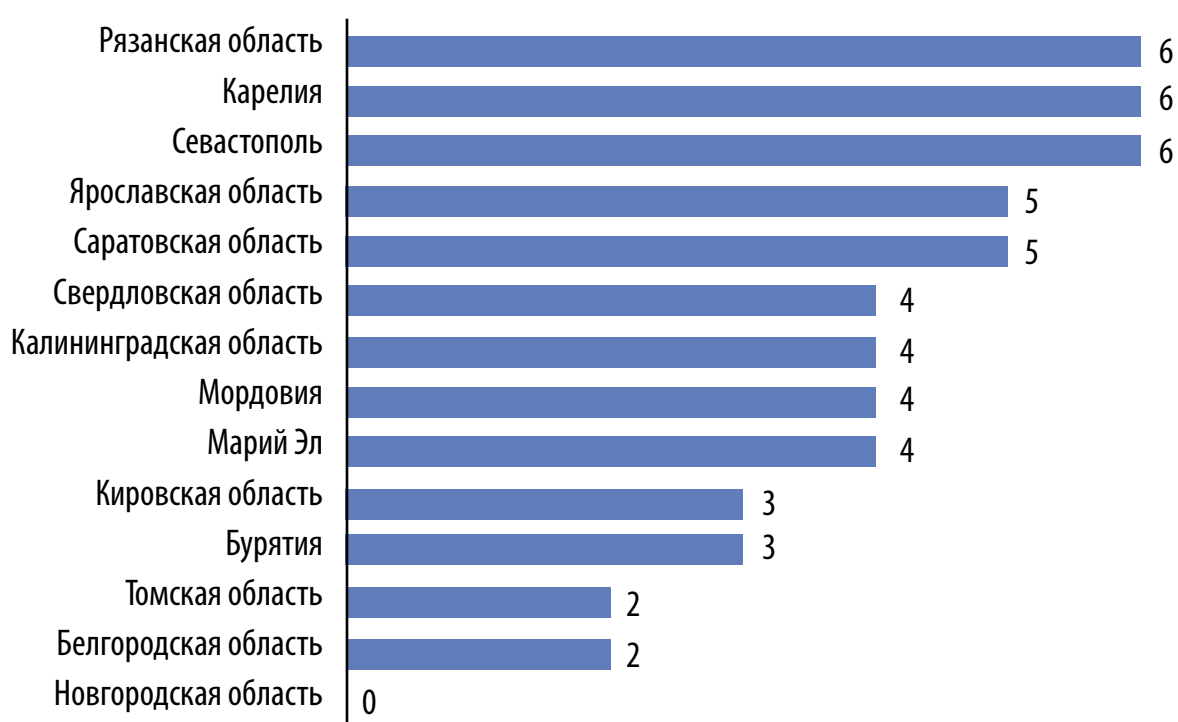
На втором месте – вопросы медицинского обслуживания. Они носят самый разнообразный характер: от обеспеченности инсулином и доступности бесплатных лекарств до нехватки медицинских учреждений и их переходу на «коммерческие рельсы». Примыкает к указанным и вопрос о нехватке медицинского персонала.

Условное третье место среди выделенных Владимиром Путиным вопросов поделили несколько типов проблем. Это вопросы, касающиеся условий труда, в том чис-

ле задержек заработной платы и безработицы. Особенной резкостью («откуда такая «борзота», такое хамство по отношению к людям?»⁵¹⁾ отличался комментарий Президента относительно ситуации с невыплатой зарплаты предприятием в Свердловской области. Также на третьем месте вопросы образования, прежде всего, нехватка мест, большие очереди и недостаточные темпы ремонта и строительства детских садов и школ (Республика Мордовия, Саратовская и Калининградская области). И, наконец, это разнообразные экологические проблемы, прежде всего, нарушения экологического законодательства, в том числе при строительстве или эксплуатации различных производств, которые влияют на качество жизни людей (Калининградская, Кировская, Свердловская и Ярославская области).

Далее следуют проблемы с дорогами и транспортным обеспечением, в основном в сельских районах (Республики Мордовия и Марий Эл), с газификацией и миграционные вопросы.

Число озвученных в ходе встреч вопросов из «зеленой папки» по регионам



Следует отметить, что повестка визитов Владимира Путина в регионы не ограничивалась только обращениями из «зеленой папки».

Самая насыщенная (по разнообразию тем мероприятий с участием Президента) программа визитов была в Ярославской области и Республике Карелия (по три темы). Чаще же всего программа визита главы государства в регион затрагивала 2 темы (в семи регионах), и лишь в трех регионах программа была посвящена одной теме (Рязанская, Калининградская и Кировская области).

Если рассматривать основные темы, которые легли в основу визитов Президента, то среди них лидируют вопросы производства (4), причем к ним можно присоединить и специфические вопросы, связанные с IT-индустрией (2). По 3 раза мероприятия имели направленность, связанную с физкультурой, спортом и образованием, и дважды, помимо ранее упомянутых вопросов IT-индустрии, они были посвящены вопросам культуры и гражданского общества. Таким образом, программную часть визитов Президента можно считать некоторым расширением поддержки кандидатов, поскольку он демонстрировал готовность поддержать не только самих кандидатов, но и те или иные стратегические проекты, которые они планировали осуществить в случае своего избрания.

Тематика мероприятий в ходе рабочих визитов Президента



Следует отметить, что в целом Владимир Путин при обсуждении жалоб и обращений жителей регионов с их главами преимущественно придерживался конструктивно-доброжелательного тона, без обращений к резкой критике, настраивал на решение выявленных проблем и внесение необходимых корректировок в работу, в том числе обещал не только финансовую помощь в решении многих вопросов, но и поддержку при проведении необходимых изменений в законодательстве страны.

«Зеленую папку» Президента можно с полным основанием считать новым форматом работы с главами регионов, более широким, чем просто сиюминутный предвыборный инструмент. Вполне возможно, что материалы «зеленой папки» в дальнейшем станут одним из критериев оценки текущей деятельности губернаторов и обоснованием для принятия решений по кандидатурам глав в будущем. Основанием для тако-

го предположения может служить тот факт, что «зеленая папка» фигурировала и во встречах с главами регионов, не охваченных предвыборными кампаниями, например, с губернатором Санкт-Петербурга Георгием Полтавченко, губернатором Амурской области Александром Козловым, губернатором Приморского края Владимиром Миклушевским, губернатором Забайкальского края Натальей Ждановой и т.д.⁵²

Еще одним традиционным инструментом поддержки провластных кандидатов в губернаторы со стороны федерального центра является посещение регионов фигурами федерального масштаба: членами Правительства России, полномочными представителями Президента, главами госкорпораций и т.д. Не стала исключением и текущая кампания. Почти все визиты политиков и чиновников федерального уровня, совершенные в период ее проведения, экспертами однозначно расцениваются как поддержка кандидатов в губернаторы.

«Поддерживающие» визиты состоялись во всех регионах, но с некоторыми отличиями. Представляется, что число таких визитов в каждый субъект Российской Федерации и участвующих в них федеральных фигур связаны с «федеральным» весом ведущих кампании врио, активностью региональных элит и, в ряде случаев, ситуацией в регионе. В агитационный период больше всего визитов состоялось в Свердловской области – 7 визитов, Калининградской и Ярославской областях – по 5 значимых визитов.

Несмотря на протокольный характер встреч, в значительном числе случаев визиты касались конкретных шагов в развитии экономики или инфраструктуры региона. Лидером в организации такого типа визитов стала Свердловская область (совещание по особым экономическим зонам, открытие движения на участке ЕКА-Да). Отчасти такой формат удался Н.В.Любимову в Рязанской области (совещание по вопросам обеспечения национальной безопасности на территории субъектов ЦФО), А.О.Парфенчикову (церемония торжественного открытия детской хоккейной школы «СКА-Карелия»), Е.С.Савченко (открытие первого физкультурно-оздоровительного комплекса в Белгородской области, построенного в рамках программы «Газпром – детям») и А.В.Бречалову (презентация Карты инвестиционных возможностей Удмуртии). Кроме того, серия визитов прошла в регионах в рамках проекта реформирования контрольно-надзорной деятельности, врио глав субъектов вместе с представителями контрольных органов и курирующим Министром Российской Федерации М.А.Абызовым проводили встречи с бизнесом, разбирая проблемы проведения проверок. Другим частым гостем в регионах стал Министр транспорта Российской Федерации М.А.Соколов, решавший вопросы дорожного и инфраструктурного строительства.

⁵² Упомянутые встречи с губернаторами проходили до 10 сентября 2017 года.

Цифровое взаимодействие

Открытость власти и готовность к диалогу стали на прошедших выборах не декларацией намерений – они нашли современные технологические решения, как в ходе непосредственной работы врио на территории, так и в рамках планирования – составления стратегий развития регионов совместно с их жителями. Использование социальных сетей, онлайн-приемных, видеоконференций становится общепринятой практикой, одним из элементов фирменного стиля управленцев нового поколения.

Наиболее успешным является пример Пермского края, где по инициативе врио губернатора М.Г.Решетникова был создан и запущен в работу портал «Программа развития Пермского края. Управляем вместе», аналогичный московскому «Активному гражданину». Интернет-проект в доступной и наглядной форме позволил жителям обозначить болевые точки каждого населенного пункта, предложить способы решения существующих проблем и направления для дальнейшей работы по улучшению качества жизни.

Разработанная при активном использовании обратной связи и цифровых технологий программа развития региона отличается глубокой степенью проработки и детализации. Она конкретна, понятна, при этом у жителей есть возможность в реальном времени через Интернет следить за работой региональных властей и выполнением ими своих обязательств с помощью системы управления проектами. Дополнительным ресурсом обратной связи с жителями края стал и предвыборный сайт Максима Решетникова, аккумулировавший наказы избирателей в ходе кампании.

Программа Дмитрия Миронова «10 точек роста Ярославской области» также основывалась на предложениях жителей региона. Благодаря технологичной системе обратной связи, в том числе онлайн-приемной кандидата, удалось собрать более 6300 заявок, которые были аккумулированы в стратегии развития региона до 2025 года.

Система обратной связи – сервис «Письмо главе региона» на сайте областного правительства – стала одним из первых нововведений врио губернатора Кировской области И.В.Васильева, которое доказало свою эффективность в ходе кампании.

Врио губернатора Республики Карелия А.О.Парфенчиков обозначил отсутствие прямого диалога жителей с властью в качестве одной из ключевых проблем. Карельское ноу-хау, по всей видимости, пришло из практики ФССП – введение регулярного республиканского Дня единого приема граждан и представителей организаций. Информационным событием и доказательством открытости стала видеоконференция А.О.Парфенчикова в социальной сети «ВКонтакте», в ходе которой глава области отвечал на вопросы избирателей.

Штаб А.А.Алиханова (Калининградская область), самого молодого из баллотировавшихся кандидатов, активно вел в социальных сетях «ВКонтакте», «Инстаграм», «Фейсбук» работу по мобилизации молодежи с использованием вирусных роликов и других современных форматов.

Огонь по штабам

Отдельно необходимо остановиться на таком инструменте предвыборной кампании, как формирование Штабов общественной поддержки кандидатов в главы регионов. Ранее подход зарекомендовал себя как действенный механизм аккумуляции поддержки кандидатов со стороны лидеров общественного мнения регионов на более-менее постоянной основе и должен был способствовать формированию круга доверенных лиц, которые системно агитировали бы за кандидата на пост главы региона.

Между тем, наличие таких штабов фиксируется только в 5 регионах ⁵³. Данные о других регионах недостаточны для характеристики их работы.

Можно выделить Штаб общественной поддержки кандидата в губернаторы Ярославской области Дмитрия Миронова. Его возглавили известные и авторитетные в регионе люди – бывший губернатор области, член Президиума Ярославского регионального политсовета партии «Единая Россия», член Совета Федерации Анатолий Лисицын и член высшего совета партии «Единая Россия», депутат ГосДумы Валентина Терешкова ⁵⁴.

Штаб поддержки А.А.Алиханова вел работу онлайн в сети «ВКонтакте».

Таким образом, можно констатировать недостаточное медийное присутствие «штабов поддержки», которое должно соответствовать более современным медиа-стандартам.

⁵³ Республики Карелия и Марий Эл, Белгородская, Новгородская и Ярославская области.

⁵⁴ <http://er.ru/news/157475/>

Праздник, который всегда с тобой

Обычно кандидаты стараются создавать максимум информационных поводов. Намного легче это для исполняющих обязанности глав, которые в силу своего официального положения принимают участие в мероприятиях, собирающих потенциальных избирателей.

В рамках прошедшей кампании прослеживалась ориентация глав регионов на проведение не массовых мероприятий, а рабочих встреч: с коллективами предприятий, инициативными группами, жителями районов, как правило, нацеленных на решение конкретных вопросов.

В виде исключений можно упомянуть только прошедшие до регистрации кандидатов в губернаторы VII Международную промышленную выставку «Иннопром-2017», которую открывали Президент России Владимир Путин и врио губернатора Свердловской области Евгений Куйвашев, и презентацию Карты инвестиционных возможностей, проведенную врио главы Удмуртской республики Александром Бречаловым в присутствии вице-премьера Игоря Шувалова и полпреда Президента в ПФО Михаила Бабица. Также можно выделить пришедшийся уже на агитационный период многотысячный Праздник топора в Томской области, прекращенный в самом разгаре из-за массового отравления посетителей.

Общая ориентация на малые форматы не только соответствует технократическим подходам самих врио, но отвечает запросам значительной части избирателей, которой интереснее решение повседневных вопросов, конкретное улучшение качества жизни.

«Образ будущего» в предвыборных программах кандидатов

В последнее время такой самостоятельный агитационный жанр, как «Предвыборная программа кандидата», переживает кризис. Из способа в доступной форме донести до избирателей свое видение текущей ситуации, необходимых перемен, стоящих целей и инструментов их достижения программа кандидата все чаще превращается либо в набор лозунгов, либо в некую «концепцию развития», не воспринимаемую большинством избирателей.

Действующее избирательное законодательство предусматривает обязанность политической партии, выдвинувшей кандидатов, которые зарегистрированы избирательной комиссией, не позднее чем за 10 дней до дня голосования (в этом избирательном цикле до 30 августа) опубликовать свою предвыборную программу ⁵⁵.

Но стоит разделять программу кандидата и программу партии в регионе:

1. программа кандидата, претендующего на то, чтобы возглавить территорию, всегда персональна. В ней он выступает от своего имени и несет личную ответственность перед избирателями за свои слова, не прячась за коллективное «мы» партии.
2. программа кандидата в губернаторы в основном апеллирует не к идеологическим, партийным ценностям, а к прагматизму, будущему: в ней потенциальным избирателям дается «образ будущего», ответ на вопрос «ЧТО именно я намерен сделать».
3. важен современный доступный тезисный формат с элементами инфографики, понятная форма подачи для максимально широкого числа целевых групп.

Избранные главы обращаются к различным подходам в формировании стратегии развития региона и основанной на ней предвыборной программе. Так, А.С.Никитин по образцу «Форсайт флота», организуемого АСИ, проводил «стратегические сессии» в районах Новгородской области. М.Г.Решетников организовал обсуждение и сбор предложений через сайт.

Главы также избрали различные горизонты планирования. Чаще всего встречаются среднесрочные стратегии, пятилетние планы, совпадающие, естественно, со сроками полномочий.

⁵⁵ Ч. 10 ст. 48 Федерального закона от 12.06.2002 г. № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации».

Обновление подходов, новое видение, достаточно ярко отражающееся в языке и программах избранных глав субъектов, в первую очередь, предопределяет их понимание ключевых вызовов регионального развития и ответов на них.

«Качественный переход»

Именно в определении вызовов прослеживается ключевая эволюция подхода – от обеспечения стабильности, от преодоления проблем к росту экономики и качества жизни.

Критерии успешности региона для большинства молодых губернаторов такие же, как и при оценке успешности своего поколения – самореализация и уровень жизни.

М.Г.Решетников: *«Нужно усилить приоритеты, которые были при предыдущих главах, из этой мозаики собрать образ будущего. В Пермском крае каждый должен себя найти. Стратегии, мегапроекты работают только тогда, когда у людей есть определенный уровень жизни. Давайте сейчас школы, поликлиники, дороги построим, а потом будем говорить о стратегии».*

А.В.Бречалов: *«Приоритет – это люди. Нужно все делать для того, чтобы жизнь людей в Удмуртской Республике и вообще всех, кто связан с Удмуртией, становилась лучше»⁵⁶.*

А.С.Цыденов: *«Главная задача – повышение благосостояния живущих здесь людей и удовлетворенность от жизни, ощущение счастья»⁵⁷. «Задача – сделать самоощущение лучше. Уровень жизни выше, качество жизни лучше»⁵⁸.*

За редким исключением, с учетом региональной специфики в центре внимания программ и программных заявлений оказывается **качество жизни в регионах:**

- Качество жизни на местах, качество среды;
- Качество жизни в сельской местности;
- Качество жизни молодого поколения, молодых родителей;
- Качество жизни для «третьего возраста», активное долголетие;
- Современное качество образования;
- Качество и доступность здравоохранения;
- Качество социальной поддержки нуждающихся;
- Качество жизни людей с ограниченными возможностями.

⁵⁶ <http://tass.ru/opinions/interviews/4260151>

⁵⁷ <https://www.kommersant.ru/doc/3402256>

⁵⁸ Интервью телеканалу Россия24, <https://www.youtube.com/watch?v=DvKTP0YFm2Q>



В программе Е.С.Савченко «Через перемены к новому качеству жизни» даже отдается предпочтение качественным показателям и характеристикам (качество потребляемых товаров, услуг, здоровье жителей, продолжительность их жизни, «творческие способности людей», возможности их реализации, уважение и добрые отношения между людьми»). Большинство же молодых управленцев переводят качество жизни в конкретные КПЭ.

В целом, «качественный переход» соответствует современным мировым трендам (в своем первом докладе о технологическом популизме ЭИСИ писал о качестве жизни как программе).

Обеспечение роста качества жизни зависит в картине мира избранных глав субъектов не только от конкретных отраслевых решений и инициатив, но и от четырех базисных направлений:

1. Развитие экономики региона за счет привлечения инвестиций, снижения барьеров для малого и среднего бизнеса, интенсификации производства и расширения рынка сбыта региональной продукции.
2. Повышение эффективности государственного управления на основе современных подходов и технологий;
3. Повышение качества работы местного самоуправления;
4. Соучастие граждан в управлении развитием.

Рассмотрим ключевые программные инициативы по направлениям.

Обеспечение экономического роста

1.1. РАЗВИТИЕ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫХ ОТРАСЛЕЙ

Новым технологическим трендам и их влиянию на перспективный рынок труда региона уделяют внимание многие избранные главы, в частности, возглавляющий Белгородскую область с 1993 года Е.С.Савченко и самый молодой губернатор А.А.Алиханов.

В программе главы Белгородчины на первом месте находится раздел, посвященный инновациям: цифровой модернизации предприятий, расширению применения роботов, 3D-технологиям, биотехнологиям, продаже продовольственных товаров торговым сетям за пределами области через интернет. К уникальным «цифровым» направлениям программы можно отнести акцент на развитии сотрудничества со структурами, применяющими технологию блокчейна, и создание транспортных телекоммуникационных систем на основе дронов.

В числе пяти приоритетов программы Сергея Жвачкина «Цель – 2022» концепция «ИНО Томск», выход региона из транспортного тупика (восстановление речных пассажирских перевозок, открытие межрегиональных и внутриобластных авиарейсов), медицина будущего, атомный проект «Прорыв» в Северске ⁵⁹, «умные технологии». Сильная сторона региона – высокий интеллектуальный потенциал, который планируется не только развивать, начиная с детского возраста (через «Кванториум», один из первых в России региональных центров «Сириус», музей науки для детей и молодёжи «Точка гравитации») и заканчивая поддержкой университетов в продвижении в мировых рейтингах в проекте «5-100», но и использовать практически во всех областях: в производстве, медицине, инфраструктурном развитии. Прямо ставится задача стать лидером новой экономики.

В программе Д.Ю.Миронова детально рассматриваются планы развития конкретных предприятий из высокотехнологичных отраслей, обеспечивающих промышленный рост Ярославской области: авиа- и двигателестроения, энергетического машиностроения, фармацевтики, химии и нефтехимии.

Новый глава Республики Марий Эл А.А.Евстифеев, хотя открыто признается, что перспектива развития информационных технологий «пока не до конца осознается ни органами власти, ни субъектами традиционной экономики», ставит задачу исправить этот недостаток и также определяет цифровую экономику как «точку опережающего роста».

1.2. НАЛОГОВЫЕ ПРЕФЕРЕНЦИИ ДЛЯ ИНВЕСТОРОВ

В частности, новый глава Кировской области И.В.Васильев предложил комплекс налоговых мер, включающий:

- дифференцированные ставки по налогу на имущество организаций,
- пониженную ставку налога на прибыль организаций;
- освобождение от налогов на имущество и землю.

1.3. ОБЛЕГЧЕНИЕ УСЛОВИЙ ВЕДЕНИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Здесь можно выделить как традиционные уже для российской практики подходы по созданию доступной бизнес-инфраструктуры, расширению доступа субъектов МСП к госзакупкам, образовательной и юридической поддержке, так и новые инициативы в части снижения контрольного бремени и повышения доступности заем-

⁵⁹ Самое большое ЗАТО системы «Росатома», расположенное в Томской области.

ных средств. В частности:

М.Г.Решетников концентрируется на создании в Пермском крае инновационных кластеров, технопарков и бизнес-парков. В Кировской области создаются территория опережающего развития «Вятские поляны», режим свободной таможенной зоны.

Стимулирование малого и среднего бизнеса за счет государственных закупок и закупок более крупных предприятий регионов, развития горизонтальных связей в качестве одного из возможных решений предлагают И.В.Васильев, А.А.Алиханов и А.В.Бречалов.

А.А.Алиханов планирует создание в Калининградской области Фонда микрофинансирования, предлагающего выгодные микрозаймы на модернизацию оборудования субъектами МСП. Кроме того, Алиханов стал, пожалуй, наиболее последовательным в реформировании контрольно-надзорной нагрузки. Он не только организовал рассмотрение результатов проверок с участием бизнеса, но и пообещал, что проверки будут проходить по согласованию с губернатором. Похожая система действует, например, на территориях опережающего развития Дальнего Востока, где проверки должны назначаться по согласованию с Министерством, аналогичная система действовала для Крыма.

1.4. РАСШИРЕНИЕ РЫНКОВ СБЫТА И ЭКСПОРТА

А.В.Бречалов и Н.В.Любимов планируют внедрять Экспортный стандарт для обеспечения субъектов МСП рынками сбыта за рубежом.

С учетом специфики региона значительная часть мер, предложенных А.А.Алихановым, ориентирована на развитие логистики и внешнеторговой деятельности.

Центральное место в данном направлении новыми управленцами уделяется маркетингу региональных брендов.

А.В.Бречалов называет в качестве одной из ключевых мер господдержки бизнеса в регионе продвижение товаров и услуг, произведенных в Удмуртии, на российских и международных рынках по образцу знаменитых проектов Сингапура и Индии, занимающих первые места по объему привлекаемых инвестиций, – проекты «Инвестируй в Удмуртию», «Сделано в Удмуртии».

А.О.Парфенчиков также в качестве одной из мер поддержки региональной экономики видит продвижение на российском и международном рынке бренда «Сделано в Карелии».

Имиджевый проект «Гордость Бурятии» запущен по инициативе А.С.Цыденова. Он включает информационный ресурс обо всем уникальном, что есть на территории



Логотип программы «Инвестируй в Удмуртию» А.В.Бречалова.

республики. Предлагалась также идея создания знакового объекта притяжения на Байкале, подобного фигуре Иисуса в Рио-де-Жанейро, Эйфелевой башне в Париже, также в первую очередь направленная на продвижение территории и привлечение инвесторов. «Когда бизнес понимает, что здесь есть активность, даже культурная или спортивная, это повышает привлекательность», – отмечает А.С.Цыденов ⁶⁰.

Е.В.Куивашев уже не первый год ведет работу по продвижению бренда Екатеринбурга как точки притяжения. В городе пройдут соревнования Чемпионата мира по футболу 2018, ЭКСПО-2025 и ряд международных форумов.

Повышение качества работы местного самоуправления

Врио глав субъектов предлагают различные подходы в отношении местного самоуправления.

Е.В.Куивашев в Свердловской области говорит об **усилении контроля за работой муниципальных властей** и расширении полномочий губернатора в отношении слабых руководителей муниципалитетов. Фактически, это введение МСУ в систему госуправления, ведь «жители городов и сел делают вывод о работе губернатора по тому, убрал ли двор после снегопада» ⁶¹.

Многие кандидаты от партии власти, напротив, говорили об **усилении роли местного сообщества**. Например, одним из ключевых пунктов повестки А.С.Цыденова стало принятие регионального закона о территориальном общественном самоуправлении. Е.С.Савченко также развивает ТОС в Белгородской области. М.Г.Решетников, И.В.Васильев расширяют практики партисипаторного бюджетирования.

А.О.Парфенчиков предлагает использовать меры **бюджетного стимулирования для развития местного самоуправления** – муниципалитеты, улучшающие свои показатели по сбору налогов, получают большие трансферты из регионального бюджета. Например, он планирует ввести норматив отчислений в муниципальный бюджет части прироста НДФЛ в результате легализации наемного труда и придания официального статуса самозанятым.

Повышение эффективности государственного управления

Избранные губернаторы в большинстве своем приверженцы современных подходов в государственном управлении, в том числе основанных на повышении эффективности процессов за счет цифровизации. В частности, И.В.Васильев внедрил в Кировской области информационную систему «Лес» для управления лесной отраслью, обеспечения прозрачности аукционов на предоставление лесных участков. За счет прозрачности процесса повысилась доходная часть

⁶⁰ <http://tass.ru/opinions/region-officials/4473786>

⁶¹ <https://www.oblgazeta.ru/politics/31754/>

Качество жизни в сельской местности

А.С.Никитин видит свою цель **в ликвидации разрыва в уровне жизни между областным центром и сельской местностью** (газификация села, обеспечение сотовой и интернет-связью, транспортная доступность сельской местности), но с очевидным акцентом в сторону развития Новгорода.

Развитие туризма во внутренних сельских территориях региона, вне административного центра и исторических городов, выделяется в качестве одного из приоритетных направлений для региональной экономики А.В.Бречаловым (Удмуртская Республика), А.О.Парфенчиковым (Республика Карелия), А.С.Цыденовым (Республика Бурятия). Развитие регионального туризма предполагает создание туристической инфраструктуры в сельской местности и даст импульс повышению качества жизни за пределами городов, сохранению и развитию культурного своеобразия региона. А.В.Бречалов делает акцент на спорт в развитии регионального туризма: вновь избранный губернатор занимается триатлоном и уже развивает этот вид спорта в регионе (в августе в Воткинске прошел TITAN – Воткинск, этап Кубка Евразии по плаванию в открытой воде). В 2018 году он планирует провести в республике зимний и летний фестивали любительского спорта.

А.В.Бречалов в свете современных европейских подходов концентрируется на повышении качества жизни на селе через **повышение уровня инфраструктуры и событийности**, делая ставку на поддержку традиции проведения Республиканских сельских спортивных игр, открытие объектов спортивной инфраструктуры в сельской местности (стадионы, спортивные залы, новые лыжные базы), поддержку и восстановление учреждений культуры (местных домов культуры и библиотек).

Антон Алиханов в качестве ключевой задачи на посту называет «одновременное и синхронное развитие всех территорий Калининградской области». Говоря о синхронном развитии А.А.Алиханов, в том числе, предполагает повышение качества жизни в районах до уровня областного центра. Значительное место, как и в программе А.В.Бречалова, в рамках современных подходов уделяется развитию общественных пространств, внешнего облика и комфортности среды, в том числе, программа А.А.Алиханова оговаривает развитие и модернизацию библиотек, домов культуры, концепцию повышения комфортности проживания и эстетического облика каждого муниципального образования.

С интересным подходом к повышению качества жизни на местах выступил Е.С.Савченко, предложивший программу деурбанизации: развитие индивидуального жилищного строительства, создание небольших промышленных производств непосредственно в сельской местности (программа 500/10 тыс. – 500 предприятий в сельской местности и 10 тыс. занятых в них людей). Некоторые региональные программы Белгородской области уже сейчас первоначально внедряются в сельской местности и только потом в районных центрах и Белгороде (например, программа «Управляй здоровьем»).



ГОРОД КОМФОРТНОЙ ЖИЗНИ

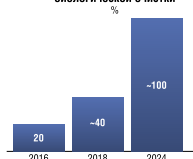
Севастополь должен стать городом с комфортной и благоустроенной городской средой, здоровой экологией, высоким уровнем услуг, развитой и доступной медициной. Городом, где приятно жить, работать, отдыхать и растить детей.



Коммуникации

Со сдачей и выводом на проектную мощность канализационно-очистных сооружений «Южные», очистных сооружений Балаклавы мы добьемся прекращения сброса неочищенных сточных вод в городе. Центральное водоснабжение и водоотведение станут доступными для 90% жителей города.

Доля сточных вод, проходящих систему биологической очистки



Уровень газификации

к 2020 г. - 100%

Инвестиции в строительство объектов водоснабжения и водоотведения

к 2030 г. >30 млрд руб.

12

Фрагмент программы
Д.В.Овсянникова, кандидата
на пост главы Севастополя

Качество среды для жизни

Экологии как таковой в предвыборных программах уделили внимание четыре руководителя региона: А.А.Алиханов, С.А.Жвачкин, Д.Ю.Миронов и А.С.Цыденов., что скорее стало региональной спецификой. В программе Алиханова, в частности, оговариваются планы за 10 лет добиться 100% очистки стоков в Балтийское море. Среди других целей – рекультивация свалок, развитие лесовосстановления, выращивание ценных пород деревьев, решение проблемы снабжения чистой водой и пр. В программных заявлениях А.С.Цыденова уделено внимание экологии Байкала, этому была посвящена и встреча в ходе визита Президента В.В.Путина в регион.

Остальные новые главы регионов уделяли внимание в части качества среды вопросам благоустройства.

Благоустройство дворов и парков региона стоит на повестке дня у всех губернаторов.

Одной из задач видится современный дизайн пространств. И.В.Васильев предлагает разработку единых шаблонов и стандартов благоустройства и оформления городских улиц для Кировской области. В.В.Радаев также ставит задачу перейти к оформлению улиц в едином стиле.

Создание городского пространства как фактора развития экономики и человеческого капитала прослеживается в программе ряда молодых глав регионов. В программе А.А.Алиханова задача благоустройства – сделать города Калининградской области «по-европейски уютными и удобными для жизни». К вопросам развития городского пространства можно отнести предложение по созданию «Музейного квартала». М.Г.Решетников в своей программе исходит из того, что удобство и комфорт городского пространства – козырь региона в конкуренции за специалистов, инвестиции, бизнес.

Качество образования и развитие человеческого капитала

В программах кандидатов-победителей представлен целый спектр современных подходов к развитию человеческого капитала через качество образования от развития раннего технического образования до непрерывного образования.

Успешную самореализацию в условиях изменчивой современной экономики как финальную цель образования видят, в частности, А.А.Алиханова, Д.В.Овсянников и М.Г.Решетников. Например, А.Алиханов предлагает ориентировать-

ся на развитие креативных и цифровых специальностей, организовать преподавание предметов на иностранных языках в школах и реализовывать программы международного бакалавриата. В своей программе он также оговаривает **непрерывное образование**, признавая, что это уже реалии сегодняшнего дня: в Калининградской области реализуются программы дополнительного обучения предпринимателей.

С.А.Жвачкин замыкает в единую цепочку получение образования, проведение научных исследований и применение их результатов в деятельности местных компаний в виде создания новых технологий и продуктов.

Востребованное образование, обеспечивающее потребности региональной экономики в кадрах, описывается в программе И.В.Васильева, уже начавшего сотрудничество с вузами по подготовке и переподготовке кадров.

М.Г.Решетников намерен развивать **дуальную систему образования**, совмещающую теоретические обучающие программы и практические занятия на площадках предприятий, что позволяет молодым специалистам не только получить необходимые навыки, но и значительно облегчает последующее трудоустройство.

Еще одним направлением стало **развитие эмоционального интеллекта и культурных компетенций**. Так, например, Е.С.Савченко реализует в Белгородской области программу массового музыкального образования, задача которого – повысить эстетические запросы детей.

Качество здравоохранения

Первостепенная задача – обеспечение **доступности медицинского обслуживания**.

В Белгородской области Е.С.Савченко реализует проект «Управление здоровьем», основанный на системе семейных врачей и предупреждении болезней. Характерно, что первоначальный запуск проекта состоялся в сельской местности.



КАЧЕСТВЕННАЯ И ДОСТУПНАЯ МЕДИЦИНА

В последние годы областное здравоохранение прошло через сокращение медучреждений, передачу частникам жизненно важных медицинских услуг и сокращение финансирования районных больниц. Здоровье людей —

не объект для экспериментов. Мы вернули под контроль правительства скорую помощь, сформировали свою службу гемодиализа, восстановили санитарную авиацию, увеличили финансирование всех ЦРБ.

Новые подходы к управлению, информатизация, тиражирование лучших практик бережливого производства позволили сэкономить сотни миллионов рублей, на эти средства приобрели новое оборудование, провели ремонт медучреждений, повысили зарплату.

Наша задача — обеспечить предоставление качественных медицинских услуг даже в самых отдаленных поселениях, укомплектовать все больницы современным оборудованием, создать условия медикам для работы не только в городах, но и в районах, обеспечить кадрами все медучреждения региона.



■ С КОЛЛЕКТИВОМ ДАРОВСКОЙ РАЙОННОЙ КЛИНИЧЕСКОЙ БОЛЬНИЦЫ

НАШИ ЗАДАЧИ

К 2020 ГОДУ

>70
ФАКОВ И ОТДЕЛЕНИЙ
СЕМЕЙНОЙ ПРАКТИКИ
БУДЕТ
ПОСТРОЕНО

В 3 РАЗА
СОКРАТИТСЯ
ВРЕМЯ ОЖИДАНИЯ
ПРИЕМА
У ВРАЧА

В 3 РАЗА
СОКРАТИТСЯ ВРЕМЯ
ПРОХОЖДЕНИЯ
1-ГО ЭТАПА
ДИСПАНСЕРИЗАЦИИ

>50 ТЫС.
РУБЛЕЙ В МЕСЯЦ
БУДЕТ УВЕЛИЧЕНА
СРЕДНЯЯ ЗАРПЛАТА
ВРАЧЕЙ И РАБОТНИКОВ
С ВЫСШИМ
ОБРАЗОВАНИЕМ

>25 ТЫС.
РУБЛЕЙ В МЕСЯЦ
БУДЕТ УВЕЛИЧЕНА
СРЕДНЯЯ ЗАРПЛАТА
СРЕДНЕГО
И МЛАДШЕГО
МЕДПЕРСОНАЛА

НА 5%
ЕЖЕГОДНО
БУДЕТ РАСТИ
ОБЕСПЕЧЕННОСТЬ
НАСЕЛЕНИЯ
ВРАЧАМИ И
МЕДПЕРСОНАЛОМ

3
ВЕРТОЛЕТНЫЕ
ПЛОЩАДКИ
В ГОРОДЕ
КИРОВЕ

43
ВЕРТОЛЕТНЫЕ
ПЛОЩАДКИ
В РАЙОНАХ
ОБЛАСТИ

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ
АВТОМОБИЛИ
СКОРОЙ ПОМОЩИ
В КАЖДОМ
РАЙОНЕ ОБЛАСТИ

Е.В.Куйвашев приоритетом называет организацию качественной, доступной и эффективной работы медицины «первой линии» – поликлинического звена. А.С.Никитин, М.Г.Решетников рассматривают развитие удаленных и выездных консультаций для обеспечения специализированной медицинской помощи вне агломераций. С.А.Жвачкин уже внедрил телемедицину: находящиеся в Томске врачи круглосуточно могут помогать больным в любой точке области, получая данные обследований, в том числе делая дистанционную ЭКГ, и консультируя по современным каналам связи. Также в Томске находится самый крупный в России национальный исследовательский медицинский центр.

Вторая задача – комфорт пациента, **сокращение временных издержек от обращения до диагноза – концепция «бережливая поликлиника»**. Основная идея «Бережливой поликлиники» – оптимизация временных затрат и врача (уменьшение бумажной составляющей работы), и пациента (сокращение сроков записи к специалисту, срока ожидания приема), повышение комфорта пациента при посещении клиники. «Бережливая поликлиника» – федеральная программа, запущенная Минздравом России совместно со специалистами «Росатома». В ней приняли участие из числа предвыборных регионов: Удмуртская Республика, Пермский край, Калининградская, Кировская, Новгородская и Томская области.

Качество жизни отдельных категорий граждан

В социальной политике новыми губернаторами сделаны акценты на повышении благосостояния и качества жизни различных социальных категорий.

Социально незащищенные граждане – повышение эффективности социальной помощи и выплат.

В этом случае на первый план выходит задача оптимизации расходования средств на социальную поддержку. Игорь Васильев планирует повышать эффективность расходования средств за счет пересмотра критериев адресности и нуждаемости социальной помощи. Другая мера – повышение комплексности социальной помощи, разработка индивидуальных программ социальной помощи для каждого получателя.

Александр Бречалов предлагает повышать эффективность расходования средств за счет охвата – расширения практик замещения стационарных социальных услуг мобильными и адресными («Услуги сиделки», «Мобильные бригады», «Специальный дом для одиноких престарелых», «Приемная семья для граждан пожилого возраста и инвалидов», «Санаторий на дому»); а также за счет привлечения ресурсов гражданского общества, институтов и механизмов ГЧП для модернизации и расширения сети организаций социального обслуживания.

Молодые семьи – сохранение экономической активности и благосостояния.

Антон Алиханов констатирует кадровый голод в Калининградской области, где особо явно ощущается утечка молодых специалистов. В программе он делает акцент на поддержке родительства и детства, молодых семей, которые должны сохранить возможность активного участия в социальной и экономической жизни. В част-

ности, предлагается создавать группы присмотра и ухода для детей от рождения до 3 лет на площадках предприятий, учреждений образования.

Люди с ограниченными возможностями здоровья – создание инклюзивной среды.

Другой акцент программы А.А.Алиханова – создание инклюзивной среды для инвалидов: не только пандусы и лифты, но и участие людей с ограниченными возможностями в социальной жизни, получение образования и создание рабочих мест.

Третий возраст – активное долголетие.

Проблема старения населения в России заставила новых губернаторов начать работать над программами активного долголетия: создание возможностей для поддержания пожилыми профессиональной, общественной и физической активности, цель – сохранение этих людей на региональном рынке труда. Это серьезное изменение подхода в сравнении с обычным представлением исключительно о пассивном пенсионном обеспечении.

М.Г.Решетников реализует проект «Центр своего дела», направленного на поддержку и сопровождение пожилых людей при открытии и ведении своего дела.

В Удмуртии А.В.Бречалов намерен развивать «Университет третьего поколения», проводить обучение пенсионеров компьютерной грамотности, вводить спортивные программы для пожилых людей. Предлагается развивать участие пожилых в так называемой дополнительной экономике – волонтерской деятельности. В частности, предлагается привлечь пожилых в проект «Серебряное волонтерство»: организация социальной помощи сверстникам вместе с молодежью.

Вторые номера

Несмотря на различный уровень предвыборных программ врио глав регионов, даже самые слабые из них структурированы и демонстрируют подходы к анализу основных направлений деятельности по управлению регионом, владение цифрами и фактами, характеризующими ситуацию в области. Программы же оппозиционных кандидатов, набравших больше 15% голосов избирателей, преимущественно аморфны, состоят из популистских лозунгов и обещаний, не подкрепленных описанием механизмов их реализации, и апеллируют скорее к аффектам избирателей, чувству социальной справедливости, чем к рациональному сознанию.

Из этого массива можно выделить лишь программы Ольги Алимовой (КПРФ, Саратовская область) и Ольги Ефимовой (КПРФ, Новгородская область). Они содержат не только обещания социальной помощи и поддержки, но и основные приоритеты в реализации проектов в области промышленности и экономики (правда, без указания механизмов реализации).

Приложение № 1.

Слоганы избирательных кампаний кандидатов, победивших на выборах глав субъектов Российской Федерации 10 сентября 2017 года

Регион РФ	ФИО кандидата	Слоган /слоганы
Республика Бурятия	Алексей Цыденов	Пути открыты Время перемен
Республика Карелия	Артур Парфенчиков	Порядок. Развитие. Результат.
Республика Марий Эл	Александр Евстифеев	Закон. Порядок. Работа. Выбор нового пути Уверенность в будущем
Республика Мордовия	Владимир Волков	Вместе, шаг за шагом, сделаем лучше жизнь каждого За ВДВ
Удмуртская Республика	Александр Бречалов	Удмуртия – регион, открытый для инициатив Команда Удмуртии
Пермский край	Максим Решетников	Управляем вместе – добиваемся результата Развитие края в интересах людей
Белгородская область	Евгений Савченко	Через перемены к новому качеству жизни
Калининградская область	Антон Алиханов	Мы – Россия Мы сможем больше Вместе к успеху! Перемены к лучшему
Кировская область	Игорь Васильев	Вместе сделаем Кировскую область сильной Контроль. Порядок. Эффективность.

Регион РФ	ФИО кандидата	Слоган /слоганы
Новгородская область	Андрей Никитин	Диалог. Развитие. Благополучие Никитин – значит будущее!
Рязанская область	Николай Любимов	Слышать каждого – работать для всех
Саратовская область	Валерий Радаев	Только вперед!
Свердловская область	Евгений Куйвашев	Старт пятилетки развития Урал достоин быть лидирующим регионом России
Томская область	Сергей Жвачкин	Сибиряки не обещают. Они делают Приходи и решай Сибиряк. Строитель. Производственник. Руководитель
Ярославская область	Дмитрий Миронов	Контроль. Порядок. Дело.
Г. Севастополь	Дмитрий Овсянников	Создадим новое, сохраняя лучшее Курс на развитие Время созидать За команду президента! За Дмитрия Овсянникова!

