

3

# БЕЗАЛЬТЕРНАТИВНЫЙ КАНДИДАТ

## СЦЕНАРИЙ ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КОМПАНИИ "АЛЕКСАНДР МАТРОСОВ"

Отрывок из книги "Уши машут ослом. Современное социальное программирование" Д. Гусев, О. Матвейчев, Р. Хазеев, С. Чернаков

### Проблема

К нам обратился хозяин ФПГ (финансово-промышленная группа), которая имела влияние в крупном городе.

Мэр этого города слишком вызывающе вел себя по отношению к хозяину ФПГ и его людям, поэтому было решено переизбрать этого мэра, заменить его на своего.

Заодно это поможет развитию бизнеса. К сожалению, эта ФПГ не единственная и не самая большая ФПГ, действующая на территории города. Другие три поддерживают мэра, так как он отдал им весь бизнес. Почти все СМИ в городе - за мэра, кроме 1-2 "оппозиционных". Силовые структуры - за мэра, общественные организации тоже. Рейтинг мэра у населения - 40%, у ближайшего соперника - не более 5%. Антирейтинг мэра - 20%.

Наш ресурс - деньги и возможность выбрать наиболее подходящего кандидата из числа людей, близких данной ФПГ.

### Анализ

Основной ресурс мэра - это его безальтернативность. Народ больше никого не знает, но неизвестно, как он поведет себя, если появится реальная фигура. Журналисты недовольны мэром, так как он заставляет их "отрабатываться" за копейки, но они страшно запуганы, так как нет силы, которая могла бы защитить. Элиты в таком же положении. Получается, что нам нужно раскручивать некую альтернативную фигуру. Но на чем мы можем ее раскрутить? Хозяин в городе работает не хуже, чем в других городах, есть успехи. С чего вдруг менять нормального мэра на совершенно неизвестного нового? Допустим, мы возьмем свои 20%, которые составляют антирейтинг мэра, но этого мало. У действующего мэра уже есть 35%, и в ходе массивной кампании (а она будет) он, безусловно, наберет еще 5-10%. А этого хватит для выхода во второй тур с последующей победой. Добавим сюда и тот факт, что у мэра есть консультанты, и они не замедлят выставить пару подставных кандидатов для растаскивания протестного электората. Итак, замкнутый круг. Мэр силен, потому что нет альтернативы. Ему

нет альтернативы, потому что он силен (большой рейтинг). Этот круг можно размыкать только одним способом - понижать рейтинг мэра в городе, а элитам и журналистам доказать, что его шансы уменьшаются. Если будет падать рейтинг и расти антирейтинг - его может "собрать" наш, альтернативный кандидат.

Но опять-таки не все просто. Плохие, непрофессиональные консультанты в этой ситуации долго не думают. Они начинают со страшной силой критиковать мэра, поднимать его антирейтинг, рассчитывая, что протестные голоса соберет оппозиционный кандидат. Такое и в самом деле удавалось в начале 90-х, когда рейтинги были неустойчивы и сбивались одной (!) компроматной листовкой, а народ был легок на подъем и голосовал за нового кандидата за пару популистских обещаний. Нынешний народ разочарован: он мало верит в компру, он мало верит обещаниям. Если мы начнем кампанию по дискредитации мэра, то автоматически ставим вопрос доверия ему в повестку дня, тогда выборы будут проходить под знаком вопроса: "Верите ли Вы в то, что пишут про мэра накануне выборов?" Учитывая подставных кандидатов, которых выдвинет мэр, вполне отчетливо вырисовывается его сценарий: "Есть я - один, и есть шайка конкурентов, ведущих грязную кампанию". В этой ситуации, в лучшем случае, мы разделим общественное мнение так: 60% - за мэра, 40% - против".

Поэтому нам нужно другое - отношение к действующему мэру вообще не должно стоять в повестке дня, по крайней мере, на первом этапе. Мэр должен потеряться, а для этого нужна другая тема. Второе. Мы ничего не должны писать про мэра, чтобы не ставить в повестку дня "доверие" к написанному. Нам нужно, чтобы рейтинг мэра падал. Так пусть он падает в результате его собственных промахов. Мы должны его подставлять. Пусть он сам работает против себя. Его позиция сильна. Мы используем его силу против него. Мы будем действовать как в айкидо, энергия силы соперника, энергия нападения будет энергией его падения.

### Сценарий I этап. "Выдвижение"

1. Выдвигается кандидат, близкий к коммунальной сфере (наш человек), и говорит о грядущей коммунальной реформе и невозможности ее проведения по сценарию мэра. Он в истерике. Говорит, что все будут платить в следующем году в 3 раза больше.

2. Выдвигается еще один кандидат, близкий к этой сфере, действующий депутат (наш человек) и в истерике повторяет то же самое.

3. Выдвигается женщина-кандидат от учителей (наш человек). Программа - защитим врачей и учителей.

4. Выдвигается кандидат от национального меньшинства (около 10% населения города).

5. Выдвигается кандидат Матросов (наш человек), говорит тоже о коммуналке.

6. Выдвигается кандидат-милиционер (наш человек), герой Чечни, бравоый честный служака, гроза бандитов.

7. Выдвигается кандидат-жириновец (наш человек), поливающий грязью всех, имеющий имидж шута, за которого не голосуют, но его слушают, так как он "говорит правду".

8. Выдвигается где-то между всеми ними и действующий мэр. Но его выдвижение утонуло в потоке других выдвижений и информационных поводов. Журналисты всех СМИ работают на мэра, но они не могли не отразить выдвижения и пресс-конференции всех этих кандидатов.

9. Выдвигается кандидат-дедушка, который давит на пенсионные проблемы, отнимая голоса и у мэра, и у коммунистов (которые собирались стать на выборах третьей силой).

10. Регистрируется собственное независимое СМИ, и подкупаются 2 оппозиционных - у них увеличиваются тиражи. Это надо, чтобы все информационные поводы, которые мы создаем, доходили до людей.

### II этап. "Задвижение"

11. Первый кандидат от коммуналки объявляет на "прессухе" о том, что он снимается в пользу Матросова, так как он лучше, чем все.

12. Второй делает то же самое.

13. Матросов регистрируется первым (подписи собирают за несколько дней), и в городе тут же появляются плакаты "кандидат №1".

14. Мы собираем плохие (т.е. недействительные) подписи женщине, жириновцу и нац. меньшинству.

15. Комиссия не регистрирует женщину. Мы тут же пускаем листовку для врачей, учителей и всех женщин, что мэр попустил не по-джентельменски, обидел женщину, так как он именно в ней видел соперницу (в городе якобы слаба социальная сфера). Итог - женщины, врачи, учителя - чуть-чуть обиделись.

16. Комиссия не регистрирует нац. меньшику. Мы тут же пускаем листовку о том, что это действующий мэр обидел национальное меньшинство (листовка на языке нац. меньшинства).

17. Комиссия не регистрирует жириновца. Он тут же проводит митинг у стен мэрии и заявляет об административном беспределе. Дескать, уже трех кандидатов (основных соперников!) зарубили. Во всем виноват мэр.

18. Пресс-конференция незарегистрированных кандидатов на тему административного беспредела и на тему поддержки кандидата Матросова.

19. Милиционер регистрируется в обычном порядке, но также заявляет о том, что негоже мэру вести себя недостойно. Дескать, граждане и сами бы проголосовали за мэра, ведь он не плох, зачем ему вести нечестную борьбу, если он может победить честно?

20. Регистрируется наш кандидат-дедушка, начинает работать по тем территориям, где сильны коммунисты, чтобы половинить их голоса.

21. Распускаем слух о том, что в городе будет баллотироваться сильный варяг из Москвы (известный депутат Госдумы). Цель - люди должны

задуматься над альтернативой мэру. Если раньше они и помыслить себе не могли иного кандидата - сейчас шансы мэра падают. Итог всех "выдвижений" и "задвижений" - антирейтинг мэра вырос с 20 до 25%, рейтинг упал с 35 до 30%. Увеличилось число неопределившихся. Кроме того, важно, что это произошло само собой, без всякой компры. Выдвижение и регистрация же самого мэра прошли незаметно, он потерялся в череде скандалов, митингов и пр.

### III этап. "Основной соперник"

22. Пока есть время - выдвигаем двойника Матросова. Но подписи не собираем. Цель - привлечь внимание к фигуре самого Матросова. Журналисты о таком поводе не могут не написать. Люди запомнят фамилию, кроме того, чтобы не запутаться - постараются внимательнее отнестись к рекламной продукции.

23. Мы проводим индуцирующий опрос на тему: "Как Вы относитесь к административному давлению со стороны мэра?", "Как Вы относитесь к двойнику Матросова и к грязным технологиям, применяемым против него?"

24. В то же время Матросов, как кандидат №1, начинает беспрецедентную прессинговую кампанию. Он клеивает весь город наружкой, он забивает весь эфир платными роликами (ТВ и радио). Везде стоят огромные билл-борды. Имидж Матросова - душевность, свойскость, искренность. В роликах звучат лирические песни. Такого человека обидеть нельзя. (Может, он и неважный будет мэр, но человек он точно хороший - вот что должен думать избиратель).

25. Наши СМИ начинают публиковать блестящие рейтинги. Дескать, рисунок, интрига кампании ясны. Мэр или Матросов. Пусть победит сильнейший. Это же, хочешь-не хочешь, подхватывают и вражеские СМИ. Но они показывают, что мэр по всем показателям лучше Матросова (опыт, результаты работы, связи).

26. Против Матросова выходит грязная газета, абсолютно клеветнический пасквиль, который возмущает горожан.

27. Мы проводим индуцирующий опрос: "Кому выгодна грязная кампания против Матросова?"

28. Все снятые кандидаты осуждают грязную листовку и намекают на мэра.

Итог этого этапа: Матросов получает 90% известность, но рейтинг - не более 15%, ему пока не верят, новое лицо. Рейтинг мэра, несмотря на его очень затратную кампанию, не растет (он встал на 30%). Антирейтинг тоже стабилизируется на 25%.

### IV этап. "Ядро фанатиков"

29. Милиционер в это время (во время третьего этапа) работает не на известность, как Матросов, а на приверженность. Нет яркой рекламы, зато он отправляет директ-мейл, где просит всех прислать в избирательный фонд 10 рублей. За всеми кандидатами стоят богачи, а за ним только парни, с которыми он прошел Чечню. Поэтому все кандидаты будут выполнять волю тех, кто дал им денег (олигархов, новых русских), а он, милиционер, волю народа. Тот, кто пришлет деньги в Фонд - точно проголосует за него.

30. Милиционер выпускает брошюру с программой. Ее прочтает меньше людей, чем читают листовки, зато те, кто прочитал, становятся жесткими сторонниками. Кроме того, брошюра - это интеллигентная форма. Она призвана показать, что милиционер - не просто дуболом, у него целостное мировоззрение, в том числе в вопросах экономики, культуры, в социальной сфере.

31. Тема всех листовок милиционера - честные выборы. Нельзя сделать так, чтобы власть за нас решала: кого оставить в бюллетене, как посчитать результаты. Он ведет себя достойно. От него все ждут чехомоданов с компроматом, но он заявляет, что много знает, но считает, что не имеет права разглашать все до голосования. "Вот стану мэром - посажу кого следует".

Итог этих действий - рейтинг милиционера приближается к 10%.

### V этап. "Закрытие амбразур"

32. Матросов, темой которого были все это время коммуналка и блеф по поводу своих шансов (кандидат №1), оказывается под угрозой снятия. (Мы сделали так, что он перебрал фонд, напугал все в договорах и пр.). Если сам мэр не догадается снять его, мы подаем заявление в суд от "левого" избирателя.

33. Тут же проходит формирующий опрос: "Честно ли ведет кампанию мэр?", "Хорошо ли, что нас лишают выбора?", "Как исключить использование административного ресурса?"

34. Матросова снимают с выборов (нарушений действительно много).

35. Наши СМИ объявляют эти нарушения "придирками", мэрские - "существенными".

В итоге народ ничего не понимает, но чувствует, что "дело нечисто".

36. Мы бросаем листовку о "правовом беспределе" мэра.

37. Все снятые ранее кандидаты говорят о том, что им стыдно за мэра. Он мог бы победить честно, и в этом мало кто сомневается, но тут он сам себя подставляет.

38. Выходит листовка от "бывших сторонников мэра", где они тоже признаются, что им стыдно за его методы.

### VI этап. "Наследник"

39. Теперь главный вопрос выборов - "Кто наследник кандидата №1, кто главный соперник мэра?". Матросов призывает голосовать за милиционера.

40. Все взоры обращены на милиционера. Теперь десятипроцентное ядро сторонников стало уже для всех остальных жителей города как бы экспертом по вопросам кандидатуры милиционера. О нем говорят, его программу пересказывают. Происходит взрыв известности и популярности.

41. Пресс-конференция всех остальных снятых кандидатов в поддержку милиционера.

42. Приглашение на выборы от него. Итог I тура: 35% - милиционер, 45% - мэр, остальное - меньше, подставные кандидаты и против всех.

### VII этап. "Добивание"

Результаты удивляют элиты. Все думали, что мэр может выиграть в I туре. Затрачено много денег. Причем с начала выборов мэр не прибавил в рейтинге, а никому не известный милиционер - на взлете и за месяц взял 35%. Пока идет сумятица, милиционер действует.

43. Выпускает благодарность за голосование в I туре.

44. Выпускает ролики под песню из сериала "Менты": "Пожелай ты им ни пуха ни пера, пусть не по правилам игра, а если завтра будет круче, чем вчера? Прорвемся! Опера!"

45. Ролики с песней Высоцкого: "Досадно мне, что слово "честь" забыто...".

46. Проводится формирующий опрос на тему: "С каким отрывом победит милиционер?"

47. Мы выпускаем "грязную" листовку против милиционера. Весь город возмущен "грязными" действиями мэра.

48. Мы проводим формирующий опрос на тему: "Как вы относитесь к грязным действиям мэра?"

49. Все снятые кандидаты с Матросовым во главе проводят пресс-конференцию с осуждением грязных методов мэра и с требованием добровольно снять свою кандидатуру с выборов.

50. Кандидат-дедушка, получивший несколько процентов и выполнивший задачу дробления электората коммунистов, призывает голосовать за нас.

51. Пресс-конференция милиционера, где он разъяренно намекает, что ему много известно о связях мэра с мафией, но он молчит, так как он - человек чести и не ведет грязных выборов.

52. Формирующий опрос на тему связей мэра с мафией.

53. Накануне выборов мы выпускаем газету от имени мэра, где в одних статьях безбожно хвалим его, в других - неуклюже оправдываемся за все обвинения в грязной кампании и связях с мафией, в третьих - клеветаем на милиционера. Газета вызывает резонанс: одни считают мэра дураком, другие - мерзавцем, третьи - хвастуном.

54. Напоследок - листовка (нашего сочинения) от мэра с угрозами всем явиться на участки и голосовать за него, иначе он (а он все равно победит) всем в 10 раз поднимет коммуналку. Мэр демонстрирует гипертрофированную самоуверенность - тот имидж, которого он и держался в течение всей кампании. Мы лишь стусили краски.

Победа в этой кампании абсолютно закономерна, так как она наступает независимо от действий мэра. Все делаем за него мы, все его проколы и ошибки. Он же не может вести себя иначе, чем вел, так как он раб своего рейтинга, своего статуса. Он должен был вести себя как "самый главный", так как он им и был, а любое включение в полемику сыграло бы нам на руку. Он не мог оправдываться и доказывать, что это "не он" снял кандидатов, так как "отрицание" в политике означает "утверждение". Ничего не могут сделать и подставные кандидаты мэра, так как, критикуя нас, они нас раскручивают, критикуя мэра - снижают его общий рейтинг. Другого они не могут делать, так как не знают общей стратегии кампании и вынуждены метаться от одного к другому, теряя позиционирование. Мы владеем инициативой, значит, сами устанавливаем все позиции. Мы владеем событиями - и они меняют конфигурацию электорального поля. Невозможно позиционироваться раз и навсегда. Это есть только там, где нет динамики, а именно динамику мы и придаем.