

Внутриэлитная конфликтность и электоральная протестность как политические бренды Иркутска

Плюсы и минусы для города и
городского развития

С. Ф. ШМИДТ

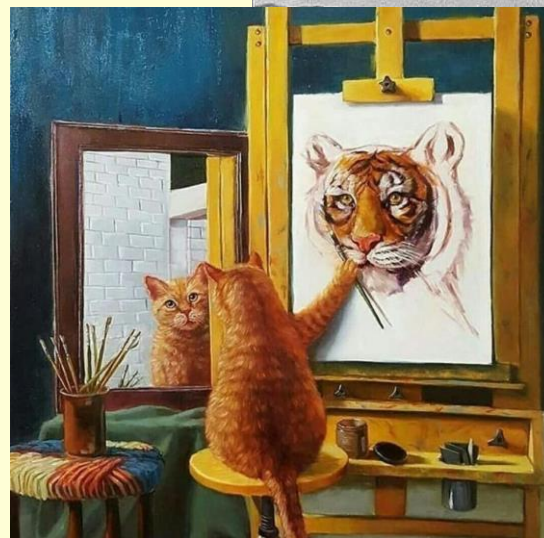
Губернаторская (и мэрская) чехарда или «сменяемость власти»

- 8 губернаторов (+ 1 врио)
- 5 мэров (+ 1 врио)



Электоральная аномалия – протестное (опрокидывающее) голосование

- 2006 год – Байкал
- 2010 год – Иркутск
- 2015 год – Иркутская область
- 2019 год – Усть-Илимск



Регион: политика и бизнес

- Политика есть продолжение бизнеса другими средствами



Поиски бренда для города, который «в тени Байкала»

«Озеро вам не принадлежит, это федеральная собственность. Если вы будете развивать модель «Иркутск - ворота на Байкал», центр вас будет просто использовать... Для Иркутска перспективной могла бы стать идея «территории свободы», в этом отношении конкурентов у него в Сибири нет» (Александр Согомонов, академический директор Центра социологического и политического образования РАН, июнь 2010 г.).



Бренд «продает» город...

- Туристам
- Бизнесу, инвесторам
- Собственным гражданам
- ... в вертикально-организованной стране еще и «федеральному центру»



IRK.RU | Новости

**Создатели бренда Иркутска
заявили о неготовности
горожан воспринимать их
замысел**

Бенефициары

- Политтехнологи
- СМИ
- Политологи
- Местные политики
- Губернаторы - Избирком
- Граждане, которые не уехали
- Мелкоптовые и индивидуальные игроки «рынка голосов»



Бренд не работает - вредит

- Не работает для туристов
- Не удерживает граждан от «дрейфа»
- Отпугивает инвесторов
- Убивает долгосрочные проекты



Спасибо за внимание!

