



Претендент на пост главы Омского региона от ЛДПР, похоже, вне конкуренции у части особо активных избирателей...

Памятки и инструкциям по ведению предвыборной агитации, коими пестрит нынче Интернет, гласят, что билборды – неотъемлемое звено кампаний регионального и федерального уровня.

Важно, конечно, где установлены и как. Взглянул избиратель на "произведение искусства" масштабами 3х6 метров, а то и значительней более оных, и запали ему в «подсознанку» мысль и образ: кто, зачем и почему.



С претендентом №1 в Омские губернаторы все понятно, здесь поддержка, ресурс, симпатии обозначены достаточно прозрачно. Элитами, Федеральным центром, Кремлем и самим Президентом.



Можно, конечно, поерничать насчет слогана «сделаем... сильной», задавшись не риторическим вопросом: «а в чем сила, брат?!». Но об этом, видимо, придется рассуждать омичам уже после вступления господина Буркова в должность. Сейчас не время и не место для дискуссий.



И это лишний раз подчеркивают легковесные оппоненты политика по избирательной гонке.

Их удел – фон. Технические и номинальные кандидаты «будоражат» общественность в пределах арифметической погрешности: «плюс» - «минус» ноль процентов. Не более.



Один – молодо-зелено, другой старо-серо. Эти претенденты на зрелищность не нажимают. Делают все, чтобы оттолкнуть обывателя. Трендят по телеку, как попугаи, по несколько раз одно и то же. Есть, правда, и еще один кандидат, который старается быть ближе к народу – «Ложкин». Старается сойти за своего.



Оно и понятно. Уровень поддержки партии ЛДПР и ее представителей катастрофично падает. Есть мнение, что следующий предвыборный сезон будет для Жириновского «борьбой за выживание» или даже «игрой на вылет». С Думы и политического Олимпа.



Поэтому ищут партбоссы и партлидеры своего избирателя. В расчете на взаимность и унисон.

У клиентов Омской клинической психиатрической больницы им.Н.Н.Солодникова в этом плане, видимо, намечается выборный консенсус. С территории учреждения виднеется только билборд кандидата «Ложкина». Здесь он реально вне конкуренции. Его рекламный стенд бурно обсуждают.

И пациенты, и родственники.



И в связи с буйством ярких красок, и в связи с предстоящим обедом («готовьте ваши ложки»). Одним словом, удачный заход – в «десяточку». Прямо к каждому тутошному избирателю



В душу.

**Виктор Омский,
специально для СМИ «ИА Александра Грасса»**