

Секция «Журналистика»

Политические манипуляции на президентских выборах в России в 1996 году

*Шулятникова Мария Альбертовна*

*Студент*

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия*

*E-mail: mariya.shulyatnikova@gmail.com*

Срок полномочий первого президента России Бориса Николаевича Ельцина истекал в 1996 году. Новые выборы были назначены на 16 июня. Ельцин к началу предвыборной кампании подошел с рейтингом на уровне однозначной цифры - 5% [4]. Баллотироваться в президенты, если ваш рейтинг не дотягивает и до десяти процентов, - пустая трата времени, казалось бы. Однако около половины пришедших на второй тур выборов проголосовали не так, как планировали в середине зимы того же года. В первом туре Ельцин получил поддержку 35,28% политически активного населения (за ближайшего преследователя – Геннадия Зюганова – проголосовали 32,03%), во втором – уже 53,82% (Зюганов – 40,31%). Сейчас в России признают, что здесь имела место и фальсификация, и подкуп, и административное давление, и прямое нарушение предвыборного законодательства. Но очевидно и то, что электорату просто-напросто удалось «запудрить мозги». Попробуем сформулировать секрет успеха предвыборной кампании Ельцина-1996 – наглядного руководства под редакцией первопроходцев в деле «черного» политического пиара в России.

1. Президент с «человеческим лицом». Аналитическая группа во главе с Анатолием Чубайсом, которая была призвана решить, на первый взгляд, невыполнимую задачу и поднять рейтинг их «клиента» в несколько раз, придумывает следующий ход: «Для создания нового имиджа Президента в «народной речи» необходима комбинация прорывной, воздействующей на воображение кампании в СМИ с горизонтальной кампанией, поддерживающей разговор в «низах»... Чтобы сохранить шанс на победу, необходимо создать образ «начавшегося решения всех проблем». Иными словами, мы инсценируем то, на создание чего у нас нет времени и возможностей» [3,6]. Необходимо снова «наобещать», при том того, чего еще никогда не обещал и что от него никак не ожидают: Ельцин заговорил о проблемах женщин, пенсионеров, детей. Насаждать образ «сентиментального» президента решили в том числе и через телевизионные ролики. «Выбирай сердцем» - так назвали эту кампанию «очеловечивания» действующего президента. Политтехнологи запустили серию вызывающих слезы умиления роликов «Верю, люблю, надеюсь». Ельцин рассказывает телезрителю, как он познакомился со своей женой, о том, как для него важны семейные ценности. В это время на экране сменяют друг друга слайды. Вот Ельцин ещё школьник, а здесь он уже обнимается с друзьями-однокурсниками, а это нам показывают свадебные фотографии. «Будем определять судьбу наших детей, наших внуков», - подытоживает действующий президент. Но о жизни своей с экранов телевизоров позволено говорить не только кандидату в президенты, но и ему - простому избирателю. Старушка ли, рабочий, финансист, студентка - каждый проникновенно рассказывает какую-нибудь трогательную историю с явным подтекстом «как же стало хорошо жить при Ельцине», при этом фамилии кандидата

не звучало. Кроме того, Ельцин начинает «ходить в народ». Действующий президент играет в миротворца: он издает указ о прекращении военных действий на территории Чечни. Помимо решения глобальных проблем, Ельцин обозначил себя как приверженца «теории малых дел»: в своих почтовых ящиках россияне вдруг стали находить открытки с поздравлениями и благодарностями от президента.

2. Коммунисты все украдут. Команда Ельцина применяет тактику запугивания против главного конкурента ЕБН – Зюганова. Рекламная пауза. Ролик. Мультик. Человек спит, и вдруг его будет советское радио. Тот бежит к холодильнику, открывает его, а из него выбегают несколько маленьких человечков. В руках они держат еду – ту самую, которая только что лежала на полках. Позавтракать физически не вышло, значит, нужно попробовать позавтракать духовно – включить телевизор. А там – одна и та же передача. И голос за кадром: «Если у вас в холодильнике не стало продуктов, по всем каналам идет одна и та же программа, если по почте вам стала приходить только одна газета («Завтра»), и вы больше не можете ездить за границу, то это значит, что наступило светлое завтра!».

3. Уничтожение смехом. С одной стороны, коммунистами пугали, с другой – над коммунистами шутили. Ельцинские политтехнологи привлекли к работе популярных юмористов – Жванецкого, Хазанова, Шифрина. Вот примеры антикоммунистических шуточек, которые очень быстро ушли в народ:

1) - Правда ли, что при коммунизме продукты можно будет заказывать по телефону?  
- Правда, но выдавать их будут по телевизору.

2) В пустыне Сахара начали проводить эксперимент по строительству социализма. Тут же начались трудности с песком.

4. Ставка на молодежь. Раньше с молодежью никто даже не думал работать, а зря, потому что к ней необходим другой подход. «Выбраны наиболее важные части электората – пожилые люди, на которых рассчитывает Зюганов, и молодежь, на которую не рассчитывает никто. Первых надо убедить голосовать за себя, вторых – просто прийти на выборы» [5]. «Голосуй или проиграешь» – такое название получила кампания по привлечению молодежи на выборы-1996. Откуда ветер дует: в США в 1992 году аналогичная стратегия по увеличению явки в пользу Билла Клинтона называлась «Choose or Lose» («Выбирай или проиграешь»). Звезды отечественной эстрады – Татьяна Овсиенко, Сергей Минаев, Александр Малинин – записывают незатейливые песни с общим посылом «Голосуй или проиграешь!» и едут с гастрольями по стране. И, конечно, ролики. Кадр 1. Джинсовая рубашка. Музыкальное сопровождение – «А я хочу, как ветер, петь...». Голосуй! Кадр 2. ИЛИ Кадр 3. Тюремная рубашка. Звук защелкивающихся наручников + «Э-э-эй, ухнем!». Пройграешь! При этом никаких имен, за кого голосовать, не называется, но ни у кого не возникает сомнений, напротив какой фамилии нужно ставить галочку.

5. Манипуляции с датой и временем. Повлиять на выбор другой сложной части аудитории – пенсионеров – удалось с помощью простого перепрограммирования эфирной сетки. «На телевидении знали, что первыми на избирательные участки обычно идут пенсионеры. Именно в утренние часы на избирательных участках создается однородная пенсионерская микросреда, и все они голосуют одинаково. Например, за Зюганова. Едва появляется интеллигенция, молодежь и вообще более продвинутая публика, которая встает позже и не так спешит на избирательные участки, как обстановка разряжается.

Мы специально пронаблюдали и выяснили, что даже самые принципиальные ветераны в такой обстановке начинали сомневаться в том, что необходимо голосовать именно за Зюганова» [1]. Что может заставить пенсионеров пойти на участки позже обычного? Телевизионщики подумали и включили в утреннюю сетку сразу три заключительных серии мыльной оперы «Секрет тропиканки». Итог: «Во время второго тура голосования 1996 года все избирательные комиссии были в шоке — до 11-12 часов дня никто не шёл на избирательные участки» [1].

6. Президентские выборы без президента. Факт, который долгое время замалчивался: между первым и вторым туром выборов-1996 у Ельцина случилось 5 или 6 инфарктов [7]. Работать с народом и вообще выполнять свои должностные обязанности (он ведь всё ещё президент) он был просто не в состоянии. А президентская кампания шла. «В это время шли поиски каких-то не выходящих в эфир кадров с участием Бориса Николаевича, которые были призваны продемонстрировать его высокий жизненный тонус» [2], - президент фонда «Политика» Вячеслав Никонов (в 1996 г. - заместитель председателя Координационного комитета Общероссийского движения общественной поддержки Б.Ельцина на выборах Президента РФ) уже не видит смысла скрывать телевизионные махинации. Но надо сказать, что ельцинцы со своей «беспрезидентской» кампанией были близки к разоблачению. Практически накануне второго тура коммунисты «заволновались»: «А где Ельцин?» - и собрались уже ехать на телевидение, чтобы поведать народу всю правду. Их к камере, конечно, не пустили, но креативщикам Ельцина пришлось на всякий случай разыграть телеспектакль. Александр Коржаков, в то время - руководитель Службы безопасности Президента, рассказывает, как всё было: «Специально изготовили такие же деревянные панели, как в его кремлевском кабинете. Пристроили на стены - как будто это Кремль. Ельцина посадили в постели, подложили подушки под спину. Пиджак, галстук были, а штаны... Придвинули большой стол. За него сели человек шесть - Юмашев (в 1997 году стал руководителем администрации президента), Шахрай (член комитета Госдумы), Таня (дочь Ельцина), кто-то еще. Назывались эти кадры - «Ельцин проводит в Кремле совещание по выборам» [7].

Таким образом, 1996 год стал годом рождения политтехнологий в России: «В руках российских политиков появилось новое могучее оружие политической борьбы - так называемые современные политические технологии. Они, разумеется, существовали и применялись и раньше. Но лишь нынешние президентские выборы полностью продемонстрировали их силу и возможности. Ибо именно современные политические технологии, применяемые профессионалами, обеспечили победу Бориса Ельцина» [1]. Сегодня политтехнологи переживают в России не лучшие времена. Люди уже не такие наивные (в 1996 россияне, по сути, впервые подверглись такой информационной обработке), «Голосуй или проиграешь» их уже не возьмет, а ничего столь же эффективного, только с учетом реалий XXI века, в области «промывки мозгов» пока не придумали.

## Литература

1. Ионин Л. Технологии успеха. Без политических аналитиков и консультантов выборы в России теперь не выиграть // «Независимая газета» от 05.07.1996
2. Замятина Т. Как выбирали Бориса Ельцина // «Московские новости» от 06.07.2006

3. Засурский И. Масс-медиа второй республики – М.: Изд-во Московского университета, 1999
4. Ослон А. Как в 1996 году Аналитическая группа сделала опросы социальным фактом // Журнал «Социальная реальность» №6, 2006
5. Тимофеевский А. Кампания победы // Коммерсант-Власть №20(179) от 04.06.96
6. Президент в 1996 году: сценарии и технологии победы // Доклад Фонда эффективной политики, март 1996 года
7. Русская рулетка - 96. Как делали президента // «Московский комсомолец» от 03.07.2001