

DOI 10.23859/2587-8344-2017-1-3-2

УДК 324

Евгений Алфеевич Марков
Доктор политических наук, доцент,
Череповецкий государственный университет
Череповец, Россия
marevgeny@inbox.ru



Использование возможностей средств массовой информации при проведении выборов Президента РФ в 1996 и 2000 годах

Аннотация. Изучение процессов, происходивших во время проведения выборов Президента РФ в 1996 и 2000 гг., актуально сегодня, когда наша страна находится на пороге новых выборов в 2018 году. С избранием руководителя страны определяется не только новая политическая реальность, но формируются траектория и алгоритм общественно-политического и социально-экономического развития страны с учетом тех многочисленных вызовов и угроз, которые возникают сегодня и будут возникать в мире завтра.

Автор данной статьи анализирует использование возможностей СМИ, как важного ресурса воздействия на общественное мнение, во время выборов Президента РФ в 1996 и 2000 гг. Сравнивая особенности проведения выборов, автор приходит к выводу, что в 1996 году характер взаимоотношений власти и масс-медиа был сложным, поскольку СМИ были в данный период времени в значительной степени самостоятельным институтом политической системы, влияющим на формирование общественного мнения. Но представители политической и экономической элиты поддержали действующего Президента Бориса Ельцина в его решении переизбраться на второй срок и сумели привлечь ресурсы СМИ для достижения поставленной цели. К моменту проведения выборов 2000 года российские СМИ уже находились под контролем власти и финансово-промышленных групп, а потому использование эффективных технологий позволили в сжатые сроки сконструировать Владимиру Путину имидж решительного политика и обеспечить ему победу.

Ключевые слова: выборы Президента РФ, электорат, политические технологии, масс-медиа, СМИ, политика

Введение

Выборам Президента России, проходившим в 1996 и 2000 гг., посвящено много аналитических материалов. Это были переломные для страны годы. Первый президентский срок Б. Ельцина (1992–96 гг.) был наполнен серьезными проблемами: падение уровня производства в России, невыплаченные зарплаты и пенсии, расстрел парламента, бедственное положение армии, непопу-

лярная война в Чечне. В конце 1995 г. на выборах в Государственную Думу большинство мандатов набрала КПРФ. И если в 1991 г. равных соперников у Бориса Ельцина, героя августовского путча, скорее не было, то в 1996 г. авторитет Президента достиг критической отметки в 5–6 %. Это означало, что принимать решение о начале избирательной кампании пришлось в условиях значительной неопределенности в достижении нужного результата.

Рейтинг молодого политика Владимира Путина, кандидатура которого была в августе 1999 г. неожиданно предложена Ельциным Государственной Думе на утверждение в должности премьер-министра, также составлял в сентябре 1999 года незначительные 1 %, что было даже меньше статистической погрешности. Но затем он начал быстро расти и к середине сентября составил 4 %. В ноябре 1999 г. ему доверяли уже 54,3 % граждан. Одобрение граждан Владимир Путин завоевал решительными действиями во время второй чеченской войны и борьбой с террористами, осуществившими подрывы жилых домов в ряде российских городов. Одним словом, стартовые позиции кандидатов в начале их избирательных кампаний были почти одинаковы, а потому вполне уместно, на наш взгляд, сравнить особенности проведения выборов Президента РФ в 1996 и 2000 гг., выявить способы и методы достижения победных результатов, в которых немалую роль сыграли и традиционные средства массовой информации.

Основная часть

Надо отметить, что в целом степень научного исследования российских президентских выборов 1996 и 2000 гг. довольно высока. Об этом свидетельствуют публикации целого ряда коллективных монографий, сборников научных трудов, а также диссертационных работ, посвященных данной теме. К примеру, наиболее полный научный анализ выборов Президента в 1996 году был выполнен группой авторов, представляющих академические научные организации, что называется, по свежим следам¹. Авторы издания утверждают, что первые выборы Президента РФ, по замыслу – всенародные, свободные и демократические, на деле проходили часто с нарушениями подлинно демократических процедур. Соперники находились в неравных условиях и, прежде всего, в части доступа к средствам массовой информации. Интересны признания руководителя фонда «Общественное мнение» А. Ослона, раскрывшего механизм использования социологических опросов, как способа воздействия на мнение избирателей².

¹ От Ельцина к... Ельцину: президентская гонка-96 / Сост., автор предисл. Л.Н. Доброхотов / Отв. ред. М.К. Горшков, Л.Н. Доброхотов, В.В. Журавлев. М., 1997.

² Ослон А. Как в 1996 году Аналитическая группа сделала опросы социальным фактом // Социологическая реальность. Журнал социологических наблюдений и сообщений. 2006. № 6. URL: <http://socreal.fom.ru/?link=ARTICLE&aid=182>

Составляющие успеха Бориса Ельцина оценила в своей работе Л.Ф. Шевцова³, назвавшая главную причину победы первого Президента России: поддержавшие Б. Ельцина россияне голосовали, скорее всего, против Зюганова, чем за Ельцина, т.е. «за меньшее из зол». Анализу результатов выборов 1996 г. посвящена также публикация авторов В.М. Юрьева и Д.Г. Сельцера⁴. Возможности свободного волеизъявления граждан на выборах 1996 г. оценил в своем диссертационном исследовании Н. Капранов⁵. Федеральный и региональный аспекты при проведении выборов в России анализирует в своей диссертации на соискание ученой степени доктора политических наук А.Х. Халитова⁶.

Анализу исторического опыта взаимоотношений власти и общества в России в условиях системной трансформации посвящен цикл публикаций и докторская диссертация Л.Н. Доброхотова⁷. Политические процессы, происходившие во время проведения президентских выборов 1996 и 2000 гг., описывает, используя методологию сравнительно-исторического анализа, Е.А. Ордомская⁸. Анализ состояния политического дискурса во время проведения избирательных кампаний 1999 и 2000 гг. выполнил в своей диссертации А.А. Филинский⁹, а изучению избирательного медиадискурса в условиях институционализации демократических выборов в современной России посвятила свою диссертацию А.Н. Нурутдинова¹⁰. Процедуру проведения выборов с точки зрения легитимации формирования властных органов в современной России рассмотрела А.В. Постриганова¹¹.

³ Шевцова Л.Ф. Режим Бориса Ельцина / Московский центр Карнеги. М.: РОССПЭН, 1999. Перечисляя основные составляющие успеха Б.Н. Ельцина, она формулирует основной тезис, согласно которому поддержавшие его на выборах россияне голосовали, скорее всего, против Зюганова, чем за Ельцина – «за меньшее из зол».

⁴ Юрьев В.М., Сельцер Д.Г. Президентские выборы в России: динамика общих и частных характеристик. Вестник Тамбовского университета. 2008. Сер.: Гуманитарные науки. Вып. 4.

⁵ Капранов Н.В. Выбор как фактор демократизации политического процесса современной России: Политологический анализ президентских выборов 1991 и 1996 гг.: дис. ... канд. полит. наук. М., 1998.

⁶ Халитова А.Х. Выборы как институт политической демократии в трансформирующемся российском обществе: федеральный и региональный аспекты: дис. ... д-ра полит. наук. М., 2004.

⁷ Доброхотов Л.Н. Власть и общество в России в условиях системной трансформации (1985–1998): дис. ... д-ра ист. наук. М., 1999.

⁸ Ордомская Е.А. Президентские выборы в России 1996 года и 2000 года: сравнительно-исторический анализ: дис. ... канд. ист. наук. М., 2011. URL: <http://www.dissercat.com/content/>

⁹ Филинский А.А. Критический анализ политического дискурса предвыборных кампаний 1999–2000 гг.: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Тверь, 2002.

¹⁰ Нурутдинова А.Н. Избирательный медиадискурс в условиях институционализации демократических выборов в современной России: дис. ... канд. социол. наук. Казань, 2007.

¹¹ Постриганова А.В. Выборы как механизм легитимации государственной власти в современной России: дис. ... канд. полит. наук. М., 2005.

Большой массив научных публикаций посвящен изучению трансформационных процессов в современной России, формировавших новую политическую реальность. Все, что связано с выборами: расклад политических сил, технологии формирования общественного мнения, изменение настроений в обществе, социально-экономические процессы – стало предметом для исследований отечественных ученых. Можно привести работы С.К. Песцова и А.В. Смирнова¹², Э. Попова¹³, Р.Ф. Туровского¹⁴, А. Швидуновой¹⁵, О.В. Поповой¹⁶, В. Авченко, О.Н. Быковой¹⁷.

Процессы формирования избирательной системы в Российской Федерации, ее совершенствования и результаты влияния на трансформацию страны рассматриваются в исследованиях известных зарубежных политологов и специалистов, таких как: М. Макфолл, Д. Симон, Е. Шнайдер¹⁸. Способы обнаружения идеологического содержания масс-медийных сообщений во время выборов рассматривает в своей работе английский социолог Дж. Б. Томпсон¹⁹. Интересны наблюдения за ходом голосования избирателей во время проводившихся выборов в 1996 году в столице Татарстана – Казани американского исследователя Джона Лавенхердта²⁰.

Периодические научные издания также не обошли своим вниманием выборы, проходившие в России, и связанные с их проведением особенности. В ин-

¹² Песцов С.К., Смирнов А.В. Российские выборы – 2000: характерные особенности и процедуры // Власть. 2000. №9. С. 17–23.

¹³ Попов Э. Российская политическая элита на рубеже XX–XXI вв. // Конструирование социального порядка с помощью коммуникативных технологий. Владивосток, 2001.

¹⁴ Туровский Р.Ф. Региональные особенности президентских выборов 2000 г. // Вестник Московского университета. Сер. 12: Политические науки. 2000. №4. С. 38–54.

¹⁵ Швидунова А. СМИ как субъект политического процесса и инструмент политических технологий. Российские СМИ в президентской кампании 2000 г. URL: http://society.polbu.ru/shvidunova_smi/ch05_all.html

¹⁶ Попова О.В. Модели идентификации основных кандидатов на пост Президента // Политический имидж: секреты манипуляции массовым сознанием: Сб. науч. ст. / ред.-сост. Е.В. Шмелева. СПб: АНО ГЦРОС, 2000. С. 145–156.

¹⁷ Авченко В. Теория и практика политических манипуляций в современной России. // Теоретические и прикладные аспекты речевого общения. Вып. 1 (8). Красноярск, 1999; Быкова О.Н. Языковое манипулирование // Теоретические и прикладные аспекты речевого общения. Вып. 1 (8). Красноярск, 1999.

¹⁸ McFaul M. Russia's 1996 presidential election: the end of polarized politics. Stanford: Hoover Institution Press, 1997; Simon G. Präsidentschaftswahlen in Russland: Jelzin oder Sjuganow // Aktuelle Analysen des BIOst (Köln). 1996. №39; Schneider E. Die russische Präsidentschaftswahl 1996 // Bericht des BIOst. Köln. 1996. №50.

¹⁹ Thompson J. B. Ideology and Modern Culture. Critical Social Theory in the Era of Mass Communication. Cambridge, 1992.

²⁰ Lovenhardt J. Elections of the President of Russia in 1996 // Journal of Communist Studies and Transition Politics. 1997. №1. March. Pp. 127–139.

формационном поле можно найти значительное количество публицистических материалов. Довольно интересны признания бывшего руководителя президентской службы охраны А. Коржакова²¹. Своими наблюдениями о двадцатилетнем опыте проведения выборов в Москве делится с читателями А.Е. Любарев²². Политические процессы, происходившие в современной России на протяжении 15 лет, рассматривает, затрагивая, в том числе, и проведение выборов, В.В. Согрин²³.

Значительное количество научных работ связано с изучением особенностей президентских выборов 2000 года. Эффективность использования В.В. Путиным административного ресурса подчеркивается в исследованиях таких авторов, как Р.Ф. Аврамченко, Р. Брим, Л.Б. Косова²⁴, А. Зудин, А. Рябов²⁵.

И, тем не менее, на наш взгляд, феномен проведения выборов 1996 и 2000 гг. не является полностью исследованным. Нам кажется, что к этой теме еще обратятся многие отечественные, а также и зарубежные исследователи. Тем более, что еще не все активные участники изучаемых событий поделились с читателями своими личными наблюдениями и оценками. Надо полагать, что такие работы в будущем еще появятся. В предлагаемой статье мы попытаемся затронуть такой малоизученный аспект двух избирательных кампаний, как использование возможностей российских масс-медиа главными участниками описываемых выборов – кандидатами (и их командами), одержавшими победу.

Материалы и методы

Выборы Президента РФ в 1996 году

Решение об участии в выборах Президента РФ в 1996 году давалось Борису Ельцину трудно, и он долго размышлял о своих перспективах на победу. Причины для размышлений были серьезные. Во-первых, самочувствие руководителя страны оставляло желать лучшего. И сам Ельцин, и его окружение предполагали, что кампания будет очень нелегкой, потребует немало сил и жизнен-

²¹ Коржаков А.В. Борис Ельцин: от рассвета до заката. М., 1997. С. 319.

²² Любарев А.Е. Выборы в Москве: опыт двенадцати лет. 1989–2000. URL: <http://lyubarev.narod.ru/elect/book/soderzh.html>

²³ Согрин В.В. Политическая история современной России. 1985–2001: от Горбачева до Путина. М., 2001.

²⁴ Аврамченко Р.Ф. Путь Путина: до президента или реформатора? Новая концепция развития России. М., 2000; Брим Р., Косова Л.Б. Феномен В. Путина: морфология и семантика массовой популярности // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2000. №3. С. 18–22.

²⁵ Зудин А., Рябов А. Особенности кампании – 2000 и их влияние на конфигурацию властвующей элиты // Россия в избирательном цикле 1999–2000 годов. М., 2000.

ной энергии, а у действующего на тот момент Президента были серьезные проблемы со здоровьем. Накануне нового 1996 года у Ельцина случился очередной инфаркт, и он долгое время не показывался на публике. Вот что рассказывает в своих воспоминаниях об этом периоде бывший близкий соратник Бориса Ельцина Александр Коржаков, руководитель охраны Президента: «Всех одолевали сомнения: что делать с выборами, можно ли в таком состоянии выдвигать Ельцина? Ведь после инфаркта врачи рекомендуют полный покой, тем более, если пациент далеко не молод. А выборы – это все что угодно, но только не покой»²⁶.

В декабре 1995 года при ответе на вопрос «За кого Вы бы проголосовали, если бы выборы состоялись сегодня?» кандидатуре Бориса Ельцина отдавали предпочтение 5 % респондентов, тогда как Геннадию Зюганову – 13 %, Александру Лебедю – 10 %, Григорию Явлинскому – 9 %, Виктору Черномырдину – 7 %. В январе 1996 года многие были уверены, что в таких условиях Б. Ельцин не будет выставлять свою кандидатуру на второй срок, а в феврале, когда он все-таки заявил о своем участии в будущих выборах, его поражение казалось неминуемым. Тогда, в преддверии надвигающихся президентских выборов, 30 % населения выражали полное согласие с высказыванием «при коммунистах все было лучше, я хотел(-а) бы, чтобы все стало по-старому», и еще 33 % выражали частичное согласие с таким утверждением²⁷. На состоявшемся в феврале 1996 года Всемирном экономическом форуме в швейцарском г. Давос Геннадия Зюганова встречали как явного фаворита выборов и будущего Президента России.

В пользу Б. Ельцина играл лишь один серьезный аргумент, подсказанный политтехнологами, – страх населения перед реставрацией коммунистической идеологии в случае победы лидера российских коммунистов Геннадия Зюганова, сформированный поддержавшими Ельцина СМИ и постоянно ими культивировавшийся. Перед выборами невероятным тиражом в 10 млн экземпляров выходила бесплатная еженедельная газета «Не дай Бог!», печатавшая в основном негативные материалы в адрес Зюганова — основного соперника действующего президента Бориса Ельцина. Главными тезисами газеты являлись: неизбежность начала гражданской войны в случае победы Зюганова, начало массовых арестов и расстрелов, голод. Зюганов на страницах газеты неоднократно сравнивался с Гитлером²⁸.

²⁶ Коржаков А.В. Борис Ельцин: от рассвета до заката. М., 1997. С. 319.

²⁷ Ослон А. Как в 1996 году Аналитическая группа сделала опросы социальным фактом // Социологическая реальность. Журнал социологических наблюдений и сообщений. 2006. № 6. URL: <http://socreal.fom.ru/?link=ARTICLE&aid=182>

²⁸ Авченко В. Теория и практика политических манипуляций в современной России // Теоретические и прикладные аспекты речевого общения. Вып. 1 (8). Красноярск, 1999; Бы-

То, что случилось далее, многие российские средства массовой информации назвали чудом. Если в феврале в Екатеринбурге о своем решении вновь баллотироваться на самую высокую должность в стране заявил больной человек, далекий от народа и окруженный толпой чиновников, то уже в мае это был активный, уверенный в себе и в победе «народный» политик²⁹.

Руководителем и главным советником избирательной кампании Бориса Ельцина был назначен президент телекомпании НТВ Игорь Малашенко. Это решение позволило достичь двух разных и одновременно очень важных целей. Во-первых, одним из главных создателей имиджа кандидата Ельцина стал молодой, знакомый с западным, и, прежде всего, с американским опытом ведения избирательных кампаний специалист, который был способен разработать эффективную стратегию и выстроить взаимодействие разношерстной команды действующего Президента РФ и средствами массовой информации. Во-вторых, хотя И. Малашенко на время кампании отошел от руководства НТВ, но очевидно, что эта телекомпания была, по меньшей мере, нейтральна по отношению к Б.Н. Ельцину, а по большому счету, задавала необходимый тон кампании и указывала другим телеканалам нужный ориентир выстраивания стратегически важных взаимоотношений с властью (и ее самым многообещающим кандидатом в Президенты). Борьба за избирателей велась командой Б.Н. Ельцина продуманно и агрессивно. Борис Ельцин посещал крупные города, национальные республики, используя личное обаяние и звездный имидж артистов и звезд российского шоу-бизнеса, подключившихся к проведению кампании под лозунгом «Голосуй – или проиграешь!» До сих пор на телевидении иногда показывают всем запомнившийся сюжет, когда Ельцин танцевал на сцене, копируя молодых артистов, привлекая тем самым на свою сторону симпатии представителей молодого поколения. Он начал и закончил предвыборное турне на своей малой родине, в Екатеринбурге, в окружении родственников (что напомнило американские методы и приемы ведения подобных кампаний). Все действия Президента подробнейшим образом освещали СМИ, особенно три национальных телеканала: ОРТ, РТР и НТВ. Кроме того, перед выборами в выпусках телевизионных новостей сообщалось о конструктивных моментах, связанных с окончанием войны в Чеченской республике (перемирие, приезд чеченского лидера З. Яндарбиева в Москву для участия в переговорах, и, как апофеоз, визит Бориса Ельцина в Моздок – такого предвыборного хода

кова О. Н. Языковое манипулирование // Теоретические и прикладные аспекты речевого общения. Вып. 1 (8). Красноярск, 1999.

²⁹ Марков Е.А. Навстречу выборам: извлекаем уроки из прошлого // Ежеквартальный научно-методический ж-л. № 1. Череповец, 2011. С. 54–59. URL: [http://chereng.ru/nauka/jurnal/files/ENMG_1\(1\).pdf](http://chereng.ru/nauka/jurnal/files/ENMG_1(1).pdf) (Дата обращения 28.05.2017).

не мог себе позволить ни один из кандидатов). Таким образом, главная проблема (война в Чечне), связанная с переизбранием действующего Президента, с помощью телевидения была частично нейтрализована³⁰.

Борису Ельцину удалось выиграть эти выборы, победив основного соперника, лидера КПРФ Геннадия Зюганова, только лишь во втором туре. Результаты первого тура были у обоих кандидатов почти равные. Борис Ельцин получил 35,38 % голосов избирателей, а Геннадий Зюганов – 32,03 %. Итоги выборов были определены в ходе второго тура, и тогда выяснилось, что Б. Ельцин получил 53,82 %, а Геннадий Зюганов – 40,31 %. Явка избирателей в обоих турах была высокой и составила чуть менее 70 %³¹.

Политтехнологи действующего Президента сделали все возможное и невозможное, чтобы поднять столь низкий перед началом кампании рейтинг Ельцина. Правда, и основной его соперник, лидер КПРФ Геннадий Зюганов, своим участием в предвыборной гонке значительно облегчил задачу «команде» Б.Н. Ельцина. СМИ неслучайно усиливали ощущение противостояния двух претендентов. «Для того, чтобы была воспринята та или иная политическая фигура, нужен контрастный фон. В качестве такового может выступать: другая политическая фигура/общность, наделенная тотально негативными свойствами. Нужна пара близнецов-антиподов: герой и злодей. Борьба героя и злодея, добрых и злых сил воздействуют на массовое сознание, дезорганизуют его в реальных и действительно важных проблемах». Итоги действиям «команды» Ельцина на состоявшихся выборах подвела «Общая газета», которая писала в те дни: «Президент, постоянно присутствуя в СМИ, совершая в информационном пространстве активные действия ... создал своего рода "виртуальную реальность". В ее рамках принципиально неразрешимые в действительности проблемы казались вполне преодолимыми. Ему удалось убедить разные слои населения, что можно одновременно остановить инфляцию и осуществлять масштабные социальные программы.... Погружение миллионов россиян в эту "действительность" заставило их на какое-то время забыть о реальных проблемах и тем самым помогло Президенту уйти от нелюбимого отчета об итогах своей деятельности...». Виртуальная действительность, о которой здесь говорится, – это не что иное, как "фальшивая действительность", в которой не ощущается присутствие манипуляции, или барраж – отвлечение зрителя от реальных проблем»³².

³⁰ Там же.

³¹ Выборы Президента Российской Федерации 1996 года 16 июня 1996 года. Протокол Центральной избирательной комиссии Российской Федерации о результатах выборов Президента Российской Федерации. URL: http://cikrf.ru/banners/vib_arhiv/president/1996/index.html

³² Там же.

Человечество сегодня живет в информационном мире, и если есть возможность управлять информационными потоками и воздействовать с их помощью на общественное сознание, то можно добиться желаемого действия. Такой возможностью управления информационными потоками на выборах 1996 года обладала команда действующего на тот момент Президента. Эта возможность называлась административный ресурс.

«Сильнейший административный ресурс работал на Ельцина, кроме того, скрытая «реклама» присутствовала буквально везде – это стало возможно благодаря тому, что в руках Ельцина и его команды были поистине невероятные суммы и возможности. В своей книге мемуаров «Президентский марафон» Ельцин откровенно написал, как накануне выборов 1996 года к нему пришли самые влиятельные банкиры – Фридман, Ходорковский, Смоленский, Потанин и другие: «Борис Николаевич, используйте все наши ресурсы, лишь бы выборы окончились вашей победой! А то придут коммунисты – они же нас на фонарях перевешают...»³³.

Победа Бориса Ельцина на выборах 1996 г. была бы невозможной, если бы его не поддержали все крупнейшие российские СМИ. Одни из них поддерживали его «бескорыстно», так как Президент действительно своими действиями гарантировал СМИ свободу деятельности и не обращал внимания на их критику. Другие, как, к примеру, телеканал НТВ, получил после успеха на выборах в свое полное распоряжение телевизионную частоту, на которой вещал федеральный канал «Российские университеты», а передачи НТВ шли на нем 6 часов в сутки. Кроме того, являясь действующим Президентом, Б. Ельцин издавал указы, вводил в действие законы и нормативные документы, которые позволяли ему завоевывать поддержку в самых различных кругах. Так, введенный с 1 января 1996 г. ФЗ «О внесении изменений и дополнений в закон РФ о налогах» улучшил финансовое положение СМИ.

«Откровенно пропагандистский характер подавляющего большинства этих указов и постановлений с успехом подтвердился после президентских выборов, когда переизбранный на второй срок Б. Ельцин подписал указ «О неотложных мерах по обеспечению режима экономии в процессе федерального бюджета во втором полугодии 1996 года», — пишет Э. Попов. — Этот документ приостановил, а в ряде случаев и отменил 47 президентских указов и постановлений правительства, а также некоторые законы, изданные и принятые во время избирательной кампании-96»³⁴.

³³ Авченко В. Выборы Президента РФ в 1996 году. «Семья»: победа любой ценой. Выборы Президента РФ в 1996 году. URL: <http://psyfactor.org/polman3.htm> (Дата обращения 27.04.2017).

³⁴ Попов Э. Российская политическая элита на рубеже XX–XXI вв. // Конструирование социального порядка с помощью коммуникативных технологий. Владивосток, 2001.

Выборы 2000 года

За несколько месяцев до выборов Президента РФ в 2000 г. состоялись 19 декабря 1999 г. выборы в Государственную Думу. Если говорить об особенностях использования на них оригинальных политических технологий, то полученные результаты показали, что с помощью инструментов манипулятивного воздействия на избирателей вполне возможно «сконструировать» не только «виртуальное общественное движение» (каким было движение «Единство», образованное буквально накануне выборов), но и нового президента. То есть выборы 99-го года стали своеобразным испытательным полигоном для отработки технологических приемов, способных принести победу и на президентских выборах 2000 года.

Эти приемы были с высокой степенью эффективности применены в выборной кампании, которую проводил и.о. Президента РФ В. Путин. Кремль добился максимального успеха на парламентских выборах, что позволило «подготовить почву» для успешного выступления в ходе президентской кампании. Поэтому выборы в президенты Владимира Путина, по сути проведенные теми же лицами, что осуществляли продвижение Бориса Ельцина в 1996 году, прошли не в пример легче. А это значит, что политический процесс в России становился управляемым, сравнительно легко укладываясь в нужное для правящей элиты русло.

Директор Федеральной службы безопасности и одновременно секретарь Совета безопасности РФ Владимир Путин, к удивлению многих, был избран Борисом Ельциным своим преемником и 9 августа 1999 года был вначале назначен и.о. руководителя Правительства, а 19 августа был утвержден в должности премьера депутатами Государственной Думы. Тридцать первого декабря 1999 года Борис Ельцин, испытывавший проблемы со здоровьем, объявил о своей добровольной отставке и исполняющим обязанности Президента РФ, в соответствии с Конституцией России, стал председатель Правительства РФ Владимир Путин.

Досрочные выборы Президента были назначены на 26 марта 2000 года. Владимиру Путину пришлось состязаться с 10 соперниками – кандидатами, включенными в избирательные бюллетени, но и.о. Президента был к тому времени уже недостижимым для других участников лидером, хотя у него были и сильные конкуренты, обладавшие огромным политическим опытом – лидер КПРФ Геннадий Зюганов, руководитель ЛДПР Владимир Жириновский и лидер объединения «Яблоко» Григорий Явлинский.

По результатам голосования Владимир Путин одержал победу в первом туре, получив 52,9 % голосов избирателей. Вторым был заметно отставший от

победителя Геннадий Зюганов, получивший 29,2 %. Третье место занял Григорий Явлинский, набрав 5,8 %.

В чем же заключался секрет успеха на выборах Владимира Путина?

Появление В. Путина в качестве премьера Правительства, а затем и.о. Президента России, совпало, во-первых, с ожиданиями населения страны о необходимости проведения преобразований. Народ давно уже ждал нового, более молодого, сильного и уверенного в себе лидера, который укрепит вертикаль власти, остановит дезинтеграционные процессы в стране, обеспечит устойчивое экономическое развитие, и прекратит, наконец, разгул политической вакханалии в стране, во время которой олигархи и чиновники беззастенчиво растаскивали народные богатства. В результате такого совпадения ожиданий населения и появления нового амбициозного лидера, рейтинг поддержки В. Путина стал быстро расти. В ноябре 1999 г. ему доверяли 54,3 % граждан, а в мае 2000 г. (после проведения выборов) положительные суждения о Путине высказали уже 64,1 % респондентов. Таким образом, секрет успеха – в удачно выбранной стратегии публичной деятельности с упором на патриотическую и социальную тематику и удачно подобранный имидж энергичного, жесткого, практичного «политика дела», каким виделся гражданам В. Путин.

Второй фактор, объясняющий быстрый рост популярности В. Путина, – ценностно-эмоциональное состояние общественного сознания. «Действия В. Путина в период кризиса удачно подыграли общественным ожиданиям: премьер стал проводником и выразителем, что называется, «народных чаяний»: он фактически взял на себя обязанности по защите населения от произвола террористов и, более того, поддерживая коллективное «чувство мести», фактически возглавил контратаку на террористов и повел кампанию по “уничтожению гадины в ее логове” Чечне, одновременно смывая позор провальной чеченской кампании федеральных войск 1996 года»³⁵.

И, наконец, третье. «Обострившиеся отношения с Западом и довольно резкие (преимущественно популистские) действия и высказывания властей по вопросам международных отношений позволили почувствовать населению (испытывающему на протяжении целого ряда лет чувство унижения перед Западом) восстановление роли России в мировой политике. С точки зрения обывателя, такую возможность вернул России именно Путин. Очевидно, что доверие обывателя к политику, давшему ему возможность почувствовать собственную значимость, будет достаточно высоким»³⁶.

³⁵ Выборы Президента РФ в 2000 г. Архив политической рекламы. URL: <http://www.33333.ru/public/2000.php>

³⁶ Там же.

Безусловно, на быстрый рост популярности Владимира Путина повлияло и прямое увеличение публикаций и материалов в средствах массовой информации. Известно, что быстрый рост популярности политика напрямую связан с частотой упоминаний о нем в СМИ. Большое количество позитивных публикаций о деятельности премьера Правительства и и.о. Президента РФ обеспечивают ему известность.

Нельзя не учитывать также поддержку, оказанную В. Путину Б. Ельциным, назвавшим его своим преемником, что уже дает определенные гарантии успешности его дальнейшей политической карьеры, а также поддержку движения «Единство», которое назвало В. Путина своим лидером.

Заключение

Оценка деятельности российских средств массовой информации во время выборов 1996 и 2000 гг. позволяет сделать следующие выводы.

Победа Ельцина на выборах 1996 года – это результат действия мощной пропагандистской машины, сумевшей склонить на сторону команды Бориса Ельцина мнение населения. Не последнюю роль в манипулятивном воздействии на общественное сознание сыграли российские СМИ. Но, в то же самое время, согласившись работать на стороне одного из кандидатов (пусть и самого влиятельного), российские СМИ предопределили свою дальнейшую судьбу. Подписав негласное соглашение с действующей властью, они, сами того не осознавая, с этого времени потеряли возможность выполнения по крайней мере нескольких своих главных функций: 1) быть объективным, достоверным и эффективным источником информации для общества; 2) быть контролером со стороны общества за деятельностью власти; 3) быть неким арбитром во взаимоотношениях между властью и обществом. Отныне российские СМИ стали действовать в союзе с властью, вновь попав под ее контроль и в значительной мере утратив завоеванную в начале 1990-х годов самостоятельность. Да, собственно говоря, иного выбора у российских СМИ, после победы на президентских выборах команды Ельцина, фактически и не было. Ведь «...выборы финансировала клика магнатов, взявших себе в награду государственные активы на миллиарды долларов <...>. Вину за это россияне возложили на Чубайса, что совершенно обосновано, если использовать в качестве доказательства его же слова. «Если бы я оказался еще раз в такой ситуации, — говорит он, — я бы принял абсолютно такое же решение». Это было «фундаментальное историческое решение». Последовавшее разграбление активов было «ценой, которую мы заплатили за то, чтобы не позволить коммунистам вернуться в страну»³⁷.

³⁷ Ужин Анатолия Чубайса с «The FT» (Financial Times от 18.02.02, перевод Inopressa.ru). URL: <http://psyfactor.org/polman3.htm>

Таким образом, руководители российских СМИ обменяли профессиональную свободу в своей деятельности на сытую, безмятежную и благополучную жизнь в будущем. Но такие ожидания для большей части масс-медиа оказались фантомом, потому что судьба значительной части различных СМИ оказалась не такой безоблачной, какой она предполагалась их владельцам и руководителям.

Победа Владимира Путина в первом туре на выборах Президента РФ в 2000 году – это результат использования мощного административного ресурса, которым уже на тот момент обладал и.о. Президента России. Перечислим факторы, обеспечившие В. Путину победу на выборах.

Первое, использование образа молодого, деятельного, жесткого руководителя страны, объявившего беспощадную войну терроризму, сепаратизму и коррупции. Появление политика с такими чертами совпало с ценностными ориентациями общества.

Второе. Владимир Путин объявил о проведении самостоятельной внешней политики, целью которой является восстановление авторитета и влияния России в международном сообществе, а во внутренней политике – обеспечение социально-экономического развития страны и реальный рост благосостояния граждан. Эти действия совпали с эмоциональным настроением населения, уставшего от длительного унижения своей страны со стороны наиболее развитых стран и лелеющего надежду на восстановление былого могущества и величия России.

Третье. Благодаря своим активным заявлениям и действиям Владимир Путин завоевал внимание масс-медиа, стал наиболее часто упоминаемой медийной персоной, чему способствовало и использование административного ресурса, поскольку деятельность руководителя страны, безусловно, активно освещается в средствах массовой информации. Внимание СМИ сформировало известность, а также усилило эффект использования индивидуальности нового лидера, что позволило завоевать ему симпатии значительной части населения и быстро увеличить свой рейтинг.

Четвертое. Внушительный стартовый капитал своему последователю передал и Борис Ельцин, избравший его своим преемником за полгода до своего добровольного ухода с должности Президента и обеспечивший Владимиру Путину быстрый и успешный карьерный взлет.

Пятое. Одним из факторов успеха стала и политическая поддержка перспективного политика со стороны движения «Единство», предоставившего ему голоса своих активистов и сторонников и объявившего В. Путина своим лидером.

Общие заключения, которые можно сделать, анализируя технологии, применявшиеся во время проведения двух президентских выборов. Во-первых, результаты рассмотренных нами избирательных кампаний чрезвычайно зависели от манипуляций общественным сознанием, инициированных властью и проводившихся с помощью средств массовой информации. К сожалению, как это уже было нами отмечено, СМИ выполняли в этом случае роль управляемого властью инструмента в процессе манипулирования, пренебрегая выполнением своей главной функции – предоставления обществу полной и достоверной информации.

Во-вторых, российские СМИ (ко времени проведения выборов в Государственную Думу в 1999 и президентских выборов 2000 гг.) находились в крайне зависимом положении от своих владельцев (учредителей), будь это органы власти или финансово-промышленные группы. Во время проведения указанных избирательных кампаний подобная зависимость СМИ проявилась особенно очевидно. (Печальным примером служит история с газетой «Известия», которая поменяла свою позицию на выборах в 1999 году из-за того, что у владельца, Владимира Потанина, появились бизнес-интересы, которые невозможно было осуществить без поддержки Кремля).

Таким образом, отечественные средства массовой информации не пытались давать населению страны точную и полную картину происходящего, отражая события таким образом, что в ней отсутствовали целые важнейшие фрагменты российской действительности. Российские масс-медиа пренебрегли, а, скорее всего, уже и не имели возможности распространения многообразных мнений, оценок, суждений, с которыми могли бы обратиться к согражданам лучшие представители российского общества, заинтересованные в успешных социально-экономических преобразованиях.

Список литературы

1. *Аврамченко Р.Ф.* Путь Путина: до президента или реформатора? Новая концепция развития России. М., 2000. 87 с.
2. *Авченко В.* Теория и практика политических манипуляций в современной России // Теоретические и прикладные аспекты речевого общения. Вып. 1 (8). Красноярск, 1999. URL: <http://psyfactor.org/polman.htm>
3. *Авченко В.* Выборы Президента РФ в 1996 году. «Семья»: победа любой ценой. URL: <http://psyfactor.org/polman3.htm> (Дата обращения 27.04.2017).
4. *Брим Р., Косова Л.Б., Феномен В.* Путина: морфология и семантика массовой популярности // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2000. №3. С. 18–22.
5. *Быкова О.Н.* Языковое манипулирование // Теоретические и прикладные аспекты речевого общения. Вып. 1 (8). Красноярск, 1999. URL: ecoling-kras.ru

6. Выборы Президента РФ в 2000 г. Архив политической рекламы. URL: <http://www.33333.ru/public/2000.php>
7. Зудин А., Рябов А. Особенности кампании-2000 и их влияние на конфигурацию властвующей элиты // Россия в избирательном цикле 1999–2000 годов. М., 2000. С. 421–428.
8. Коржаков А.В. Борис Ельцин: от рассвета до заката. М.: Интербук, 1997. 319 с.
9. Марков Е.А. Навстречу выборам: извлекаем уроки из прошлого // Ежеквартальный научно-методический журнал. 2011. № 1. С. 54–59. URL: [http://chereng.ru/nauka/jurnal/files/ENMG_1\(1\).pdf](http://chereng.ru/nauka/jurnal/files/ENMG_1(1).pdf) (Дата обращения 28.04.2017).
10. Ослон А. Как в 1996 году Аналитическая группа сделала опросы социальным фактом // Социологическая реальность. Журнал социологических наблюдений и сообщений. 2006. № 6. URL: <http://socreal.fom.ru/?link=ARTICLE&aid=182>
11. От Ельцина к... Ельцину: президентская гонка-96 / сост., автор предисл. Л.Н. Доброхотов / Отв. ред. М.К. Горшков, Л.Н. Доброхотов, В.В. Журавлев. М.: Терра, 1997. 632 с.
12. Песцов С.К., Смирнов А.В. Российские выборы – 2000: характерные особенности и процедуры // Власть. 2000. №9. С. 17–23.
13. Попов Э. Российская политическая элита на рубеже XX–XXI вв. // Конструирование социального порядка с помощью коммуникативных технологий. Владивосток, 2001. 142 с.
14. Попова О.В. Модели идентификации основных кандидатов на пост Президента // Политический имидж: секреты манипуляции массовым сознанием: Сб. науч. ст. / ред.- сост. Е.В. Шмелева. СПб: АНО ГЦРОС, 2000. С. 145–156.
15. Согрин В.В. Политическая история современной России. 1985–2001: от Горбачева до Путина. М.: Весь мир, 2001. 262 с.
16. Туровский Р.Ф. Региональные особенности президентских выборов 2000 г. // Вестник Московского университета. Сер. 12: Политические науки. 2000. №4. С. 38–54.
17. Ужин Анатолия Чубайса с «The FT» (Financial Times от 18.02.02, перевод Inopressa.ru. URL: <http://psyfactor.org/polman3.htm>
18. Шевцова Л.Ф. Режим Бориса Ельцина / Московский центр Карнеги. М.: РОССПЭН, 1999. 535 с.
19. Lovenhardt J. Elections of the President of Russia in 1996. Journal of Communist Studies and Transition Politics. 1997. №1. March. Pp. 127–139.
20. McFaul M. Russia's 1996 presidential election: the end of polarized politics. Stanford: Hoover Institution Press, 1997. 170 с.
21. Simon G. Präsidentschaftswahlen in Russland: Jelzin oder Sjuganow // Aktuelle Analysen des BIOst (Köln). 1996. №39.
22. Schneider E. Die russische Präsidentschaftswahl 1996 // Bericht des BIOst. Köln. 1996. №50.
23. Thompson J.B. Ideology and Modern Culture. Critical Social Theory in the Era of Mass Communication. Cambridge, 1992.