

П. А. Козлов
Москва

Роль периодической печати в президентских выборах 1996 г. в Российской Федерации

История современной России начинается с конца декабря 1991 г., когда в результате глубокого социально-экономического и политического кризиса прекратил свое существование СССР. Новому государству предстояло попытаться остановить действие деструктивных процессов, охвативших многие сферы, восстановить управляемость в стране и перейти к реформированию всей системы общественных отношений.

Радикальные экономические и социальные реформы, о планах введения которых так много говорилось в 1990–1991 гг., начались в России в январе 1992 г. Однако промежуточные результаты начавшихся преобразований кардинально отличались от заявленных в начале целей. Либерализация цен привела к их росту, который значительно отличался от правительственных прогнозов. На многие товары цены выросли в десятки раз. Из-за инфляции сгорели многолетние сбережения населения, большую часть которых составляли вклады далеко не самых богатых граждан. Промышленность, финансовая сфера, как и другие, жизненно важные государственные отрасли, как и вся страна в целом, находились в состоянии глубочайшего кризиса. В 1996 г. срок президентского мандата Б. Н. Ельцина подходил к концу.

По результатам сборов кандидатами подписей и проверки их ЦИК РФ к участию в выборах на должность Президента РФ были зарегистрированы одиннадцать кандидатов: Владимир Брынцалов, Юрий Власов, Михаил Горбачёв, Борис Ельцин, Владимир Жириновский, Геннадий Зюганов, Александр Лебедь, Аман-Гельды Тулеев, Святослав Федоров, Мартин Шаккум, Григорий Явлинский. Девять из одиннадцати вышеупомянутых кандидатов априори не обладали серьезными шансами на победу, решая выставлением своих кандидатур иные, более локальные, задачи¹. Еще перед первым туром была очевидна поляризация сил, и поскольку никто из кандидатов не достиг отметки в 50 %, а наивысшие показатели, как и предполагалось, набрали Б. Н. Ельцин и Г. А. Зюганов, основная борьба развернулась между двумя этими кандидатами. Поскольку они были основными претендентами на президентский пост и обладали серьезными предпосылками для того, чтобы одержать победу, в статье внимание будет преимущественно уделено именно их соперничеству.

Президентская кампания 1996 г. проходила в весьма сложных для страны условиях, что оказало сильное влияние на ее специфику. Проводившийся президентом Б. Н. Ельциным курс, провальные итоги экономических реформ, фактическое разграбление государственной собственности путем проводившейся приватизации, тяжелейшие условия существования подавляющего большинства населения страны и начавшиеся боевые действия в Чечне больно ударили по рейтингу популярности Б. Н. Ельцина и привели к практически полной утрате им авторитета и поддержки среди населения страны.

Перечисленные обстоятельства, наряду с успешно проведенной избирательной кампанией в Парламент в декабре 1995 г., делали лидера КПрФ Г. А. Зюганова самым реальным альтернативным кандидатом на президентское кресло. Однако

перспектива прихода к власти представителя от Блока Народно-патриотических сил и кардинальное изменение дальнейшего хода и направления развития страны не устраивала тех, кто стал обладателями огромных капиталов, незаконно добытых во время приватизации.

Именно по этой причине перед силами, которые поддерживали Б. Н. Ельцина, встала задача любой ценой, любыми методами добиться его переизбрания на второй срок.

Данная задача решалась комплексом различных методов, а именно:

- разработанная стратегия популистских шагов;
- участие в избирательной кампании подставных фигур с целью отобрать голоса у Г. А. Зюганова;
- при помощи некоторых других методов, среди которых одним из важнейших являлось использование пропагандистской кампании в средствах массовой информации, в частности, в периодической печати.

В современном мире средства массовой информации играют огромную роль практически во всех без исключения сферах общественной жизни. Как представляется, не стоит отрицать или приуменьшать значение СМИ как одного из важнейших инструментов политической борьбы, умелое использование которого позволяет его обладателям решать сложнейшие политические задачи в достаточно ограниченные сроки. С их помощью оказывается возможным внедрять в массовое сознание установки, соответствующие корпоративным устремлениям СМИ-сообщества и влиятельных группировок политической и экономической элиты². Такие изменения создают благоприятную среду для целенаправленного манипулирования массовым сознанием.

Широко распространено мнение о том, что СМИ сыграли огромную, если не решающую, роль в крупнейших политических событиях последних лет, в частности, стали одним из важнейших факторов успешного переизбрания Бориса Ельцина на второй срок³.

Целью данной статьи является анализ материалов периодической печати как инструмента информационно-пропагандистского обеспечения президентских выборов 1996 г. Хотя источником здесь может являться весь пласт периодической печати, для решения поставленных задач целесообразно ограничить круг этих изданий наиболее репрезентативными. Критериями отбора периодических изданий для нас выступили значение изданий в структуре периодической печати, специфика изданий, в том числе их идеологическая направленность, и уровень популярности.

Можно выделить три основных идеологических направления, каждое из которых представлено в статье одним или несколькими периодическими изданиями.

Проельцинское направление, позиционировавшее себя как «либерально-демократическое». В данной статье представлено газетой «Московский комсомолец». Это периодическое издание выходило ежедневно, его средний тираж составлял 2,3 млн экз. Газета «Московский комсомолец» имела наибольший тираж среди всех использованных в исследовании газет. Судя по тиражу можно сделать вывод, что газета обладала серьезным уровнем популярности среди читателей, имела высокий потенциал для проведения предвыборной агитации. Говоря о проблематике, которой уделялось внимание на страницах этого издания, стоит отметить, что на протяжении 1995–1996 гг. газета пристально следила за ходом

предвыборной кампании в Государственную Думу и Совет Федерации, а также за ходом борьбы за кресло президента РФ. На страницах издания публиковались не только аналитические материалы корреспондентов газеты, но и мнения непосредственных участников политических баталий. Помимо предвыборных гонок газета освещала и другие злободневные темы текущего времени — внутреннюю политику, развитие ситуации в Чечне, ситуацию в российской экономике, сельском хозяйстве, различные культурные мероприятия и многое другое. Материалы газеты не отличались глубокой аналитикой, поскольку были рассчитаны на среднестатистического гражданина, однако, данное обстоятельство не является недостатком газеты для нашего исследования, поскольку в первую очередь нас интересует содержание информации, а не глубина ее анализа на страницах данного издания. В процессе анализа материалов «Московского комсомольца», исходя из их построения и содержания, тематической направленности, можно сделать вывод, что газета адресовалась в первую очередь молодежной аудитории читателей. Одним из главнейших и особо красноречивых слоганов газеты являлся лозунг «Голосуй сердцем». Такой посыл предполагал, что избиратели, в основном молодые люди, должны руководствоваться в своем выборе не разумом, а, в первую очередь, эмоциями, предрассудками и стереотипами, которые внушались электорату. Со страниц газеты людей зомбировали опасностью возвращения системы лагерей, экспроприацией частной собственности, карточной системой, пустыми полками магазинов и другими опасностями. В сознании избирателей должен был сформироваться эдакий симбиоз квазисистемы, которой в реальности никогда не существовало.

Лево-патриотическое, в том числе прокоммунистическое направление. Оно представлено в статье двумя изданиями. Газета «Советская Россия» выходила несколько раз в неделю тиражом в 250 тыс. экз. и представляла собой авторитетное издание, выражавшее позицию прокоммунистической части общества. Со страниц газеты выражалась точка зрения, принятая партией КПРФ и ее лидером Г. А. Зюгановым. Во время подготовки к парламентским выборам, проходившим в декабре 1995 г., и президентским — 1996 г., издание активно участвовало в агитации, публиковало на своих страницах многие официальные документы КПРФ и кандидата на пост Президента Г. Зюганова, материалы о нем. К примеру, на страницах издания был опубликован целый предвыборный цикл в поддержку Г. Зюганова и КПРФ на парламентских выборах⁴, а также предвыборная платформа Г. Зюганова уже в качестве кандидата от Блока народно-патриотических сил⁵. Среднестатистический тираж газеты «Завтра» составлял 100 тыс. экз. Издание выходило всего четыре раза в месяц. Сразу после старта избирательной кампании 1996 г. по выборам Президента РФ газетой был поддержан только один кандидат — Г. Зюганов. В издании подробно освещалась его предвыборная кампания⁶. За несколько месяцев до выборов, приложением к газете вышли специальные предвыборные выпуски «Зюганов». В свою очередь, печатные органы, поддерживавшие Г. А. Зюганова, обращались к избирателям с призывом голосовать «не только сердцем, но и разумом». Со страниц газет данного идеологического направления звучала критика в адрес президента и правительства. Хотя материалы периодики данного направления также не отличались беспристрастностью и объективностью, они, в отличие от своих политических оппонентов, не прибегали к методам откровенной лжи, клеветы и грязных политических технологий.

Либеральное направление. В статье представлено издание «Независимая газета», выходящим средним тиражом в 55 тыс. экз. Данное направление претендовало на объективность, формально не отдавало своих симпатий ни одному из двух основных кандидатов, склоняясь к объективной критике и выявляя слабые стороны и недостатки каждого из них. В отличие от первых двух направлений, «Независимая газета» стремилась отразить отношение к происходящему с максимальным исключением эмоций, на сугубо рассудочной основе, предлагая на своих страницах попытку анализа сильных и слабых сторон каждого из двух основных кандидатов. Данное периодическое издание было направлено на образованную, критически мыслящую аудиторию, интеллигенцию.

Рассмотрим предвыборную кампанию в прессе в поддержку Б. Н. Ельцина, согласно стратегии которой, в своей предвыборной агитации он должен был отталкиваться в большой степени от тех направлений во внутренней и внешней политике, а также в экономической сфере, по которым его критиковала оппозиция. Таким образом, сформулированные Б. Ельциным направления работы на следующий президентский срок, за который он собирался побороться, выглядели следующим образом: борьба с бедностью на основе экономического роста; защита семьи, материнства и детства, развитие здравоохранения; развитие культуры, образования и науки; борьба с преступностью и коррупцией; правовая реформа; мир в Чечне; военная реформа; отстаивание российских интересов за рубежом; интеграция с соседями по СНГ; укрепление гражданского мира в России⁷.

Говоря о печатных средствах массовой информации, находившихся на стороне Б. Ельцина, стоит отметить следующую тенденцию. Как уже упоминалось, благодаря поддержке, оказанной Б. Ельцину представителями российской финансовой элиты, в распоряжении президентского избирательного штаба находилось большинство многотиражных газет и журналов страны. Кроме того, ему была обеспечена поддержка со стороны всех крупных телекомпаний — ОРТ, РТР, НТВ, ТВ 6, которые использовались в качестве проводника президентской политической линии. Это давало возможность, в условиях фактической монополии на общероссийские СМИ, освещать все события и акции в одном и том же ключе, и посредством популистских акций и их освещения через СМИ привлекать на свою сторону избирателей, которые, казалось бы, полностью разочаровались к 1996 г. в политике президента.

В поддержку Б.Ельцина было напечатано огромное количество предвыборных памфлетов, листовок и плакатов. К примеру, Общероссийское общественное движение «Реформы — новый курс» опубликовало ряд брошюр, суммировав аргументы избирателей различных категорий. Первой из этой серии вышла брошюра «Почему мы голосуем за Ельцина»⁸. Вслед за тем, вышел еще ряд схожих материалов, инициированных, по словам авторов, письмами, приходившими со всей страны. Эти письма были обобщены в небольшие тематические брошюры, использовавшиеся для агитации в пользу Б. Ельцина. Каждая из брошюр выступала как бы от отдельной социальной группы.

Такой, к примеру, была брошюра «Почему российская “глубинка” голосует за Ельцина», в которой приводились всевозможные «неоспоримые» доводы в пользу действовавшего Президента. «Глубинка» любит и ценит настоящих и сильных людей. Ельцин — крепкой, уральской породы. А мужики там исстари

были “сурьезные”, что тамошний гранит»⁹. Ельцин, как считает «глубинка», человек честный в отличие от многих в «коридорах власти».

«Не может он так, как они там привыкли — когда говорят одно, делают другое, а думают так вовсе о третьем. Вот и плохое у Ельцина с ними взаимопонимание»¹⁰.

Борис Николаевич «на фоне записных говорунов, конечно, не оратор. Зато делает много. И решительности ему не занимать. Крутой мужик, что говорить»¹¹. Ельцину нужно поверить хотя бы потому, что он сам из «глубинки» и не по рассказам знает о жизни там. Согласно мнению составителей брошюры, люди в стране уже отвыкли от прежней, коммунистической власти и привыкли к проводимым реформам, которые нужно продолжать, «а не крутить “кино” обратно»¹². Подводя итоги, авторы призывают отдать свои голоса Б. Ельцину, потому что «из всех нынешних претендентов на президентство он самый “глубинный”, “крестьянский” кандидат»¹³.

В поддержку Б. Ельцина была также подготовлена брошюра, выражавшая точку зрения «старшего» поколения, ветеранов¹⁴. Со страниц здесь звучит и критика в адрес действующего Президента за неудачи в реформировании, за ухудшение уровня жизни: «Многие из нас недовольны им. Есть и малые обиды — живем не слишком богато, есть и большие — реформы во многом лишили нашу жизнь ее прежнего высокого смысла»¹⁵.

Однако они убеждены в том, что эти ошибки в будущем не повторятся: «Ельцин на одни грабли наступать не будет. И Гайдару больше вряд ли поверит, и в новую Чечню вряд ли полезет. А главное — от ответственности за ошибки не отказывается»¹⁶.

В общем, оглядываясь назад, на период первого президентского срока Ельцина, они делают вывод, что у Б. Н. Ельцина действительно есть серьезный расчет на годы вперед, «есть видение новой России и есть желание доделать то, что уже начато ради будущего страны, ради наших детей и внуков»¹⁷. Движение России, если у власти останется Б. Н. Ельцин, обещала агитационная брошюра, обязательно станет более осмысленным, более четким и более человеческим. Президент обязан, и он сделает все для повышения уровня жизни населения, — особенно для слабо защищенных в социальном плане слоев. «Вот на этих условиях, с таким “наказом” мы будем голосовать за него 16 июня»¹⁸, — звучит призыв, с которым обращаются к избирателям от лица ветеранов составители брошюры.

На первый взгляд, у действовавшего Президента РФ Б. Ельцина не было острой необходимости в привлечении альтернативной периодической печати для того, чтобы сохранить свою должность на второй срок. Для избирательной кампании было вполне достаточно ежедневных официальных газет, радио и телевидения. Казалось бы, не имело смысла финансировать новые издания, однако, на то были свои веские причины. Альтернативная периодическая печать за годы своего существования зарекомендовала себя как вечная оппозиция власти, и поддержка Б. Ельцина на страницах таких изданий не оставляла шансов для тех, кто обвинял Президента РФ в использовании административного ресурса в своей избирательной кампании. К тому же, плата за участие в агитационной кампании проводилась в обход российского законодательства наличными деньгами. Об этом свидетельствует ставший хрестоматийным эпизод с выносом иностранной валюты в коробке из-под бумаги для копировального аппарата «Хероx» активистами штаба избирательной кампании Б. Ельцина — А. Евстафьевым и

С. Лисовским (с 19 на 20 июня 1996 г.). Поэтому создание новой газеты или финансирование уже существовавшей не представляло особых затруднений. Таки-ми, к примеру, стали газеты «Президент» и «Не дай Бог!».

Впервые за всю историю альтернативных выборов в России агитационная кампания на страницах периодического издания проводилась без демонстрации преимуществ экономических и политических приоритетов того или иного кандидата. Их заменяли повествования об ужасах коммунизма и советской власти и таинственном потенциале Б. Ельцина, не проявившемся в предыдущие годы. Редактор газеты «Президент» Л. Шемаев был лично предан Б. Ельцину еще с 1989 г.¹⁹ Газета «Не дай Бог!» имела броский подзаголовок: «Газета о том, что будет после 16 июня». Она практически не распространялась в Москве. Первые номера избиратели, проживающие в других регионах, обнаружили в своих почтовых ящиках в апреле 1996 г. Вначале в газете не содержалось никаких сведений о редакции и тираже издания. Только в мае издатели и редакция очень осторожно заговорили о себе с полос собственного издания. «Финансирование газеты организовано группой состоятельных российских граждан, которым совершенно безразлично, что произойдет с этой страной после 16 июня»²⁰. Под состоятельными российскими гражданами подразумевались все те же олигархи, а точнее, клан родственников, финансовых магнатов и случайных людей, окружавших первого Президента РФ и не желавших расставаться со своими привилегиями.

Автор обращает внимание на газету «Не дай Бог!» в силу того, что многие приемы и методы агитации, использованные данной газетой, были присущи и газете «Московский комсомолец», только в менее грубой форме.

Издаваемая небывалым для альтернативной периодической печати тиражом — 10 млн экз., газета «Не дай Бог!» не только оставалась фактически анонимной, но и не содержала открытых агитационных призывов. Созданная «политическими технологами», готовившими избирательную кампанию Б. Ельцина, она полностью отвечала поставленным задачам. Во-первых, на страницах газеты вообще не упоминался Б. Ельцин. Зато без красочных карикатур на Г. Зюганова и его сторонников не обходился ни один номер. Что они сделают, если победят на выборах?²¹ — спрашивал еще не легализовавшийся главный редактор Л. Милославский. Ответ же был однозначный: «То, что вы сегодня видите по телевизору, будет видно из вашего разбитого окна»²².

Главными аргументами против прихода к власти лидера КПРФ на страницах газеты выступали события недавнего прошлого: антиалкогольная кампания и очереди за «дефицитом». Для тех, кто надеялся на «брежневскую стабильность после выборов»²³, были подготовлены контраргументы, которые должны были заставить избирателей «одуматься».

На протяжении всей избирательной кампании Б. Ельцина на страницах газеты выступали популярные артисты, высказывавшиеся против прихода к власти Г. Зюганова, а иногда — и против реставрации социализма в России. Зарубежные киноактеры — П. Ришар, В. Кастро, российские — Л. Зыкина, Э. Пьеха, Н. Рас-торгуев, А. Баталов — вот далеко не полный перечень тех, чьи имена присутствовали на страницах газеты²⁴.

В целом, газета последовательно проводила главную мысль предвыборной кампании Б. Ельцина — в случае ухода действующего Президента жизнь в стране не станет лучше.

«Мы за то, чтобы перестать рассчитывать на новых президентов и красивые лозунги. И еще за то, чтобы понять, что никогда не найти нам идеального Президента, который ежедневно решает за нас все проблемы, не пьет и не курит, постоянно и по любому поводу принимает за нас мудрые решения»²⁵.

Говоря об общероссийских печатных средствах массовой информации, остановимся на газете «Московский комсомолец» и журнале «Итоги».

Позиция газеты «Московский комсомолец» со времен парламентских выборов эволюционировала от умеренной критики действующего Президента к его оголтелой поддержке в начале президентской предвыборной гонки. Ещё осенью 1995 г. на страницах газеты можно было встретить опасения за функционирование власти в стране в связи с критическим состоянием здоровья Президента: «Второй раз последние полгода Ельцин попадает в больницу с обострением ишемической болезни сердца»²⁶. Это вызывало неприкрытую неудовлетворенность подобным положением дел: «Скорее всего, как и в прошлый раз, мы будем каждый день узнавать об активной деятельности Ельцина. Об указах, которые он принял; о встречах, которые он провел; о телеграммах, которые он разослал. Будет сделано все, чтобы граждане страны были уверены в том, что Президент полностью контролирует ситуацию»²⁷.

Но уже после парламентских выборов, ближе к весне, от толерантности по отношению к кандидату от Блока народно-патриотических сил не осталось и следа. Со страниц газеты к избирателям обращались артисты, бизнесмены и многие другие, призывавшие не голосовать за Г. А. Зюганова.

Газета «Московский комсомолец» также придерживалась тактики запугивания избирателей возможными перспективами в случае прихода к власти коммунистов. Так, выступая со страниц газеты, Егор Гайдар представлял будущее страны в случае прихода к власти коммунистов следующим образом: «Первое — установление цензуры, второе — закрытие оппозиционных газет, третье — политические репрессии, четвертое — конфискация частной собственности, не связанной с коммунистами дружескими узами. И пятое — втягивание страны в различные войны под флагом насильственного восстановления интересов России, Союза и т. д.»²⁸.

Ему вторил Б. А. Березовский, когда, отвечая на вопрос корреспондента о перспективах ОРТ после президентских выборов в случае победы «красного» кандидата, решил «предсказать» не только судьбу ОРТ, но и грядущие изменения в стране в целом: «Если придут коммунисты, я не думаю, что судьба ОРТ будет сильно отличаться от любого частного или смешанного бизнеса. Тут у меня иллюзий и сомнений не существует. ОРТ по причине своей государственной важности будет национализировано в числе первых. Более того, не останется ничего, что не будет национализировано»²⁹.

Таким образом, Б. А. Березовский подводил читателей к следующему выводу: «Мне удивителен идиотский оптимизм огромной части нашего населения, которая думает, что что-то будет по-другому по сравнению с тем, что было, если придут новые коммунисты. Нужно понимать, что они сами себе не принадлежат, а принадлежат системе, в рамках которой заключены. Все будет совершенно по классической схеме — неэффективная экономика, поиски виновных, расстрелы, лагеря»³⁰.

В поддержку Б. Ельцина в преддверии выборов был организован дорогостоящий тур российской эстрады, выступавшей под лозунгом: «Ельцин — наш

президент». Концерты популярных российских артистов должны были пройти в 23 городах страны и закончиться двумя широкомасштабными выступлениями во Владивостоке 7 и 8 июня. Посещение концертов было бесплатным. Данное мероприятие получило широкий резонанс в прессе. Артисты, чье выступление было щедро оплачено предвыборным штабом Б. Ельцина, охотно комментировали свое участие в туре. Популярные в России музыкальные исполнители не скрывали своих политических симпатий по отношению действующему Президенту. Ф. Киркоров, в частности, поведал корреспонденту «МК», что «на семейном совете было принято решение, что я буду работать на избирательной кампании Б. Ельцина. Конечно, президентом должен быть Ельцин: коней на переправе не меняют»³¹. Н. Королева, охарактеризовав Б. Ельцина как сильного, мужественного и импозантного мужчину, была убеждена, что «таким и должен быть президент нашей страны»³². На пресс-конференции после концертов все артисты подтвердили сознательность и обдуманность своего выбора. Они не навязывают его кому-либо, а лишь хотят поделиться своими чувствами и взглядами с теми людьми, которые приходят на концерты во время этого масштабного тура³³. Весь этот спектр мероприятий, а также другие дорогостоящие развлекательные шоу артистов, организованные командой Б. Н. Ельцина, и их широкая огласка в СМИ, как нам кажется, внесли свою лепту, ощутимо повлиявшую на итоги голосования. Не обладавший такой широкой финансовой поддержкой штаб Г. Зюганова был лишен возможности подобного привлечения симпатий избирателей.

Непосредственно перед вторым туром голосования «Московский комсомолец» выходил с кричащими, откровенно анти-зюгановскими заголовками. Некоторые из них, рассчитанные на московского избирателя, грубо противопоставляли «москвичам» всю страну: «Красный пояс затягивается на шее Москвы! Коммунистическая провинция хочет навязать свой образ жизни столице. Только вы, москвичи, можете спасти Россию!»³⁴.

Ряд заголовков прямо призывал голосовать за конкретного кандидата: «Завтра идем на праздник “МК”. В среду голосуем за Ельцина!»³⁵; «Именно твоего голоса может не хватить для победы! Коммунисты не пройдут, если две трети москвичей придут на выборы! Третьего июля пропальываешь грядки — через месяц пропальывают тебя! Голосуй за Ельцина! Используй последний шанс на достойную жизнь!»³⁶.

Некоторые заголовки «Московского Комсомольца» содержали откровенно непolitкорректные, и даже оскорбительные сравнения: «Даже монголы отказались от коммунизма. Неужели мы глупее?»³⁷.

Журнал «Итоги» начал выходить лишь за несколько месяцев до голосования, однако, сразу же включился в освещение перипетий борьбы за президентское кресло, предложив читателям аналитические материалы. В каждом номере анализу предвыборной борьбы уделялось много внимания. Характерной для «Итогов» особенностью освещения избирательной кампании явилось пристальное внимание к персоне Б. Ельцина, перспективам выдвижения единого кандидата от «третьей силы» и к кандидатам, явно не имевшим серьезных шансов на успех. Лишь изредка упоминавшийся на страницах издания Г. А. Зюганов удостоивался не самых лестных характеристик. Свое отношение к последнему избирателю могли формировать по таким характеристикам: «Стиль Зюганова — монотонность и однообразие. За последний год он не произнес ни единого свежего тези-

са. Неизменными остаются призывы к возрождению духовности и державности, обещания социальной справедливости и многоукладности экономики (словосочетание “частная собственность” язык Зюганова не выговаривает)³⁸.

Также читателям сообщалось о внутренних проблемах Блока народно-патриотических сил, в связи с чем у Г. А. Зюганова «пропал блеск в глазах, облезла бронза, а рейтинг “завис”», а предвыборные речи из стана Г. Зюганова все больше ведутся о «фальсификациях на будущих выборах, о “продажной прессе”, работающей на одного кандидата», чем они пытаются подготовить оправдание своего провала на грядущих выборах³⁹. По мнению автора цитируемой статьи, удел победителей — не рассуждать, а действовать.

Е. Киселев, размышлявший в своей статье над шансами кандидатов, считал, что перспектива развития страны в случае прихода к власти коммунистов известна и предсказуема, но повторное ельцинское президентство не сулит России наступления хороших времен. Автор опасался, что Б. Ельцин расценит свою возможную победу как «мандат на продолжение прежней политики без каких-либо корректировок, как политическую индульгенцию»⁴⁰, а первыми жертвами президентского триумфа падут те, кто эту победу ковал, в том числе пострадают и журналисты: «скоро лежать нам за это всем вместе лицом на снегу под прицелом у добрых молодцев в камуфляже и черных масках»⁴¹. Тем не менее, как ни странно, выбирая из двух зол меньшее, Е. Киселев предостерегает читателей, что «если все-таки все прогнозы буду опровергнуты и победит Зюганов, нас ожидают как минимум не меньшие неприятности»⁴².

Предвыборная кампания Г. А. Зюганова строилась иначе. В ней лидер оппозиции и его штаб уповали на ошибки действующего режима, его просчеты, недостатки и все то, что не устраивало общественность, утомленную кризисным состоянием, в котором находилась страна. В своей предвыборной платформе Г. А. Зюганов говорит о незаконности роспуска Советского Союза, о тех согражданах, кто, волею судеб, оказался за вновь возникшими границами. Сильную тревогу у Г. Зюганова вызывает постоянно растущий уровень смертности в стране, полное отсутствие какой-либо заботы о пенсионерах, старшем поколении, которые в трудный момент были брошены государством на произвол судьбы⁴³. Г. Зюганов негодует по поводу хаоса, царящего в стране, разворовывания экономики, разбазаривания государственной собственности, в том числе и природных ресурсов. Происходит непрекращающееся наступление на духовные ценности и нравственные идеалы. Страна уже потеряла уважение в мире и ей грозит утрата государственной независимости⁴⁴. Отечественная экономика находится в глубоком кризисе, производство обеспечивает лишь малую часть спроса. Происходит постоянное попрание законов и прав граждан.

В случае прихода к власти представитель Блока народно-патриотических сил обещал гарантировать всем гражданам России право на труд, отдых, жилище, восстановить бесплатное образование и медицинское обслуживание, достойные зарплаты и пенсии. В его программных заявлениях декларировались поддержка семьи, материнства и детства, обеспечение преимущества отечественным производителям всех форм собственности, помощь крестьянству и сельскому хозяйству, укрепление финансовой системы, поддержка научно-технического и культурного потенциала страны, демократизация отношений собственности и создание многоукладной экономики в стране. Важным пунктом в платформе

было обеспечение мира, порядка и безопасности в стране; прекращение войны в Чечне и недопущение новых военных конфликтов на территории России⁴⁵.

В поддержку кандидата от Блока народно-патриотических сил выступали газеты «Советская Россия» и «Завтра». Попытаемся определить основные векторы их критики в адрес соперника и агитации за кандидатуру Г. Зюганова. В целом, в указанной прессе преобладали аналитические статьи, критика действующих властей, агитация в пользу кандидата Г. А. Зюганова. Читателям предлагалась точка зрения как известных людей, так и позиция представителей от народа — простых рабочих, студентов, пенсионеров и др. Также часто встречаются статьи, авторы которых проявляют опасение в связи с возможностью правящих кругов отменить выборы или подтасовать их результаты. Все это должно было способствовать консолидации той части электората, которая была на стороне Г. А. Зюганова, а также привлечению на свою сторону новых голосов.

Так, в октябрьском номере газеты «Советская Россия» выражается опасение в отношении возможных подтасовок результатов выборов. Автор приводит слова главы Центризбиркома Рябова, который в одном из телеэфиров заявил о том, что контроль за правильностью подсчета голосов может осуществляться только государством. И по мнению корреспондента, это позволит власти, в случае успешных для Г. А. Зюганова итогов голосования, добиться «нужного» результата, чтобы, не дай Бог, не победил кандидат от оппозиции⁴⁶. Опасение оппозиционной общественности вызывало также вмешательство в ход предвыборной кампании извне. В статье Евгения Федорова, опубликованной в газете «Завтра», приводятся сведения о грубом и неприкрытом вмешательстве западных спецслужб в ход избирательной кампании в России⁴⁷.

В ответ на постоянно звучащие из поддерживающего Б. Ельцина лагеря заявления об угрозе возврата ГУЛАГа, ликвидации частной собственности в случае прихода к власти Г. Зюганова, прессе, выступавшей за единого кандидата от Блока народно-патриотических сил, ничего не оставалось делать, кроме как отрещиваться от этих обвинений. Компартия и Г. Зюганов во всех своих программных документах неизменно повторяли, что категорически не приемлют политику репрессий и беззакония и гарантируют ее неповторение. «Мы против исторической мести», — в который раз повторял Г. А. Зюганов⁴⁸. Что касается частной собственности, то в выпущенной накануне выборов брошюре «Знать и действовать» «красный» кандидат отмечал, что тревога по этому поводу нагнетается специально. Новое правительство сохранит честно заработанное, приобретенное, накопленное. Г. Зюганов гарантировал неприкосновенность трудовой частной собственности, созданной не эксплуатацией, не воровством, не обманом, а собственным честным трудом или трудом своих близких⁴⁹.

Сравнивая двух кандидатов на президентское кресло, газета «Советская Россия» приводила следующие аргументы в пользу Г. Зюганова. Он лучше, основательнее и разносторонне развит, ведет активную организаторскую, научную и политическую деятельность в партии. Ему свойственен демократичный стиль работы, он проще и доступнее, демократичнее по своим личным качествам, чем Б. Ельцин⁵⁰. Говоря о харизме кандидатов, автор статьи полагал, что лидерство Б. Ельцина в этом отношении во многом надуманно, поскольку средства массовой информации, в частности телевидение, были практически недоступны для Г. Зюганова. Б. Ельцин обладал несравнимо большим эфир-

ным временем на основных телеканалах, пользуясь доступом, как в качестве кандидата, так и в качестве действующего главы государства. Г. Зюганов же, не обладая такими возможностями, тем не менее, вызывал симпатию и доверие у избирателей своим искренним и серьезным поведением. Он никогда не эпатировал публику, вообще не использовал в своей публичной деятельности никаких спецприемов и спецэффектов, не пытался подражать западным лидерам, не злоупотреблял популизмом — всегда и везде вел себя естественно и серьезно. Тем и привлекает людей в тяжкую годину, поскольку народу уже опостылела политическая «клоунада»⁵¹.

Известно, что российские президентские выборы 1996 г. вызвали к себе оживленный интерес как в Европе, так и в США. По данным газеты «Советская Россия» со ссылкой на американскую газету «Вашингтон таймс», в американскую прессу просочилась информация о том, что во время встречи Б. Н. Ельцина и Б. Клинтона в Египте российский президент открытым текстом попросил американского президента помочь ему победить на июньских выборах. Это весьма озадачило Б. Клинтона, так как «он и так делает все, что в его силах, для переизбрания Б. Ельцина, в частности, после его нажима МВФ согласился предоставить сугубо предвыборный кредит Кремлю в размере 10,2 млрд. долларов»⁵².

Анализируя начальный этап предвыборной кампании двух основных участников, корреспондент «Советской России» Константин Молчанов отмечал ожидавшийся провал команды Б. Ельцина, на которого работает вся государственная машина. Однако такой результат, по его мнению, не выглядел неожиданным, поскольку он был логичным следствием общего стиля работы исполнительной власти, ее неспособности решать даже самые элементарные из поставленных задач⁵³. К апрелю 1996 г. Президент испытывал проблемы с политической опорой на предстоящих выборах, которая выглядела довольно ненадежно. Позиции Г. Зюганова на тот момент выглядели гораздо более прочными, так как на его стороне выступала самая массовая и самая опытная партия, успешно прошедшая через целый ряд федеральных и региональных выборов.

Для повышения своего рейтинга и реабилитации в глазах избирателей Б. Н. Ельцин вынужден был пытаться «напустить пыль в глаза народа». Что он при помощи своего предвыборного штаба и старался всячески делать. К этому можно отнести три его наиболее крупных предвыборных акции: выплата долгов по зарплате; план урегулирования в Чечне и подписание договоров с Белоруссией и другими бывшими республиками СССР. Данные акции были широко разрекламированы в прессе как миротворчество, проявление заботы о людях и народах, однако, они были ни чем иным, как попытками исправить свои же собственные промахи, ошибки и преступления⁵⁴. В этом же ключе в периодике рассматривался и факт ликвидации долгов по зарплате, которая выполнялась методом аврала, ударной вахты с применением чрезвычайных административных мер. Признавалось, что подобные методы реализации решений возможны лишь в экстремальных ситуациях. Выборы как нельзя более удачно вписывались в данный контекст. Для того, чтобы выполнить громкие обещания президента, правительство вынуждено было практически остановить финансирование тех же регионов по другим статьям бюджета, а само залезало в новые долги коммерческим банкам, где одолжило деньги на зарплату бюджетникам. Очевидно, что данная акция не решала проблемы по существу, так как принимаемые меры устранили

последствия негативных процессов, но не их причины. А заключались они в неверной экономической политике и ошибочно выбранном курсе реформ⁵⁵.

Говоря о шансах кандидата Б. Н. Ельцина в борьбе за пост президента, в прессе, поддерживающей Г. Зюганова, повсеместно встречалось указание на объективную слабость политических позиций первого президента, которые, при условии равных возможностей и честных выборов, не могли предоставить ему возможности одержать победу. Пытаясь компенсировать этот гандикап, Б. Ельцин, по рекомендации своих помощников, вынужден был идти на популистские шаги. Во многих предпринятых им мероприятиях, очевидно просматривается стремление выбить козыри из рук оппозиции выполнением как раз того, на что были направлены ее критические стрелы. Приходилось использовать практику давления (к примеру, со сбором подписей), задабривания (к примеру, с выплатами долгов по зарплате и пенсии) или запугивания (избирателей — «ужасами» коммунистического правления, самих коммунистов — отменой выборов и даже применением к ним силовых мер).

«Демократическая» пропаганда представляла Г. Зюганова стране в трех разных ипостасях. Первая: наследник большевизма послеоктябрьской поры, а значит — возвращение лагерей, запрет на инакомыслие, госрегламентация всего и вся, пустые полки в магазинах. Очень характерными в данном случае являются подготовленные накануне выборов и распространявшиеся в общественных местах листовки и плакаты, такие как: стилизованный под плакат времен войны с изображением Г. Зюганова и подписью: «Ты запасся продовольствием?»⁵⁶, или плакат с изображением лидера оппозиции и комментарием: «Купи еды в последний раз!»⁵⁷.

Второй образ: прозападный социал-демократ типа Горбачева (да здравствует свобода, в том числе и свобода для иностранных и отечественных хищников разграблять Россию)⁵⁸. И, наконец, третья «личина» — национал-социалист (лагеря и этнические чистки под лозунгом «Русские превыше всего»)⁵⁹. Издававшаяся на средства олигархов и финансовых магнатов, окружавших Б. Ельцина, газета «Не дай Бог!» деятельность современных российских коммунистов напрямую связывала с событиями 1934–1940 гг. в Германии. «Они пользуются испытанной методикой, принцип которой сформулировал товарищ Геббельс: чтобы в лож поверили, она должна быть чудовищной»⁶⁰.

Каждый из приведенных «образов» предназначался определенной части российского населения и потому их демонстрация происходит поочередно в одних и тех же СМИ по любым поводам: Октябрьскую революцию Г. Зюганов не оплевывает, значит, большевик. Принял участие в международном форуме в Швейцарии — второй «Горбачев». Встретился с русскими писателями и говорил о величии духа России — национал-социалист⁶¹.

Сама предвыборная кампания Г. Зюганова, как уже отмечалось, не получала практически никакого отражения в средствах массовой информации государственного значения. Многие предвыборные поездки Зюганова не были отражены в программах ни одной контролируемой государством телекомпанией, ничего не говорилось о них и главной частной телекомпанией «НТВ». Газета «Советская Россия» приводит слова из статьи корреспондента газеты «Нью-Йорк таймс» Алесандры Стэнли. Она делает вывод об очевидном игнорировании государственными средствами массовой информации кандидата в президенты Г. Зюга-

нова. Провозглашенное в России стремление создать настоящую независимую «четвертую власть» на примере предвыборной кампании 1996 г. явно не было реализовано на практике. «Многие репортеры рассматривают президентскую кампанию как борьбу за свое собственное выживание. Все главные некоммунистические газеты публиковали эмоциональные редакционные статьи с предупреждением против избрания президентом Г. Зюганова»⁶².

В подтверждение сказанного «Советская Россия» ссылалась на статью И. Бернштейна, опубликованную в газете «Moscow Times», где речь шла о ярко выраженной политической ангажированности российских средств массовой информации. Приводятся следующие слова автора статьи: «В последние недели информационные программы трех ведущих каналов: ОРТ, РТР и НТВ — более походили на оплаченную политическую рекламу в пользу президента, чем на беспристрастное освещение событий. Хотя официально предвыборная кампания кандидатов в президенты в государственных средствах массовой информации началась только 14 мая, телевизионная реклама Ельцина идет уже давно, причем в форме, попирающей все принципы беспристрастности и объективности»⁶³.

Кроме того, поддерживавшая Г. Зюганова пресса предоставляла возможность высказывать свои доводы представителям различных общественных слоев и различных профессий. Кинорежиссер Станислав Говорухин, обращаясь к читателям, объяснял, почему он собирается голосовать за Г. А. Зюганова следующим образом: «Когда думал за кого голосовать, я задал себе такой вопрос: а за кого 16 июня пойдут голосовать все жулики РФ, за Зюганова или за Ельцина?» — далее он предлагает читателям задуматься над этим вопросом, говоря, что он свой выбор уже сделал, — «я иду голосовать за Зюганова»⁶⁴.

В брошюре «Почему Зюганов должен стать президентом», подготовленной специально к выборам, также приводились мнения различных людей. Об отношении Г. А. Зюганова к религии можно было судить по тому факту, что его поддерживают и священнослужители. Так, отец Дмитрий Дудко видел в Г. Зюганове человека, «который способен объединить русских людей и все патриотические силы России, чья программа не противоречит убеждениям верующего человека»⁶⁵. На взгляд занимающегося предпринимательством Ивана Макушка перспективы развития бизнеса при действующей власти и том хаосе в экономической политике были довольно малообещающими. По его мнению, лишь команда Г. Зюганова была способна направить ход экономической жизни страны в правильное русло, а потому самые оптимистичные перспективы развития бизнеса он связывал с приходом к власти именно Г. Зюганова⁶⁶.

Г. А. Зюганов подкупает своей работоспособностью, грамотностью, широкой эрудицией и богатым жизненным опытом. А. Синцов, в своей статье в газете «Завтра», сравнил Г. Зюганова с «типичным русским подвижником-проповедником, который открыт и доступен для народа во время своих поездок по стране»⁶⁷.

Газета «Завтра» представляла своего избранника и его единомышленников «как часть народа, которая не может ему не служить» и призывала консолидировано проголосовать против режима Б. Ельцина, который держится на «чиновниках, наживающихся на переделе собственности, на банкирах, обогащающихся на финансовых махинациях и на коммерсантах, обогащающихся на торговле сырьем и энергоресурсами»⁶⁸. Со страниц газеты звучал призыв сплотиться ради

победы над Б. Ельциным, неспособным и нежелающим остановить в стране разруху и воровство.

Авторы газеты «Завтра», помимо критики Б. Ельцина, старались наносить уколы оппоненту Г. Зюганова. Отставка действующего президента воспринималась как решенный вопрос⁶⁹. Постоянно упоминалось о проблемах со здоровьем Президента⁷⁰. «Предвыборная кампания Ельцина напоминает морг, политый медом и вареньем»⁷¹, — язвили сотрудники газеты «Завтра».

Действия кандидата в Президенты РФ генерала А. Лебеда, призвавшего накануне второго тура голосовать за Б. Ельцина, воспринимались как предательство национальных интересов⁷². И если еще в 1994 г. А. Лебедь рассматривался как возможный союзник («Политическая реальность России востребует его талант и волю»⁷³), то уже действия нового секретаря Совета безопасности воспринимались «как смесь утопизма, блефа и антигосударственной политики»⁷⁴.

Анализируя итоги второго тура голосования, в издании отмечалось: «Взорвана над Россией технотронная информационная бомба, невиданной мощности, по своим последствиям страшнее Хиросимы, Чернобыля»⁷⁵; последующая инаугурация Ельцина названа на страницах газеты «страшным ритуальным убийством Родины, не имеющей больше армии, разведки, промышленности...»⁷⁶.

Подводя итоги, стоит отметить, что возможности использования средств массовой информации для ведения предвыборной агитации у Г. Зюганова были в значительной степени ограничены. «Советская Россия» и «Завтра», как и другие газеты, выступавшие в поддержку кандидата от Блока народно-патриотических сил Г. Зюганова, не могли достойно конкурировать с мощной государственной пропагандистской машиной Б. Ельцина. Но нельзя забывать, что поддержку Г. Зюганову оказывали и многие другие альтернативные периодические издания⁷⁷.

Государственное телевидение и радио были монополизированы командой Б. Ельцина и отобилизованы с целью вести целенаправленную дискредитацию кандидата в президенты России от Блока народно-патриотических сил. В руках у сторонников Г. Зюганова имелись лишь незначительные, по сравнению с его соперником, возможности донесения своих предвыборных выступлений до аудитории.

Стоит заметить, что в основном это была конструктивная критика, которая затрагивала действительно наболевшие проблемы российского общества, давала обществу возможность узнать о тех шагах, которые намеревался предпринять Г. А. Зюганов для улучшения ситуации, вывода страны из экономического кризиса, стабилизации внутреннего положения в России. Очевидно, что для расширения своего электората посредством прессы у Г. Зюганова не было достаточных возможностей, и это в значительной степени ограничивало потенциал для агитации. На стороне лидера оппозиции, помимо обозначенных нами изданий и некоторых региональных изданий, в основном, находилась альтернативная периодическая печать⁷⁸.

Несмотря на то, что в политической ангажированности основных печатных изданий в преддверии президентских выборов сомневаться не приходится, стоит отметить, что существовали некоторые издания, предвыборные материалы которых можно отнести к обоюдному и, более-менее, беспристрастному освещению предвыборных баталий. Их можно определить как «нейтральную прессу».

«Независимая газета» пыталась занять объективную позицию, дать общую оценку текущих предвыборных событий. В материалах, представленных на страницах издания присутствуют сообщения, посвященные как одному, так и другому кандидату, производится попытка анализа сильных и слабых сторон обоих. Так, практически все публикации «Независимой газеты» содержат аналитику текущих событий избирательного марафона, разбор предвыборной тактики обоих кандидатов и, напротив, там отсутствуют явные проявления симпатий к одному из них. Авторы статей подвергают анализу исходные позиции кандидатов, действия их предвыборных штабов, дают свою оценку.

Так, Виталий Третьяков обрушился с критикой на демократическое крыло российского политического олимпа за развертывание кампании в поддержку переноса выборов в Госдуму, когда стало очевидно огромное превосходство КПРФ над остальными конкурентами. «Приняв закон о выборах, теперь рыдают от страха потерпеть сокрушительное поражение. Поняв, что оказаться в Думе им не светит, поднимают вселенский хай с требованием переноса выборов и запугиванием всех коммунизмом — печатают фотографии Зюганова в гитлеровских позах. Полные идиоты!»⁷⁹.

Проблемы Б. Ельцина со здоровьем анализировала Л. Шевцова, которая рассматривала его болезнь как политический фактор. «При первой же информации о госпитализации Ельцина, пакуясь буквально на ходу, в Москву ринулись команды репортеров, освещающие бедствия и политические переломы. Биржа вздрогнула. Заволновались западные столицы»⁸⁰.

Несмотря на разочарование в российском президенте, нараставшее последний год, по мнению Л. Шевцовой, Запад продолжал связывать сохранение стабильности в России именно с Б. Н. Ельциным.

В газете отмечалось, что поддержка Б. Ельцина лидером Украины Л. Кучмой имеет под собой определенные предпосылки, в частности, «предвыборная кампания в России — именно то время, когда Украина могла бы потребовать от Ельцина реструктуризации украинских долгов на тех условиях, на которых это сделал для России западный капитал»⁸¹. По мнению автора статьи, Украине будет благоприятствовать победа Б. Ельцина. Тем не менее, там же отмечалось, что на Украине существуют и явные сторонники победы Геннадия Зюганова. В подтверждение тому были озвучены слова лидера левого крыла украинских социалистов Натальи Ветренко, которая считала, что Украина только выиграет, если «ближайший северный сосед обеспечит себе спокойные условия развития, ликвидирует причины криминализации экономики и социальных конфликтов»⁸². Но, по словам автора, демонстративный отказ украинского президента от контактов с Г. Зюгановым и активная поддержка Б. Ельцина на встречах на высшем уровне, свидетельствовал о ставке Украины на Б. Ельцина⁸³.

После окончания парламентских выборов и подведения итогов, «Независимая газета» включилась в освещение президентской кампании. На страницах газеты авторы анализировали стратегию борьбы, направления и тактические приемы пропагандистских акций, а также — шансы кандидатов на прохождение во второй тур выборов и на окончательный успех⁸⁴. Выражая свою авторскую позицию, В. Третьяков отмечал следующие ценности России, которые должны быть сохранены по итогам выборов: политическая стабильность и исключение возможности возникновения гражданской войны; начало полноценного функционирования ре-

альной демократии, то есть смена власти путем законно проведенных выборов; сохранение финансово-экономической стабильности; продолжение реформ⁸⁵.

«По большому счету неважно, кто станет президентом, если в результате не будут порушены эти ценности и публично обеспечены гарантии их неприкосновенности. Дело не в том, чтобы не победил коммунист, а в том, что если даже победит коммунист, ни сопротивление этой победе, ни отстаивание ее не прошли кровавым колесом по этим ценностям»⁸⁶.

В «Независимой газете» также были озвучены результаты анализа публикаций 20 газет в период с марта по апрель 1996 г. Данный анализ проводился службой изучения общественного мнения профессора Бориса Грушина «Vox populi». Приведенные результаты ясно указывали на то, что подавляющее большинство публикаций о Г. Зюганове в прессе носили отрицательный характер, а о Б. Ельцине нейтральный либо положительный⁸⁷.

Таким образом, влияние печатных средств массовой информации на итоги президентских выборов 1996 г. в России оказалось весьма специфическим. Проведя аналитическое рассмотрение публикаций в прессе по трем идеологическим направлениям, мы пришли к следующим выводам.

В ходе избирательной кампании 1996 г. практически весь спектр средств массовой информации принимал прямое или опосредованное участие в освещении предвыборных баталий. Телевидение, радио, печатные и электронные СМИ находились в режиме постоянного оповещения избирателей. Ни один выпуск новостей на телевидении или радиостанции не обходился без предвыборной сводки. Газеты ежедневно сообщали своим читателям о предвыборных фактах, слухах, прогнозах. В информационном пространстве сообщения, связанные с выборами президента РФ, занимали большую часть. Все происходящее с каждым из участников предвыборной гонки, а также события в стране и в мире, рассматривалось средствами массовой информации через призму грядущих выборов.

Говоря непосредственно о периодической печати нужно отметить, что каждого из кандидатов поддерживал определенный круг печатных изданий, которые являлись выразителями его позиции. С их страниц велась предвыборная агитация в поддержку кандидатов, освещались предвыборные мероприятия, осуществляемые кандидатами, производилась критика оппонентов. На примере проанализированных в работе периодических изданий можно составить представление о методах и технологиях используемых печатными СМИ с целью привлечения электората в поддержку каждого из кандидатов.

Говоря о предвыборной стратегии действующего президента Б. Ельцина, стоит отметить следующее. Политика Б. Н. Ельцина, проводившаяся его правительством в течение последних предвыборных лет, оказалась неэффективной. Положение в стране накануне 1996 г. было удручающим. Экономическая политика не привела к обещанным результатам, большая часть населения страны жила на грани бедности. Рейтинг популярности Б. Ельцина неуклонно падал. Начавшиеся в конце 1994 г. военные действия в Чеченской республике стали дополнительным негативным фактором имиджа президента среди населения. К 1996 г. в стране фактически возник кризис власти. Согласно разным статистическим данным Б. Н. Ельцина поддерживали около 5 % населения.

Прекрасно понимая серьезность положения, предвыборная команда первого президента России постаралась сделать все, чтобы совершить невозможное. Из-

бирательный штаб активно стал использовать СМИ, осознавая его важную роль в привлечении электората. На информационном поле доминирование Б. Ельцина над его оппонентом выражалось в процентном отношении как 99 % против 1 % у Г. Зюганова. Такой расклад в значительной степени способствовал конечной победе первого. Благодаря огромному превосходству во всех СМИ — телевидении, радио и в прессе — сторонниками Б. Ельцина фактически проводилось зомбирование электората. Весьма красноречив лозунг, под которым велась основная агитация — «Голосуй сердцем!». Заведомо предлагалось избирателю, в особенности молодому, отключить при выборе своего кандидата здравый смысл и логику. Связь с общественностью выстраивалась на основе инстинктов и предрасудков. Такие газеты как «Известия», «Коммерсант», «Комсомольская правда», а также все правительственные издания активно устанавливали и укрепляли эту связь именно в таком виде. Многие черты, присущие этим изданиям, и методика ведения предвыборной кампании наиболее ярко воплотились в «Московском комсомольце». Наиболее характерной из них являлось запугивание электората репрессиями, лагерями и экспроприацией частной собственности. Довольно распространены были также опорочивание оппонента и откровенно некорректные образы и сравнения, производимые в отношении Г. А. Зюганова. В этом особенно преуспела газета «Не дай Бог!».

Проанализировав периодическую печать, поддерживавшую Г. Зюганова, стоит отметить, что по большей части критика с ее страниц была конструктивной и обозначала те недостатки и откровенные ошибки, которые действительно имели место в правление Б. Ельцина. Газеты «Советская Россия» и «Завтра» активно участвовали в агитационной кампании, каждый номер этих газет за 1996 г. содержал материалы, посвященные выборам. Стоит отметить, что публикации указанных изданий также отличались негативным настроением по отношению к оппоненту Г. Зюганова — не вся информация была объективной. Однако данные издания не позволяли себе опускаться до откровенной клеветы, как это делала проельцинская пресса. По-видимому, для них, в отличие от их оппонентов, закон и правила честной игры не были пустым звуком.

Третьим проанализированным нами направлением периодической печати было объективистское. В отличие от первых двух, оно пыталось выразить свое отношение к происходящему с максимальным исключением эмоций, на сугубо рассудочной основе. Представленное в данной работе «Независимой газетой» оно проявляло, по сути, релятивистское отношение к обоим кандидатам и претендовало на роль объективного судьи в предвыборной борьбе, отмечая как негативные, так и позитивные стороны у обоих кандидатов.

В итоге автор пришел к выводу о том, что печатные СМИ, как с одной, так и с другой стороны, оказали довольно значительное влияние на общие результаты выборов Президента РФ. Печатное слово вкупе с телевидением и радио проникало по своим специфическим каналам в сознание избирателя и, в конечном счете, внесло свой вклад в итоговое распределение голосов. Важнейшей особенностью данных выборов явился тот факт, что возможности доступа к ресурсам периодической печати у кандидатов не были равнозначными. В распоряжении Б. Н. Ельцина находился весь спектр многотиражных и многопрофильных изданий — от развлекательных до сугубо политической направленности, включая такие как: «Московский комсомолец», «Комсомольская правда» и др. Г. А. Зюганов напротив, мог

располагать лишь малотиражными узкопрофильными изданиями политической направленности. Таким образом, победа Б. Ельцина была достигнута благодаря многим факторам, среди которых важную роль сыграло глобальное превосходство в доступе к ресурсам периодической печати и использование самого широкого спектра методов информационно-психологического воздействия без каких-либо ограничений, в том числе морально-этического порядка.

Примечания

- 1 Подробнее см.: *Третьяков В. А* теперь — президентские // Независимая газета. 1996. 21 декабря. С. 9; *Попцов О. М.* Тревожные сны царской свиты. Россия. Кремль. М., 2000. С. 114.
- 2 *Кара-Мурза С. Г.* Манипуляция сознанием. М., 2006. С. 284–295.
- 3 *Мигранян А. М.* Россия. От хаоса к порядку? (1995–2000 гг.) М., 2001. С. 177.
- 4 *Молчанов К.* Портрет глазами избирателя // Советская Россия. 1995. №№ 121, 126, 134, 136, 143, 149.
- 5 *Зюганов Г.* Россия, родина, народ! // Советская Россия. 1996. 11 апреля. С. 3.
- 6 См., например: За! Русские писатели о лидере КПРФ // Завтра. 1996. № 9. С. 1; *Зюганов Г.* «Мы исполним волю народов» // Там же. № 10. С. 1, 3; *Бондаренко В.* Зюганов у монахов // Там же. № 16. С. 1; *Зюганов Г.* «Россия-страна слова» // Там же. № 17. С. 3; *Проханов А.* Знамя победы, святое и красное // Там же. № 19. С. 3; и др.
- 7 [*Ельцин Б. Н.*] Выступления Б. Н. Ельцина на съезде Общероссийского движения общественной поддержки (6 апреля 1996 г.) // Сектор фондов нетрадиционной печати ГПИБ.
- 8 См.: Почему мы голосуем за Ельцина. М., 1996.
- 9 Почему российская «глубинка» голосует за Ельцина. М., 1996. С. 7.
- 10 Там же. С. 8.
- 11 Там же.
- 12 Там же. С. 9.
- 13 Там же. С. 14.
- 14 См.: Почему мы, ветераны, голосуем за Ельцина. М., 1996.
- 15 Там же. С. 4.
- 16 Там же. С. 8.
- 17 Там же. С. 13.
- 18 Там же. С. 13.
- 19 *Струкова Е. Н.* Альтернативная периодическая печать в истории российской многопартийности. М., 2005. С. 217.
- 20 Это что за газета? // Не дай Бог! 1996. № 4. С. 1.
- 21 *Милославский Л.* Что они с нами сделают, если победят на выборах? // Не дай Бог! 1996. № 1. С. 1, 6.
- 22 В конце концов посадят шурина // Не дай Бог! 1996. № 1. С. 1.
- 23 Там же.
- 24 См.: Не дай Бог! 1996. № 3. С. 3; № 6. С. 3.
- 25 Что это за газета? // Не дай Бог! 1996. № 4. С. 1.
- 26 Московский комсомолец. 1995. 28 октября. С. 1.
- 27 Там же.
- 28 Интервью с Е. Гайдаром // Московский комсомолец. 1996. 20 мая. С. 4.
- 29 Интервью с Б. Березовским // Московский комсомолец. 1996. 11 апреля. С. 3.
- 30 Там же.
- 31 Московский комсомолец. 1996. 18 мая. С. 5.
- 32 Там же.
- 33 Там же.
- 34 Там же. 27 июня. С. 1.
- 35 Там же. 29 июня. С. 1.
- 36 Там же. 1 июля. С. 1.
- 37 Там же. 2 июля. С. 1.
- 38 *Пинскер Д.* Желтая майка лидера пока еще красная // Итоги. 1996. № 2. С. 32.
- 39 *Пинскер Д.* Головокружение до успехов // Итоги. 1996. № 4. С. 18.
- 40 *Киселев Е.* Победа Ельцина — еще не победа демократии // Итоги. 1996. № 5. С. 38.

- 41 Там же.
- 42 Там же.
- 43 *Зюганов Г. А.* Россия, Родина, Народ! Предвыборная платформа кандидата на пост Президента Российской Федерации Зюганова Геннадия Андреевича. М., 1996. С. 3.
- 44 Там же. С. 4.
- 45 Там же. С. 16.
- 46 *Тилле А.* Нужен общественный контроль // Советская Россия. 1995. 7 октября. С. 3.
- 47 *Федоров Е.* Провокация по заказу // Завтра. 1996. № 22. Май. С. 5.
- 48 *Молчанов К.* Почему Зюганов. Предвыборный цикл: Портрет глазами избирателя // Советская Россия. 1995. 10 декабря. С. 2.
- 49 *Зюганов Г. А.* Знать и действовать. М., 1996. С. 23.
- 50 *Молчанов К.* Почему Зюганов. С. 2.
- 51 Там же.
- 52 *Иванов Е.* Ходят политшлюхи... // Советская Россия. 1996. 2 апреля. С. 3.
- 53 *Молчанов К.* Президент и кампания // Советская Россия. 1996. 4 апреля. С. 3.
- 54 Там же.
- 55 Там же.
- 56 Все на выборы Президента России! М., 2006. С. 43.
- 57 Там же. С. 44.
- 58 *Анисин А.* Не маски — лицо // Завтра. 1996. Апрель. Спец. выпуск 2. С. 3.
- 59 Там же.
- 60 Страхнем с ушей лашшу! // Не дай Бог! 1996. № 2. С. 1.
- 61 *Анисин А.* Указ. соч. С. 3.
- 62 «Черная пропаганда» против Зюганова // Советская Россия. 1996. 11 апреля. С. 4.
- 63 Запрыгнув в ельцинский «бэндвэгон»... «Москоу таймс» о политической ангажированности российских СМИ // Советская Россия. 1996. 16 мая. С. 5.
- 64 *Говорухин С.* // Советская Россия. 1996. 25 июня. С. 3.
- 65 Почему Зюганов должен стать президентом. М., 1996. С. 10.
- 66 Там же. С. 25.
- 67 *Синцов А.* Свой среди своих // Завтра. 1996. Апрель. Спец. выпуск 3. С. 2.
- 68 Завтра. 1996. Апрель. Спец. выпуск 4. С. 4.
- 69 См., например: Ельцин, ты проиграл, уходи, мужик! // Завтра. 1996. № 1. С. 1; Товарищ Ельцин, ты большой лингвист // Там же. № 14. С. 1; Скелет Дудаева голосует за Ельцина // Там же. № 22. С. 1.
- 70 Табло: Еще о болезни Ельцина // Завтра. № 19. С. 1.
- 71 Кампания Ельцина: Свадебное путешествие или похоронная процессия? // Завтра. № 23. С. 1.
- 72 См.: Россия — Родина. Лебедь — предатель // Завтра. 1996. № 35. С. 1; Лебедь «сдал» патриотов Ельцину // Там же. № 26. С. 1; Руцкой и Лебедь: Опыты политического вероломства // Там же. № 45. С. 1, 3.
- 73 *Лукин В.* До леединой песни еще далеко // Завтра. 1994. № 32. С. 1.
- 74 *Поликарпов А. А.* Лебедь — стратегическая угроза России // Завтра. 1996. № 34. С. 1.
- 75 Украденные выборы // Завтра. 1996. № 28. С. 1. См. также: Разгром Ельцина под Сталинградом // Там же. № 25. С. 1.
- 76 Инаугурация на крови // Завтра. 1996. № 22. С. 1.
- 77 *Струкова Е. Н.* Указ. соч. С. 201.
- 78 Там же. С. 221.
- 79 *Третьяков В.* А Зюганов-то прав // Независимая газета. 1995. 4 ноября. С. 1.
- 80 *Шевцова Л.* Ельцин: феномен выживания или драма конца? // Независимая газета. 1995. 15 ноября.
- 81 *Тимошенко В.* Киев выбирает Бориса Ельцина // Независимая газета. 1996. 20 апреля. С. 4.
- 82 Там же.
- 83 Там же.
- 84 См., например: *Третьяков В.* А теперь — президентские // Независимая газета. 1995. 21 декабря. С. 9; Кто сильнее и умнее // Там же. 1996. 20 апреля. С. 1–2.
- 85 *Третьяков В.* Русская рулетка: выборы 16 июня // Независимая газета. 1996. 14 июня. С. 1, 3.
- 86 Там же. С. 3.
- 87 Борис Ельцин и Геннадий Зюганов в оценках центральной прессы // Независимая газета. 1996. 20 апреля. С. 9.