

Г.А.Гаврилов,
К.В.Киселев

ПРЕССА НА ВЫБОРАХ В ОБЛАСТНУЮ ДУМУ ЗАКОНОДАТЕЛЬНОГО СОБРАНИЯ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ В 1998 г.

Избирательная кампания по выборам депутатов Законодательного Собрания Свердловской области, проходившая в начале этого года, в полной мере продемонстрировала степень напряженности и противоречий во властной элите региона. Вал политической рекламы захлестнул рядового избирателя. Основная борьба развернулась в средствах массовой информации как одном из наиболее доступных и мощных источников формирования общественного мнения.

Роль СМИ и, в частности, прессы в ходе избирательных кампаний различного уровня трудно переоценить. Не случайно перед выборами оживают, казалось бы, уже давно умершие издания, и в огромных количествах возникают новые. Перед выборами в Законодательное Собрание Свердловской области и непосредственно в период проведения избирательной кампании (1 января — 11 апреля 1998 г.) группой аналитиков был проведен контент-анализ наиболее популярных периодических изданий, имеющих городское и областное значение (включая издания федерального уровня), стабильную аудиторию и устоявшиеся механизмы распространения. В качестве основы исследования был выбран анализ положительных и отрицательных упоминаний в прессе названий партий, участвующих в выборах, и имен их лидеров. Задачи исследования были таковы.

1. Сравнительный анализ упоминаемости движений, проходящих по спискам в Областную Думу Законодательного Собрания Свердловской области, а также их формальных и реальных лидеров.
2. Отслеживание динамики и характерных черт ведения предвыборной кампании различными избирательными объединениями.
3. Анализ прессы с точки зрения ее ангажированности избирательными объединениями.

4. Изучение влияния информационной политики политического движения в прессе на результаты выборов.

В программу контент-анализа были включены порядка 25 газет, однако в конечном итоге были выделены следующие значимые издания:

- “Уральский рабочий”;
- “На смену”;
- “Вечерний Екатеринбург”;
- “Подробности”;
- “Новая хроника”;
- “Главный проспект”;
- “Екатеринбургская неделя”;
- “Новая городская газета”;
- “Понедельник”;
- “Областная газета”;
- “Известия”;
- региональная вкладка газеты “АиФ”;
- региональная вкладка газеты “Комсомольская правда”;
- региональная вкладка газеты “Московский комсомолец”;
- региональная вкладка газеты “Российская газета”.

Данные, полученные по результатам изучения партийно-политических изданий (“ГЗУ”, “НДНГ”, “Искра Уральская” и др.), при подготовке настоящей статьи не учитывались в силу однозначной политической ангажированности этих газет и, соответственно, изначальной предопределенности результатов анализа. Ряд газет (“Путевка”, “Наука Урала” и др.) дали незначимые результаты и были исключены из исследования.

При проведении контент-анализа использовались ключевые значения двух типов: персональные и партийные.

1. Партийные значения:

- 1.1. “Преображение Урала” (ПУ);
- 1.2. “Наш дом - наш город” (НДНГ);
- 1.3. “Горнозаводской Урал” (ГЗУ);
- 1.4. ЛДПР;
- 1.5. КПРФ + Аграрная партия (КПРФ + АП);
- 1.6. НДР;

- 1.7. Промышленный союз (ПС);
- 1.8. Социальная помощь и поддержка (СПиП);
- 1.9. Социалистическая партия России (СПР);
- 1.10. Общественное объединение работников образования и учащихся Свердловской области (ОРОиУ).

Заметим, что первоначальная программа исследования включала более широкий круг партийных значений (“Яблоко”, “КРО” и др.). Однако после окончания этапа сбора подписей и регистрации избирательных объединений и блоков программа исследования была скорректирована. При проведении контент-анализа в марте-апреле учитывались только избирательные объединения и блоки, которые реально участвовали в избирательной кампании. Соответственно, и в данной статье приводятся результаты исследования, связанные лишь с “оставшимися” значениями.

2. Персональные значения:

- 2.1. Э.Э.Россель, Губернатор Свердловской области;
- 2.2. А.М.Чернецкий, глава администрации г. Екатеринбурга, лидер движения “НДНГ”;
- 2.3. В.Г.Трушников, председатель движения “ГЗУ”;
- 2.4. В.А.Язев, депутат Государственной Думы РФ, лидер Свердловской областной организации “НДР”;
- 2.5. Е.Г.Зяблицев, депутат Государственной Думы РФ, председатель “Зяблицев-фонда” (список НДР);
- 2.6. В.Д.Кадочников, лидер областной организации КПРФ;
- 2.7. А.А.Баков, один из лидеров “Промышленного союза”;
- 2.8. М.Ф.Гайсин, один из лидеров “Промышленного союза”;
- 2.9. П.Е.Суетин, лидер “Общественного объединения работников образования и учащихся Свердловской области”;
- 2.10. Ш.И.Спектор, один из лидеров списка “Преображение Урала”;
- 2.11. В.С.Сурганов, Председатель Областной Думы Законодательного Собрания Свердловской области, лидер списка “Преображение Урала”.

Отметим, что по ряду как партийных, так и персональных значений были получены нерепрезентативные данные, которые при подготовке статьи не учитывались. Частота упоминания исклю-

ченных значений либо чрезвычайно низка, либо связана только с занимаемым персоной должностным положением и опосредованно коррелирует с электоральной ситуацией.

Построение основных конкурирующих избирательных объединений и блоков “под лидера” (НДНГ — А.М.Чернецкий, ПУ — Э.Э.Россель, ГЗУ — В.Г.Трушников и т.п.) позволило сформулировать гипотезу о том, что на выборах именно лидер является “локомотивом” для избирательного объединения или блока. Другими словами, в большинстве случаев популярность лидера обеспечивает популярность объединению, блоку. Соответственно, чем чаще фамилия лидера упоминается вместе с названием объединения или блока, тем лучше результаты. Наличие нескольких популярных кандидатов в списках движения придает ему еще больший вес.

Таким образом, одно партийное значение может коррелировать с несколькими персональными значениями, упоминаемость которых, согласно предварительной экспертной оценке, была значима для электорального успеха объединения или блока. Например, для “Преображения Урала” значимыми были фигуры В.С.Сурганова и Ш.И.Спектора, которые возглавляли список, тогда как упоминание в прессе других фамилий не имело принципиального значения. Более того, предполагалось, что упоминание фамилии Э.Э.Росселя объективно связывалось избирателями с “Преображением Урала”, хотя сам Губернатор Свердловской области в “списках не значился”. Забегая вперед, отметим, что такое “раздвоение” негативно сказалось на результатах выборов с точки зрения интересов “Преображения Урала”. С целью выявить степень реального взаимоподкрепления имен Росселя и ПУ мы отслеживали динамику взаимных упоминаний Росселя и “Преображения Урала”.

Еще одной рабочей гипотезой стало предположение о том, что основой предвыборной повестки дня станет противостояние действующих областных властей в лице “Преображения Урала” и символизирующей его фигуры Росселя и движения “Наш дом — наш город” во главе с мэром Екатеринбурга Аркадием Чернецким. С целью проверки данной гипотезы в программу контент-анализа была введена позиция, отражающая совместные упоминания в одной статье имен двух лидеров.

С точки зрения статистики, предположение о противостоянии Росселя — Чернецкий подтвердилось. Суммарное количество упоминаний Росселя и Чернецкого на порядок превосходило количество упоминаний имен лидеров других партий, проходящих по спискам в Областную Думу, причем количество упоминаний фамилии Чернецкого устойчиво держалось на уровне в 3 раза меньшем, чем количество упоминаний Росселя. Большую роль в этом сыграли факторы, связанные с должностями, занимаемыми Росселем и Чернецким. Об этом говорит достаточно высокий процент нейтральных упоминаний.

Однако при троекратной разнице в общем количестве упоминаний, количество оценочно окрашенных упоминаний Чернецкого примерно равнялось тому же показателю у Росселя. Таким образом, интенсивность эмоционального воздействия относительно фигуры мэра Екатеринбурга в 3 раза превосходила интенсивность воздействия относительно губернатора. Важным представляется и соотношение позитивного и негативного фона относительно объектов исследования. С января по март команде Чернецкого удалось обеспечить практически исключительно положительное присутствие имени Чернецкого в информационном поле региональных газет. Так, в январе из 9 оценочных упоминаний Чернецкого 6 демонстрировали положительное к нему отношение, в феврале из 25 эмоциональных публикаций 18 положительно характеризовали Чернецкого, в марте — 22 из 28. Таким образом, положительный баланс Чернецкого за 3 месяца составил +30.

Ситуация с Росселем за тот же период прямо противоположна. Из 21 публикации с выраженным оценочным фоном относительно фигуры Росселя 14 характеризовали его с отрицательной стороны, февраль был несколько лучше — 9 отрицательных из 21 оценочного упоминания, однако в марте вновь преобладало отрицательное отношение — 21 из 31. Общий баланс оценок Росселя в региональной прессе за период с января по март составил -15.

В заключительные апрельские недели кампании команде Росселя удалось несколько выправить положение в основном за счет негативных материалов в адрес А.Чернецкого. Баланс Росселя за апрель составил -1, в то время как Чернецкий, впервые за всю

кампанию также продемонстрировал отрицательный рейтинг: –3 (табл. 1).

Таблица 1

Частота упоминаемости персональных значений

	Персональные значения	Всего упоминаний			Упоминания за январь			Упоминания за февраль			Упоминания за март			Упоминания за апрель (до даты выборов)		
		+	–	0	+	–	0	+	–	0	+	–	0	+	–	0
1	Россель	50	56	61 7	7	14	21 4	12	9	13 8	10	21	19 4	11	12	71
2	Спектор	7		31				3		12	2	2	12	2		7
3	Сурганов	7	2	40				1		10	2		23	4	2	7
4	Чернецкий	57	30	20 7	6	3	84	18	7	51	22	6	52	11	14	20
5	Трушников	4	2	27			3			9	3		13	1	2	2
6	Язев	19	1	82	2		25	3	1	24	13		25	1		8
7	Зяблицев	2		31			6	2		15			9			1
8	Кадочников		1	10					1	4			5			1
9	Баков	3	5	26			3			12	1	4	10	2	1	1
10	Гайсин			12						4			8			
11	Суетин			3									2			1

Интересен и многозначителен баланс совместных упоминаний Э.Росселя и А.Чернецкого в одной статье. Публикации с совместными упоминаниями лидеров были чрезвычайно оценочно насыщены: от 37% публикаций в начале кампании до 63% в конце ее имели оценочный характер. По этому параметру Чернецкий вчистую выигрывал у Росселя с января по март. Так, из 55 совместных публикаций за эти 3 месяца 32 публикации были либо нейтральными, либо отрицательными к обоим персонам, 19 — в пользу Чернецкого и лишь 4 — в пользу Росселя. Таким образом, в течение января-марта Чернецкий по всем показателям опережал Росселя и, при фактическом попустительстве “Преображения Урала”, через печатные средства массовой информации сумел создать положительный фон вокруг своего имени и отрицательный — вокруг своего основного оппонента. За последние предвыборные две недели апреля команда “Преображения Урала” сумела частично исправить образ Росселя, в то время как статистика Чернецкого заметно ухудшилась. Из 16 совместных упоминаний в апреле Россель обеспечил себе 7 положительных при 3 отрицательных и 6 нейтральных. В целом это говорит о крайне позднем развертывании агитационной кампании “Преображением”, потере не только времени, но и инициативы, что в большой мере и предопределило поражение на

выборах.

Достаточно частое совместное упоминание Росселя и Чернецкого (соответственно, 10 и 24% от общего числа упоминаний каждого) свидетельствует также о сохранении повестки дня “область против города” на выборах в Законодательное собрание (табл.2).

Таблица 2

**Частота и оценочный фон совместных упоминаний
Э.Э.Росселя и А.М.Чернецкого**

№	Совместные упоминания Э.Э.Росселя и А.М.Чернецкого	Всего упоминаний	Упоминания за январь	Упоминания за февраль	Упоминания за март	Упоминания за апрель (до даты выборов)
1	Положительно для Росселя, отрицательно для Чернецкого	11	1	3	0	7
2	Положительно для Чернецкого, отрицательно для Росселя	22	8	3	8	3
3	Нейтрально либо отрицательно для обоих	38	15	10	7	6

Рекламная кампания “Преображения Урала” и “Нашего Дома — Нашего Города” фактически началась в феврале и резко нарастала по мере приближения выборов. Так, если в январе количество упоминаний ПУ и НДНГ составило 4 и 12 соответственно то в феврале эти цифры составляли уже 36 и 38, в марте — 67 и 86, а за первые 10 дней апреля – 47 и 51 раз соответственно.

В связи с отсутствием (как это было в случае с Росселем и Чернецким) статусных оснований для упоминаний партий оценочный фон в данных публикациях гораздо интенсивнее — в среднем около 40%. Балансовая ситуация в партийной сфере аналогична ситуации в сфере противостояния лидеров. НДНГ выиграл период с марта по апрель, обеспечив себе 28 положительных упоминаний при 5 отрицательных, в то время как ПУ 24 раза упоминалось в отрицательном контексте и лишь 15 — в положительном. Фактически (как и в случае с Росселем) ПУ по собственной воле отдало печатные СМИ на откуп НДНГ, сделавшего ставку как на собственную “раскрутку”, так и на дискредитацию соперника, поскольку большинство негатива в сторону ПУ проводилось так или иначе с подачи партии Чернецкого. Таким образом вырисовывается картина удивительной пассивности ПУ в начале и середине кампании, что подтверждает наш вывод об упущении времени и инициативы

на старте агитации.

Резкий всплеск активности ПУ стал заметен лишь на заключительных этапах кампании. То, чем НДНГ занимался в течение трех месяцев, “Преображение” попыталось уместить в 10 последних дней. ПУ увеличило поток позитивной информации о себе, впервые добившись скромного положительного баланса (14 положительных упоминаний при 13 отрицательных), и резко усилило критику НДНГ, что в свою очередь привело к отрицательному балансу у оппонента (14 отрицательных упоминаний при 11 положительных — табл.3).

Таблица 3

Частота упоминаемости партийных значений в положительном, отрицательном или нейтральном контекстах

	Партийные значения	Всего упоминаний			Упоминания за январь			Упоминания за февраль			Упоминания за март			Упоминания за апрель (до даты выборов)			
		+	-	0	+	-	0	+	-	0	+	-	0	+	-	0	
1	ПУ	29	37	88		2	2	4	9	23	11	13	43	14	13	20	
2	НДНГ	35	16	13	3			9	9	4	25	16	1	69	7	11	33
3	ГЗУ	6	2	53			3		1	25	4		20	2	1	5	
4	НДР	23	1	10	3		19	10	1	29	9		43	1		13	
5	ЛДПР	3		16						1	2		11	1		4	
6	КПРФ+ АПР	2	1	40			3		1	14	1		16	1		7	
7	ПС	9	1	27						7	2	1	15	7		5	
8	Съедин	1		19						3	1		13			3	
9	СПР	4	1	35						4	1	1	23	3		8	
10	ОРОУ	3		15						4	1		8	2		3	

Большой интерес представляет также и частота совместных упоминаний партии и ее лидера. На протяжении всей кампании по этому параметру партии были примерно равны с постоянным незначительным преимуществом совместных упоминаний НДНГ и Чернецкого. Исключением здесь является март, где НДНГ получил более чем двукратный перевес. Это опять же говорит о более раннем агитационном старте НДНГ и очевидной необходимости сделать НДНГ и Чернецкого взаимоподкрепляющими категориями. НДНГ смог выполнить и другую задачу — обеспечить положительный фон в прессе для связки “лидер-партия”. 36 из 93 раз связка НДНГ — Чернецкий упоминалась в положительном контексте (из них половина — в марте) и лишь 12 — в отрицательном, причем 9 из 12 отрицательных упоминаний приходится на апрель.

“Преображение Урала” проиграло кампанию и по этому направлению. Многие аналитики сходятся в том, что в связи со слабой “раскрученностью” лидеров списка ПУ на прошедших выборах одним из путей повышения рейтинга для ПУ могла стать его ассоциация с именем губернатора. В ограниченной мере закрепление этой ассоциации через печатные СМИ удалось провести. За период исследования имена Росселя и ПУ вместе упоминались 64 раза, что примерно в полтора раза меньше, чем тот же показатель у НДНГ и Чернецкого. В то же время взаимная корреляция Росселя и ПУ происходила в основном на негативном фоне. Баланс их взаимных упоминаний составляет 28 отрицательных на 16 положительных, причем из них 14 отрицательных упоминаний зафиксировано в марте, а 9 положительных — в апреле.

Интересно также и то, что фигуры формальных лидеров списка “Преображения Урала” не получили заметной эмоционально-оценочной нагрузки в печатных средствах массовой информации. С января по март фамилия Сурганова упоминалась в исследуемых газетах 36 раз, причем количество оценочных публикаций составляло около 8%, что дает основание для вывода об исключительно статусном характере этих публикаций. С.Спектор, по сравнению со своими товарищами по партии, получил наиболее хорошую прессу. За всю предвыборную кампанию его фамилия ни разу не упоминалась на отрицательном фоне. Однако небольшое количество публикаций с его именем, а также многократные заявления Спектора о своей аполитичности, говорят о том, что ПУ упустило шанс улучшить свой облик в глазах избирателей за счет присоединения к нему бесконфликтного имиджа главы областного госпиталя ветеранов и инвалидов войн. Фигура третьего лица в списке — В.Соколкиной — осталась абсолютно вне областной прессы. За все время исследования ее фамилия упоминалась лишь 8 раз, и всегда в нейтральном контексте. В то же время количество оценочных упоминаний Росселя по отношению к их общему числу составило более 17%. Причем четко прослеживается тенденция нарастания оценочных упоминаний по мере развития избирательной кампа-

нии (от 10 января до 32% в апреле), что свидетельствует о том, что губернатору не удалось остаться над схваткой. Таким образом, исходная гипотеза об объективной связи фамилии Росселя и “Преображения Урала” подтвердилась (табл.4).

Таблица 4

Частота совместных упоминаний Э.Э.Росселя и “Преображения Урала”, А.М.Чернецкого и НДНГ

	Персональные значения	Всего упоминаний			Упоминания за январь			Упоминания за февраль			Упоминания за март			Упоминания за апрель (до даты выборов)		
		+	-	0	+	-	0	+	-	0	+	-	0	+	-	0
1	Россель + ПУ	16	28	20		1	2	4	3	9	3	14	5	9	10	4
2	Чернецкий + НДНГ	36	12	45	2		2	3	1	10	18	2	25	13	9	8

Итак на основании вышесказанного можно разбить развитие кампании “город против области” на следующие периоды:

январь — общая пассивность со слабым преобладанием НДНГ;

февраль — раскачка кампании НДНГ при отсутствии признаков жизни со стороны “Преображения”;

март — резкий выброс агитационных материалов НДНГ плюс острая критика Росселя и ПУ, слабые попытки “Преображения” начать агитационную кампанию;

апрель — активная агитационная деятельность “Преображения”. ПУ догоняет, а в чем-то и превосходит НДНГ.

Остальные партии проводили свою кампанию по-разному. В течение всех трех с половиной месяцев исследования активную агитационную кампанию провел в прессе В.Язев — лидер регионального отделения НДР. Фактически большинство упоминаний фамилии Язева складывалось из собственных рекламных материалов движения. На протяжении всей кампании количество упоминаний Язева уверенно держалось на третьем месте вслед за такими политическими монстрами, как Россель и Чернецкий, что для сравнительно новой фигуры на свердловском политическом Олимпе не так уж плохо. Язев сумел обеспечить себе практически исключительно положительное сальдо оценочных публикаций. За все время исследования Язев набрал 19 положительных упоминаний против

1 отрицательного (см. табл.1).

НДР на страницах газет предстал в еще более хорошем свете, чем его лидер. При втором месте по общему количеству упоминаний 23 из 24 оценочных упоминаний движения носили положительный характер. Таким образом, НДР и Язев стали единственными, кто сумел создать себе устойчивый и однозначно положительный образ в региональной прессе. Удивительно отсутствие негативных публикаций в адрес НДР, тем более что в значительной степени это движение отрабатывалось именно на электорате НДНГ. В качестве причин можно выделить сосредоточенность НДНГ на борьбе с ПУ и укреплении повестки дня “область — город” либо возможные договоренности о ненападении и будущем сотрудничестве, заключенные до начала избирательной кампании (см. табл.3).

Евгений Зяблицев, также состоявший в первой тройке списка НДР, значительно отстал от Валерия Язева и по количеству упоминаний, и по их оценочной нагрузке. Таким образом, укрепить взаимное подкрепление значений “Зяблицев” и НДР через прессу не удалось.

Лидер ГЗУ В.Трушников в течение января-февраля практически не упоминался в региональной прессе. За эти два месяца он набрал в сумме лишь 12 упоминаний, причем все они носили нейтральный характер, что демонстрирует крайне пассивное начало избирательной кампании, отсутствие рекламных материалов и интереса у прессы к лидеру движения, претендующего на роль третьей силы в области. В дальнейшем при естественном увеличении упоминаемости фамилии Трушникова его багаж оценочных публикаций не производил впечатления мощного манипулятивного средства. За все время исследования Трушников набрал 4 положительных упоминания и 2 отрицательных. Скорее всего, это свидетельствует о том, что основные партии, с одной стороны, не считали ГЗУ своим конкурентом в борьбе за голоса избирателей и не тратили сил на его дискредитацию, а с другой — вероятно, не желали подрывать свой блокировочный потенциал, заранее отсекая враждебными действиями возможного партнера в Думе (см. табл.1).

Частота упоминаний ГЗУ практически всегда превышала частоту упоминаний его лидера. Если Трушников за три с половиной месяца набрал 33 упоминания, то ГЗУ — в 2 раза больше — 61. Следствием этого явился менее “харизматический”, чем у НДНГ и ПУ, имидж ГЗУ, по крайней мере в прессе. Однако ГЗУ не сумел сформировать вокруг себя устойчивого оценочного фона. За время исследования ГЗУ получил 8 оценочных публикаций (6 из них — положительные), что дает чуть больше 10% от их общего числа (см. табл.3).

Лидер блока “Коммунисты и аграрии Свердловской области” Кадочников в течение всей кампании был практически незаметен на страницах региональной печати. За все время кампании он набрал 11 упоминаний, причем среди них не было ни одной развернутой статьи о движении или его лидере.

Неоднозначной фигурой в глазах прессы стал духовный отец и фактический лидер движения “Промышленный союз” А.Баков. По сравнению с лидерами других второстепенных движений его личность обладает, пожалуй, наиболее сильным эмоциональным фоном. Это проявилось и в газетных публикациях в период предвыборной агитации. Порядка 25% упоминаний фамилии Бакова носят оценочный характер. По этому параметру он уступает лишь А.Чернецкому (около 30%), в то время как остальные фигуры не превышают 20-процентный барьер. Однако, в отличие от Чернецкого, баланс Бакова отрицательный — 3 положительных и 5 отрицательных упоминаний. Второй лидер “Промышленного союза”, М.Гайсин, отметился в прессе слабо и исключительно нейтрально (см. табл.1).

Имидж “Промышленного союза” оказался несколько оторванным от имиджа Бакова. Вследствие отсутствия четких ассоциаций с новым на свердловской политической арене движением и естественных усилий организаторов по его раскрутке оценочный баланс “Промышленного союза” оказался положительным: 9 позитивных упоминаний при 1 негативном и 29 нейтральных (см. табл.3).

ЛДПР, “Социальная помощь и поддержка”, Социалистическая партия России, Общественное объединение работников образования и учащихся Свердловской области в течение избирательной

кампании весьма слабо отметились в областной прессе. Процент оценочных упоминаний этих избирательных объединений был крайне низок.

Анализ газетных публикаций дает также возможность выявить основные агитационные каналы избирательных объединений. Сравнение данных, полученных в течение трех с половиной месяцев, позволяет с уверенностью говорить о некоторой ангажированности отдельных изданий (табл.5, 6).

Таблица 5

**Количество упоминаний партийных значений анализа
в газетах области**

№	Партийные значения	Уральский рабочий			Вечерний Екатеринбург			Главный проспект			Екатеринбургская неделя			Областная газета		
		+	-	0	+	-	0	+	-	0	+	-	0	+	-	0
1	ПУ	9	8	14		6	11		6	6		2	6	8		12
2	НДНГ	8	2	22	10	1	30	12	13	13			6	1	6	17
3	ГЗУ	3		8			11						4	1		11
4	НДР	3		17	1		15			2			6	2		13
5	ЛДПР			1	1		2						2	1		5
6	КПРФ+АП	1		7			5			2			5	1		8
7	ПС	6		5			2				1		3	1		9
8	СПиП			3			1						4	1		6
9	СПР	3		4		1	2						4	1		12
10	ОРОиУ	1		1							1		4	1		4
11	Россель + ПУ	4	8	4	1	5	2		4			2	1	5		3
12	Чернецкий + НДНГ	7	2	12	7		11	11		6			1		6	3

Продолжение табл. 5

№	Партийные значения	Новая городская газета			Подробности			АиФ-Урал			Российская газета-Урал					
		+	-	0	+	-	0	+	-	0	+	-	0			
1	ПУ		3	9	4	4	7	4				2	4			
2	НДНГ			5	3		7		1	1			3			
3	ГЗУ			4			3	2								
4	НДР	6		18			3				7		16			
5	ЛДПР			1			1									
6	КПРФ+АП			1			2									
7	ПС			1			2	1		1						
8	СПиП						2									
9	СПР						2									
10	ОРОиУ						2									
11	Россель + ПУ		4	3	4	3	1	1					2			
12	Чернецкий + НДНГ			3	1				1				2			

Таблица 6

**Количество упоминаний персональных значений
в газетах области**

№	Персональные значения	Уральский рабочий			Вечерний Екатеринбург			Главный проспект			Екатеринбургская неделя			Областная газета		
		+	-	0	+	-	0	+	-	0	+	-	0	+	-	0
1	Россель	8	8	102	3	12	70		8	9		3	14	18		193
2	Спектор			7			1			2				4		12
3	Сурганов	3		10			4							3		18
4	Чернецкий	10	5	35	16	2	50	14		34	1	1	9	1	9	12
5	Трушников	2		5			4						2			5
6	Язев	6		13	1		9						3			6
7	Зяблицев			5			1						2			5
8	Кадочников			3			2									3
9	Баков	2	1	4			3	1			1	1	1	1		7
10	Гайсин			1			2					1				4
11	Суетин			2												1

Продолжение табл. 6

№	Персональные значения	Новая городская газета			Подробности			АиФ-Урал			Российская газета-Урал					
		+	-	0	+	-	0	+	-	0	+	-	0			
1	Россель		5	17	4	4	17	3	2	10		5	59			
2	Спектор			3	1			1		1			1			
3	Сурганов			1			1	1					2			
4	Чернецкий	1	1	11	2	1	8	2	1				11			
5	Трушников			4			2	2	1							
6	Язев	9		27			5			2	3		9			
7	Зяблицев			4				1					2			
8	Кадочников															
9	Баков			2			3					1				
10	Гайсин			1												
11	Суетин															

В первую очередь, бросается в глаза количество формально независимых изданий, фактически работавших на НДНГ. Наиболее яркими примерами ангажированности НДНГ, как и следовало ожидать, стали газеты “Вечерний Екатеринбург” и “Главный Проспект”. В результате анализа количества оценочно окрашенных публикаций в этих газетах с января по середину апреля мы видим, что баланс Росселя остается отрицательным (-9 и -8, соответственно), в то время как баланс Чернецкого исключительно положителен (+14 в обоих случаях). Та же картина и при упоминании движений. Баланс НДНГ постоянно положителен (+9 — “ВЕ” и +12 — “ГП”), а “Преображения Урала” — отрицателен (-6 в обоих случаях). Ба-

ланс совместных упоминаний Росселя и Чернецкого, Росселя и “Преображения Урала”, Чернецкого и НДНГ также складывается исключительно в пользу последних. Реклама НДНГ размещалась и в “Комсомольской правде”, однако только на коммерческой основе. Откровенно проросселевскую позицию заняла “Областная газета”. Баланс оценочных упоминаний Росселя и ПУ здесь +18 и +8 соответственно, в то время как у Чернецкого и НДНГ –8 и –5.

Среди областных вкладок федеральных газет на стороне действующей власти выступили “Аргументы и факты”. Россель и ПУ упоминаются здесь исключительно с положительной точки зрения, в то время как Чернецкий и НДНГ — скорее с отрицательной.

Показательно в этом смысле и общее соотношение упоминаний имен лидеров основных движений. Если в нейтральной прессе фамилия Росселя в среднем упоминается в 2—3 раза чаще фамилии Чернецкого, что обусловлено в первую очередь статусными основаниями, то в лояльных НДНГ газетах эти цифры приближаются друг к другу, а в прогубернаторских СМИ разрыв увеличивается еще в несколько раз. Впрочем, та же картина наблюдалась и у газет, равнодушных по отношению к другим партиям.

Среди остальных партий наиболее мощными ресурсами в сфере печатных СМИ обладал НДР. И по показателю общего количества упоминаний избирательного объединения, и по балансу оценочных суждений газеты “Новая хроника” и “Новая городская газета” можно отнести к агитационным каналам НДР. Реклама НДР была также весьма широко представлена в региональной вкладке “Российской газеты”, что объясняется особенностями электората НДР. Весьма любопытно то, что если у ПУ и НДНГ количество упоминаний лидера в разы превосходит упоминания партии, то у НДР эти показатели однопорядковы. Это позволяет предположить, что кампания НДР строилась по несколько иным принципам. Исходной точкой агитации служил не яркий лидер (Чернецкий, Россель), а партия, широко известная и обладающая уже сформированным имиджем. Интересен также тот факт, что дружественные НДР газеты критиковали действующую власть не менее активно, чем газеты НДНГ. Ни Россель, ни ПУ в положительном контексте

не упоминаются ни разу, в то время как количество отрицательных упоминаний высоко.

Однако несмотря на наличие ангажированных СМИ, нельзя сказать, что в течение выборов в Областную Думу Законодательного Собрания Свердловской области, пресса была резко поляризована. Количество оценочных характеристик партий и их лидеров даже в ангажированных изданиях не превышает 20% от общего числа упоминаний. Около половины изданий, признанных значимыми в результате предварительного анализа, не были замечены в проявлении явной пристрастности, в то время как исключенные из контент-анализа непартийные газеты вообще не проявляли интереса к выборам в законодательный орган региона.

Сложно также говорить и об особой изоэшенности в использовании печатных средств массовой информации при ведении избирательной кампании. Сравнивая количество оценочных упоминаний Росселя и Чернецкого, НДНГ и ПУ как наиболее весомо присутствующих в информационном поле объектов, мы видим, что командами перед дружественными газетами не ставилось четких задач. Так, нельзя, например, выделить якобы “независимый” канал слива компромата, то есть газету, основной целью которой была бы дискредитация соперника.

Тенденции, прослеживаемые в материалах нашего исследования, в целом отразили результаты выборов 12 апреля (табл.7).

Таблица 7

Результаты выборов в Областную Думу Законодательного Собрания Свердловской области 12 апреля 1998 г.

№	Избирательное объединение	Процент действительных голосов	Количество полученных мандатов
1	Наш дом – наш город	20,62	4
2	Коммунисты и аграрии Свердловской области	11,83	2
3	Преображение Урала	9,26	2
4	Свердловское отделение ВОПД “Наш дом – Россия”	8,18	2
5	Горнозаводской Урал	7,58	2
6	Промышленный союз	6,14	1
7	Социальная помощь и поддержка	5,10	1
8	Общественное объединение работников образования и учащихся Свердловской области	4,91	0
9	ЛДПР	4,58	0
10	Свердловское отделение Социалистической партии России	2,89	0

Если исключить коммунистический блок, то с точки зрения упоминаний в прессе партии расположились следующим образом:

1) НДНГ — 136 упоминаний, 2) НДР — 104 упоминания, 3) ПУ — 88 упоминаний 4) ГЗУ — 53 упоминания. По результатам выборов голоса распределились практически в той же последовательности. Местами поменялись только НДР и ПУ, что объясняется гораздо более высокой исходной “раскрученностью” “Преображения Урала”.

Успех НДНГ очевиден: наиболее положительно представленное в прессе движение в результате добилось максимальных результатов — уверенное 1-е место с двукратным перевесом по отношению к ближайшим преследователям и 4 мандата в Областной Думе. С известными оговорками можно сказать, что кампания НДНГ в прессе была наиболее эффективной — в среднем 24 упоминания на 1 депутатский мандат.

Заметных результатов добился и НДР, в течение кампании также исключительно положительно упоминаемый в областных газетах — более 8% голосов избирателей и 2 мандата. Учитывая, что на выборах в Областную Думу в 1996 г. оба эти движения, выступая в блоке, получили лишь 3 мандата, можно предположить, что активная политика в прессе в предвыборный период сыграла свою роль.

Сравнительно неплохо выступил “Промышленный союз”. Положительный фон, созданный движению в областных газетах, безусловно, помог только-только зарегистрировавшемуся движению провести депутата в Областную Думу.

Работа с печатными СМИ оказала свое воздействие и на результаты “Преображения Урала”. Проигрыш прессы по всем статьям, преимущественно негативный фон, характерный для упоминаний ПУ в течение всей кампании, привел движение, недавно лидировавшее в регионе (6 мандатов на выборах в 1996 г.), к третьему месту и всего лишь двум депутатским мандатам.

Крайне пассивная кампания в СМИ обусловила значительное снижение рейтинга ГЗУ. Многие помнят интересную избирательную кампанию молодого движения “Горнозаводской Урал” в 1996 г., когда блок с участием ГЗУ с нуля набрал более 12% голосов. Семь с половиной процентов и два мандата на этих выборах объясняются скорее инерцией и недоверием к играющему на том же поле “Промышленному союзу” в связи с присутствием в его рядах такой неоднозначной фигуры, как Баков.

Положительные результаты “Социальной помощи и поддержки” не могут быть объяснены работой с исследуемыми СМИ. Очевидно, упор в проведении избирательной кампании был сделан не на публикации в непартийных газетах области. Блок КПРФ и АПР также обязан двумя мандатами скорее дисциплинированности своего избирателя, нежели талантливо проведенной предвыборной кампании.

Гипотеза о том, что наличие в списке нескольких значимых для общественного мнения персон поможет связать название партии и имена всех лидеров в единое взаимоподкрепляющее целое, не подтвердилась. Несмотря на присутствие в некоторых партийных списках нескольких значимых персон, кампания в областной прессе все же строилась по принципу “одна партия — один лидер”. В качестве примера можно привести “Промышленный союз” (значительное количество упоминаний Бакова, в том числе оценочных, и слабое и абсолютно нейтральное присутствие Гайсина), НДР (активная связка с Язевым и гораздо менее заметная позиция Зяблицева). “Преображение Урала”, как уже говорилось выше, также не смогло или не захотело выдвинуть на первый план Сурганова и Спектора.