

Крысин Дмитрий Александрович

аспирант

Минеева Елена Константиновна

д-р ист. наук, профессор

ФГБОУ ВО «Чувашский государственный

университет им. И.Н. Ульянова»

г. Чебоксары, Чувашская Республика

АГИТАЦИОННЫЙ МАТЕРИАЛ КАНДИДАТОВ В ДЕПУТАТЫ ГОССОВЕТА ЧУВАШИИ ПЕРВЫХ ДВУХ СОЗЫВОВ

Аннотация: в статье впервые в региональной историографии исследуются материалы, подготовленные в ходе избирательной кампании в Государственный Совет Чувашской Республики двух первых его созывов. На основе архивных источников раскрывается содержательный компонент наглядной агитационной деятельности кандидатов в депутаты регионального законодательного органа.

Ключевые слова: Чувашия, Государственный Совет Чувашской Республики, предвыборная агитация, Шурчанов В.С., Моляков И.Ю., выборы, депутаты.

Осенью 2026 г. пройдут очередные выборы в Государственный Совет Чувашской Республики. В настоящее время со стороны как отдельных лиц (самовыдвиженцев), так и партий и общественных объединений, началась агитационная кампания. В связи с этим востребованным представляется анализ проходивших ранее пропагандистских действий по работе с электоратом кандидатов в депутаты регионального законодательного органа, особенно в период его становления. Оговоримся, что в данном обзоре речь пойдет только о печатной форме агитационных материалов.

Нельзя не отметить, что еще в советскую эпоху было заложено особое отношение к различного рода пропагандистским действиям. Причем практически все они – независимо от сферы применения и целевой аудитории – носили массовый

характер. Можно говорить, что в тот период отечественной истории сложился культ агитации как обязательного явления общественно-политической жизни. Исследователи, к примеру, говорят об агитационных методах воздействия на крестьянство в практике осуществления сплошной коллективизации [10], активной антирелигиозной пропаганде [11; 12], выстраивании агитационно-пропагандистской работы в годы Великой Отечественной войны [18] и т. п. На этом фоне предвыборная агитация в представительные органы управления не должна восприниматься как нечто исключительное. Многие используемые в настоящее время технологии сформированы именно в советский период. Формы охвата избирателей апробировались уже в ходе первых выборов в Верховный Совет Чувашской АССР в 1938 г. [16] и совершенствовались в последующих избирательных кампаниях. Конечно, сегодня они адаптированы под развитие информационных систем, различных способов коммуникации с избирателем, но выстраивание взаимодействия по сути своей – это клонирование ранее применявшихся идей.

Неизменным во всех вышеописанных случаях остается один принцип: важность донесения до «потребителя» той или иной информации, «внедрение» в его сознание того или иного нарратива. Это обстоятельство диктуется необходимостью борьбы за мнение «голосующего» (оно может выражаться и в прямой, и в косвенной форме). Особенно актуально это при поливариативности выбора. Показательны состоявшиеся в 1990 г. выборы в Верховный Совет Чувашской АССР двенадцатого созыва.

После отмены статьи 6 Конституции СССР о руководящей и направляющей роли КПСС выборы 1990 г. были проведены в форме свободной конкуренции кандидатов, представлявших различные политические силы. В этом проявилась одна из ключевых новелл избирательного процесса – его альтернативность и состязательность: если прежде число кандидатов в депутаты равнялось числу депутатских мандатов, то на выборах Верховного Совета Чувашской АССР двенадцатого созыва на каждое место претендовали 2,8 кандидата. Кроме того, данные выборы были первыми, проведение которых растянулось по времени: они состоялись 4 и 14 марта, 18 и 27 апреля 1990 г. Другая особенность этих выборов –

сравнительно низкий процент явки: в голосовании приняли участие всего 87,3% избирателей [3, с. 118].

Формирование современной законодательной ветви власти Чувашии началось в марте 1994 г. Выборы в 1994 г. депутатов представительного органа новой Чувашии – как по названию, так и по конфигурации общественно-политических и социально-экономических отношений – яркое свидетельство значимости агитационной кампании. Показательно их сравнение с последними выборами в высший представительный орган Советской Чувашии: несмотря на то, что количественный состав депутатов Государственного Совета Чувашской Республики был значительно меньше, чем прежнего Верховного Совета (47 и 200 человек соответственно), процесс выборов оказался значительно растянутым по времени. Даже четыре тура (13 и 27 марта, 26 мая и 2 июня) не позволили избрать полный состав, но определили кворум в 33 народных избранника. Количественно депутатский корпус был правомочен, и 21 июня Государственный Совет Чувашской Республики первого созыва начал свою работу [3, с. 178].

Вышеописанная ситуация позволяет констатировать, что нужно бороться не только за голоса избирателей, но и за то, чтобы люди просто пришли на выборы. Поэтому одной из характерных черт выборов депутатского корпуса Государственного Совета Чувашской Республики нужно назвать агитационную кампанию за привлечение избирателей на избирательные участки. Перефразируя известное выражение, следует сказать: «нет избирателя – нет голоса». К моменту проведения выборов в 1994 г. общая обстановка в стране вследствие кардинального реформирования политической системы, проведения экономических реформ в духе «шоковой терапии» и кризиса социальной сферы была напряженной. Уровень жизни простых людей стремительно падал, что неизбежно сказывалось на доверии к власти и проявлялось в том числе в низкой явке на выборы. В публикации с характерным заголовком «Кандидатов много, а избирателей мало. Почему?» была высказана мысль об этом явлении как «форме протеста против жизненного уровня» [15]. «Люди не хотят идти на избирательные участки, потому что устали от такой жизни и никому уже не верят», – так объяснял

ситуацию корреспонденту «Советской Чувашии» председатель одной из избирательных комиссий Чебоксарского района. При этом на депутатов как на своих избранников население смотрело с надеждой – на массово проводившихся в ту пору митингах можно было увидеть транспаранты с характерными обращениями, как, например, «Депутаты! Помогите вернуть деньги старикам!» [3, с. 183].

Вторая группа агитационных материалов – более многочисленная – относится к предвыборной агитации кандидатов в депутаты. Именно этот вид коммуникации с избирателями позволяет заявить о себе в обществе и сформировать у потенциального электората полноценный образ. Можно говорить о трех крупных блоках печатных агитационных материалов в борьбе за голоса на этой стадии избирательного процесса. Это – выступления в СМИ (собственные статьи, интервью, написанная третьим лицом заметка и т. п.), формат преимущественно текстовых листовок и различного рода наглядная агитация с минимум текстового сопровождения (плакаты, открытки, календари и т. п.).

Применительно к рассматриваемым нами выборным кампаниям примечателен факт относительно небольшого количества агитационных публикаций в республиканской периодике. При выборах в Госсовет Чувашии первого созыва воспользовались правом на размещение предвыборной рекламы лишь единицы кандидатов в депутаты. Причем время их появления – уже после состоявшегося 13 марта первого тура выборов: так, призыв группы кандидатов в депутаты прийти и поддержать их появился за пять дней до повторного голосования. Это – единственный пример прямого обращения баллотирующихся лиц к избирателям. Еще две публикации представляют собой обращения к избирателям со стороны групп поддержки. В целом, республиканские издания больше публиковали официальные сообщения от Центральной избирательной комиссии Чувашской Республики [13, с. 25].

Претендентами на статус «народного избранника» более активно использовались «районки». Появились подобные публикации, например, в «городской и районной (объединенной)» газете «Канаш». Так, в одном из номеров были размещены биографические сведения о В.С. Шурчанове и его предвыборная

программа [19]. Другому кандидату: Г.П. Солину – был посвящен целый разворот, включавший в себя как биографические и программные элементы, так и «мнения» представителей разных социальных групп в его поддержку [4]. Последнее – чаще оформлявшееся как «письма в редакцию» – можно назвать самым массовым вариантом предвыборной агитации в данный период [7; 14]. Актуальным было и прямое обращение кандидата к потенциальным избирателям [17]. Отметим относительно небольшое количество такого формата подачи информации как интервью [1]. Возможности партийной прессы наиболее востребованными оказались представителей КПРФ: на страницах газеты «Чебоксарская правда» были размещены биографические сведения о кандидатах (например, о В.С. Шурчанове и И.И. Бакуновце) и их предвыборные программы [8; 9].

Гораздо более массовый характер имело распространение листовок и афиш. Как объединяющий фактор сразу бросается в глаза обязательное наличие портрета кандидата в депутаты. Одним из немногих исключений следует назвать предвыборную листовку Л.Н. Гончаренко с описательной характеристикой его научно-творческой деятельности в один абзац [6, оп. 4, д. 26, л. 7]. В целом же, как правило, это были черно-белые (реже – цветные) материалы со стандартным набором информации: краткая биографическая справка, достижения на общественном и политическом поприще, политическая программа. Последнее могло быть сформулировано в крайне сжатой, «сухой» форме. Примером можно назвать «агитку» Э.И. Патмара во время предвыборной кампании 1994 г. (рискнем предположить, что тут сказалось военное прошлое кандидата). В большинстве же своем листовки более словесно насыщены и информативны. Одним из самых эмоционально воздействующих и при этом апеллирующих «к авторитету» был материал В.И. Бровченковой. Сама кандидат в депутаты долгое время работала в Музее В.И. Чапаева, поэтому ее агитационная листовка имела характерное название: «Чапаевцы снова в строю» – и в отличие от других приводила список членов инициативной группы, в котором были знаковые имена потомков известного военачальника и движения «чапаевцев». Другой особенностью данного носителя можно считать отсутствие портрета соискателя депутатского мандата [6, оп. 3,

д. 15, л. 3], которое выше нами уже отмечалось как обязательный атрибут для подавляющего большинства агитационных листовок.

Содержательно агитационные материалы независимо от партийной, социальной, возрастной и гендерной принадлежности кандидата практически схожи. Программа кандидатов сводилась к заявлениям о социально-экономической поддержке населения: «дать людям работу», «гарантировать каждому человеку реальный прожиточный минимум», «подъем отечественной экономики всех форм собственности конкретными мерами, сокращение безработицы, своевременная выплата заработной платы», «адресная защита населения, в том числе своевременная выдача пенсий и детских пособий», «индексация зарплаты и пенсий», «перечислять средства на зарплату учителям и врачам напрямую в школы и больницы» [6, оп. 4, д. 26, л. 24; оп. 5, д. 16, л. 2, 12об.]. Очень редко, но встречаются в агитационных листовках обещания своим примером продемонстрировать «близость к народу»: так, Евгений Слепов в случае избрания готов был «отказаться от зарплаты депутата и льгот» [6, оп. 5, д. 16, л. 12]. И.Ю. Моляков делал упор на «болевые» точки: «нерушимое единство Российского государства», «Конституционное восстановление Советской власти в Чувашии», «экологическая защита бассейна реки Волга» [5, д. 24, л. 1]. В.С. Шурчанов указал на конкретные действия, которые предпримет в случае своего избрания: внесение на рассмотрение представительного законодательного органа государственного управления законов «Об экстренном управлении экономикой в Чувашской Республике», «О государственном регулировании цен», «О государственной промышленной политике в Чувашской Республике» [5, д. 45, л. 1].

В ходе выборов в Госсовет Чувашии второго созыва ранее избравшиеся депутатами лица использовали апелляцию к предшествующим заслугам. Например, в листовке В.А. Печниковой прямо указаны достижения: «только за последний год под руководством Венеры Печниковой разработаны и подписаны Президентом Чувашской Республики шесть законов экономического направления, позволяющих создавать в республике условия для подъема промышленности и

направленных на защиту населения Чувашии от чрезмерного роста квартплаты и налогов» [6, оп. 3, д. 15, л. 28].

Нужно отметить и выпуск так называемой малоформатной агитационной продукции. Карманные календари стали одним из ходовых средств привлечения внимания избирателей. В личной коллекции автора настоящей публикации имеется около 50 образцов такого вида политической рекламы. В отличие от листовок и афиш информационный массив здесь минимизирован до портрета кандидата и его ключевого выборного слогана.

Кроме этого обращает на себя внимание, что во время проведения в 1995 году довыборной кампании (поскольку выборные процедуры 1994 года не позволили сформировать полный состав депутатского корпуса) отдельные кандидаты в депутаты пользовались открытой поддержкой со сторон исполнительной власти. Так, например Председатель Кабинета Министров Э.А. Аблякимов во время поездки в Шумерлю высказывался в поддержку баллотирующегося от данного округа О.А. Церфуса: «Здесь баллотируется мой коллега-строитель О.А. Церфус. Я давно его знаю. Хороший человек, он и в сельском строительстве работал, сейчас жилье строит и другие объекты. Я думаю, что горожане не ошибутся, если отдадут предпочтение своему кандидату, который будет решать их проблемы со знанием дела, с профессионализмом» [6, оп. 7, д. 319, л. 7].

Подчеркнем и такую важную деталь, как факты нарушения в ходе предвыборной агитации действующего законодательства. В издаваемой Центральной избирательной комиссией Российской Федерации с 1996 года «Электоральной статистике» отмечается: «За выпуск и распространение агитационных материалов без выходных данных окружная избирательная комиссия на выборах депутатов Государственного Совета Чувашской Республики отменила свое решение о регистрации Ю.Г. Никифорова кандидатом в депутаты второго созыва 1994–1998 гг.» [2, с. 89].

Таким образом, наше исследование показывает, что агитационные кампании являются неотъемлемой частью выборного процесса депутатов Государственного Совета Чувашской Республики. В ходе выборов в состав высшего

представительного законодательного органа управления велась агитация как за привлечение избирателей на участки в день голосования, так и агитация со стороны кандидатов в депутаты. Последняя представляет собой различные по видовому составу формы. Стоит отметить и имевшие место единичные случаи нарушения действующего законодательства со стороны ряда кандидатов в депутаты.

Список литературы

1. Алексеев И. Предстоит напряженная работа: интервью с кандидатом в депутаты В.Д. Даниловым / И. Алексеев // Канаш. – 1994. – 24 мая.
2. Выборы в органы государственной власти субъектов Российской Федерации 1997–2000. Электоральная статистика. – В 2 т. Т. 1. – М.: Весь мир, 2001. – 167 с.
3. Высшие представительные органы государственной власти Чувашии: деятельность Верховного Совета Чувашской АССР и Государственного Совета Чувашской Республики (очерки на фоне эпохи) / авт.-сост. Ф.Н. Козлов. – Чебоксары: Новое время, 2024. – 324 с.
4. Геннадий Солин: Я – за нерушимую дружбу между народами // Канаш. – 1994. – 21 мая.
5. Государственный архив современной истории Чувашской Республики (ГАСИ ЧР). Ф. Р-2914. Архивная коллекция агитационных материалов. Оп. 4.
6. ГАСИ. Ф. Р-3026. Центральная избирательная комиссия Чувашской Республики по выборам депутатов Государственного Совета Чувашской Республики.
7. Ильина З. Я – за Шурчанова / З. Ильина // Канаш. – 1994. – 21 мая.
8. Кандидат в депутаты Госсовета по Малобикшихскому избирательному округу Бакуновец Иван Иванович // Чебоксарская правда. – 1998. – 30 июня.
9. Кандидат в депутаты Госсовета Чувашии по Тракторостроительному избирательному округу Шурчанов Валентин Сергеевич // Чебоксарская правда. – 1998. – 30 июня.

10. Касимов Е.В. Значение агитационных методов воздействия на крестьянство Чувашии в практике осуществления сплошной коллективизации / Е.В. Касимов // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2011. – №6. В 3 ч. Ч. 2. – С. 71–74. EDN OEWLLR
11. Козлов Ф.Н. Антирелигиозная пропаганда в Чувашии в начале 1920-х гг. / Ф.Н. Козлов // Гасырлар авазы – Эхо веков. – 2010. – №3–4. – С. 301–306. EDN VQWCZX
12. Козлов Ф.Н. Роль средств массовой информации как фактора антирелигиозной агитации и пропаганды в 1917–1930-е гг. / Ф.Н. Козлов // Центр и периферия. – 2012. – №3. – С. 48–54. EDN QOYSYD
13. Крысин Д.А. Выборы в Государственный совет Чувашской Республики первого созыва в зеркале прессы (по материалам газеты «Советская Чувашия») / Д.А. Крысин // Исторический поиск / Historical Search. – 2024. – Т. 5. №4. – С. 22–32. DOI 10.47026/2712-9454-2024-5-4-22-32. EDN HGMGWA
14. Михайлов И. Голосую за академика В.Н. Николаева / И. Михайлов // Канаш. – 1994. – 21 мая.
15. Сидоров М. Кандидатов много, а избирателей мало. Почему? / М. Сидоров // Чебоксарская правда. – 1998. – 27 июля.
16. Титова И.В. Выборы в Верховный Совет Чувашской АССР 1938 года / И.В. Титова // Вестник Чувашского университета. – 2006. – №4. – С. 94–101. EDN JXQOOX
17. Уважаемые шумерлинцы (обращение кандидата в депутаты О.А. Церфуса) // Вперед. – 1995. – 2 декабря.
18. Харитонов В.Г. Пропагандистская и агитационная работа в Чувашии в годы Великой Отечественной войны / В.Г. Харитонов // Вестник Чувашского университета. – 2023. – №1. – С. 83–92. DOI 10.47026/1810-1909-2023-1-83-92. EDN WOAQTO

19. Шурчанов Валентин Сергеевич – кандидат в депутаты... // Канаш. – 1994. – 24 мая.