

СОЦИАЛЬНАЯ ФИЛОСОФИЯ

DOI: 10.17212/2075-0862-2019-11.3.1-94-122

УДК 323.23; 329.7

СЕРИАЛ «СЛУГА НАРОДА» КАК ПОЛИТТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ СЦЕНАРИЙ ПРЕЗИДЕНТСКОЙ КАМПАНИИ ЗЕЛЕНСКОГО

Жежко-Браун Ирина Витальевна,

кандидат экономических наук,

независимый исследователь,

член Американской ассоциации политических наук,

Самервилл, США

irinazbraun@gmail.com

Аннотация

В статье анализируется инновационный характер политтехнологии, использованной командой Владимира Зеленского в президентской кампании 2019 г. в Украине. Исследуется, каким образом была выиграна кампания, и, в частности, рассматривается ее политтехнологический сценарий, основанный на сериале «Слуга народа» и других политических шоу студии «Квартал-95». В статье анализируются основные инновационные характеристики сценария: сценарий как курс «игр на развитие» и средство мобилизации избирателей; обратный отсчет времени в избирательной кампании; театральная и игровая природа сценария; группа граждан, или коллективный субъект-заказчик кампании как альтернатива политтехнологам, работающим «в тени власти и олигархов»; отказ от старых технологий, включая манипулятивные; интерактивный характер кампании и ее высокая эффективность; десакрализация авторитарной власти в ходе кампании; заявка на переформатирование властных институтов и превращение их в более прозрачные и ответственные перед народом; изменение модели участия населения в политике; «эффект Зеленского». Рассматриваются проблемы и анализируются особенности перехода кампании Зеленского из виртуального режима в реальную жизнь. Делается вывод о том, что сохраняется угроза политического реванша, обсуждаются политтехнологические задачи по поддержке нового курса.

Ключевые слова: Владимир Зеленский, Украина, политтехнологический сценарий, президентские выборы 2019 г., «Слуга народа».

Библиографическое описание для цитирования:

Жежко-Браун И.В. Сериал «Слуга народа» как политтехнологический сценарий президентской кампании Зеленского // Идеи и идеалы. – 2019. – Т. 11, № 3, ч. 1. – С. 94–122. – DOI: 10.17212/2075-0862-2019-11.3.1-94-122.

**«Вы хотите сказать, что страну возглавил человек,
неподконтрольный олигархам? Не смешите»**

На момент публикации этой статьи прошло почти полгода с окончания президентских выборов в Украине. Многим запомнился разгромный счет выборов: Владимир Зеленский получил 73,22 % (13,5 млн избирателей) против 24,45 % за Петра Порошенко при явке 62 % [12]. Результат Зеленского является абсолютным рекордом избирательных кампаний в Украине. Порошенко провел двадцать лет в украинской политике и участвовал во всех политических кампаниях независимой Украины. Однако он проиграл не равновесному политику, а новичку, человеку без практического опыта в политике. Почти то же самое можно сказать и о всех членах команды Зеленского, которые помогли ему выиграть.

В независимой Украине сменилось уже пять президентов. Все предвыборные кампании, и последняя особенно, показали, что в Украине сложилась конкурентная, а не управляемая демократия. Первые четыре президента покинули свое кресло, проиграв кандидату, представляющему оппозиционную партию и фракцию в парламенте. Однако на последних выборах действующий президент и все остальные кандидаты проиграли несистемному кандидату от новоиспеченной партии, не имеющей своей парламентской фракции, партийных структур в регионах страны и своих представителей в местных избирательных комиссиях и органах власти.

Экспертов до сих пор интересует вопрос, *почему* Украина предпочла «клоуна» тяжеловесным политикам. Меня же в этой статье будет интересовать вопрос *как*. Как именно удалось Зеленскому заручиться поддержкой большей части народа? Вопрос «*как?*» не отменяет «*почему?*», а скорее дополняет его, переводя в иную плоскость – социотехническую. Итак: *как* была сделана кампания Зеленского, и можно ли из нее извлечь полезные уроки для других претендентов при подготовке к выборам? Основное внимание в этой статье будет уделено использованию политических технологий, в частности, сценарию избирательной кампании. Именно в этом отношении кампания Зеленского абсолютно беспрецедентна не только на постсоветском пространстве, но и во всём мире, и войдет в учебники по искусству избирательных технологий. Она уникальна во многих отношениях, но мы начнем с самого очевидного – с ее театральной и игровой природы.

Политика как театр и театр как политика

«Смех – это сила, которой вынуждены покоряться сильные мира сего».

Эмиль Золя

Мы будем говорить о театре в политике не в метафорическом, а в совершенно прямом смысле. Театр с момента своего зарождения властвовал над умами и сердцами людей. Древнегреческий комедиограф Аристофан в своих постановках бичевал правителей, аристократов и богачей, выступая защитником прав простого народа. Немецкий театральный режиссер Эрвин Пискатор (1893–1966), коммунист по убеждениям, первым в XX веке понял, что театр есть не только зеркало эпохи, но орудие ее переустройства. Лидер немецкого Баухауза Вальтер Гропиус в 1927 г. предложил новое архитектурное решение для его политического театра. В нем впервые публика размещалась в центре зала, а сцена вращалась вокруг нее. Проект не был осуществлен, но идея активной роли театра в политике получила новый толчок.

Кино и ТВ, едва завоевав широкую аудиторию, подключились к театру в роли политического агитатора. Точкой рождения «президентских» сериалов принято считать «Западное крыло» (West Wing, 1999–2006), сериал о жизни и работе администрации президента США. Затем последовал сериал «24», который растянулся на 18 лет; в нем агент контртеррористического подразделения Джек Бауэр работает в спарринге с меняющимися президентами США и участвует в разрешении угроз, нависших над их администрациями.

Многие политические фильмы делались с целью приучить зрителей, они же избиратели, к новым типажам претендентов на роль президента. Так, первый чернокожий президент США возник в сериале «24» в 2002 г., т. е. за шесть лет до выборов Барака Обамы. В преддверии и во время двух избирательных кампаний Хиллари Клинтон было выпущено семь (!) фильмов о женщине-президенте, не считая женщин на других высоких государственных постах. В других странах также создавались сериалы похожего рода, например, датский сериал «Правительство» (Borgen). Однако ни один из них до украинского сериала «Слуга народа» не воплотился в жизнь. Его герой, учитель Голобородько, а точнее Владимир Зеленский, играющий его роль, буквально шагнул с экрана в президентское кресло. Политический театр и ТВ-шоу, как показывает пример студии «Квартал-95» (далее просто Квартал), руководимой Зеленским, может не только стать инструментом оздоровления и сплочения нации, но и изобрести новую выборную технологию.

Сериал «Слуга народа» (51 серия¹) выпускался в течение четырех лет (2015–2019), первый сезон вышел в 2016 г. Он был лидером по числу зри-

¹ Лично мне больше нравится телевизионный вариант сериала (24 серии), укороченный вдвое без ущерба для понимания его идей, который был доступен на YouTube в марте 2019 г.

телей на украинском канале «1+1» по всем аудиториям, в том числе от 18 до 54 лет. В Украине его посмотрели более 20 млн зрителей, а на официальном YouTube-канале «Квартал» – около 100 млн человек². Конкуренты Зеленского по выборной кампании пытались внушить избирателям, что Зеленский – клоун, шут, актеришка, а значит, пустое место. Однако украинцы насмотрелись на свой парламент и другие институты власти. Зрители нашли убийственно точными шутки и пародии «Квартала» в адрес этих институтов и местодержателей в них. А если учесть, что Зеленский – не только актер, но и один из авторов и продюсеров шоу, а также художественный руководитель студии, то он выглядит на голову выше многих политиков – объектов его пародий.

Уже после победы Зеленского на украинском сайте «Новое время» была напечатана статья о том, что политический театр в Эстонии проделал очень похожий эксперимент над демократией в 2010 г. Десять актеров из театра «№ 99» создали новую партию «Единая Эстония», запустили в Интернете «Школу выборов» и устроили несколько публичных акций, которые, по социологическим опросам, обеспечили бы этой партии 25 мест в конгрессе [10]. Это был не просто пример виртуальной партии, а намеренная мистификация, социальный эксперимент в чистом виде. Актеры позднее раскрыли свой замысел. Они хотели показать, как легко можно манипулировать поведением избирателей. Автор статьи об этой политической шутке [9] Виктория Пташник спрашивает, не является ли украинский опыт повторением эстонского? Укажем пока только на одно существенное отличие: эстонские актеры не собирались перевести свою партию из виртуального мира в реальный, а Зеленский с командой сделали этот ответственный шаг. Далее мы сможем увидеть и другие отличия.

Указав на активную роль драматических искусств в политике, надо кратко остановиться на понятиях «драматургия» и «сценарий», которые были заимствованы из них и получили новое содержание в избирательных технологиях.

Политтехнологический сценарий и его драматургия: немного теории

В организации избирательных кампаний всегда есть стандартные технологии, процедуры и тактики: фокус-группа, опрос, встречи и выступления перед избирателями, визуальная информация-реклама, дебаты и т. д. Однако уникальность каждой кампании определяется не этими стандартными элементами, а ее интригой и сценарием, или, как выражаются политтехнологи, ее *драматургией*. Этот термин сближает политтехнологии с искусством. Именно драматургия может сделать политтехнологический (ПТ)

² На конец июня 2019 г..

сценарий штучным и уникальным, несмотря на то что отдельные его элементы и блоки могут быть вполне стандартными. Мы будем далее пользоваться терминами «сценарий» и «драматургия» в применении к избирательной кампании как взаимозаменяемыми, хотя между ними есть некоторые различия. В частности, не всякий сценарий содержит драматургию, а именно действия героев (актеров) с их характерами, изменение темпа и жанра, повороты в сюжете и в интриге, а также другие драматические приемы³. Политтехнологи более или менее сходятся во мнении по поводу набора инструментов и тактик, применяемых в избирательной кампании, однако уровень их профессионализма и эффективности работы определяются не столько владением этими инструментами, сколько общим замыслом и уровнем драматургии всей кампании в целом.

Многие из тех, кто занимается ПТ-бизнесом, сами не до конца понимают природу своей деятельности. Принятое в России самоназвание этой профессии – политтехнология – очень неточно отражает характер этой деятельности и вводит исследователей и публику в заблуждение. Как сформулировал директор правления агентства «PR-Интеллект» Михаил Лозовой, «грань между избирательными технологиями и избирательным искусством почти условна» [5, с. 19]. Избирательные сценарии часто используют мифы, символические образы, метафоры, драматические приемы и другие выразительные средства, что сближает их с языком искусства. Поэтому естественно рассматривать избирательное искусство как часть искусства политики в целом.

Сценарии кампаний могут различаться по замыслу (сюжету и концепции), жанру, набору и последовательности событий, составу действующих лиц (актеров), типу конфликтов, образным решениям, способу работы с существенными характеристиками кампании, такими как состав кандидатов – соперников и союзников, профиль избирателей, их прошлый опыт, их отношение к текущей власти и восприятие власти вообще, их ожидания и многое другое. ПТ-сценарий решает несколько задач. В нем содержатся: анализ предвыборной ситуации, цели и задачи кампании, роли (имиджи) кандидатов, а также стратегия и тактика действий политтехнологов и других профессионалов, вовлеченных в избирательную кампанию на разных ее этапах⁴. В сценарии также описывается нарратив, который политтехнологи хотят навязать всем участникам избирательного процесса, включая конкурентов. Сценарий ставит своей конечной задачей мобилизацию «своих» избирателей. Она может осуществляться разными способами. Сре-

³ Драматургия как термин не имеет однозначного понимания в литературе об организации выборов, но мы будем им пользоваться за неимением более точного.

⁴ Целью кампании не всегда является полная победа. Иногда это может быть определенный процент голосов для прохождения в парламент или даже просто «оттягивание» голосов от другого кандидата.

ди наиболее известных убеждение, подкуп, нажим и запугивание, эмоциональная мобилизация и т. д.

Разговор о политтехнологических сценариях завершим методологическим замечанием о трудностях их изучения. Во-первых, о сценарии знают только те, кто его сочиняют, и по законам профессии не раскрывают его до самого конца кампании, а возможно, и никогда. Во-вторых, когда некоторые политтехнологи задним числом всё же рассказывают о своих сценариях, есть серьезные основания сомневаться в достоверности и полноте их свидетельств. И наконец, сценарий, как и план битвы, может меняться в ходе кампании, приспосабливаясь к новым обстоятельствам. И всё же, несмотря на эти методологические трудности, можно и нужно реконструировать избирательные сценарии из разрозненных данных и внешних наблюдений хотя бы в их главных чертах, хотя бы прежде всего для контроля со стороны общества за соблюдением демократических норм на выборах.

Сказанного выше вполне достаточно, чтобы перейти к описанию содержания и принципиальной новизны ПТ-сценария кампании Зеленского, или кампании «Зе!». Поистине уникально то, что сценарий «Зе!» был обнародован до выборов – в виде сериала «Слуга народа».

Политтехнологический сценарий кампании «Зе!»

Как уже сказано выше, не каждый ПТ-сценарий уникален и неповторим. Скорее наоборот, политтехнологи обычно занимаются перелицовкой уже известных сценариев и ремейком старых кампаний. Более того, не каждая избирательная кампания вообще имеет сценарий. Некоторые из них, если так можно выразиться, идут в режиме хешпинга⁵. Изобрести и удачно осуществить новый сценарий выборов – удел единиц. Это требует особых талантов и глубокой мотивации команды политтехнологов. Но даже среди оригинальных ПТ-сценариев сценарий «Зе!», как мы покажем далее, является уникальным.

Авторы сериала «Слуга народа» отрицают, что Зеленский собирался участвовать в выборах в годы написания и проката первых двух сезонов (2015–2017 гг.). Если эти заявления верны, то что позволяет нам вообще рассматривать сценарий этого сериала как политтехнологический? Или иначе: что позволяет считать некоторый план (набор) действий ПТ-сценарием? Ответ на этот вопрос вытекает из списка задач и функций ПТ-сценария, перечисленных выше: если в плане действий, в данном случае в киносценарии, решаются задачи по подготовке и организации избирательной кампании, он становится ПТ-сценарием. Нужно добавить, что ПТ-сценарий кампании «Зе!» включал в себя не только сериал «Слуга на-

⁵ Кампания Дональда Трампа 2016 г. может служить таким примером.

рода», но и ряд других постановок студии, в частности, политические шоу «Вечерний квартал» и «ЧистоNews», выпедившие в те же годы.

Перечислим кратко те задачи, которые решили эти работы студии в преддверии избирательной кампании: они запустили **самореализующийся сценарий избирательной кампании**, т. е. процесс обучения, развития и мобилизации избирателей за определенного кандидата в президенты; сделали узнаваемость Зеленского как кандидата почти стопроцентной; сформировали его имидж как «человека из народа» и «слуги народа»; предложили свой анализ ситуации в Украине и образ проектного (желаемого) будущего; сформулировали систему ценностей, на которых будет базироваться его избирательная платформа. Поскольку все сформулированные задачи были решены путем показа продукции данной студии, и в первую очередь сериала, мы можем интерпретировать их как ПТ-сценарий.

Сериал не только создал сценарий желаемого будущего, но и сыграл его – со всеми его подводными камнями и ловушками, ошибками и находками будущего президента и его социальной базы. Это было своего рода курсом «игр на развитие» для кандидата и населения. В нем и в параллельных представлениях в «Вечернем квартале» было смоделировано и разыграно несколько разных игровых комбинаций, тупиковых и удачных ходов нового президента, его оппонентов и союзников.

Во втором сезоне сериала тема политтехнологических операций в предвыборной кампании стала центральной, так что авторов сериала, команду Зеленского, трудно заподозрить в отсутствии опыта в этой области.

ПТ-сценарий кампании «Зе!» содержал следующие элементы новизны.

а) Сценарий написан для избирателей, а не для политтехнологов. Он был обнародован («опубликован») вместо того, чтобы быть документом для внутреннего пользования; самим фактом своей «публикации» он запустил процесс организации и мобилизации избирателей.

б) Команда Зеленского не работала «в тени власти и олигархов», не была заказана властными органами и не была ими проплачена, как это происходит в подавляющем количестве кампаний. Команда была и заказчиком, и исполнителем сценария одновременно, а Зеленский был лишь одним из членов этой команды. Она, команда, не применяла какие-либо виды административного ресурса, работала на волонтерских началах и представляла только самих себя.

в) Избирательная кампания, судя по рейтингу кандидата, фактически была выиграна еще до того, как активные сторонники кандидата сорганизовались в партию; партия, созданная перед самой регистрацией Зеленского в кандидаты, не имела региональных структур и групп поддержки, а также своей фракции в парламенте. По совокупно-

сти этих фактов можно считать Зеленского независимым кандидатом (самовыдвиженцем)⁶.

г) Сценарий предложил Украине объединительную, коллективную платформу для всех граждан, озабоченных судьбой страны, и фактически «сшил» разрозненную нацию по географии, поколениям, полу и даже по политическим убеждениям. В нем были сформулированы ценности, вокруг которых смогли объединиться здоровые силы нации.

д) Сценарий сделал ставку на новых акторов – не просто более молодое, а **новое** поколение, выросшее в условиях независимости и бóльших гражданских свобод, с новыми ценностями. Он ответил на запрос общества – видеть в политике и политиках честность и ответственность. Сценарий изменил модель народного участия в политике: участие в создании власти и контроле над ней (отмена неприкосновенности и право отзыва депутатов, импичмент президента) вместо революций и выхода на Майдан.

е) Обратный (*inverted*) отсчет времени: последовательность событий в сериале и ходе реальной избирательной кампании перевернута во времени, т. е. президентская кампания начата и выиграна до официальной регистрации кандидата. Сама кампания проведена по модели нововведения: оно предъявляет себя обществу, когда оно по факту уже свершилось.

ж) Полный отказ от старых канонов ведения кампаний и политтехнологий, особенно манипулятивных и «грязных», таких как подкуп избирателей, фальсификация результатов выборов, «избирательные карусели», партии-спойлеры, регистрация двойников (клонов), анонимный вброс компромата и т. д. Кампания «Зе!» практически отказалась и от многих «чистых», но устаревших технологий: билбордов, почтовых рассылок, встреч с избирателями, рекламных роликов и т. п. Вместо этого ее политтехнологи сделали основную ставку на публичные представления и новые медиа, YouTube и Instagram, где больше всего молодежи и где у Зеленского было более 2 млн подписчиков, а у Петра Порошенко на середину января 2019 г. только 177 тыс. подписчиков [11].

з) Сценарий сериала предложил убедительный нарратив и содержал сильную драматургию. Он базировался на игровой, смеховой (карнавальной) культуре.

и) Интерактивный и длительный характер кампании. Одним из примеров диалога с нацией может служить анонимный опросник на всех страницах соцсетей Зеленского, где каждый мог выбрать пять первостепенных

⁶ В истории России бывали похожие ситуации. Так, «Союз правых сил» в 1999–2000 гг. был по сути виртуальной партией, не имел четкой идеологии, региональных структур. Даже членства в этой партии не было, а потому ее реальная численность никому не известна, однако она провела своих кандидатов в Думу. Но СПС, в отличие от партии «Слуга народа», создавался «в тени власти и олигархов».

проблем Украины из следующего списка: война, аннексия Крыма, рост цен на продукты, низкая зарплата и пенсия, тарифы на коммуналку, безработица и эмиграция, борьба с коррупцией, уровень медобслуживания, внешнеполитический курс, качество образования, уровень преступности, демократии, языковой вопрос, условия ведения бизнеса, соцзащита.

к) Высокая эффективность кампании. Она выиграна с рекордно минимальными избирательным фондом и затратами на одного избирателя. Кампания сделала узнаваемость (*name recognition*) Зеленского в стране сто-процентной.

Обобщая перечисленное выше, можно сказать, что команда Зеленского изобрела не просто новый сценарий, а **новый тип** сценария. Список новаций довольно длинен, и в данной статье нет возможности подробно остановиться на всех них, поэтому мы выберем только наиболее важные.

Нарратив и драматургия сценария кампании

Сценарий выборов и смены власти в сериале «Слуга народа» строился вокруг захватывающего сюжета с интригами, неожиданностями и открытым концом. Сюжет буквально втягивал зрителей в свою орбиту, размывал границу между сценой и зрительным залом и приглашал к соучастию. С помощью этого сценария удалось свести будущую президентскую кампанию, в которой участвовало более сорока претендентов, к простой дилемме для избирателей: «Ты за или против Зеленского?» (схожая формулировка: «Если ты против развала страны, то голосуй за Зеленского»). Что же касается образа Голобородько-Зеленского, то его тоже удалось свести к формуле: «Я с народом – против старой системы».

Зеленский сделал нации уникальное предложение: сменить в легитимной форме не только всю властную машину и властные элиты, но и саму форму государства, которая досталась ему от советского времени. Он предложил демонтировать старое государство и учредить новое – с иной системой власти, с новой административной структурой, новой конституцией, новыми городами и средствами сообщения...

Сериал помог выразить запрос общества на раскрытие нарушений и преступлений предыдущей власти и вынесение ее представителям наказаний. Основной наказ избирателей интерпретировался в сценарии так: «Зло должно быть названо, виновники отлучены от власти и наказаны». Зеленский и его команда взяли на себя миссию санации власти.

Сценарий сформулировал основную метафору будущих выборов: президент страны – «слуга народа», т. е. провозгласил ответственность избранных лиц перед страной и избирателями. Команда Зеленского и в сериале, и на выборах предстала бескорыстными героями-романтика-

ми. Другой метафорой этой команды стала заставка к сериалу: тщедушный паренек старается подтянуться на турнике, от одного эпизода к другому делает всё новые и новые попытки и не отступает от своей цели. Эта заставка говорит о готовности команды продолжать свою миссию до успешного конца.

В сценарии властные элиты представлены четырьмя «олигархами», кукловодами парламента, СМИ, а через них – и народа. Именно они пытались перехватить инициативу у Голобородько, навязать ему свою волю. Олигархи выступают в роли политтехнологов, конкурирующих друг с другом: они решают судьбу народа, манипулируя своими фигурами в Раде, организуют очередной Майдан или радикальные движения, приводят к власти или смещают с нее...

В сериале почти никак не прописаны роль и волеизъявление того самого народа, которому Голобородько пришел служить. Единственным полноценным представителем народа в фильме служит отец президента, и мы видим, что его мозги прозомбированы телеящиком. Неслучайно, когда Голобородько заключают в тюрьму, народ появляется только в виде марионеток олигархов – радикальных националистов. Они же заходят в Раду, чтобы навести там «окончательный порядок». Авторы «Квартала» прекрасно понимают, что коррупцией и предательством национальных интересов заражен не только парламент, но в той или иной мере вся страна, что новации и управленческие сигналы из администрации будущего президента будут вязнуть в коррумпированной и криминогенной среде.

Сценарий сериала выстроил свою антитезу лозунгам Порошенко. Лозунг последнего «Армия. Язык. Вера» был понят народом не без помощи авторов «Квартала» как лозунг в защиту закрытой, авторитарной системы: «Кровь за кровь. Чужим по языку и вере нет места в Украине». Вместо этого сериал предложил совершенно иные объединительные ценности: достоинство, прозрачность и открытость политики, гражданские свободы, ответственность власти перед народом, готовность отстаивать независимость и целостность страны. Зеленский отказался делить своих граждан по вере, языку, территориальной и культурной принадлежности, как это делал его предшественник.

Понимая, что будущему президенту будет нужна поддержка наиболее просвещенной, патриотически настроенной и деятельной части народа, «Квартал» сделал ее главным адресатом и собеседником в вечерних шоу. Именно в их среде формировалось общественное мнение не только по поводу властных элит, их решений и поступков, но и в отношении коррумпированности и двойной морали «простых» людей. Некоторые эксперты заявляют, что в шоу «Квартала» не было ничего особенно оригинального, ничего такого, чего бы они не слышали «от таксистов».

На самом деле такое суждение и есть высшая оценка политтехнологического качества сценария. Это не сценаристы повторяли слова таксистов, всё было наоборот. Авторы «Квартала» высмеивали эгоизм, корыстолюбие и лицемерие во всех слоях населения в течение нескольких лет, именно на этих шоу (вкуче с другими источниками информации и мнений) складывалось публичное мнение, а уж потом эти оценки и мнения повторялись таксистами.

Игровая природа сценария

«Слуга народа» был не столько самоисполняющимся пророчеством (англ. *self-fulfilling prophecy*), сколько самореализующимся сценарием-процессом. Сериал запустил процесс изменения национального сознания, поставил перед нацией зеркало, чтобы она посмотрелась в него и повысила для себя планку жизненных ценностей. События в жизни президента Голобородько и его команды разворачиваются в сценарии как реакция на события в стране параллельно жизни в реале. У сериала не один сплошной сценарий, а потактовый, как и полагается в ситкоме.

«Слуга народа» рассказывает о приходе простого человека во власть, о рифах и подводных камнях политической борьбы, о сегодняшнем «элементном составе» власти и предательстве ею национальных интересов. Параллельно шел разговор с народом в политическом кабаре «Квартал» и на канале «ЧистоNews». Их шоу по жанру напоминают театр на Таганке в его лучший период, они соединяют «эпический театр» по Брехту с сатирой, шутками и развлечениями политического кабаре. Сценки и рэпы (зонги) писались как послания народу, как прямой диалог с ним, как ответ театра на большие вопросы нации. Эти послания не провозглашались раз в год по «прямой линии», а высказывались в реальном времени по ходу событий в течение нескольких лет. В отличие от старой формулы «утром в газете, вечером в куплете» авторы и артисты «Квартала» сами диагностировали проблемы нации и сами искали смеховую форму мобилизации людей на их решение.

Некоторые считают, что их шоу, тексты и исполнение были и есть на уровне студенческого КВН. Наверное, они правы. Но посмотрите на реальных политиков Украины, да и любой постсоветской страны, и вы увидите, что их тексты и исполнение намного хуже. Сценаристы «Квартала» нашли, похоже, именно тот язык, который был понятен людям. В музыкальных номерах и скетчах «Квартала» шутки и репризы соединяются с балладами, в них больше от Брехта, чем от Станиславского. В них больше *показа* негативных героев и явлений, чем *психологического перевоплощения*. Смех стал средством мобилизации, но мобилизации не на выборы как таковые, а на оздоровление души нации.

Кампании Порошенко и Зеленского были выполнены в двух принципиально разных культурах. Политтехнологи Порошенко использовали весь арсенал известных манипулятивных трюков, включая самые грязные: «черный пиар» и компромат, административный ресурс, прямой подкуп избирателей, попытки расколоть страну и общество по языку, религии, территориальному расположению, национальной идентичности. Эту технологию можно условно назвать авторитарной.

Зеленский противопоставил авторитарной технологии балаганно-игровую. Он не только не стеснялся своего шоуменского прошлого, но и буквально навязал Порошенко игровую, театральную культуру проведения кампании. Порошенко же продолжал настаивать, что политика и президентство – не игра и не театр, а серьезный бизнес.

Процесс принятия решения о проведении дебатов, их дате и месте и сами дебаты кандидатов перед вторым туром выборов тоже были превращены командой Зеленского в шоу национального масштаба. К этому времени у Зеленского был существенный перевес в голосах, и он мог взять инициативу в свои руки и навязать свои условия. Порошенко, опытный политик с двадцатилетним стажем, оказался заложником театрализованной игры Зеленского. Порошенко пытался перехватить инициативу и два раза появлялся на дебаты в телевизионных студиях только для того, чтобы увидеть, что его оппонента в них нет. Зеленский настоял на выносе их поединка из студий, где Порошенко заведомо имел преимущество как действующий президент, в публичное пространство. Зеленский записал свой преддебатный ролик в пустом пространстве стадиона «Олимпийский», вызывая своего соперника на «дуэль». Порошенко ничего не осталось сделать, как принять правила игры и тоже публично ответить: «Стадион так стадион».

За несколько часов до дебатов прошел многотысячный митинг на Майдане Незалежности, куда Порошенко по старой традиции свез своих сторонников на автобусах, а затем участники митинга колонной прошли до стадиона «Олимпийский». Порошенко задействовал административный ресурс, что называется, «на всю катушку»: многие люди получили лично от президента Порошенко *robocall* с приглашением на дебаты, записанным голосом, похожим на голос Юрия Левитана. Получили люди и SMS-ки, даже те, кто уже находился на стадионе. Откуда у президента номера телефонов тысяч украинцев? Это явно нарушает украинский закон об использовании личных данных.

Формат дебатов в «Олимпийском» не имеет прецедентов в истории выборов, эта новая технология – тоже украинское ноу-хау. Она закладывает основание для нового демократического института, украинской Агоры⁷.

⁷ Античное собрание, рыночная площадь в древнегреческих полисах.

Во многих странах кандидаты собирали своих сторонников на стадионах, однако никто и нигде не дебатировал на них. Украинские дебаты стали захватывающим шоу и транслировались примерно на 150 каналах во всём мире. В интервью телевизионному каналу «112» один из зрителей дебатов сравнил Зеленского с Трампом: мол, Трамп сказал, что построит стену, и он ее построит; так и Зеленский – сделает всё, что обещает. А на вопрос о Порошенко другой выразился в том смысле, что надо попробовать нового человека. Может быть, эти люди сами дошли до такого понимания, а может быть, основные идеи прямой и конкурентной демократии им помог понять «Слуга народа».

Доверие как антитеза манипулятивным технологиям

Музыкальная заставка-песня сериала задает всему действию тон и ценностную ориентацию: «У меня почти все есть: достоинство и честь, и даже крики “браво”...» Список того, что есть, продолжается, но в нем на первом месте стоят достоинство и честь. Они, в свою очередь, вызывают у людей доверие.

Доверие – очень мощный политический ресурс, его трудно заработать и легко потерять. Еще А. Линкольн сказал: «Можно всё время дурачить некоторых, можно некоторое время дурачить всех, но нельзя всё время дурачить всех». Как убедительно показали последние выборы, украинцы не доверяли Порошенко и его элите. При наличии доверия к политику у него нет нужды в применении «жестких» и манипулятивных политтехнологий. Лидеру «Квартала» верят не только во время представлений (камера часто показывает зрителей во время спектаклей, их полную вовлеченность в действие), но и за стенами театра, в жизни. Достоверность характеров и убеждений героев в театре и сериале Зеленского такова, что кажется, что актеры сами сочинили свои тексты и будут отстаивать их «до полной гибели всерьез».

Именно доверие избирателей помогло партии Зеленского уже после президентских выборов выиграть внеочередную парламентскую блицкампанию. Украинские избиратели в большинстве своем проголосовали за неизвестных им депутатов партии «Слуга народа» и против более известных, состоятельных и в прошлом влиятельных людей, потерявших доверие (в их число входят действующие мэры, вице-премьер и премьер-министр). Более половины общего количества депутатов этой партии было избрано по мажоритарным округам, что обеспечило ей абсолютное большинство в будущем парламенте. В этом смысле показательно голосование в четырех самых крупных городах Украины и областях: Киеве и Киевской области (21 из 22 округов), Харькове и Харьковской области (12 из 14), Одессе и Одесской области (8 из 11), Днепропетровске и Днепропетровской области (16 из 17).

Десакрализации авторитарной власти и ее государственной машины

Десакрализация власти началась задолго до выборов. В политическом кабаре «Квартала» не было запретных тем и лиц в политике. В интервью, данных в ходе предвыборной кампании, Зеленский отстаивает те же ценности, что декларировал со сцены: он обещает передать президентские дворцы в общественное пользование; искренне не понимает, зачем президенту нужны три президентских самолета; ездит на велосипеде и вообще ведет себя как «нормальный человек».

В ходе кампании и уже став реальным президентом Зеленский сделал десакрализацию власти и ее ответственность перед обществом осознанной политикой. Он появляется в общественных местах не только без галстука, но и без пиджака, в рубашке с закатанными рукавами; он инициирует законы об импичменте президента и снятии неприкосновенности с парламентариев и судей, предлагает не вешать его портретов в служебных кабинетах и звать его по имени без отчества; он переносит свою администрацию из дворца с золотой лепниной в более скромное здание с площадью перед ним, чтобы представителям народа было где выразить свое отношение к власти. Будучи президентом, Зеленский продолжает общаться с народом в соцсетях, снимая свои послания на телефон.

Украинское общество с его богатым протестным опытом вообще весьма раскованно в своих отношениях с властью; так, невозможно представить принятие Радой закона о наказании за оскорбление государственных чиновников. Если в стране возникает кризисная ситуация, общество не боится пускать в ход революционные инструменты.

Обратный ход событий

Последовательность событий и в сериале, и в ходе избирательной кампании Зеленского перевернута во времени: кампания была фактически проведена и выиграна еще до официальной регистрации кандидата. Голобородько был выдвинут и избран почти без его ведома, а Зеленский выдвинул свою кандидатуру в президенты, когда его рейтинг уже превышал рейтинг Порошенко и остальных кандидатов. Можно возразить, что в истории было много кандидатов, у которых на момент объявления своей кандидатуры был самый высокий рейтинг, однако они все были уже известными политиками, тогда как о политических амбициях Зеленского люди узнали только перед третьим сезоном сериала.

Перевернутая последовательность событий имеет свои плюсы и минусы. Плюс состоит в неожиданности появления Зеленского на полити-

ческой арене и в том, что соперники долго не воспринимали его всерьез. Минус в том, что внезапное появление подразумевает отсутствие организационной поддержки на местах и отсутствие опыта.

Начальным этапом любой избирательной кампании считается организационная подготовка выборов, в частности, создание в регионах (если их еще нет) региональных отделений партии, выдвинувшей кандидата; эти отделения организуют публичные мероприятия и мобилизуют граждан на выборы. В дополнение к этому штабом претендента, как правило, образуются общественные организации и движения в его поддержку, иногда даже открываются на время кампании новые местные газеты, радиостанции и телевизионные каналы. Классическим примером газеты, созданной на время выборной кампании, является «Не дай Бог!», в которой «мочили» коммунистов во главе с Зюгановым во время президентских выборов 1996 г. На нее было потрачено олигархами 13 млн руб., и она просуществовала два месяца [1, с. 304]. Одновременно избирательным штабом организуются контрkamпании или протестные движения [5, с. 16] с целью разрушить избирательный процесс конкурентов. Все перечисленные мероприятия американцы называют словосочетанием, взятым из военного языка, – *ground game*. Президент США Барак Обама, например, в начале своего первого президентского срока создал мощную инфраструктуру *Organizing for America*, которая помогла ему переизбраться на второй срок.

У Зеленского ничего подобного не было, он начал строительство своей партии одновременно с выдвижением своей кандидатуры, всего за три месяца до того, как выиграл президентские выборы. Зеленскому помогло то, что украинские избиратели полюбили Голобородько; а поскольку Зеленский оказался еще более убедительным, чем его экранный персонаж, он выиграл не только президентскую гонку, но и парламентское большинство.

Высокая эффективность политтехнологии кампании

Эффективность избирательной кампании можно посчитать весьма просто: надо разделить ее бюджет на количество полученных голосов. Чем меньше потрачено денег в расчете на один полученный голос, тем более эффективной считается избирательная кампания.

Данные о расходах кандидатов в президенты разнятся в разных источниках. Кроме того, невозможно в полном объеме посчитать стоимость административного ресурса, использованного Порошенко. Согласно промежуточным финансовым отчетам, опубликованным кандидатами, действующий президент Петр Порошенко за три месяца до завершения кампании потратил на предвыборную кампанию больше

всех своих конкурентов. По сравнению с шоуменом Владимиром Зеленским Порошенко потратил, по самым скромным подсчетам, в пять раз больше средств – 15 млн долл. против 3,2 млн долл.⁸ [8]. Каждый поданный за Владимира Зеленского голос избирателей обошелся ему всего лишь в 0,5 долл.

Действующие президенты и лица на выборных и государственных должностях обладают довольно большими возможностями совмещать кампанию со своей текущей политической деятельностью и использовать административный ресурс. Так, например, В.В. Путин в 2015 г. потратил из своего избирательного фонда на сбор подписей меньше, чем его конкуренты, хотя ему как самовыдвиженцу понадобилось собирать в три раза больше подписей, чем всем остальным кандидатам [6].

В чем секрет высокой эффективности команды «Зе!»? Их несколько: энтузиазм ее членов, стопроцентная узнаваемость кандидата, применение современных электронных средств коммуникации с избирателями, привлечение огромного числа волонтеров и, самое главное, поддержка народа, который увидел в Зеленском того лидера, который может ответить на его ожидания. Все члены его команды, включая политтехнологов, работали на волонтерских началах. В национальном и местных избирательных штабах также работали волонтеры; не было выстроено вертикальной структуры, т. е. местные штабы имели максимум инициативы. Более того, вплоть до победы членам команды не было роздано никаких обещаний о будущих должностях или выдвижении в Раду.

На сайте кампании «Зе!» зарегистрировалось более 500 тысяч человек, которые выразили желание искренне и бесплатно помогать, тратить свое время в качестве наблюдателей и членов избирательных комиссий. Опора на волонтеров не является чем-то новым, так делают во всем мире, однако Зеленский и тут поставил рекорд в своей стране.

Кто стоит за спиной Зеленского, или Чей это проект?

Сторонники Порошенко, и не только они, в течение избирательной кампании напирала на то, что за спиной Зеленского стоит олигарх Игорь

⁸ Порошенко потратил на проведение избирательной кампании 407,8 млн гривен (около 15 млн долл.). При этом лидер «Батькивщины» Юлия Тимошенко потратила более 6 млн долл., а кандидат в президенты от партии «Слуга народа» Владимир Зеленский – 3,2 млн долл. [9]. По другим данным расхождение еще больше. По словам Зеленского, его предвыборная кампания стоила около 2,5 млн долл. (162 млн руб.). Источником этой суммы он назвал личные сбережения, деньги друзей, компаньонов и основателей «Квартала 95», но не уточнял имена. Коломойский заверил, что его средств в бюджете кампании нет. В январе 2019 г. кандидат зарегистрировал доход за 2017 г. – 7,3 млн гривен (примерно 16 млн руб.). Это доходы от бизнеса и сдачи в аренду недвижимости, проценты по вкладам, гонорары [8].

Коломойский и его канал «1+1» (Игорь Коломойский, владелец телеканала «1+1», является одним из акционеров «Квартала 95» и заказчиком работ студии Зеленского). Впрочем, это не единственная версия, назывались и другие: ставленник Запада или агент Кремля... Вопрос «Кто стоит за?» возникает в каждой кампании и вполне вписывается в жанр политтехнологического сценария: если есть сценарий, значит, есть и его авторы, спонсоры и продюсеры.

Георгий Биргер считает, что «именно зритель своим спросом продвигает идеи (политические – П.Ж.), будь они в форме сериалов или предвыборных программ» [2]. Без соответствующего общественного запроса образ президента Голобородько вряд ли стал бы таким популярным. И уж точно народ Украины, а не Коломойский сделал политическое кабаре «Квартала» самым популярным шоу в стране, рейтинг которого подтверждался аншлагами на их представлениях по всей Украине.

Среди многочисленных версий почти не рассматривается та, на которой настаивает Зеленский и которая является самой важной для нас в контексте этой статьи: **за плечами Зеленского стояла сплоченная команда единомышленников. Его приход во власть есть редкий пример, когда группа граждан страны, объединенных одними и теми же ценностями, до этого никогда не занимающихся политикой, стала субъектом политического действия, придумала инновационную технологию политической борьбы и привела к власти своего кандидата.** Эта группа только задним числом оформилась как партия, и то потому, что таковы правила игры, предписанные законом. Именно его команда писала сценарии его фильмов и выступлений, именно с ними Зеленский дружит со студенческой скамьи, именно ими он руководил в театре и других проектах.

Однако за Зеленским и его командой вполне могли стоять и другие заказчики и спонсоры. Давайте вспомним, что олигархи часто спонсируют не одну партию или политическую силу, а несколько. Они раскладывают свои яйца по нескольким корзинкам и ждут, какая из них победит. Как показывает политический опыт многих стран, в длительной перспективе кукловоды рано или поздно теряют свое влияние. Социальные сценарии-проекты запускают одни лица, а захватывают, проживают и переписывают их другие. Чаще всего присваивают написанный для них сценарий сами акторы-исполнители, которые и начинают перекраивать его под себя. Так, по первоначальному сценарию кремлевской команды, подобравшей преемника Ельцину и создавшей ему высокие рейтинги, Путин должен был стать «первым среди равных», «принцепсом», как выразился политтехнолог Павловский [7, с. 113]. Однако он стал почти пожизненным прези-

дентом и позаботился, чтобы равных ему больше не было. В начале начал у Путина за плечами тоже стояли олигархи и команда политтехнологов от Волошина и Павловского до Белковского и Гельмана. И где они сейчас? Так происходит почти во всех социальных сценариях – их конечный результат падает далеко от яблони.

Разговоры о том, «кто стоит за спиной Зеленского», затухли сами собой после первого месяца его пребывания у власти. Зеленский, конечно, не будет так преследовать Коломойского, как Путин когда-то преследовал Березовского; Зеленский знает, что он легитимный президент, выбранный подавляющим большинством, и никому из олигархов ничем не обязан.

Команда Зеленского, по крайней мере, в одном отношении превзошла в своем политтехнологическом мастерстве кремлевскую команду. Авторы проекта «Слуга народа» заложили интерактивную модель разворачивания сценария, т. е. постоянное взаимодействие «сцены» и «аудитории», и корректировали сценарий с учетом реакции электората. В этом принципиальное отличие команды Зеленского от кремлевских политтехнологов, которые изначально исключили народ из сознательного участия в выборах и построили свой проект на жестких манипулятивных техниках. Согласно И. Крастеву и Г. Павловскому, «... впервые в русской демократической среде прямо был поставлен вопрос: как мягко отстранить население от воздействия на власть» [7, с. 198] и «как лишить народ права голоса, не лишая его голосования [Там же, с. 14]». Именно кремлевская команда политтехнологов заложила основы сегодняшнего авторитаризма в российской политике. Формула «слуга народа», предложенная в одноименном сериале, кардинально отличается от формулы «принцепса». Слуга может быть уволен своим господином, что и показали недавние выборы и внесение в Раду закона об импичменте президента в Украине.

Избирательная кампания как социальное нововведение

Участие Зеленского в избирательной кампании спутало карты всем остальным участникам. Возник даже термин «эффект Зеленского», т. е. появление на выборах несистемного кандидата, который вытеснил всех системных. Однако «эффект Зеленского» – это намного больше, чем инновационный сценарий избирательной кампании. По своему масштабу это заявка на **системное обновление всего украинского общества**, или, иначе говоря, заявка на **мирную социальную революцию**.

Многие метафоры сериала и президентской кампании «Зе!», такие как «новое время», «новое поколение», «прозрачность власти», были не просто слоганами избирательной кампании, но уже нашли свое выражение в пер-

вых шагах президента Зеленского и его партии в начатом ими движении за перемены.

Крупное системное нововведение часто предъявляет себя обществу, когда оно по факту уже свершилось, без предварительного оповещения, чтобы не привлекать преждевременное внимание со стороны тех, кому оно невыгодно и кто может оказать сопротивление, и чтобы доделывать и перестраивать нововведение по мере его становления и приспособления к меняющейся ситуации.

У Зеленского были и дополнительные причины не раскрывать свой замысел: закон о выборах президента Украины разрешает начинать избирательный процесс только за 90 дней до голосования. Это дает очевидное преимущество тем, кто уже у власти, т. е. системным кандидатам. Есть и еще одно очевидное соображение не раскрывать заранее карты: сериал фактически сыграл роль *exploratory committee*, т. е. организации, оценивающей потенциал кандидата и его социальной базы. Этот демократический институт пока не прописан в украинской, да и в российской политике. Сериал также помог сформулировать контуры его будущей программы. Зеленскому, по свидетельству его соратников, понадобилось два года, чтобы увидеть поддержку народа и прийти к решению баллотироваться в президенты.

Формат сериала и сопутствующих ему шоу позволил команде Зеленского также растянуть процесс обучения и мобилизации будущих избирателей почти на четыре года.

От сериала – к реальности: ПреЗе!дент убедительно выигрывает третий тур

Два первых сезона сериала обеспечили высокую поддержку Зеленского, что и позволило ему идти на президентские выборы. После решения Зеленского баллотироваться авторы в начале 2019 г. выпустили третий сезон сериала. Он посвящен первому году после инаугурации президента Голобородько. Третий сезон стал первой попыткой перехода из ситкома в реальную жизнь, мостом к ней.

Тон сериала кардинально поменялся, став более пафосным. По жанру это уже не ситком, а скорее документальная драма: зрителям уже не смешно, а страшно. Президент Голобородько в нем не ездит на велосипеде, а сидит в тюрьме. Он с вечно воспаленными глазами и сжатыми кулаками. В этом сезоне авторы проиграли всевозможные негативные исходы предстоящих реальных выборов: а) фальсификацию результатов голосования; б) незаконное преследование вновь избранного президента государственными органами и органами правосудия; в) раскол Украины и внешнее управление страной; г) клановые войны; д) кризис доверия народа к вла-

сти и необходимость «украинского де Голля», который объединит нацию; е) выдвижение в президенты «темной лошади», которой нужен жокей. В фильме созданы мрачные портреты ближайших соперников президента и продажного парламента. В третьем сезоне, в отличие от первых двух, не столько шутят, сколько предупреждают украинцев: за год прошло шесть майданов, сменилось шесть президентов, создано двадцать восемь независимых государств, на территории Украины негласно введен режим международного управления, который в конце концов и помог восстановить президентство Голобородько. Не знаю, сколько украинцев успело увидеть третий сезон перед выборами, но он явно повлиял на их исход и помог предотвратить некоторые (не все) негативные исходы.

Многое из сценария «Слуга народа» оказалось пророческим. Олигархи, раньше воюющие друг с другом, объединились против Зеленского. Игорь Коломойский, якобы кукловод нового президента, уже открыто вступает в противоречие с его политикой. Старая администрация объединяется в оппозиционный блок в парламенте. Старая Рада отказалась провести пакет законов, предложенный новым президентом.

Политтехнологическая поддержка кандидата обычно не заканчивается выборами, особенно в тех случаях, когда побеждает неопытный дебютант. Президента Путина еще долго опекала команда политтехнологов. Путин окончательно распрощался с последним политтехнологом из этой команды Глебом Павловским только десять лет спустя после прихода к власти. В случае Зеленского политтехнологическая поддержка означает нечто большее, чем просто не допустить его провала на ранних шагах. Его политтехнологи являются также его единомышленниками и идеологами его программы перестройки и кровно заинтересованы в ее успехе. Каждая из задач, заявленных в его выборной кампании, нуждается в собственном сценарии ее решения и продвижения в общественное мнение. Образец такой политтехнологической поддержки решений нового президента был создан президентом Бараком Обамой, который перевел штаб своей выборной кампании *Organizing for Obama* в штаб поддержки его президентских начинаний – *Organizing for America* [4, с. 106–109]. Только один этот факт опровергает наивные умозаключения британского политолога Андрю Вилсона, который считает, что политтехнология характерна и процветает в основном в постсоветском пространстве, а в развитых демократиях она практически не нужна [15].

Логика сериала продолжала довлеть над выборами в Верховную раду. Всем было интересно, что будет в следующей серии. Инерции сериала хватило еще на один эпизод – выборы в Раду. Партия «Слуга народа» со-

брала в нем самую большую фракцию и обеспечила себе на начальной стадии полноту власти не только в парламенте, но и в исполнительной ветви власти. Однако до окончательной победы команде «Zel» еще далеко – борьба только началась. Как и было предсказано сериалом, начинается борьба за власть, теперь лишь отчасти подконтрольная команде. Политтехнологическая поддержка на стадии прихода во власть существенно отличается от работы в нормальном режиме; и Зеленскому, и его новой команде придется учиться заново.

В поствыборном сценарии Зеленский навязал высокий темп игры, постоянно брал инициативу в свои руки и продолжал ломать каноны. Приняв решение о роспуске Рады и предложив правительству подать в отставку в день инаугурации, он сознательно обострил ситуацию, создал мощную оппозицию, объединив в ней разные силы. Всё это было сделано по законам театра. Камера показывала весь спектр эмоций старых лидеров, когда президент публично предлагает им написать заявление по собственному желанию: шок, презрение, ирония, злоба... Старая элита немедленно превратилась во фронду. Политическое противостояние по поводу правомочности досрочных перевыборов закончилось решением Конституционного суда в пользу президента. Зеленский также начал поход против чиновников из старой власти: уволил ряд губернаторов и предложил сменить главы всех областных государственных администраций (ОГА).

Партия «Слуга народа» рассматривала парламентские выборы как третий тур выборов. Народный протест против старой системы оказался острым, глубоким и осознанным. Это первая в недавней истории Украины попытка выразить протест в легитимной, конституционной форме. Убедительный выигрыш в парламентских выборах доказал, что избрание Зеленского президентом было не только протестным голосованием против старого политического класса, но и поддержкой нового курса «Zel», выражением доверия к его партии. Парламентские выборы одновременно стали еще одним триумфом политтехнологической работы, однако в этот раз уже не столько постэффектом сериала, сколько результатом работы его партии «Слуга народа» и ее лидера, политтехнолога по специальности Дмитрия Разумкова.

Самыми трудными из всех задач, решенных в сценарии сериала, однако еще не решенных в жизни, являются две: реальное объединение Украины, включая аннексированные и неподконтрольные территории, и развод гражданских и политических институтов власти с крупным капиталом (олигархическими структурами). Зеленский «сшил» украинскую нацию пока только «на живую нитку», о чем свидетельствует голосование за партию «Слуга народа» в парламенте. Проигравшая сторона постаралась «рас-

шить» страну обратно, растащить ее на противоборствующие лагеря. Победа представителей старых элит на парламентских выборах в Западной Украине и на востоке страны означает, что новой власти придется искать новое решение этой проблемы.

Подбирая кандидатов по одномандатным округам (по-украински «мажоритарщиков») на парламентские выборы, партия «Слуга народа» выдвинула несколько критериев, в том числе требование, чтобы кандидат ранее не избирался в Раду. Это решает сразу несколько задач: кардинальное обновление политической культуры (и морали) будущих депутатов, их омоложение, поиск новых союзников. Однако он чреват и многими проблемами, и прежде всего включением случайных людей и «засланных казачков».

Как сказано выше, Зеленский сделал нации уникальное предложение – сменить весь политический класс, всю властную машину и властные элиты в легитимной форме. И в сериале, и в жизни он выступает против решения государственных проблем на майдане и создает площадки и реальные возможности для участия народа в политике. Он не только держит пока свое слово, но и делает всё возможное для обновления власти в стране, оставаясь при этом в рамках существующих законов.

У всех на глазах начато переформатирование украинского государства. Полный объем задуманных новаций пока еще неизвестен никому, включая Зеленского, но уже впервые в Украине президент сократил свою администрацию, и она больше не будет стоять над правительством. После парламентских выборов стало ясно, что революция в Украине началась, однако она всё еще не является необратимой. Старые партии потеряли рейтинги, и многие из них не попали в парламент. Старые элиты вылетают из власти, на них заводятся новые уголовные дела и дается ход старым. Начался слом старой модели государства и системы управления, которая завела Украину в тупик. У Зеленского появился шанс сформировать свое правительство и принять новый, революционный пакет законов. Всё это одновременно налагает на эту партию и президента большую ответственность.

У президента и его команды возникают новые политтехнологические вызовы и задачи, и в первую очередь задача увеличения числа единомышленников среди активной части общества. Опора на народ может работать, только если граждане активно включатся в процесс перемен и организуются в виде разных гражданских субъектов. Зеленский попытался в своей инаугурационной речи призвать всю здоровую часть общества в союзники, назвав каждого гражданина президентом страны. Он также обратился к украинской диаспоре, по оценкам экспертов, численностью до 20 млн человек, с призывом вернуться домой.

Уроки на будущее: все возможно!

Выше я описала основные элементы новизны и эффективности политтехнологического сценария избирательной кампании Зеленского. Он перевесил всю контрпропаганду его соперников и критику политических наблюдателей и обеспечил Зеленскому убедительную победу с рекордно минимальными расходами. В течение всей предвыборной кампании на Зеленского было вылитое огромное количество лжи и компромата: наличие зарегистрированной в России кампании и офшорных бизнесов, и счетов; обвинения в связях с олигархом Коломойским, в алкогольной зависимости и наркомании, в уклонении от выполнения своего долга как добровольца в идущей войне и т. д. Однако, несмотря на весь негатив, Зеленскому удавалось наращивать свой рейтинг на протяжении всей кампании и одержать убедительную победу на президентских и парламентских выборах. Используя американскую терминологию, его можно назвать тефлоновым кандидатом [14] (впервые этот термин был применен к президенту Рейгану, а потом и к другим).

Характеристику «тефлоновости», по-моему, правильнее относить не к самим президентам, а к их сторонникам, поскольку этот термин отражает степень приверженности электората кандидату, его миссии и образу действий. Вера народа в своего героя трансформировалась в колоссальный успех партии в округах, который никто из украинских аналитиков не предсказывал. Можно сказать, что Зеленский проснулся 22 июля, на следующий день после парламентских выборов, если не диктатором, то единоличным политическим лидером. Однако это только кажимость единовластия. Рядом с Зеленским стоит команда единомышленников, которая будет не только делить с ним власть и ответственность, но и служить ему инструментом сдержек и противовесов. Именно так была прописана роль команды в сериале, именно эти ценности должно принести с собой «новое поколение», воспитанное в условиях независимости и демократии.

Экспертное сообщество разделилось в своих прогнозах на будущее президента и его команды. Одни называют то, что происходит в последние месяцы в Украине, борьбой эпох, прощанием со старой управленческой элитой. Другие говорят о победе политтехнологий и средств коммуникации над здравым смыслом, о популизме, о еще одном фальстарте с опасными последствиями для страны [3]. Никто еще в полной мере не понимает, кто пришел вместе с Зеленским и насколько его команда окажется устойчивой к традиционным болезням власти – коррупции, номенклатуризации, авторитарному стилю управления. Или, как сказано в сериале «Слуга народа»: «Зачем этот сыр-бор, если в стране вряд ли что-то изменится?»

Есть ли у нового украинского президента шанс встать в ряд с Вацлавом Гавелом и Лехом Валенсой и осуществить трансформацию режима в своей стране? Может ли инновационный сценарий прихода во власть стать залогом ее успешного реформирования? Сможет ли народ Украины принять коллективные ответственные решения и новые ценности вместе с его новой элитой? На этот счет есть много противоречивых прогнозов, но нет и не может быть готовых ответов, поскольку этот эксперимент надо проделывать и прожить в реальном времени.

Празднуя свою победу на президентских выборах, Зеленский произнес речь, последняя фраза которой отозвалась эхом в соседних странах: «Посмотрите на нас. Всё возможно».

Зеленский замахнулся на революцию сверху, перезагрузку всей системы, не имея пока выстроенной иерархической структуры власти, дружественных медиа, экономической стабильности в стране, внешней поддержки и т. д. Весь его актив в настоящее время состоит из преданной команды, наспех сколоченной партии и доверия трех четвертей избирателей, выданного ему в краткосрочный кредит.

Независимо от того, станет ли попытка Зеленского запустить свой политический стартап для страны успешной или нет, ему уже удалось внести свой вклад в историю демократии и в копилку политических технологий. Он доказал своим примером, что не только государственные чиновники и большой капитал могут быть политическими субъектами в стране; что политическую кампанию можно провести с минимумом средств; что оригинальный политтехнологический сценарий плюс доверие людей сильнее административного ресурса; что побеждает тот, кому удастся объединить нацию общими ценностями; что общественный запрос на обновление рождает новую команду, готовую «воевать с Гоблинами», и рискнуть своим стабильным настоящим во имя лучшего будущего своей страны.

После победы Зеленского будет много клонов (англ. clone – двойник, абсолютная копия) его сценария и его политтехнологических находок, однако прямые повторы вряд ли будут работать. Этот сценарий – уже отработанный материал, как, например, и переобувание украинских политиков в зеленые кроссовки, и пересаживание на велосипеды. Однако будущие кандидаты в будущие президенты могут взять на вооружение основные принципы и тактики избирательной кампании Зеленского: выйти из тени власти и крупного капитала, писать сценарий для себя и для своей социальной базы; сформулировать ценности, которые объединят страну; принять на себя ответственность за будущее страны; сделать ставку на волонтеров, новые формы коммуникации и мобилизации; включить игровые и интерактивные модели поведения в свой сценарий кампании; предложить

своим сторонникам новые формы участия в кампании и в управлении государством.

Литература

1. *Авен П.* Время Березовского. – М.: АСТ, 2018. – 814 с.
2. *Биргер Г.* Победа Зеленского или Мединского. Как украинские выборы изменят российскую культуру [Электронный ресурс] // Московский центр Карнеги. – 24 апреля 2019. – URL: <https://carnegie.ru/commentary/78967> (дата обращения: 16.08.2019).
3. *Дорош С.* «Черное Зел!» Почему и как побеждают технологии на выборах в Украине [Электронный ресурс] // BBC News Украина. – 2019. – 11 апреля. – URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-russian-47892752> (дата обращения: 16.08.2019).
4. *Жежко-Браун П.* Современная американская революция: социальные технологии и динамика. – М.: Новый хронограф, 2018. – 319 с.
5. Избирательные технологии и избирательное искусство / под ред. С.В. Устищенко. – М.: РОССПЭН, 2001. – 176 с.
6. *Корня А., Чуракова О., Бочарова С.* Путин отчитался о финансировании своей предвыборной кампании // Ведомости. – 2018. – 29 марта.
7. *Краснев П.* Экспериментальная Родина. Разговор с Глебом Павловским. – М.: Европа, 2018. – 271 с.
8. *Персянинов Р.* Профиль: Владимир Зеленский [Электронный ресурс] // Новое Время. – 2019. – 29 марта. – URL: <https://tjournal.ru/news/91511-profil-vladimir-zelenskiy> (дата обращения: 16.08.2019).
9. Порошенко потратил на предвыборную кампанию в пять раз больше Зеленского [Электронный ресурс] // Царьград-ТВ. – 2019. – 26 марта. – URL: https://tsargrad.tv/news/poroshenko-potratil-na-predvybornuju-kampaniju-v-pjat-raz-bolshe-zelenskogo_191116 (дата обращения: 16.08.2019).
10. *Пташник В.* Политический театр: повторит ли Украина эстонский опыт? [Электронный ресурс] // Новое время. – 2019. – 5 апреля. – URL: <https://nv.ua/opinion/politicheskiy-teatr-povtorit-li-ukraina-estonskiy-opyt-50014959.html> (дата обращения: 16.08.2019).
11. *Титова В.* Сетевой креатив. Зеленский не шутит, он точно хочет стать первым номером [Электронный ресурс] // Украина.ру. – 2019. – 11 января. – URL: <https://ukraina.ru/exclusive/20190111/1022302990.html> (дата обращения: 16.08.2019).
12. *Чевтаева П.* ЦИК Украины обработал 100 % протоколов на выборах президента // Ведомости. – 2019. – 23 апреля.
13. *Petrella S.* Volodymyr Zelensky. Ukraine's Servant of the People? [Electronic resource] // Foreign Policy Research Institute. – 2019. – 8 May. – URL: <https://www.fpri.org/article/2019/05/volodymyr-zelensky-ukraines-servant-of-the-people/> (accessed: 16.08.2019).

14. Teflon president [Electronic resource] // Urban Dictionary. – URL: <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Teflon%20president> (accessed: 16.08.2019).

15. *Wilson A.* “Political technology”: why is it alive and flourishing in the former USSR? [Electronic resource] // OpenDemocracy.net. – 2011. – 17 June. – URL: <https://www.opendemocracy.net/od-russia/andrew-wilson/political-technology-why-is-it-alive-and-flourishing-in-former-ussr> (accessed: 16.08.2019).

Статья поступила в редакцию 10.06.2019.

Статья прошла рецензирование 12.07.2019.

DOI: 10.17212/2075-0862-2019-11.3.1-94-122

TV SERIES “SERVANT OF THE PEOPLE” AS THE SCENARIO AND POLITICAL TECHNOLOGY OF ZELENSKY’S PRESIDENTIAL CAMPAIGN

Zhezhko Braun Irina,
Ph.D, independent scholar
American Political Science Association,
Somerville, USA
irinazbraun@gmail.com

Abstract

This article analyzes the innovative character of the landslide 2019 presidential campaign of Volodymyr Zelensky in Ukraine. Unprecedented in many ways, it will be included in political consulting textbooks. This article deals with the political technologies and scenario used in this campaign. The campaign has several important, innovative characteristics: it used theater and TV shows to present its narrative and “dramaturgy”, and mobilize the population to participate in these elections; it was intended to benefit not the campaign leadership, but the whole population; its narrative and political values united most of the Ukrainian electorate; it rejected the old, manipulative electoral technologies; it created the image of Zelensky as the people servant; it was sponsored and staffed by volunteers who shared the values of the campaign; it was inverted in time, that is, it was won before the party “Servant of the People” of Zelensky has been formed and before he has declared his candidacy; it had the interactive nature in that the platform of the campaign and its goals were put together with the help of the people; the goal of the campaign was to replace old autocratic elites with the people of new generation and their new values; it offered a new model of participation in political system for people; it was the most effective presidential campaign in the history of Ukraine, and possibly in the world. The article also discusses the challenges before Zelensky and his faction in the newly elected Rada, in his stand against old elites, and the on-going military conflict with Russia.

Keywords: Volodymyr Zelensky, Ukraine, political technology, political dramaturgy and scenario, 2019 Ukrainian presidential elections, Servant of the People.

Bibliographic description for citation:

Zhezhko-Braun I. TV Series “Servant of the People” as the scenario and political technology of Zelensky’s presidential campaign. *Idei i idealy – Ideas and Ideals*, 2019, vol. 11, iss. 3, pt. 1, pp. 94–122. DOI: 10.17212/2075-0862-2019-11.3.1-94-122.

References

1. Aven P. *Vremya Berezovskogo* [Berezovsky time]. Moscow, AST Publ., 2018.
2. Birger G. Pobeda Zelenskogo ili Medinskogo. Kak ukrainskie vybory izmenyat rossiiskuyu kul'turu [Victory of Zelensky or Medinsky. How the Ukrainian elections will change the Russian culture]. *Moskovskii tsentr Karnegi* [Carnegie Moscow center], 24 April, 2019. Available at: <https://carnegie.ru/commentary/78967> (accessed 16.08.2019).
3. Dorosh S. “Chernoe Zel” Pochemu i kak pobezhdayut tekhnologii na vyborakh v Ukraine [“Black Zel” Why and how technologies win in the Ukrainian elections]. *BBC News Ukraina*, 2019, 11 April. (In Russian). Available at: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-russian-47892752> (accessed 16.08.2019).
4. Zhezhko-Braun I. *Sovremennaya amerikanskaya revolyutsiya: sotsial'nye tekhnologii i dinamika* [The ongoing American revolution: social technologies and dynamics]. Moscow, Novyi khronograf Publ., 2018. 319 p.
5. *Izbitatel'nye tekhnologii i izbitatel'noe iskusstvo* [Election technologies and election art]. Ed. by S.V. Ustimenko. Moscow, ROSSPEN Publ., 2001. 176 p.
6. Kornya A., Churakova O., Bocharova S. Putin otchitalsya o finansirovanii svoei predvybornoi kampanii [Putin presented the financial report about his election campaign]. *Vedomosti*, 2018, 29 March. (In Russian).
7. Krastev I. *Ekspperimental'naya Rodina. Razgovor s Glebom Pavlovskim* [Experimental homeland. Conversation with Gleb Pavlovsky]. Moscow, Evropa Publ., 2018.
8. Persyaninov R. Profil: Vladimir Zelenskii [Profile: Vladimir Zelensky]. *Novoe Vremya*, 2019, 29 March. (In Russian). Available at: <https://tjournal.ru/news/91511-profil-vladimir-zelenskiy> (accessed 16.08.2019).
9. Poroshenko potratil na predvybornuyu kampaniyu v pyat' raz bol'she Zelenskogo [Poroshenko spent five times more money for his election campaign than Zelensky]. *Tsar'grad-TV*, 2019, 26 March. (In Russian). Available at: https://tsargrad.tv/news/poroshenko-potratil-na-predvybornuju-kampaniju-v-pyat-raz-bolshe-zelenskogo_191116 (accessed 16.08.2019).
10. Ptashnik V. Politicheskii teatr: povtorit li Ukraina estonskii opyt? [Political theater: will Ukraine repeat the Estonian experiment?]. *Novoe vremya*, 2019, 5 April. (In Russian). Available at: <https://nv.ua/opinion/politicheskii-teatr-povtorit-li-ukraina-estonskii-opyt-50014959.html> (accessed 16.08.2019).
11. Titova V. Setevoi kreativ. Zelenskii ne shutit, on tochno khochet stat' pervym nomerom [Network creative. Zelensky doesn't joke, he really want to become number one]. *Ukraina.ru*, 2019, 11 January. (In Russian). Available at: <https://ukraina.ru/exclusive/20190111/1022302990.html> (accessed 16.08.2019).
12. Chevtaeva I. TsIK Ukrainy obrabotal 100% protokolov na vyborakh prezidenta [Central Election Committee of Ukraine processed 100% of reported election results]. *Vedomosti*, 2019, 23 April. (In Russian).
13. Petrella S. Volodymyr Zelensky. Ukraine's servant of the people. *Foreign Policy Research Institute*, 2019, 8 May. Available at: <https://www.fpri.org/article/2019/05/volodymyr-zelensky-ukraines-servant-of-the-people/> (accessed 16.08.2019).

14. Teflon president. *Urban Dictionary*. Available at: <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Teflon%20president> (accessed 16.08.2019).

15. Wilson A. "Political technology": why is it alive and flourishing in the former USSR? *Open Democracy.net*, 2011, 11 June. Available at: <https://www.opendemocracy.net/od-russia/andrew-wilson/political-technology-why-is-it-alive-and-flourishing-in-former-ussr> (accessed 16.08.2019).

The article was received on 10.06.2019.

The article was reviewed on 12.07.2019.