

*Н.Г.Щербинина,
кандидат философских наук,
Томский государственный университет*

Мифологический компонент регионального избирательного процесса

Поскольку в небольшом выступлении невозможно развернуть всю панораму регионального выборного процесса, я воспользуюсь распространенным научным приемом и рассмотрю общую проблему на конкретном и знакомом мне примере Томской области.

Начну с результатов местных выборов в Государственную Думу России. Всеми нашими журналистами они названы парадоксальными. Так, в единственном одномандатном Томском округе победил кандидат от КПРФ Егор Лигачев. В то же время по партийному критерию, напротив, здесь свыше 25% голосов набрали "Яблоко" и СПС, а первое место заняло "Единство" (19%), в результате чего КПРФ получила лишь 16,5% голосов. Итак, бывший первый секретарь Томского обкома победил в уже ставшей традиционной "либерально-яблочной зоне". Знаменательно то, что он победил, с одной стороны, на волне демократических выборов, а с другой — как левый оппозиционер местной власти (официально голосование за этого кандидата было квалифицировано как "протестное"). Собственно же парадокс здесь состоит в том, что новомодные технологии пересилили проверенный добрый административный ресурс. Однако, в сущности, эти технологии—лишь "хорошо забытое старое", о чем, собственно, и пойдет речь.

На взгляд непосвященного местного наблюдателя, штаб Е.Лигачева вообще не использовал никаких технологий (наблюдая беспрецедентно жесткую кампанию, непрофессионалы невольно пришли к выводу, что технологии — это "срывание масок", подметные письма, ночные звонки и подобные этим "грязные" действия других штабов). Процедура сбалансированности предполагает адекватность внутренней среды требованиям окружающей среды и в этих условиях остается одно — мифологизация сознания, которое будет самовозбуждаться посредством нужных разговоров. Надо было добиться особого эмоционального контакта с избирателем. Наиболее желательным представлялся вариант, когда люди агитируют друг друга сами: "А ты знаешь, какой он..." Здесь напрашивается аналогия с губернаторской кампанией А.Лебеда (по признанию одного из членов его команды, генерал победил, когда о нем "заговорила улица"). Но дело не просто в наличии слухов и обсуждений, а в их характере. Миф, как известно, универсальный компонент сознания. Потому-то все психологи и советуют включать мифологический элемент в имидж политического лидера.

Однако на практике чаще всего наблюдаются настоящие кон-фузы. Дело в том, что в политике есть миф и псевдомиф. Псевдомиф - это образование, структурно подобное мифу, но созданное искусственно. В силу своей ненатуральности такой миф (а чаще мифема) не воздействует на реципиента, и выглядит нелепой по-тугой. Судя по материалам, показанным по центральным каналам ТВ на тему "Политическая реклама думской кампании — не делай так", история для многих регионов типичная. Берутся базовые имиджевые "блоки", и с их помощью вместо программирующих персонификаций конструируются воистину смехотворные для восприятия персонажи. В нашем случае можно привести пример дамы, выдвигавшейся блоком "Женщины России", которая решила поэксплуатировать архетип "земли-матери" в таком контексте, что наша страна — ребенок, которого надо приголубить и т.П. Но при этом она решила не ограничиваться лишь женской ролью, своего рода "матери Терезы", а выступить олицетворением сразу обоих начал, взяв на вооружение и маскулинную рекламу: "Она умеет держать удар". Это произвело эффект, который навсегда останется в памяти томичей.

Но псевдомиф может подвести своего творца и в случае использования, казалось бы, проверенного на безотказность штампа. Все компендиумы советуют претендентам создавать образ врага. Известный в Москве томский экс-депутат Сулакшин на этом, можно сказать, специализировался. С врагами боролся всю свою карьеру: то коммунисты, то Ельцин, то ЦРУ. В последней выборной кампании в роли главного злодея у него выступала "московская мафия", а именно тандем его основного соперника Хандорина с Лужковым, а Лигачева он привязывал к "мафиозии" Калужному. Но почему это раньше помогало, а теперь тотальная борьба "против всех" произвела на избирателя негативное воздействие? Дело в том, что Сулакшин, опираясь только на компромат (при официальной любви к нему властей), сам стал для людей воистину "черным" персонажем. Кстати, в литературе по выборным технологиям бытует выражение "черный миф". С точки зрения теории мифа это нонсенс. Не может быть черного мифа в том смысле, что герой всегда должен быть "светлым" и бороться с темными силами. Именно поэтому в случае Сулакшина героя не получилось: миф не состоялся, так как антигерой мифа не создает.

Для политического успеха мало говорить о врагах и недостаточно декларировать себя как героя, необходимо еще сыграть роль спасителя. Ведь потребность в безопасности не контролируется, поэтому лидер, ассоциируемый с покровительством, всегда популярен. Примеры тоже у всех на слуху — это А.Лебедь в его президентской кампании, а сегодня — В.Путин. Итак, успешный миф должен перейти из состояния "рассказа" в статус ролевого воплощения (часто виртуального). Для полноты картины лидер-герой должен сыграть сразу несколько ролей ("спаситель", "мужик", "властитель" и тл.).

В нашем случае антигерой был в наличии по "определению": то, что "Борис не прав", всем было известно. Естественным антиподом этому стал слоган: "Егор, ты прав". Е.Лигачев сперва намеренно не противопоставлялся местным политикам и соперникам, ведь не может быть мифа губернского масштаба. Миф имеет и большого героя и крупного врага. Борьба должна была вестись между олицетворенными Добром и Злом. В социально-экономической сфере данное противостояние рассматривалось в мифологических же категориях "разруха" и "созидание". Таким образом, миф естественным путем должен был подвести последователей лидера к выводу о возрождении или в политической терминологии — выходе из кризиса. Вот почему Егор подавался под "ярлыком" созидателя.

Губернатор ввязался в эту борьбу сам уже как агент мифа. Он выступал на стороне Бориса (будучи на самом деле его верным почитателем). Своими подчеркнuto негативными оценками ("Лигачева я не поддерживаю", "Он все в области сделал неправильно"), а также отказом от личной встречи этот "агент Бориса" сформировал благоприятный местный оппозиционный фон, так необходимый для мифосреды. К виртуальному противостоянию добавилось политическое. В результате получилось что-то вроде перевыборов губернатора, и, по всеобщему признанию, Кресс испортил триумф собственной осенней победы, так как непродуманно ассоциировал себя с агентом "зла".

Но наличия антигероя мало. Необходимо было "лепить" собственно героя. Здесь исходным материалом послужила личность "раскручиваемого" как человека, имеющего известное имя. В свое время КЛигачев действительно был хорошим секретарем обкома КПСС, поэтому была сконструирована легенда о местном "золотом веке". Не вдаваясь в подробности формирования имиджа кандидата, отмечу, что его политическое рекламирование велось в нескольких содержательных и формальных руслах:

- 1) лидер КППФ преобразовывался в "кандидата всех томичей" (это первая корректировка имиджа);
- 2) на основе эскалации материалов о прошлых заслугах "Первого" формировался несущий образ человека-легенды;
- 3) в противовес циничной власти создавался тип покровителя и защитника народа (вплоть до статуса "нашей последней надежды");
- 4) подчеркивалась масштабность фигуры;
- 5) кандидатом была предложена программа выхода области из кризиса, посредством которой его образ вписывался в современную реальность (коррекция прошлого на настоящее);
- 6) делался упор на личные встречи с людьми (где Е.Лигачев сам сумел создать атмосферу эмоционального контакта, т.е. выступил настоящим лидером). По признанию телеоператора, сопровождавшего его в поездках, до 70% избирателей, пришедших поглазеть на знаменитость, готовы были взять в руки знамя и тут же за ним последовать.

Здесь стоит подчеркнуть такое существенное обстоятельство, как личность самого Е.Лигачева. Он не просто внимательно прочитывал и старался учесть все получаемые рекомендации, хотя и это немало важно. Поражала его способность и желание учиться вообще. На первых встречах с избирателем мы увидели бодрого пожилого человека непримечательной внешности, нудно и всуе поминающего свою партию буквально через слово. Он искренне был уверен, что всем в Томске нужен социализм, причем немедленно. Первая рекомендация и состояла в том, чтобы убрать "партийную привязку" и выступить представителем всего народа. С этого начались изменения в поведении самого кандидата. Конечно, он остался коммунистом, но тем не менее можно сказать, что кампанию начал один человек, а закончил уже другой. Например, Лигачев стал по собственной инициативе ругать пишущих для него журналистов за то, что его "тащат в прошлое". Данная метаморфоза важна для виртуальности мифа, где герой должен прежде обновиться сам, а затем уже обновить весь мир.

В конце концов реализовалось то, что местная пресса с полунасмешкой и полуопасением назвала "вторым пришествием Лигачева". Рациональная метафора отразила правду политического мифа. Скрытая от глаз ирония состоит в том, что и критичная пресса и насторожившаяся власть сами попались на удочку мифа. Сперва поток материалов о конструктивной деятельности Е.Лигачева в области и о том, "насколько тогда было лучше", воспринимался как обычная ностальгическая болтовня. При этом предполагалось, что люди сами хорошо все факты помнят и безоговорочно оценивают Лигачева подобным образом. Никто не обратил внимание на то обстоятельство, что когда осенью 1999 г. в Томск вернулся известный в свое время и немало сделавший руководитель, значительная часть избирателей и не подозревали о его былых заслугах. Никто не зафиксировал и того момента, когда все вдруг обнаружили это уже ставшее мифологическим знание. В итоге кампании было резюмировано, как само собой разумеющееся, что Е.Лигачев — главный отец-основатель области, причем этот факт не оспаривался даже противниками. Таким образом, успешное внедрение мифа состояло именно в том, что человек-легенда был создан в предвыборном виртуальном пространстве.

Конкретно Е.Лигачев подавался в ТВ-рекламе как "хозяин" области, устраивающий "разборки" в духе традиционной советской культуры. Коммунистам показалось, что он просто встречается с народом. Штаб ближайшего соперника стал копировать нашу рекламу как удачную вообще и заимствовал самоназвание "созидателя". Даже студенты (в аналитических отчетах о кампании) отметили, что патриарх Лигачев смотрелся живее кандидата Хандорина, который был на 12 лет моложе. Вместо привычных клише демонстрировались динамичные жанровые сценки. А зритель просто и естественно воспринимал их, потому что видел знакомое и привычное, как бы кусочки самой жизни.

Уже отмечалось, что действующая власть на первом этапе предвыборной кампании не относилась к Лигачеву серьезно и спохватилась лишь на последних неделях, когда его рейтинг повысился до первой позиции. Но особенно интересны были высказывания мобилизованных в последний момент против Е.Лигачева "представителей интеллигенции", которые заговорили о наличии легендарного ореола вокруг этого кандидата как результате привычки народа к сильной руке, а также о присутствии иллюзий о том, что при Е.Лигачеве было лучше даже молодежи. Тем самым они подтвердили, что вернувшаяся политическая знаменитость стала подлинно легендарной личностью. Таким образом, сами противники героя оказались "внутри" мифа. Тем более что историческая память действительно фрагментарно жила и, будучи подновлена, образовала уже мифологическое целое.

Если учесть, что Е.Лигачев ни в одного соперника "не кинул камень", а на него не смогли найти никакого личного компромата, и его порядочность и честность всеми были признаны, то герой получился воистину светлый. Не помог противникам и действительно (единственно) сильный аргумент — преклонный возраст. В мифе энергия созидания и мудрость соперничают с молодостью как таковой.

Если бы Е.Лигачеву было хотя бы 70 лет, его рейтинг достиг бы рейтинга ВЛутина. А если бы его ближайший соперник не получил 40% голосов за счет "построенного по росту" закрытого города, то и разрыв в результатах голосования был бы более значительным. В любом случае 79-летний "герой" победил и крепкого "хозяйственника" (Хандорина) и политического "профессионала" (Сулакшина). Результат выборов прямо свидетельствует, что миф — очень действенное политическое оружие.