

М.В. Левашов,  
Алтайский государственный университет

**Концепт «свои - чужие»: выборы губернатора в алтайском крае 2004 г.  
(на материале предвыборных статей и листовок  
М.С. Евдокимова и А.А. Сурикова).**

Выборы на пост главы администрации Алтайского края 2004 г., на которых, вопреки мнениям многих аналитиков, победил М.С. Евдокимов, в силу их феноменальности, на наш взгляд, должны быть детально изучены, а их опыт – усвоен.

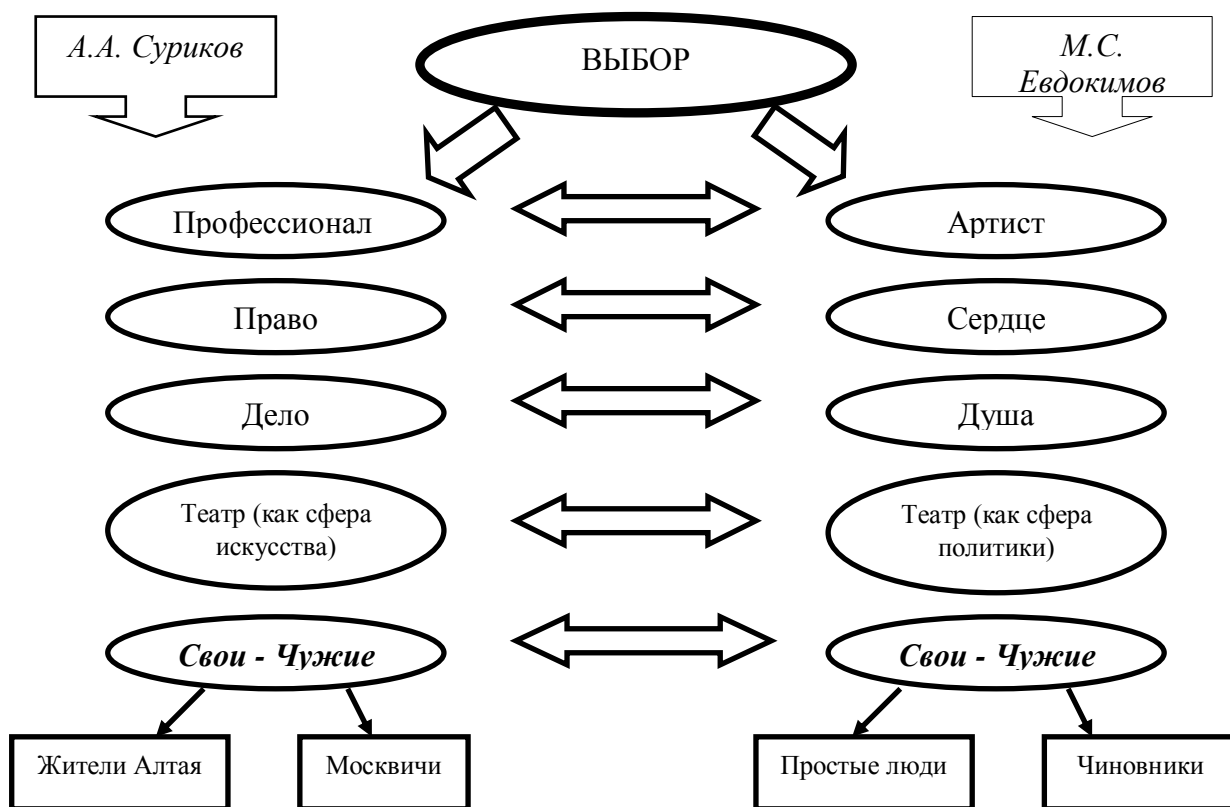
В качестве *объекта* исследования мы берем информационную составляющую предвыборной кампании кандидатов на должность главы Администрации Алтайского края (Евдокимова и Сурикова). *Предметом* исследования послужит концепт «Свои - Чужие» как один из важнейших элементов информационной политики кандидатов. *Метод* – концепт-анализ с приемами контент-анализа. *Материал* исследования – предвыборные агитационные статьи и листовки кандидатов. *Цель* – определение роли концепта «Свои - чужие» при формировании имиджа кандидата, а также соотнесение полученного образа с национальными мифами и стереотипами.

Анализируя агитационные материалы в поддержку Сурикова, можно выделить ряд ключевых концептов, содержащих систему его аргументации и формирующих его образ в сознании избирателей: «Выбор», «Алтай», «Свои - Чужие», «Право», «Дело», «Профессионал», «Земля», «Театр», «Шукшин». Интересным является тот факт, что для формирования имиджа Евдокимова использовались, по сути, схожие по форме, но зачастую противоположные по содержанию концепты: «Выбор», «Алтай», «Свои - Чужие», «Сердце», «Душа», «Артист», «Земля», «Театр», «Добро», «Шукшин».

Оппозиция «Свои – Чужие» является одной из самых сложных, так как она присуща внутреннему миру каждого человека и возникает из необходимости самоидентификации (из соотнесенности «Я – Мир», «Я – Другой»). В ходе исторического развития человеческого общества личность все более отчуждается от мира и себе подобных. Одним из первых этот конфликт попытался объяснить известный немецкий философ-пессимист А. Шопенгауэр: *«...главный источник самых серьезных зол, постигающих человека, это сам человек: человек человеку волк. <...> мир представляется как некий ад, который тем ужаснее дантовского ада, что здесь один человек должен быть дьяволом для другого...»* [1, с. 68]. Вслед за ним эту проблему ставит Ф. Ницше и философы-экзистенциалисты. Последние говорят уже о «тотальном отчуждении человека».

Концептуальные системы кандидатов могут быть представлены в отношениях корреляции (см. схему № 1).

**СХЕМА №1**



Из современных примеров постановки данной проблемы можно привести фильм Ж.-П. Жене «Чужой: Воскрешение», в котором, по мнению А.И. Куляпина и В.В. Десятова, «к концу второго тысячелетия человек ощущает себя истощенным как вид», потому что в нем «внутри сидит монстр» [2, с. 89].

Оппозиция «Свои - Чужие» также может быть рассмотрена в свете категории национального, воплощаясь во многих мифах и стереотипах. Анализируя исторический путь России с точки зрения данного концепта, многие русские мыслители выделяют две противоположных тенденции:

- 1) Так, Ф.М. Достоевский, К.Н. Леонтьев и др., в связи с «евразийством» России, называли основным свойством русской души «всеотзывность» - то есть способность понять и вжиться в любой культурно-исторический тип;
- 2) С другой стороны, в связи с мифом о мессианстве России, особом ее пути развития, уникальной русской национальной идее, возникало чувство отчужденности от остального мира, что неминуемо приводило к формированию образа врага в сознании русского человека (например, Н.А. Бердяев пишет о «германском духе» как враждебном славянскому: «Ныне разразилась, наконец, давножданная мировая война германской и славянской расы» [3, с. 20]).

Категория «Свои - Чужие» также находит свое отражение в социальной сфере. Актуальность этой проблемы для современного мира указывает Д. Майерс в своей книге «Социальная психология». Ссылаясь на известного историка А. Шлезингера, он пишет: «В современном мире социальное расслоение превратилось во взрывоопасную проблему...» [4, с.

200]. Следует отметить, что в России социальный конфликт приобрел особую остроту и своеобразие в ходе Петровских реформ (русский культурный слой оказался оторванным от народа, космополитичным, не понимающим народ и говорящим с ним на разных языках, причем как в прямом, так и в переносном смысле).

И последний аспект, важный для анализа нашего материала, – реализация концепта «Свои – Чужие» через оппозицию «Столица – Глубинка». Как указывают авторы статьи «Москва моя – страна моя: столица и провинция в советской культуре 1920-1940-х гг.», данное противопоставление было характерно, по сути, для всей истории развития России, однако особые формы оно приобретает в советский период. О.А. Скубач и А.И. Куляпин отмечают два вектора движения в советской культуре: «При более пристальном взгляде на проблему соотношения столицы и провинции, становится очевидным, что реальные процессы были более противоречивы. На деле «Москва–центризм» сочетался со своего рода «Провинцией-центризмом». Столичность и власть в советском космосе тождественны: осуществляя власть над периферией, столица вынуждена «транслировать» самое себя повсеместно» [5, с. 76].

Хотя концепт «Свои – Чужие» в представленной нами схеме, на первый взгляд, локален и занимает определенное место, по нашему мнению, он имплицитно содержится во всех остальных оппозициях концептов. На этом основании мы можем говорить о его ведущей роли в предвыборных кампаниях кандидатов. Опираясь на материал исследования, мы отмечаем наличие всех вышеперечисленных аспектов концепта «Свои – Чужие», но, на наш взгляд, особое значение приобретают социальный конфликт и противопоставление топосов.

Конфликт «Свои – Чужие», несомненно, определяется политической составляющей, изначально заложенной уже в самой ситуации выборов. В одной из центральных статей предвыборной кампании А.А. Сурикова концепт «Выбор» окрашивается в национальные тона – появляется образ «витязя на распутье»: «...налево пойдешь – к москвичам попадешь, направо пойдешь – трудный путь найдешь, но зато свой собственный...». Помимо традиционного фольклорного значения выбора пути, важным становится акцент на однокорневых словах «правда», «право», «правильный», которые также очень частотны в текстах кандидата («...и это не высокие слова, это самая, что ни на есть правда», «...каждый из нас принимает решение самостоятельно – это его право. Но чтобы принять правильное решение, весьма полезно знать максимум информации»). Оппозиция «левый-правый», переведенная в область политического дискурса (имеется в виду «левые» и «правые» партии), обнаруживает неспособность действующего к тому времени губернатора занять четкую политическую позицию относительно этого вопроса: «Представитель избирательного блока «За наш Алтай», в который входят коммунисты и аграрии, Валентин Неменов, подчеркнул, что левые силы всегда находили общий язык и достигали взаимопонимания с действующим губернатором...»; «Символично, что за Сурикова высказались

также «Яблоко» и СПС. <...> а представитель «Единой России» Леонид Хвоинский отметил, что «Александру Сурикову доверяет народ»...». Не отождествляя себя ни с какой партией, ни с ее политической программой, Суриков явно пытается позиционировать себя как профессионал, хозяйственник. Позиция политической «бесконфликтности» вряд ли, на наш взгляд, прибавила кандидату сторонников.

Политические тексты, рассматриваемые с точки зрения PR, обнаруживают стремление к насыщению такими интенциями и стереотипами, которые позволяли кандидатам деполитизировать слово, обратившись к вечной и национальной проблематике. Таким универсальным знаком в предвыборной кампании и Сурикова, и Евдокимова неслучайно стало представление об образе родины, ее границах и «врагах». Обращение к концепту «Свои – Чужие» позволило выстроить штабу Сурикова сценарий своей кампании через конфликт, объединяющий два концепта – «большой» (Россия, Москва) и «малой» (Сибирь, Алтай) родины. Последняя для обоих кандидатов – «отчий дом», «хлебный край», «родной край» и т.п. Использование конфликта позволяет, на наш взгляд, кандидатам «мобилизовать» электорат на активное участие в предвыборной кампании, привлечь его на свою сторону.

Предвыборные статьи и листовки Евдокимова не обнаруживают противопоставления столицы и глубинки, а у Сурикова оно, на наш взгляд, слишком прямолинейно: *«Московские олигархи, прикрываясь нашими земляками, тратят огромные деньги, чтобы прийти к власти на Алтае и превратить его в московскую колонию»; «Нет московским олигархам! Руки прочь от Алтая!»* и др. Суриков апеллирует к эстетике страха, содержащегося в родовой национальной памяти. В.Л. Музыкант, ссылаясь на теорию Ч. Дарвина и современного исследователя С. Томкинса, подчеркивает важность учета психологии адресата в политической рекламе, выстраивая иерархию эмоций: «...внимание может постепенно изменяться, переходя в удивление, а удивление в леденящее изумление, напоминающее страх» [6, с. 497]. Нужно отметить, что страх как форма политического влияния широко используется в современном мире. Свидетельством может служить фильм М. Мура – «9/11 по Фаренгейту», скандально известный во всем мире. Один из его героев, конгрессмен Джим МакДермотт, так характеризует влияние «технологий страха» на американское общество после событий 11 сентября: «У страха глаза велики. Да, если люди бояться чего-либо, их гораздо проще заставить что-то делать. Им можно внушить страх, создав в них ужас от близости чего-то опасного. Можно управлять их страхом, поднять его сначала до «оранжевой отметки», потом до «красной», а затем опустить опять до «оранжевой». Можно запикивать в их мозги разрозненными сообщениями, которые будут их просто сводить с ума. <...> Но, вполне понятно, что никто не сможет жить на лезвии ножа вечно». На наш взгляд, штаб Сурикова, пытаясь применить «технологии страха», явно переборщил, превысив допустимую градуальность, и нечетко или недостаточно корректно выразил образ врага.

Позиция Сурикова, по сути дела, оказывается созвучной взглядам областников, прежде всего Г.Н. Потанина и Н.М. Ядринцева, которые противопоставляли центр российской империи ее колониальным провинциям. Обращение Сурикова к произведению Аркадия Гайдара «Сказка о Мальчише-Кибальчише и его верном слове» содержится в одной из листовок экс-губернатора: *«Щи в котле, каравай на столе, вода в ключах, голова на плечах»*. Как известно, главной темой данного произведения была война с «буржуинами» (так же чуждыми народу, как современные олигархи), обращение к нему может быть расценено как скрытый призыв к народному протесту. Однако, на наш взгляд, действующему губернатору и представителю законной российской власти не должны быть свойственны такого рода сепаратизм и деструктивная позиция. Необходимо также отметить, что фигура Евдокимова не попадает во «вражеский стан» чуждых «буржуинов», ибо его нельзя причислить ни к олигархам, ни к москвичам в полном смысле этого слова. Евдокимов, скорее, воплощает «ломаносовский миф» (человек из глубинки, покоровивший Москву), также существенный для национального самосознания и во многом опровергающий логику политической стратегии Сурикова, воплощенную в резком противопоставлении «большой» и «малой» родины.

У Евдокимова оппозиция «Свои – Чужие» реализуется преимущественно в социальной сфере – чиновникам противостоит народ. Местоимение «мы», которое употребляет Евдокимов в своих предвыборных материалах, свидетельствует о его единстве с народом. (Суриков не отождествляет себя ни с кем, в его предвыборных материалах превалирует местоимение «я»). Несомненно, этому способствует и сценический образ Евдокимова: *«...пьяный мужичок, который на все просто забил»*. Поэтому эмоционально окрашенным предстает образ «Чужого», представленный в виде равнодушного, безразличного и застывшего лица чиновника (*«...опытные и абсолютно равнодушные, безжалостные фигуры уже у власти прикормились. У них ничего нигде не болит, спасибо медицине и отсутствию сердца»*).

Частным примером такого типа чиновника для Евдокимова является Суриков, образ которого наиболее ярко выражается в статье «Алтай-Баши: история потерянного времени» (листочка «Правда Алтая» в поддержку Евдокимова): *«Этот импозантный немолодой мужчина научился красиво говорить о своей любви к краю, о том, как он ценит литературу и регулярно обогащает свой интеллектуальный багаж новыми концепциями и идеями. Как профессиональный чиновник, он научился обходить острые темы, поставил под тотальный контроль негласной цензуры все краевые средства массовой информации <...> Этот жесткий, порой безжалостный человек, сделал то, с чем могли бы не справиться более спокойные, более интеллигентные люди»; «Восемь лет Алтайский край не развивался, не шел вперед, не богател. Жизнь простого человека при Алтай-Баши становилась все хуже, а пропаганда его великих свершений приобретала все более циничный, грубый тон»*.

Подводя итог, следует сказать, что концепт «Свои – Чужие» органичнее представлен у Евдокимова, он лишен внутренних противоречий. Образ врага оказался понят и поддержан большей частью электората. Более того, в материалах Евдокимова совместились понятия «чужой» - «чиновник» - «Суриков». Концепт «Свои – Чужие» у Сурикова противоречив, размыт, строится, преимущественно, на эстетике страха, полностью не соотносится с личностью оппонента. В итоге, образ врага оказался непонятым и невостребованным избирателями.

### **Литература**

1. Шопенгауэр А. Избранные произведения. – М., 1993.
2. Десятов В.В., Куляпин А.И. Гуманоиду андроид монстр? Или Чужеватое будущее (О фильме Ж.-П. Жене «Чужой: Воскрешение») // Десятов В.В., Куляпин А.И. Прозрачные вещи: Очерки по истории литературы и культуры XX века. – Барнаул, 2001.
3. Бердяев Н. Судьба России: Опыты по психологии войны и национальности. – М., 1990.
4. Майерс Д. Социальная психология. – Спб., 2005.
5. Куляпин А.И., Скубач О.А. Москва моя – страна моя: столица и провинция в советской культуре 1920-1940-х гг. // Алтайский текст в русской культуре. – Барнаул, 2004.
6. Музыкант В.Л. Реклама и PR-технологии в бизнесе, коммерции, политике. – М., 2002.

Опубл. в сб.: PR в изменяющемся мире: региональный аспект: сборник статей/ под ред. М.В.Гундарина. – Барнаул: Изд-во Алт. Ун-та, 2006. – Вып.3.