

# Содержание

<b>Введение</b> .....	4
<b>Глава 1.</b> В плену архетипа («блуждающие» сюжеты и образы политического бессознательного) .....	13
<b>Глава 2.</b> Ключ к власти (архетипические паттерны политической риторики).....	55
<b>Глава 3.</b> Мистерия. Карнавал. Перформанс (театрализация как диагноз современной политики) .....	85
<b>Глава 4.</b> Homo ridens — человек смеющийся (приемы смеховой культуры в формальной и неформальной политической коммуникации) .....	132
<b>Глава 5.</b> Между «можно» и «нельзя» (проблема табу в политической культуре) .....	170
<b>Глава 6.</b> Не только тотем (образы животных как механизм самопрезентации власти) .....	196
<b>Глава 7.</b> Архетип против мема (новые медиа как творцы нового коллективного бессознательного) .....	223
<b>Заключение</b> .....	260

# Введение

Современное понимание мира политического давно отошло от преимущественного направления аналитических интенций исключительно в сферу институциональных вопросов государства и власти. Сегодня в пространстве этого мира рассматривается весьма широкий комплекс процессов и явлений, и один из наиболее существенных векторов политологического знания все активнее смещается в сторону историко-философского и социокультурного понимания политики: «в центре внимания сегодня оказываются политическое сознание, ментальные феномены, символотворчество, представления, ценности, образная сфера и даже миры фантазий человека политического»<sup>1</sup>. При этом, делая ставку на интерпретирующий подход, получая новые знания путем выявления смыслов, современная наука исходит из того, что власть и политика в целом в обязательном порядке связаны с разнообразными коммуникационными процессами, происходящими в обществе, — скажем, французский исследователь Р. Тиксье-Гишар считает, что вообще все, что имеет отношение к коммуникации, одновременно подразумевает ту или иную форму власти: «Политика — фундаментальная сфера приложения коммуникации»<sup>2</sup>. Можно сказать, что коммуникация в наши дни стала фактором, определяющим новый формат политических отношений, «системообразующим элементом политики и приобрела в ней новый онтологический статус, утратив былой вспомогательно-технический характер»<sup>3</sup>.

Подобную значимость в современном политическом дискурсе коммуникационные процессы приобрели по нескольким причинам. Во-первых, аккумулируя в себе разнообразные семиотические методы репрезентации значимых для общества феноменов, они стали тем самым полем, где осуществляется сегодня социальное и символическое кон-

---

<sup>1</sup> Щербинина Н.Г. Героический миф в конструировании политической реальности России. Автореферат дисс. ... докт. полит. наук. М., 2008. С. 3.

<sup>2</sup> Цит. по: Лебедева Т.Ю. Паблик Рилейшнз. Корпоративная и политическая режиссура. М.: Изд-во МГУ, 1999. С. 72.

<sup>3</sup> Соловьёв А.И. Политическая коммуникация: к проблеме теоретической идентификации // Полис. 2002. № 3. С. 10.

струирование реальности<sup>4</sup> — едва ли не единственно возможная в век симулякров и виртуальных образов форма предъявления политико-информационных смыслов. Во-вторых, в эпоху, когда формирование политических имиджей играет даже большую роль, нежели непосредственная передача политических сообщений, когда единственной подчас ипостасью лидера, участвующей во взаимодействии с публикой, оказывается его медийный образ, именно коммуникационное пространство политики превратилось в ту объемную структуру, где происходит символическое продвижение политического товара на «рынок»<sup>5</sup>. Наконец, выражая самую сущность политики (которая в целом «не существует вне... различных способов взаимодействия ее носителей, вне коммуникативных процессов»<sup>6</sup>) и постоянно развивая свои технологии, коммуникация обрела инвариантный характер и позволила обнаружить множественные методы воздействия на человека политического, определить возможности формирования или изменения его поведения на основе получаемой им информации<sup>7</sup>.

<sup>4</sup> См. об этом, например: *Бенуас Л.* Знаки, символы и мифы. М.: ООО «Издательство Астрель»; ООО «Издательство АСТ», 2004; *Бергер П., Лукман Т.* Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М.: Медиум, 1995; *Бурдье П.* Социальное пространство и символическая власть // THESIS. 1993. Вып. 2. <<http://www.politizdat.ru/article/22>> (Дата обращения 10.11.2013); *Кассирер Э.* Избранное. Опыт о человеке. М.: Гардарики, 1998; *Поцелуев С.П.* Символическая политика: констелляция понятий для подхода к проблеме // Полис. 1999. № 5; *Шюц А.* Избранное: Мир, светящийся смыслом. М.: Российская политическая энциклопедия, 2004; и др.

<sup>5</sup> См., например: *Гринберг Т.Э.* Политические технологии: ПР и реклама. М.: Аспект Пресс, 2005; *Ильясов Ф.Н.* Политический маркетинг. М.: ИМА-пресс, 2000; *Кошелою М.* Выборы. Магия игры. Технология победы. М.: Макцентр, 2000; *Соловьёв А.И.* Политология. Политическая теория. Политические технологии. М.: Аспект Пресс, 2001; *Цуладзе А.* Формирование имиджа политика в России. М.: Книжный дом «Университет», 1999; и др.

<sup>6</sup> *Ирхин Ю.В.* Политическая коммуникация // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия «Литературоведение. Журналистика». 1996. № 1. С. 53.

<sup>7</sup> См., например: *Denton R.E., Jr., Woodward G.C.* Political Communication in America. N.Y., 1985; *Pue L.* Political Communication // The Blackwell Encyclopaedia of Political Institutions. Oxford; N.Y., 1987; *Schadson M.* Sending a Political Message: Lessons from the American 1970s // Media Culture and Society. L., 1997. Vol. 19. No. 3; *Sinne K.* Communication. Mass Political Behavior // Political Communication Issues and Strategies for Research. L., 1975. Vol. IV; *Wolton D.* Political Communication: The Construction of a Model // European Journal of Communication. 1990. No. 1; *Вершинин М.С.* Политическая коммуникация в информационном обществе. СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2001; *Грачёв М.Н.* Политика, политическая система, политическая коммуникация. М.: НОУ МЭЛИ, 1999; *Дойч К.* Нервы управления. Модель политической коммуникации. М.: Мысль, 1993; Политическая ком-

Естественной траекторией при последовательном движении по пути изучения политических коммуникаций стал повышенный интерес исследователей к «человеческому измерению» политики, к антропологическим, культурологическим, психологическим, семиотическим основаниям политических процессов не только как коммуникативного, но и как социокультурного феномена. Выстраивание логической смысловой оси «политика — коммуникация — социум — культура», диктующей особого рода исследовательские подходы к изучению мира политического и создающей характерную парадигму научных взглядов на суть происходящего в политике<sup>8</sup>, также оказалось вполне закономерным результатом развития актуального политического знания. Однако уже не закономерным, а крайне любопытным и даже парадоксальным видится нам тот факт, что, активно изучая самые разные аспекты обширной проблематики, заданной упомянутой осью (например, мифологическое мышление и политический миф<sup>9</sup>, символизацию политики<sup>10</sup>, ритуальные-обрядовые корни политического взаимодействия<sup>11</sup> и дру-

муникация в постсоветской России: проблемы формирования и парадигмы развития / под общ. ред. Л.Н. Тимофеевой, Е.В. Лобзы. М.; Улан-Удэ: Республиканская типография, 2003; и многие другие.

<sup>8</sup> См. об этом: *Шомова С.А.* Политическая коммуникация: социокультурные тенденции и механизмы. М.: Изд-во ИНИОН, 2004. С. 6 и далее.

<sup>9</sup> См.: *Барт Р.* Мифологии. М.: Изд-во им. Сабашниковых, 1996; *Васич В.Н., Шириняниц А.А.* Политика. Культура. Время. Мифы. М.: Диалог-МГУ, 1999; *Гадамер Х.-Г.* Истина и метод. М.: Прогресс, 1988; *Кассирер Э.* Техника современных политических мифов // Вестник Московского университета. Серия 7. Философия. М., 1990. № 2; *Лосев А.Ф.* Диалектика мифа // Лосев А.Ф. Из ранних произведений. М.: Правда, 1990; *Нечаев В.Д.* Региональный миф в политической культуре современной России. М.: Изд-во Института Африки РАН, 1999; *Полосин В.С.* Миф. Религия. Государство. М.: Ладомир, 1999; *Флад К.* Политический миф. Теоретическое исследование. М.: Прогресс-Традиция, 2004; *Хьюбнер К.* Истина мифа. М.: Республика, 1996; *Шестов Н.И.* Политический миф теперь и прежде. М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2005; *Щербинина Н.Г.* Героический миф тоталитарной России. Томск: Позитив, 1998; *Элиаде М.* Аспекты мифа. М.: Инвест-ППП, 1996; и многие другие.

<sup>10</sup> *Бочаров В.В.* Символы власти или власть символов? // Антропология власти: хрестоматия по политической антропологии: в 2 т. Т. 1. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2006; *Ковачев А.Н.* Символы власти и их интерпретация в различных культурах // Антропология власти. Хрестоматия по политической антропологии: в 2 т. Т. 1. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2006; *Лосев А.Ф.* Проблема символа и реалистическое искусство. М.: Искусство, 1995; *Мамардашвили М.К., Пятигорский А.М.* Символ и сознание. М.: Языки русской культуры, 1997; *Мисюрлов Д.А.* Символы о символах: Начала культурно-символической политики. М.: Изд-во ЛКИ, 2008; и др.

<sup>11</sup> См.: *Геннеп А. ван.* Обряды перехода: Систематическое изучение обрядов. М.: Восточная литература, 2002; *Глебкин В.В.* Ритуал в советской культуре. М.: Янус-К, 1998;

гие), гуманитарное знание с некоторой осторожностью ставит вопросы об общей и глобальной роли в политической коммуникации самих *архетипов культуры* — феноменов, понимание которых служит базой для всех перечисленных выше направлений политико-культурных исследований. Безусловно, терминологически понятие архетипа присутствует во многих из упомянутых в ссылках трудов; нередко поднимается проблема архетипического мышления в работах, посвященных отдельным сферам политического — например, политической рекламе, политической культуре и т.д.; однако отдельного и комплексного исследования, посвященного самым общим закономерностям внедрения архетипических структур (образов, сюжетов, мотивов и т.д.) в политико-коммуникативные стратегии, нам обнаружить не удалось. Между тем именно культурный феномен архетипа, связанный с базисными иррациональными основами общественно-политического поведения человека, представляется нам отправной точкой для понимания многих важнейших процессов современной политики.

Возможно, дело объясняется тем, что само понятие архетипа представляет собой все еще довольно спорную, многозначную, обладающую большим количеством трактовок и теоретических подходов конструкцию. В современной науке существует не так много констант, которые оказали бы такое же всеобъемлющее влияние на развитие самых разных областей знания, как архетип (от психоанализа, представленного самим родоначальником концепции К.Г. Юнгом и его последователями, до философии, культурологии, психологии, религиоведения, литературоведения и даже маркетинга<sup>12</sup>), и, тем не менее, единого понимания данного феномена исследователями все еще не выработано. Уже в первых главах книги мы будем говорить об этом обстоятельно и подробно; пока же скажем лишь, что не только понимание сущности архетипа, но даже набор его главенствующих разновидностей сильно различается

---

Священное тело короля: Ритуалы и мифология власти. М.: Наука, 2006; *Тэрнер В.* Символ и ритуал. М.: Наука, 1983; *Шомова С.А.* Политические шахматы. Паблик Рилейшнз как интеллектуальная игра. М.: РИП Холдинг, 2003; *Черных А.И.* Медиа и ритуалы. М.; СПб.: Университетская книга, 2013; *Элиаде М.* Тайные общества. Обряды инициации и посвящения. М.; СПб.: Университетская книга, 1999; и др.

<sup>12</sup> См., например: *Юнг К.Г.* Архетип и символ. М.: Ренессанс, 1991; *Мелетинский Е.М.* О литературных архетипах. М.: РГГУ, 1994; *Кэмпбелл Дж.* Тысячеликий герой. М.: АСТ; Рефл-Бук; Ваклер, 1997; *Марк М., Пирсон К.* Герой и бунтарь. Создание бренда с помощью архетипов. СПб.: Питер, 2005; *Франц М.-Л. фон.* Архетипические паттерны в волшебных сказках. М.: Независимая фирма «Класс», 2007; *Элиаде М.* Миф о вечном возвращении. М.: Ладомир, 2000; и многие другие.

у разных авторов. Так, сам Юнг в своих трудах считал архетипы ярко выраженным проявлением бессознательного и понимал как сложные конструкции из образов и мотивов, которые (несмотря на отдельные нюансы восприятия) почти у всех людей вызывают одинаковую реакцию, ибо переживались человечеством неоднократно; при этом количество главенствующих архетипов у этого мыслителя невелико и включает в себя лишь самые базовые образы (Анимус, Анима, Персона, Мать, Дитя, Тень и т.д.). Многие последующие исследователи, уже почти вне всякой связи с юнгианством, говорят об архетипах небесного Света, Дороги, Тайны, Земли и иных; для них архетип — это чаще всего не просто «молекула бессознательного», но некая базовая «матрица», первичный образец, особый фундаментальный механизм, который, благодаря заключенной в нем колоссальной психической энергии, оказывает свое действие во все времена и эпохи, хотя и способен по-разному проявляться в индивидуальных картинах мира отдельных людей.

Характерный пример «отхода» от жесткой концепции Юнга мы обнаруживаем, например, в работе М. Элиаде «Миф о вечном возвращении»; в комментариях к этому известному труду Ю.Н. Стефанов замечает:

Само прилагательное «небесный» в сочетании с понятием «архетип» говорит о том, что под «архетипом» Элиаде понимал нечто совсем другое, нежели Карл Юнг. Это не «содержимое коллективного бессознательного», а взятые и вневременные прообразы-символы, являющиеся единственной подлинной реальностью. «Что значит “жить” для человека, принадлежащего к традиционным культурам? — спрашивает Элиаде. И отвечает на этот вопрос: — Прежде всего, это жить по внечеловеческим моделям, жить согласно архетипам»... Архетипы в представлении Элиаде — это и символическая основа мироздания, его неразрушимый сакральный костяк, крестец... и животворящее начало Космоса<sup>13</sup>.

Разумеется, Элиаде не одинок в своем «бунте» против юнгианской концепции; скажем, в комментариях к собственной статье, посвященной архетипическим метафорам, американский исследователь М. Осборн дает крайне важное для нас понимание интересующего нас термина.

---

<sup>13</sup> Стефанов Ю.Н. Комментарии // Элиаде М. Миф о вечном возвращении. С. 360.

Применимость термина «архетип», возможно, поставит под сомнение неоднозначность его толкования, ввиду использования и адаптации термина различными учеными в собственных целях. Само слово может означать миф, или символ, либо определенную «глубину» отклика на произведения великой литературы или древние темы, воспроизводимые в литературе, или даже отражать структурные явления мозга, развившиеся в виде «расового сознания» до определенных форм повторяющегося опыта... Несмотря на высокую вариативность интерпретаций, термин сохраняет в себе идею базовых и неизменных видов опыта. В настоящей работе термин согласуется именно с этой идеей<sup>14</sup>.

Такое понимание весьма близко и нашей собственной парадигме исследования.

Заметим, что сходным образом мыслят и многие другие ученые, именуя архетип универсальным концептом (этот взгляд отражен в энциклопедии «Britannica»), первичным ментальным образованием, «первообразом» и т.д.<sup>15</sup> При этом, по мнению современных специалистов, «теоретически возможно любое число архетипов»<sup>16</sup>. Однако нам всего важнее здесь кажется не столько перечислить возможные подходы к точной интерпретации сущности архетипа, сколько отметить, что, будучи универсальными механизмами культуры, существуя в глубинах подсознания аудитории, мотивы и образы подобного рода позволяют инициаторам того или иного коммуникативного процесса — в том числе политического — говорить с публикой на языке потаенных ассоциаций и глубинных смыслов, не нуждающихся в расшифровке. Путь к сердцу человека чаще всего лежит через его генетическую память, исторический опыт, культурные традиции, и это значит, что исследование архетипических «первообразов» культуры, «проявляющихся» в ходе политико-коммуникативного взаимодействия, является весьма актуальным даже — или тем более — в век современных медиатехнологий и новейших социальных практик. Добавим, что, по мнению ряда авторов,

---

<sup>14</sup> Осборн М. Архетипичные метафоры в риторике: сфера образов «свет-тьма» // Политическая лингвистика. 2008. № 26. <[http://journals.uspu.ru/i/inst/ling/ling26/ling\\_6\(26\)2008\\_osborn.pdf](http://journals.uspu.ru/i/inst/ling/ling26/ling_6(26)2008_osborn.pdf)> (Дата обращения 1.03.2014).

<sup>15</sup> См. об этом подробнее: Большакова А.Ю. Теория архетипа и концептология // Культурологический журнал. 2012. № 1 (7). <[http://www.cr-journal.ru/rus/journals/109.html&j\\_id=9](http://www.cr-journal.ru/rus/journals/109.html&j_id=9)> (Дата обращения 26.03.2014).

<sup>16</sup> Зеленский В. Толковый словарь по аналитической психологии. М.: Когито-Центр, 2008. С. 47.

«реалии политических коммуникаций, особенно в рамках избирательных кампаний, как показывает опыт, представляют собой манифестацию бессознательных... процессов, действующих в недрах индивидуальной и коллективной психики»<sup>17</sup> — а следовательно, такой феномен бессознательного, как архетип, буквально обречен приковывать к себе внимание и теоретиков, и практиков политического взаимодействия, стремящихся не просто к многовариантному, но и к эффективному общению с электоральной аудиторией.

Таким образом, можно определить, что целью данного исследования стало обнаружение «точек пульсации» архетипов культуры в различных формах и видах политико-коммуникативного взаимодействия, а также осмысление возможностей данного феномена с точки зрения эффективности коммуникативного акта. В качестве объекта исследования мы рассматриваем политическую коммуникацию как сложный, полифункциональный и многосоставный процесс, в ходе которого происходит не просто установление осмысленных контактов и целенаправленный обмен информацией, но совершается передача смыслов и интерпретация значений между инициаторами и реципиентами коммуникативного акта. Что же касается предмета исследования, то его можно обозначить как совокупность разнообразных архетипических проявлений (сюжетов, образов, мотивов), актуализирующихся в современной политической коммуникации и принимающих различные семиотические формы — от вербальной метафоры или локального поведенческого жеста до многосоставного театрализованного действия.

Хотелось бы отметить, что сложность поставленной научной задачи предопределила как неизбежную полидисциплинарность теоретико-методологической базы исследования, так и необходимость привлечения к работе широкого массива эмпирического материала. Поскольку каждая глава книги базируется на трудах, представляющих различные области гуманитарного знания (филологию, антропологию, лингвистику и т.д.), было принято решение подробно охарактеризовать эти работы в каждом соответствующем разделе, дабы не перегружать введение объемными ссылками. По поводу же привлеченной для анализа эмпирики скажем, что она аккумулирует в себе самые разные типы политико-коммуникативных меседжей; речь идет о корпусе текстов

---

<sup>17</sup> Шелекасова Н.П. Проблемы исследования неосознаваемых аспектов политических коммуникаций (Опыт избирательных кампаний регионального уровня) // Психология восприятия власти / под ред. Е.Б. Шестопал. М., 2002. <[http://www.vixri.com/d/Shestopal%20E.B.%20\\_Psichologija%20vospriyatija%20vlasti.pdf](http://www.vixri.com/d/Shestopal%20E.B.%20_Psichologija%20vospriyatija%20vlasti.pdf)> (Дата обращения 7.02.2014).



(разумеется, в широком, семиотическом понимании термина «текст»), включающем произведения современной политической риторики, продукты невербальной и визуальной коммуникации, сообщения СМИ, мемы сети Интернет, слоганы политических плакатов, тексты политической рекламы, поведенческие кейсы лидеров и т.д. и т.п. Мы вполне солидарны с исследователями, утверждающими, что сфера политических коммуникаций не замыкается в рамках словесных сообщений, и описываемыми ее «широкими мазками»:

В политических церемониях и ритуалах наряду с речами могут использоваться действия, особого рода костюмы, атрибутика (например, знамена), музыка, песни; может иметь значение и место проведения мероприятия. Идеологическими инструментами становятся картины, рисунки, иллюстрации, плакаты, рекламные объявления, даже выставки или музейные экспозиции. Понятно, что тем же целям могут служить кино и телевидение, то есть динамические зрительные образы. В современном мире человек становится потребителем (а можно сказать, и объектом) политической пропаганды, исходящей из самых разных и неиссякающих источников<sup>18</sup>.

Можно смело утверждать, что практически все перечисленные типы и жанры политико-коммуникативных сообщений стали эмпирической базой для проведенного исследования.

В ходе этого исследования, занявшего не один год, были последовательно выдвинуты и рассмотрены несколько взаимосвязанных между собой гипотез. Главная из них связана с предположением об экзистенциальных противоречиях, существующих между различными типами архетипических сюжетов и образов, которые предъявляются аудитории в процессе политико-коммуникативного взаимодействия того или иного конкретного лидера с электоратом. Эти противоречия обнаруживаются, например, между искусственно конструируемыми («навязываемыми» публике в целях достижения яркости образа) архетипами, с одной стороны, и подлинными интенциями, «прорывающимися» в общении политика с аудиторией, — с другой. Речь может идти и о зримых противоречиях между различными архетипическими «посылами», возникающими в отдельных стратегиях лидера (поведенческих, вербальных, визуальных и т.д.), в результате дезавуирующими друг друга и не позволяющими создать целостный, привлекательный и правдоподобный имидж, и об иных вариантах рассогласованности

<sup>18</sup> Флад К. Политический миф. С. 18.

политико-коммуникативных действий. Подобная рассогласованность, на наш взгляд, является одной из неочевидных, но весьма значимых причин многих дефектов политико-коммуникативной системы: низкой эффективности политической коммуникации в целом, недоверия к политическим лидерам со стороны электората, общего ощущения фальши различных форм и методов взаимодействия с аудиторией, а также высоких репутационных рисков, связанных со всем, что квалифицируется обыденным сознанием как «политический пиар».

Методология и методика исследования базируются на принципах междисциплинарного подхода. В качестве основных используются методы историко-культурного и историко-генетического анализа, риторического анализа, классификации и типологизации, а также элементы методов нарративного анализа, семиотического анализа и контент-анализа. Важное место в изучении поведенческих стратегий политических лидеров занимает метод case study, позволяющий зафиксировать существенные закономерности построения целостной коммуникативной модели отдельных политиков и предложить интерпретацию этих закономерностей, исходя из заявленной парадигмы исследования.

Научная новизна и концептуальная значимость исследования видятся нам в принципиальном использовании культурологического подхода к изучению мира политического, различные проявления которого подчас не укладываются в жесткие рамки общепризнанных политологических теорий, концепций и школ. В свое время один из российских исследователей политико-коммуникативных процессов написал: «Возможный путь поиска ответов на нерешенные вопросы видится в своеобразном “смещении акцентов”, когда использование известных политологических концепций для анализа феномена коммуникации в сфере политики будет сочетаться с применением стремительно развивающейся теории коммуникации, с “коммуникационным прочтением” самой политики»<sup>19</sup>. Однако и «коммуникационного прочтения» сегодня уже кажется нам недостаточно: в силу наличия «человеческого фактора», определяющего коммуникационные процессы в обществе, на наш взгляд, методологически необходимо также «социокультурное прочтение» политики...

Попытку такого прочтения нам и хотелось бы предложить на этих страницах читателю.

---

<sup>19</sup> Грачёв М.Н. Политические коммуникации и коммуникационное измерение политики // «Новая» Россия: политическое знание и политологическое образование. Материалы межвузовской научной конференции 1–2 декабря 2000 года. М.: РГГУ, 2000. С. 40.

# Глава 1

## В плену архетипа

(«блуждающие» сюжеты и образы политического бессознательного)

---

---

Тот, кто говорит архетипами, глаголет как бы тысячей голосов... он подымает изображаемое им из мира единократного и преходящего в сферу вечного.

*Карл Густав Юнг*

Для начала — в полном соответствии с названием главы — один из любопытных сюжетов современного политико-коммуникативного взаимодействия лидера с городским электоратом.

В августе 2013 года BBC News, а следом и другие СМИ сообщили о неожиданной акции премьер-министра Норвегии Йенса Столтенберга. На один день он тайно стал водителем такси, развозя инкогнито жителей Осло по нужным им адресам. «Как сообщил чиновник, таким образом он хотел пообщаться напрямую со своими избирателями, — писала Lenta.ru. — По его словам, “такси — одно из немногих мест, где люди искренне делятся своими взглядами”. Премьер-министр надел форму таксиста и темные очки и раскрывал свою личность только в тех случаях, когда пассажирам удавалось его узнать»<sup>1</sup>.

В этой истории мы имеем дело с целым рядом политико-коммуникативных методов взаимодействия с аудиторией. Так, далее в материале сообщалось о том, что происходящее в такси снимала скрытая камера, и полученные кадры предполагается в дальнейшем использовать в предвыборной кампании. Что некоторые подробности акции выложены на странице политика в Facebook, что норвежцам сообщено об отдельных критических замечаниях, полученных Столтенбергом от пассажиров... Но самое интересное здесь, конечно, не рядовое использование традиционных СМИ или социальных медиа в политико-

---

<sup>1</sup> Премьер-министр Норвегии на один день стал водителем такси. <<http://lenta.ru/news/2013/08/11/taxi/>> (Дата обращения 12.08.2013).

коммуникативных целях, не ставка на визуализацию действия и даже не перформансный характер происходящего. Самое интересное — это апелляция к особому рода сюжету как основной единице коммуникации, эксплуатация его драматургического потенциала и его не просто нарративный, а подчеркнуто узнаваемый характер.

Особенно много комментариев вызвала цитирувавшаяся ВВС фраза премьер-министра: «Для меня действительно важно знать, что думают простые норвежцы. И одно из тех мест, где люди откровенно говорят, что они думают, — это такси». «Что-то мне это напоминает...» — с такой ремаркой обсуждали пользователи социальных сетей акцию Йенса Столтенберга. Действительно, сценарий произошедшего — вольно или невольно — отсылает нас к одному из широко известных сюжетов мировой культуры. Древняя сказка о Гарун-аль-Рашиде, который неузнанным ходил по Багдаду, дабы узнать, что думает о нем простой народ, явилась воплощением мифологических представлений о нищем как переодетом божестве или властителе, странствующем по земле, чтобы испытать людей<sup>2</sup>. Со временем этот сюжет оброс огромным количеством новых деталей, оказался «отягощенным» различными модификациями и ответвлениями. Так, у Гомера это царь Одиссей, вернувшийся после долгого отсутствия в родные края, в чужом обличье и какое-то время остающийся неузнанным, а в российской истории — народные мифы о царе-избавителе, «настоящем царе», воплотившиеся, например, в легенды о Димитрии Самозванце или о чудесном спасении бежавшего от расстрела и вернувшегося Николая II<sup>3</sup>.

Значительное видоизменение сюжетного мотива в культуре разных стран и эпох, с нашей точки зрения, не должно нас смущать; в основе любого варианта лежит общение правителя (царя, божества) с народом в неузнанном, переодетом виде. Таким образом, мы имеем дело с повторяющимся сюжетом, построенном на некоем архетипическом представлении о «справедливом» властителе, которому небезразличен его собственный народ и то, что он о властителе думает, а в случае с акци-

---

<sup>2</sup> О семантической нагрузке образа странствующего нищего, см., например: *Михайлова К.* О семантике странствующего певца-нищего в славянской народной культуре // Язык культуры: семантика и грамматика. М., 2004. <<http://ec-dejavu.ru/d/Destitute.html>> (Дата обращения 8.02.2014); и др.

<sup>3</sup> Об образе царя-избавителя в советской мифологии и фольклоре см.: *Архипова А.* Последний «царь-избавитель»: советская мифология и фольклор 20–30 гг. XX в. // Антропологический форум. 2010. № 12 online. <[http://anthropologie.kunstkamera.ru/files/pdf/012online/12\\_online\\_arkhipova.pdf](http://anthropologie.kunstkamera.ru/files/pdf/012online/12_online_arkhipova.pdf)> (Дата обращения 30.04.2014).

ей норвежского премьер-министра — с интереснейшей «трансляцией» данного нарратива в область электорального взаимодействия. Остается лишь удивляться, что подобный прием не является повседневным и регулярным инструментом политической коммуникации (хотя и встречается в ней нередко), ибо его потенциал весьма значителен. Не случайно Е.М. Мелетинский, изучая архетипические сюжеты, указывал на их весомую социальную нагрузку; подобные сюжеты, как и мифы, утверждал он, «не только имеют корни в коллективно-бессознательном, но обращены на Космос и социум, они бессознательно социальны и сознательно космичны в силу сближения и отождествления социума и Космоса»<sup>4</sup>. В другой своей работе этот же автор, размышляя о юнговских архетипах, отмечал, что они «представляют собой преимущественно образы, персонажи, в лучшем случае роли и в гораздо меньшей мере сюжеты»<sup>5</sup> и указывал на необходимость обратить внимание на наличие в культуре своего рода архетипических сюжетных мотивов, «микросюжетов», несущих более или менее самостоятельный и достаточно глубокий смысл.

В литературоведении, культурологии, других областях гуманитарного знания интересующий нас феномен повторяющегося сюжета носит разные наименования. Только что упомянутый Е.М. Мелетинский пользуется термином «архетипический сюжет», другие авторы писали о «странствующем сюжете» (В.М. Жирмунский<sup>6</sup>), «бродячем сюжете» (прежде всего, А.Н. Веселовский<sup>7</sup>) «кочующем», «заимствованном» и прочих видах подобного сюжета (различные авторы в том или ином преломлении). Нам кажется наиболее операциональным в рамках данного исследования термин «блуждающий сюжет», ибо он отражает не только «кочевание» определенных фабул и мотивов внутри мифологических представлений, эпических, фольклорных и иных произведений разных стран и эпох, но и «перетекание» подобного рода сюжетов из текстовых образований, стоящих у истоков культуры, в иные типы коммуникативной деятельности, их более позднее многовариантное прояв-

<sup>4</sup> Мелетинский Е.М. Аналитическая психология и происхождение архетипических сюжетов. <[http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Literat/Article/melet2.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Literat/Article/melet2.php)> (Дата обращения 17.03.2014).

<sup>5</sup> Мелетинский Е.М. О литературных архетипах. С. 6 и далее.

<sup>6</sup> См.: Жирмунский В.М. К вопросу о странствующих сюжетах. Литературные отношения Франции и Германии в области песенного фольклора // Жирмунский В.М. Фольклор Запада и Востока. Сравнительно-исторические очерки. М.: ОГИ, 2004.

<sup>7</sup> См.: Веселовский А.Н. Историческая поэтика. М.: Высшая школа, 1989.

ление в художественной, рекламной, политической (интересующей нас в первую очередь) и иной коммуникации.

Здесь необходимо сразу отметить, что в гуманитарной науке XX–XXI веков для обозначения повествовательной структуры наряду с термином «сюжет» получил широкое распространение термин «нарратив». Будучи одним из значимых понятий философии постмодернизма, этот термин стал исходным для развития целой дисциплины — нарратологии и, в общем и целом, трактует повествование как изложение определенной последовательности событий с точки зрения тех или иных рассказчиков<sup>8</sup>. Отталкиваясь, в частности, от идей В.Я. Проппа и дополняя собственно сюжетную проблематику различными аспектами комплексного повествовательного дискурса (взаимоотношения между актантами у А.-Ж. Греймаса<sup>9</sup>, различные функции и виды последовательности действия у К. Бремона<sup>10</sup> и т.д.), исследователи нарратива вполне успешно распространяют его законы на те или иные модели реального поведения и рассматривают его как «механизм организации человеческого опыта»<sup>11</sup>. Один из представителей теории *Homo narrans*, В.Р. Фишер, отмечал:

Нарративная парадигма видит людей как рассказчиков историй — авторов и соавторов, — которые творчески читают и оценивают тексты из жизни и литературы. Она представляет существующие общественные установления скорее как проводники сюжетов, которые всегда находят в процессе воссоздания, нежели как сценарии<sup>12</sup>.

Хотелось бы подчеркнуть, что в рамках данного исследования мы пользуемся терминами «нарратив» и «нарративный» в основном как синонимами понятий «повествование», «повествовательный», предпочитая в качестве основной категории рассматривать все-таки категорию сюжета. Это связано, с одной стороны, с целями настоящей работы, а с

---

<sup>8</sup> См., например: Шмид В. Нарратология. М.: Языки славянской культуры, 2003.

<sup>9</sup> См., например: Греймас А.-Ж. Размышления об актантах моделей // Французская семиотика: От структурализма к постструктурализму. М.: Прогресс, 2000. С. 153–170.

<sup>10</sup> См., например: Бремон К. Логика повествовательных возможностей // Искусствоведение: методы точных наук и семиотики. М.: ЛКИ, 2007. С. 108–135.

<sup>11</sup> Леонтович О.А. Методы коммуникативных исследований. М.: Гнозис, 2011. С. 92.

<sup>12</sup> Fisher W.R. The Narrative Paradigm: In the Beginning // Journal of Communication. 1985. Vol. 35. No. 4. P. 86. За указание на эту цитату и ее перевод, а также за ряд ценных соображений по проблематике данной главы выражаю искреннюю благодарность Ю.А. Черненко, написавшей под моим руководством магистерскую диссертацию.

другой (в меньшей степени, но тоже существенно) — с предпочтениями и традициями исследовательской школы, к которой принадлежит автор. Нас занимают не столько закономерности построения нарратива, разновидности повествователей, роли персонажей, волнующие структуралистов, сколько повторяющаяся последовательность действий и мотивов, собственно, и образующая конкретный феномен блуждающего сюжета. Кроме того, именно понятие «сюжет» является опорным для филологической традиции, в рамках которой предмет нашего интереса исследован наиболее полно.

Любопытным является сам генезис научной постановки вопроса о наличии в культуре (мифологии, фольклоре, художественной литературе, театральном искусстве, рекламном креативе и т.д.) повторяющихся сюжетных мотивов и драматургических конструкций. Еще Аристотель в своей «Поэтике», используя вместо понятия «сюжет» родственный ему термин «фабула», указывал, что «действия и фабула составляют цель трагедии, а цель важнее всего. Кроме того, без действия не могла бы существовать трагедия, а без характеров могла бы»<sup>13</sup>. И добавлял: «Прежде поэты отделявали один за другим первые попавшиеся мифы, ныне же лучшие трагедии слагаются в кругу немногих родов, например, вокруг Алкмеона, Эдипа, Ореста...»<sup>14</sup>. Отметим, что в некоторых переводах «Поэтики» в начале последней цитаты используется термин «случайные фабулы» — в противовес тому, что «теперь», по мысли философа, они все более следуют некоей повторяющейся идее и конструкции, описывая судьбу одних и тех же знаменитых героических родов. Однако для нас важнее его замечание о связи поэтических и драматургических фабул с мифами и прямое указание на то, что эти сюжеты, как правило, описывают судьбу героя и связанного с ним рода. В политической коммуникации, как мы увидим далее, блуждающие сюжеты тоже зачастую связаны с формированием архетипического образа (Героя в том числе) и служат своего рода «фоновой поддержкой» для конструирования соответствующего имиджа политика.

Много позже повторяющимися сюжетами немецких сказок заинтересовались их собиратели и систематизаторы братья Гримм. В результате родилась теория немецкой мифологической школы о том, что почвой зарождения поэзии служит языческая — в первую очередь, арийская и древнегерманская — мифология и что все современные сюжеты так или

<sup>13</sup> Аристотель. Об искусстве поэзии. М.: Художественная литература, 1957. С. 59.

<sup>14</sup> Там же. С. 80.

иначе можно свести к прасюжетам (как все языки мира так или иначе могут быть сведены к нескольким праязыкам). Теория эта вызвала немало критических откликов; скажем, филолог и феноменальный эрудит Т. Бенфей, создатель «миграционной теории» сюжетов (или, в другом варианте, «теории заимствований»), декларировал древнеиндийское происхождение всего сюжетного фонда, за исключением басен о животных, которые он возводил к Античности<sup>15</sup>. Существовали и иные точки зрения на проблему; например, сторонники антропологической теории самозарождения сюжетов (А. Тайлор и другие) утверждали, что дело отнюдь не в заимствованиях; просто в сходных условиях жизни первобытных народов возникали сходные «абрисы» психических отражений, что и привело к известной повторяемости мифов, легенд, сказок и т.д.<sup>16</sup>

Подчеркнем здесь, что сам по себе вопрос о генезисе «общих» сюжетов, их миграции, причинах возникновения данного явления, способах культурного взаимовлияния и т.д. весьма сложен; многие теории, связанные с данным феноменом, прямо противоречат друг другу либо могут быть взаимопримиримы лишь весьма условно. Однако для нас важны в данном случае не столько детали, сколько общая закономерность существования и значимости подобного социокультурного и коммуникационного феномена. Не вдаваясь в тонкости литературоведческих дискуссий, отметим, что для нас главным остается признание различными исследователями существования сюжетов, переходящих «из века в век, из края в край» — и при этом не просто повторяющихся, но связанных с архетипической базой, с мифологией и фольклором разных этносов. Более того, сам А.Н. Веселовский словно предсказал перетекание интересующих его сюжетов и их «простейших повествовательных элементов», мотивов, в иные сферы человеческой деятельности и творчества, не только литературные:

Возвращение к ним [сюжетам] более постоянно, чем обыкновенно думают, когда оно проявляется оптом, оно невольно возбуждает вопрос о причинах такого спроса. Как будто у человека явилась полнота новых ощущений и чаяний и он ищет им выхода, подходящей формы и не находит среди тех, которые обычно служили его творчеству... Тогда он обращается к тем образам и мотивам, в которых когда-то давно отли-

---

<sup>15</sup> См. об этом, например: *Пронн В.* Русская сказка. М.: Лабиринт, 2000. С. 140.

<sup>16</sup> См. об этом: *Горский И.К.* Об исторической поэтике Александра Веселовского // Веселовский А.Н. Историческая поэтика. М.: Высшая школа, 1989. С. 12.



лась его мысль и чувство, теперь застывшие и не мешающие ему положить на эти старые формы свой новый чекан<sup>17</sup>.

Целую систему мировоззрения человека, непроизвольно выражающиеся первобытные образные (мифологические) представления о жизни усматривала в сюжете другая известная исследовательница вопроса, О.М. Фрейденберг; с ее точки зрения, функция сюжета в сознании заключается, в частности, в движении от принятия старого опыта к обретению нового<sup>18</sup>. А еще один, весьма самобытный исследователь проблемы миграции сюжетов (хотя его имя сегодня, к сожалению, и менее на слуху), Ф.И. Буслаев, обнаруживает причину постоянного обращения человечества к сходным сюжетным построениям «в одинаковых способах жить и чувствовать, мечтать и допытываться и выразить свои жизненные интересы в слове и деле»<sup>19</sup>.

На наш взгляд, все это некоторым образом (хотя и недостаточно полно) объясняет причину рекрутинга подобных сюжетов политической коммуникацией: обращение к тем «наднациональным» нарративным конструкциям, которые не только хорошо знакомы людям (на каком бы языке те ни говорили), но и способны при этом стать своего рода «копилкой» общих чувств, мыслей и образов, обеспечивает в результате «узнаваемость» политика электоратом на подсознательном уровне. Не случайно упоминавшийся выше Е.М. Мелетинский называл подобные коммуникативные феномены именно *архетипическими* сюжетами. Напомним, что, выработав стойкий иммунитет к обычным политическим слоганам и написанным «бездушным языком» политическим программам, люди все еще продолжают прислушиваться к *историям* (недаром в современных медиа столь популярна технология *storytelling'a* — рассказывания историй). Подсознательно «узнавая» извечные (например, библейские) мотивы междоусобной войны, сражающегося против всех и непонятого толпой героя, справедливого возмездия и т.д., слушатели политических «историй» невольно переносят эмоции принятия и восхищения, отторжения и негодования на тех или иных политиков, на определенные ситуации. Можно сказать, что блуждающие сюжеты, в силу своей универсальности, способны дать людям некие ответы на

<sup>17</sup> Веселовский А.Н. Поэтика сюжетов // Веселовский А.Н. Историческая поэтика. С. 303.

<sup>18</sup> См. об этом подробнее: Фрейденберг О.М. Поэтика сюжета и жанра. М.: Лабиринт, 1997.

<sup>19</sup> Цит. по: Протт В.Я. Русская сказка. С. 151.

базовые вопросы их бытия, «подсказать» модели восприятия событий. А значит, разговор с электоратом на языке сюжетики, обращающейся к глубинным архетипам нации и являющейся одной из «несущих конструкций» сферы коллективного бессознательного, способен наладить более эффективное взаимодействие лидера с адресатом политико-коммуникативного акта и расширить общую палитру методов влияния на аудиторию.

Какие же основные сюжеты можно причислить к категории блуждающих? Этот вопрос не так прост, как кажется; перечни главенствующих сюжетов мировой культуры пытались составить многие писатели, драматурги, фольклористы, ученые-филологи... Так, одним из первых был Ж. Польти, предложивший список из 36 сюжетов, к которым, по его мнению, сводится мировая драматургия. Среди них — мольба, спасение, преследуемый, бунт, самопожертвование во имя идеала, богоборчество, фатальная неосторожность, судебная ошибка и т.д. и т.п.<sup>20</sup> Хотя в дальнейшем этот автор подробно расшифровывает и иллюстрирует примерами каждую позицию из своего списка, с нашей точки зрения, речь здесь идет скорее не о развернутых, законченных сюжетах, а об отдельных их мотивах, тематических элементах, переходящих из одного сюжетного образования в другое<sup>21</sup>.

Напомним, что разные исследователи выделяли различные «неразложимые частицы» внутри древнейших — мифологических либо сказочных — сюжетов; А.Н. Веселовский называл их мотивами (мы также придерживаемся данного термина), К. Леви-Стросс — мифемами<sup>22</sup> и т.д. Обнаружить подобные «локальные» частицы архетипического сюжета в политической коммуникации (особенно в неформальном ее сегменте), на наш взгляд, проще, чем развернутый и законченный сюжет. Так, например, отзвуки понятного всем мотива «самопожертвование во имя идеала» обнаруживаются в различных протестных акциях, нередко с трагическим исходом. Вспомним хотя бы самосожжение в центре Праги молодого чеха, причиной которого он назвал в прощальном письме личный протест против зла («Так называемая демократия, за которую

---

<sup>20</sup> См. об этом, например: *Сериков А.Е.* Типичные сюжетные схемы в повествованиях и в жизни // Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия «Философия. Филология». 2009. № 2. <<http://www.phil63.ru/tipichnye-syuzhetnye-skhemu-v-povestvovaniyakh-i-v-zhizni>> (Дата обращения 9.08.2013).

<sup>21</sup> О мотиве см. подробнее: *Веселовский А.Н.* Поэтика сюжетов.

<sup>22</sup> См.: *Леви-Стросс К.* Структура мифов // *Леви-Стросс К.* Структурная антропология. М.: ЭКСМО-Пресс, 2001.

мы боролись, не является демократией в прямом смысле этого слова. Это власть чиновников, денег и сильных мира сего, которым плевать на обычных людей»<sup>23</sup>. Еще более «свежий» пример — самосожжение японца в Токио, объявившего перед смертью, что он не хочет жить, так как не согласен с политикой правительства премьер-министра Синдзо Абэ, желающего вовлечь страну в военные конфликты...<sup>24</sup>

Разумеется, не всегда политический перформанс, транслирующий подобный «вечный сюжет», заканчивается трагически; вариантов его драматургического развития множество. Приведем в пример антиэстетическую, но наделавшую много «информационного шума» акцию петербургского художника П. Павленского, приколотившего себя осенью 2013 года к брусчатке на Красной площади. Обсуждающие эту акцию в различных СМИ культурологи, искусствоведы, художники, журналисты, писатели<sup>25</sup> по-разному оценивали значимость ее как арт-действия, как события современного искусства, но практически все восприняли ее как проявление протеста, распознали «политический посыл» сообщения. А это означает, что мотив «самопожертвования во имя идеала» является общим для людей с разными идеологическими установками, разным образованием и идентичностью и понятен аудитории без слов, независимо от того, одобряется ли ими с политической точки зрения то или иное конкретное событие.

Значительно меньше «вечных» сюжетов, чем в названном выше перечне, выделял знаменитый аргентинский писатель Х.Л. Борхес. В своей короткой новелле «Четыре цикла» он утверждает: «Историй всего четыре. И сколько бы времени нам ни оставалось, мы будем пересказывать их — в том или ином виде»<sup>26</sup>. В отличие от крайне «локальных» сюжетных конструкций, объединенных в список Польшти, истории Борхеса, напротив, глобальны; их можно назвать гиперсюжетами, «втягивающими» в свое пространство не только конкретную короткую фабулу, но и множество вариативных фабульных отвлечений, ассоциативных связей, дополнительных структурных элементов. Самой старой среди

<sup>23</sup> Молодой чех сжег себя в знак протеста против мирового порядка // Лента.ру. 6.03.2003. <<http://lenta.ru/world/2003/03/06/prague>> (Дата обращения 7.08.2014).

<sup>24</sup> Японец сжег себя, чтобы больше не было войны // Metro. 2014. 1 июля. С. 8.

<sup>25</sup> См., например: Приколотить себя к Красной площади — безумие или искусство? <<http://www.colta.ru/articles/specials/1109>> (Дата обращения 20.11.2013).

<sup>26</sup> Борхес Х.Л. Четыре цикла // Борхес Х.Л. Коллекция. СПб.: Северо-Запад, 1992. <<http://www.lib.ru/BORHES/kniga.txt>> (Дата обращения 9.08.2013).

своих четырех историй Борхес называет историю об укрепленном городе (Троя), «который штурмуют и обороняют герои. Защитники знают, что город обречен мечу и огню, а сопротивление бесполезно»<sup>27</sup>, но, тем не менее, будут стоять до конца. Среди других сюжетов — истории о возвращении (Улисс-Одиссей), о поисках сокровищ (Ясон) и о самоубийстве (самопожертвовании) бога.

Именно из-за «глобальности», обширности названных сюжетных конструкций они оказались чрезмерно растиражированы в различных коммуникативных системах (средства массовой информации, реклама, художественная литература, театральное искусство, живопись и т.д.), и сфера политики, на наш взгляд, не является здесь исключением. Однако зачастую отзвуки подобных сюжетов являются не намеренной и осознанной технологической конструкцией, направленной на повышение эффективности политико-коммуникативного акта, а всего лишь еще одним дополнительным подтверждением «цикличности» человеческой истории. Так, героический сюжет об обороняющемся до конца городе наполнен для каждого россиянина особым архетипическим смыслом, отмечен высочайшим накалом исторической памяти. Подобных сюжетов в русской политической истории было, увы, немало — и, конечно, не Троя окажется первой ассоциацией, которая возникнет у нас в связи с данной нарративной конструкцией... При этом последний по времени трагический пример реконструкции, возвращения «из небытия» подобного архетипического сюжета — Славянск, обороняющийся весной 2014 года, в начале противостояния на Юго-востоке Украины — вряд ли можно отнести к осознанным сценариям политико-коммуникативным воздействия на аудиторию; катастрофа развернулась слишком внезапно, чтобы можно было списать ее на запрограммированную и спланированную коммуникативную игру. Уходя из области политической коммуникации в область международной политики, дипломатии, военных действий, такая нарративная основа события не лишается своих архетипических корней, не перестает находить мгновенное узнавание и глубинный отклик в душе человека, но выходит за рамки возможной эмпирики данного исследования.

Нечто среднее между расширенным, детальным списком сюжетов Польти и лаконичными «четырьмя историями» Борхеса предложил К. Букер в своей книге «Семь основных сюжетов. Почему мы рассказы-

---

<sup>27</sup> Борхес Х.Л. Четыре цикла.

ваем истории?»<sup>28</sup>. В частности, в его классификации названы сюжеты «Туда и обратно» (о герое, вырванном из привычной среды и всеми силами старающемся вернуться обратно, как Робинзон Крузо или Алиса; этот сюжет напоминает нам, например, о М. Ходорковском, его политических письмах и статьях из тюремного заключения и неоднократных попытках «вернуться» за счет данных средств коммуникации в реальный и свободный мир), «Победа над чудовищем» (практически любой оппозиционный политик выстраивает свою коммуникацию на историях о борьбе с «монстрами» авторитаризма, коррупции и прочее) и т.д.

Одну из существенных ролей в перечне сюжетов К. Букера играет конструкция «Из грязи в князи» (или, иначе, история Золушки). Мы бы сказали, что такой сюжет является одним из самых излюбленных для политического *storytelling*<sup>29</sup>; в целях создания собственной предвыборной легенды им пользовались многие политики — как отечественные, так и зарубежные. Типичным примером может служить хоть уже и несколько отдаленная от нас по времени, но весьма показательная с точки зрения интересующей нас проблематики история политического успеха президента США Дж. Картера. В 1976 году, когда до президентского кресла ему было еще далеко и американцы только начинали привыкать к имени губернатора штата Джорджия, не успевшего до тех пор стать широко известным в стране, в одном из американских журналов появилась статья журналиста С. Брилла, где он передавал свои впечатления от речи Картера на встрече с молодыми избирателями.

«Я выращиваю арахис в штате Джорджия, — начинает Картер мягким голосом, и его голубые глаза поочередно останавливаются на каждом из присутствующих. — Я первый в семье моего папочки, кому когда-либо в жизни повезло». Его голос звучит смиренно, но гордо. «Обычно я вставал в четыре часа утра на сбор арахиса. Затем шел пешком три мили вдоль железнодорожного полотна, чтобы сдать собранные орехи. В моем доме не было ни водопровода, ни электричества... Но я выбился в слушатели Военно-морской академии США и стал физиком-ядерщиком... В 1970 году я стал губернатором Джорджии в результате предвыборной кампании, обращенной ко всем людям... А сейчас я хочу стать вашим президентом, чтобы дать вам правительство, которое будет честным, компетентным и преисполненным любви и сострадания... И когда я буду вашим президентом, — тут его губы растягиваются в улыбке, открывающей все зубы, глаза еще больше светлеют, —

<sup>28</sup> См.: Booker C. *The Seven Basic Plots: Why We Tell Stories?* L., 2006.

Конец ознакомительного фрагмента.  
Приобрести книгу можно  
в интернет-магазине  
«Электронный универс»  
[e-Univers.ru](http://e-Univers.ru)