



# ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО: ФЕНОМЕНЫ, СМЫСЛЫ, ПОТЕНЦИАЛ

Уральское отделение Российской академии наук  
Пермский федеральный исследовательский центр УрО РАН  
Фонд поддержки культурных проектов «Новая коллекция»

# **ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО: ФЕНОМЕНЫ, СМЫСЛЫ, ПОТЕНЦИАЛ**

Под ред. И. К. Кирьянова, К. В. Киселева, В. С. Ковина

ПЕРМЬ  
2019

Ответственные редакторы:  
И. К. Кирьянов, д. и. н.,  
К. В. Киселев, к. филос. н.,  
В. С. Ковин, к. и. н.

Рабочая группа:  
Руководители проекта: к. полит. н. О. А. Рябова и Л. А. Орлова,  
координатор проекта Р. И. Петрова, корректор С. В. Глотова,  
дизайнер-верстальщик А. Н. Кузнецова.

Авторский коллектив:  
В. Д. Бедерсон – Гл. 2 (Ч. III); А. Б. Белоусов – Гл. 3 (Ч. I); Д. Б. Вершинина – Гл. 7 (Ч. III);  
И. К. Кирьянов – Гл. 2 (Ч. II), Предисловие, Послесловие; К. В. Киселев – Гл. 4 (Ч. III),  
Предисловие, Послесловие; В. С. Ковин – Гл. 3 (Ч. III), Предисловие, Послесловие;  
И. С. Кучанов – Гл. 5 (Ч. III); Г. М. Михалева – Гл. 8 (Ч. III); Д. Е. Москвин – Ч. IV;  
Л. А. Орлова – Ч. IV; Е. В. Потапов – Гл. 2 (Ч. I), Гл. 1 (Ч. III); В. Н. Руденко – Гл. 1 (Ч. II);  
О. А. Рябова – Гл. 4 (Ч. II); С. В. Рязанова – Гл. 6 (Ч. III); Л. Ю. Салмин – Гл. 1 (Ч. I);  
А. В. Скиперских – Гл. 3 (Ч. II).

Рецензенты:  
А. А. Керимов, д. полит. н., доцент (Уральский федеральный университет им. первого  
Президента России Б. Н. Ельцина)  
Л. Г. Фишман, д. полит. н., профессор РАН (Институт философии и права УрО РАН)

## **ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО: ФЕНОМЕНЫ, СМЫСЛЫ, ПОТЕНЦИАЛ /**

Под ред. И. К. Кирьянова, К. В. Киселева, В. С. Ковина. – Пермь, 2019. – 234 с.

ISBN 978-5-6791-2524-9

Монография является продолжением издания «Визуализация выбора: история и современное состояние предвыборной агитации в России» (под ред. К. В. Киселева, О. Б. Подвинцева, О. А. Рябовой, Пермь, 2016 г.), которое стало первой в России фундаментальной научной работой, посвященной проблемам визуальной репрезентации политических процессов.

В основе монографии – материалы Второго пермского форума «Визуализация выбора: политическая агитация как наука и искусство» и научно-художественной выставки #ТвояИллюзия (Пермь, 15 мая – 5 июня 2018 г.). В работе представлены различные варианты описания и анализа визуальной составляющей политического. Почему Россия находится на периферии тенденций визуализации политического? Каковы причины деградации политического в российской политической рекламе? Почему в России не носят политические значки? Как развивается политическая фотография? Это только малая часть вопросов, ответить на которые пытаются авторы монографии.

Монография адресована экспертам в области политологии, политической истории, политической рекламы, искусствоведения, а также всем понимающим, что политическое всё больше становится визуальным, а визуальное всё чаще и всё в более неожиданных формах преодолевает границы политического.

УДК 324  
ББК 66.05

©УрО РАН, 2019 @ПФИЦ УрО РАН, 2019  
© Авторский коллектив, 2019

*Памяти Олега Борисовича Подвинцева посвящается*

6	ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО	1	часть РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО: К ВОПРОСУ О МЕТОДОЛОГИИ	2	часть ИСТОРИЧЕСКИЕ ПРАКТИКИ ВИЗУАЛИЗАЦИИ ПОЛИТИЧЕСКОГО
8	ПРЕДИСЛОВИЕ	12	ГЛАВА 1 Видимость и невидимость как концепты политики	44	ГЛАВА 1 Голод и визуализация государственности: продовольственные карточки Варшавы 1915–1921 годов
		25	ГЛАВА 2 Российская политика: не востре-бованность и второстепенность визуального	68	ГЛАВА 2 Пиджак в парламенте: от модерна к постмодерну
		35	ГЛАВА 3 Деградация визуального поля политики	78	ГЛАВА 3 Герои нашего времени: мемориальная политика в российской провинции (на примере Липецкой области)
				93	ГЛАВА 4 Визуализация государственной политики на спортивных знаках СССР

# СОДЕРЖАНИЕ

# 3 часть

## СОВРЕМЕННЫЕ ПРАКТИКИ ВИЗУАЛИЗАЦИИ: ПОИСК ФОРМЫ И ДИНАМИКА СОДЕРЖАНИЯ

- 106** ГЛАВА 1  
Политический портрет: методика  
и практика фотографического  
искусства
- 116** ГЛАВА 2  
Современные сериалы  
и политические теории
- 126** ГЛАВА 3  
Избирательный бюллетень как  
визуальный феномен  
электоральной политики
- 157** ГЛАВА 4  
Политические значки: функции  
и типология визуальных практик
- 169** ГЛАВА 5  
Открытка как инструмент  
предвыборной агитации (по  
материалам коллекции ГПИБ России)
- 181** ГЛАВА 6  
Образ РПЦ в Рунете: к политической  
реальности через социальный миф
- 197** ГЛАВА 7  
Power Dressing: женские визуальные  
образы как политические символы  
в XX веке и сегодня
- 209** ГЛАВА 8  
Образ женщины-политика в Европе  
и России

# 4 часть

## ТВОЯ ИЛЛЮЗИЯ

220

230 ПОСЛЕСЛОВИЕ

233 ОБ АВТОРАХ

## УВАЖАЕМЫЕ ЧИТАТЕЛИ!

Рада представить вам очередной плод сотрудничества ученых, политиков и деятелей искусства, который созрел в общем научно-художественном пространстве Второго пермского форума «Визуализация выбора: политическая агитация как наука и искусство» и выставки #ТвояИллюзия (Пермь, 15 мая – 5 июня 2018 года). Для коллектива нашего фонда «Новая коллекция» почетно, что Центр городской культуры во второй раз стал площадкой для подобного многогранного проекта. В этот раз мы вышли за рамки темы российских выборов и обратились к иным, более разнообразным визуальным пространствам, где может обретать политика, – от архитектурных пространств прошлого до популярных сериалов настоящего, от самопрезентации политиков в пространстве парламентов до конструирования их виртуальных образов в пространстве социальных сетей. Научный форум и художественная выставка продемонстрировали, что эволюция характера власти, динамика отношений между человеком и властью и изменения в стилистике их эстетического выражения неразрывно связаны между собой. Причем визуальное оформление политических пространств, пространств власти может как соответствовать современным эстетическим вкусам и запросам общества, так и существенно расходиться с ними, быть как чрезмерно устаревшим, традиционалистским, так и, наоборот, быть весьма актуальным и прогрессивным.

К сожалению, мой собственный опыт политической деятельности позволяет говорить о том, что пространство современной российской политики внешне выглядит крайне несовременно. В частности, это касается мест присутствия органов власти – как государственных, так муниципальных. Здания, в которых располагаются органы власти, как правило, достались им от советской эпохи. И когда человек попадает внутрь них, в это настоящее «пространство власти», окунается в их атмосферу, то он, вольно или невольно, сталкивается с тем «советским духом», который по-прежнему там стоит. Все эти красные ковровые дорожки, толстые

## ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО

и вечно закрытые двери, большие приемные с важными секретарями, массивные дубовые столы в кабинетах со стульями, за которыми неуютно сидеть, внушительные хозяйские кресла, географические карты на стенах, стеллажи, заполненные для красоты книгами... Всё это никуда не делось. Внимательное отношение к этой эстетике, к её визуальным проявлениям позволяет увидеть, как глубоко в нашем сознании засела советская эстетика власти, эстетика, которая была выработана советской бюрократией, советской номенклатурой.

Всё это постсоветское наследие, одобренное современной техникой и отделочными материалами, оказывает влияние на характер отношений между пришедшими сюда «простыми людьми» и находящейся здесь «властью», а также между теми, кто обитает в самих «коридорах власти». Этот постсоветский номенклатурный «дизайн» постоянно как бы создает и поддерживает некий барьер между «посетителем» и «хозяином», между «гражданином» и «властью». Обстановка этих пространств словно призвана порождать у человека ощущение, что его пустили в «святая святых», что до его проблем снизошли. Человек чувствует себя здесь некомфортно, не на равных.

Одним из значимых элементов этих властных пространств являются многочисленные большие и маленькие приемные, где обязательно будет сидеть солидная дама или молодая девушка, где тебя обязательно попросят какое-то время подождать, пока не освободится представитель власти. В век современных коммуникаций и средств связи, интернета, когда можно записаться на прием без участия человека, самостоятельно выстроить свой рабочий график при помощи специальных автоматизированных программ, а какой-то вопрос возможно обсудить посредством электронной почты, мессенджеров и социальных сетей, большие начальственные приемные выглядят анахронизмом.

Другой заметной чертой таких постсоветских пространств власти является то, что они состоят почти исключительно из кабинетов, коридоров и переходов

между ними. В отличие, например, от европейских зданий государственных и муниципальных органов власти, в наших «администрациях» и «думах» практически нет общественных пространств – мест, где бы посетители могли отдохнуть, пообщаться, поговорить, с участием или без участия чиновников, переговоры или встречи, что-либо общественно значимое обсудить за круглым столом. Этого почти ничего нет. Везде только кабинеты и коридоры. Власть как бы говорит, что гражданину незачем сюда приходить, кроме как для того, чтобы попасть на прием к какому-то из её представителей. Власть как бы сама перестала быть общественным пространством. Она закрылась, отгородилась от общества вахтами, охранниками, пропускными системами, электронными замками.

Еще одна характерная черта – это стандартизация, единообразие эстетических и визуальных решений этих пространств власти. Сотрудники, которые обитают в таких номенклатурных «коридорах власти», естественно, должны и выглядеть соответствующе: строгий и стандартный деловой стиль, не допускающий каких-то вольностей и излишеств, какого-то разнообразия и индивидуального своеобразия. При этом люди и общество вокруг власти сильно изменились, они стали очень разными, они разнообразно выглядят. Современная «гражданская» эстетика, безусловно, стала намного более демократичной и вариативной – от татуировок и яркоокрашенных волос до дорогих хипстерских костюмов. Тем заметнее стал внешний, визуальный контраст между строгой, завернутой в однотонные костюмы властью и очень разноцветным и свободным в стилях самовыражения обществом. Особенно это нелепо выглядит на местном уровне власти – самой близкой к населению и в основном состоящей из таких же простых граждан.

Почему так происходит? Почему воспроизводится советская эстетика? Возможно, одна из причин в том, что состав «власти», номенклатуры и бюрократии не сильно изменился. Люди, обитающие в её коридорах, воспроизводят тот опыт властных взаимоотношений, с которым они столкнулись много лет назад и который остался в их коллективной памяти. И это несмотря на то, что многие из них бывали в европейских и других демократических странах и видели, как отличаются те пространства вла-

сти. Другая причина может таиться в закрытости и оторванности от общества самой существующей власти.

В любом случае материалы, представленные в этом издании, показывают, что смена отношений в обществе всегда сопровождается сменой эстетики пространств власти, визуальных приемов и способов её самовыражения. Как только мы увидим другие кабинеты и общественные места – значит что-то в нашем обществе изменилось. Надеюсь, что весьма скоро пространства власти станут пространствами для людей.



**Надежда Агишева,**  
**депутат Пермской городской Думы,**  
**учредитель фонда «Новая коллекция»,**  
**Центра городской культуры**

# ПРЕДІСЛОВІЕ

В 2016 году увидела свет монография «Визуализация выбора: история и современное состояние предвыборной агитации в России», созданная коллективом авторов по итогам научного форума «Предвыборная агитация как наука и искусство». Форум был проведен по инициативе доктора политических наук, профессора О. Б. Подвинцева в апреле – мае 2015 года Пермским научным центром УрО РАН совместно с Фондом культурных проектов «Новая коллекция» при поддержке регионального Министерства образования и науки.

Издание получило высокую оценку в профессиональных сообществах ученых-политологов и политконсультантов. Фактически это была первая монография в отечественной политической науке, посвященная из-

учению визуальной составляющей в политической рекламе и политике в целом. Исключительно благоприятные отзывы на монографию подтвердили актуальность и эвристичность исследований визуальной проявленности политического.

Именно поэтому О. Подвинцев с коллегами инициировал проведение нового научного форума по политической визуалистике – «Визуализация образа современного политического деятеля: Россия и мир», который состоялся в мае – июне 2018 года уже без участия Олега Борисовича, скончавшегося в апреле 2018-го. И сам прошедший форум, и настоящая монография посвящены памяти настоящего ученого, нашего друга и коллеги Олега Борисовича Подвинцева.

---

Визуальный поворот в гуманитарных исследованиях наметился еще в 70-х годах прошлого века. Основой этого поворота стало колоссальное расширение сферы визуального в общественной и приватной жизни. И хотя в 70-е в политике бал всё еще правил текст, но начало прорыва визуального в политику было положено. Овладение визуальным повседневности постепенно создавало основания для подчинения визуальному и самой политике. Окончательное торжество визуального случилось одновременно с появлением и расширением интернета и социальных сетей. Теперь от сети Instagram, по сути своей визуальной, видеохостинга YouTube не свободен практически ни один политик. Даже в ультраконсервативном Иране, где запрещен Facebook и иные сети, кандидаты в президенты на выборах в 2017 году были вынуждены использовать популярный в этой стране Instagram. Стремление победить было сильнее запретов и ограничений. Всё более визуальными становятся также «ВКонтакте» и Facebook. Количество визуальных Telegram-каналов растет экспоненциально. В политической рекламе всё меньше становится текста, всё больше визуального. Всё большее внимание уделяется оформлению пресс-конференций,

брифингов, презентаций, инаугураций и иных политических мероприятий. «Картинка» постепенно становится важнее текста, точнее, сама становится текстуальной, содержательной.

Визуальное стало политической повседневностью. Визуальные образы – это уже не просто приложение к тексту, но часто основная форма политической репрезентации. С другой стороны, политическое, проявляя себя через визуальные образы, символы и знаки, и само вынуждено изменяться. Новая визуальная реальность, политические визуальные технологии стали не просто привычными, но изменяющимися настолько быстро, что научные описание и анализ часто не успевают за их динамикой.

Впрочем, еще до 70-х годов, до визуального прорыва и в реальности, и в науке, в сфере политического визуальная коммуникация всегда играла существенную роль: от церемониалов власти фараонов в Древнем Египте до восстания «желтых повязок» в Древнем Китае, от рисунков на «летучих листках» периода Реформации и крестьянской войны в Германии до флэгговского дядюшки Сэма. Сегодня же плотность визуального в политике просто огромна: от инаугураций нынешних глав

государств до протестного движения «жёлтых жилетов» в сегодняшней Франции, от аккаунтов в Instagram президентов и членов их семей до современного предвыборного плаката.

На этом фоне российская политическая традиция основывалась преимущественно на «культуре слова», текстуальности. И всё же визуальность присутствовала. Например, публичная политика, будучи феноменом, сформировавшимся в позднеимперской России, изначально сочетала в своей презентации вербальное и визуальное. На это указывает и широкое распространение сатирических журналов в период революции 1905–1907 годов, и наглядная агитация в ходе первых парламентских выборов в начале 1906-го, и киносъемка императорского приема в Зимнем дворце членов Государственной Думы и реформированного Государственного Совета 27 апреля 1906 года, ставшая первым отечественным опытом киносъемки в закрытых помещениях. Но эти прорывы визуального в российской политике общую картину доминирования текста существенно не меняли.

Такая ситуация не могла не сказаться и на явно запоздалой научной рефлексии. В России первый журнал, посвященный визуальности, появился лишь в 2014 году. Им стал томский «ПРАΞНМА. Проблемы визуальной семиотики». Тогда как в Европе начало исследованиям визуализации политического было положено в 1924-м, когда, пусть и на основе нарративных источников, французским историком М. Блоком была опубликована монография «Les rois thaumaturges: Étude sur le caractère surnaturel attribué à la puissance royale, particulièrement en France et en Angleterre». В этой работе, заложившей основы исторической антропологии и знаменитой школы «Анналов», на примере королевского обряда исцеления золотушных анализировались обряды и церемонии, посредством которых монархи являли себя подданным и благодаря которым складывался образ власти в глазах населения.

Очередной попыткой восполнить научный вакуум в изучении визуальности в политике и является предлагаемая читателю монография.

Авторы книги – ученые, чья деятельность связана с политическими, культурологическими и исторически-

ми исследованиями, а также политическим консультированием. Тексты, составившие монографию, охватывают широкий круг вопросов: от видимости/невидимости как концептов политики и деантропологизации политической визуальной рекламы до анализа надписей на избирательных бюллетенях и функций политических значков. Но, пожалуй, самой принципиальной является проблема, объединяющая все тексты, поиску решений которой эти тексты и посвящены: в чем отличие российской визуальной политики? каковы тенденции развития политической визуальности в России? сможем ли мы интегрироваться в общемировой визуальный контекст политики?

Особую благодарность авторы выражают Надежде Агишевой, под патронажем которой в Перми прошли Второй форум по политической визуальности «Визуализация образа современного политического деятеля: Россия и мир», выставка #ТвояИллюзия, а также издается эта монография.

*Игорь Кирьянов,  
доктор исторических наук, доцент, заведующий  
отделом по исследованию политических институтов  
и процессов Пермского федерального  
исследовательского центра Уральского отделения РАН*

*Константин Киселев,  
кандидат философских наук, доцент,  
депутат Екатеринбургской городской Думы*

*Виталий Ковин,  
кандидат исторических наук, старший научный  
сотрудник отдела по исследованию политических  
институтов и процессов Пермского федерального  
исследовательского центра Уральского отделения РАН*



# РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО: К ВОПРОСУ О МЕТОДОЛОГИИ

## **ГЛАВА 1**

---

Видимость и невидимость  
как концепты политики

## **ГЛАВА 2**

---

Российская политика: не востребованность  
и второстепенность визуального

## **ГЛАВА 3**

---

Деградация визуального поля политики

# ВИДИМОСТЬ И НЕВИДИМОСТЬ КАК КОНЦЕПТЫ ПОЛИТИКИ

ЧАСТЬ I.  
РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО:  
К ВОПРОСУ О МЕТОДОЛОГИИ

ГЛАВА 1

## НА СВЕТУ И В ТЕМНОТЕ

Во все времена быть политиком – значит видеть. Зрение политика может быть внешним, основанным на природной оптике глаза, а может быть внутренним, мобилизуя способность воображения и представления.

Политик, наделенный воображением, способен видеть в темноте и визуализировать невидимое, в конце концов превращая его в зримое достояние национальной истории. Таким, вероятно, было политическое зрение правителя Израильского царства царя Соломона или, тысячелетие спустя, римского императора Адриана, оставивших после себя такие визуально-пластические символы своего правления, как Первый Иерусалимский храм и Пантеон в Риме. И хотя первый до наших дней не сохранился, а второй мы имеем возможность видеть и чувствовать во всей телесности его великой архитектуры, значение того и другого в мировой истории политических визуализаций равно фундаментально.

Совсем другое дело – политик, доверяющий лишь физике собственного глаза и опирающийся на «оче-видность». Он стремится вытеснить из политического пространства всё, что не попадает в поле его зрения, всё, что выходит за пределы его кругозора и возможности зрительного контроля.

Политика всегда связана со зрением. Современный политический дискурс оперирует огромным разнообразием явлений, относящихся к сфере визуального. Легко улавливаемая политическая семантика таких понятий, как взгляд, точка зрения, зрелищность, прозрачность, видимость и т. п., свидетельствует о тесной смысловой связи политических и визуальных практик, о том, что не просто политическая риторика, но вся система политических представлений опирается на фундамент оптического образа мира.

Визуальность пронизывает политику во всех её составляющих. Любые политические действия, конструкции, формы, любые фигуры поведения тех или иных политических субъектов подчиняются законам зрения, видения, визуализации и визуальной коммуникации. При этом пространство политической визуальности простирается между полюсами абсолютной видимости и абсолютной невидимости. По сути, политика как бы самоопределяется между этими полюсами, понимая видимость и невидимость как ключевые концепты самой себя.

Современные политические практики осуществляются людьми, чей опыт зрительного восприятия сформирован в условиях нарастающей экспансии средств искусственного освещения. Это поколение, для которого граница между естественным солнечным светом и искусственным, техногенным ресурсом электрического освещения уже давно размыта, а если и ощутима, то разве что через всё более легкое прикосновение к кнопке выключателя. Легкодоступность освещения и, следовательно, возможность постоянного и беспрепятственного зрительного восприятия окружающей среды определили внешнее, видимое глазом, визуально доступное и контролируемое в качестве основы позитивного политического образа мира. Свет понимается как положительный полюс социальной жизни, культуры и политики. Свет (в его политико-символической интерпретации) концентрирует в себе значения истины, правды, добра, справедливости и т. п. Темнота же как область невидимого, как пространство сокрытого приобрела в парадигме «светлого мира» негативное значение территории зла. Современная политическая риторика использует актуальное поле политического напряжения.

Разумеется, такая оптико-символическая картина мира не нова. Отношения света и тьмы на протяжении тысячелетий понимались в культуре мифологически, религиозно-этически, эстетически. Политическая оптика лишь подхватывает историческую традицию. Однако, подхватывая эту традицию, политическое зрение цепляется за видимость, но не наследует смысл.

Всего лишь тысячелетие назад отношения света и темноты, видимого и невидимого имели для человека глубочайший мировоззренческий и нравственный смысл. Мир невидимого был куда более важным, куда более протяженным, куда более населенным и многообразным, чем мир видимого. Видимое, всецело принадлежащее бренной жизни, краткой и несовершенной, не могло сравниться в значимости с незримой вечностью, с тем пространством бессмертия души и духа, что не дано оптическому, телесному зрению и что определяет способность коммуникации индивидуального и коллективного человеческого сознания с запредельным. Именно непреходящая актуальность запредельного мира с его эсхатологической перспективой и общественно-конвенциональным планом спасения определяла невидимое как фундаментальный религиозный, нравственный и политический концепт в европейской культуре со времени средневековья. Для средневекового сознания, привычно апеллирующего к незримым трансцендентным сущностям, сама по себе невидимость запредельного мира была, вероятно, не менее естественна, чем видимость повседневности.

В наши дни невидимое как концепт политики имеет совсем иные смыслы. Под невидимым современный субъект политики понимает уже вовсе не тот запредельный мир, который предстал внутреннему зрению средневекового человека и с которым посредством многообразных практик культуры выстраивалась сложнейшая коммуникация. Для современной политики невидимое – это всего лишь зрительно недоступное, то, что остается за пределами властного (или, напротив, оппозиционного) контроля, что ускользает из поля зрения политических институций, не поддается привычной визуализации и присутствует в актуальном политическом дискурсе лишь в виде своего рода «слепых пятен».

В политическом контексте невидимое парадоксально сочетает в себе пугающее и притягательное. С одной стороны, всякая политика, стремящаяся строить свои практики на основе усиления контроля и на расширении подконтрольного пространства, исповедует гипертрофированно преувеличенную ценность безопасности и, как следствие, идеологию тотальной прозрачности, всепронизывающего визуального наблюдения. С другой стороны, сама такая политика всеми силами стремится к собственной невидимости, к неподконтрольности своих мотивов, стимулов и механизмов.

Конечно, невидимость – отнюдь не новая ценность в истории политических практик. Однако важна логика этой ценности, историческая эволюция её смысла. Архаическая ценность невидимости политики в контексте религиозно-мифологического сознания во многом объясняется пониманием всякого политического действия как сакрального, потаенного. Перед лицом высших сил политическая практика сродни религиозному таинству. Даже осуществляя жестокую, полную насилия политическую линию, политик воспринимает себя предстоящим перед Богом, то есть ответственным за свои деяния в эсхатологическом смысле (*Рисунок 1*). Понятно, что многие века этот мотив невидимости благополучно уживался с инструментально-прагматическим её пониманием (ведь в техническом отношении невидимость во многих случаях увеличивает эффективность политических действий). Однако в двадцатом столетии произошла окончательная десакрализация политики, и вопросы политической ответственности и политического прагматизма разбежались по разным полюсам. В XX веке известные авторитарные политические режимы довели отношения видимого и невидимого в своих политических практиках до небывалого драматизма, высветив и визуализировав в зримых образах мифы о торжестве нового социального порядка и одновременно скрыв в темноте секретности и зрительной недоступности чудовищного масштаба преступления против человечности (crimes against humanity).



*Рис. 1. Проект башни «Россия» для Москва-сити, разработанный бюро Нормана Фостера, предполагал использование света прожекторов для создания эффекта «достижения до небес» в темное время суток. Проект не был реализован. Начатое строительство по ряду причин было прекращено в 2008 году*



*Рис. 2. Конкурсный проект Дворца Советов архитектора Бориса Иофана – образ Вавилонской башни победившего коммунизма, получивший завершение в виде гигантской скульптуры Ленина, простершего руку к недостижимым небесным высям. Проект не был реализован*

## ОТ ВИДЕНИЯ К ИЛЛЮЗИИ

Длительная история развития визуальных практик и сопутствующих им мифологических дискурсов показывает, что политическая визуализация образов мира и человека на протяжении многих веков эволюционировала от ресурсов воображения и символизма к возможностям натурального зрения и оптического нарратива. Если политика исторической древности делала себя видимой через зрительное выражение Логоса (знания, мысли, понятия, слова, числа) и тем самым как бы простирала себя в вечность, то политика современности проявляет себя через сиюминутное генерирование визуальных симулякров, через оптическую симуляцию смыслового содержания конкретных, претендующих на общественную значимость жестов, действий и репрезентаций.

Принципиальное отличие политической визуальной риторики наших дней от риторики хотя бы даже двухвековой давности состоит в том, что за ней, за её семиотическим фасадом практически отсутствует какой-либо фундаментальный денотат. Политическая коммуникация современности перестала претендовать на выражение метафизического и трансцендентного – всего того, что могло бы иметь отношение к долгосрочным политическим стратегиям, к перспективам аксиологической и нравственной ответственности политики. Визуальные практики в политике сегодня носят исключительно тактический, релятивный характер, и потому практически не порождают новых образов и форм. В подавляющем большинстве случаев актуальный опыт визуализации политического высказывания – это опыт обращения к семиотическому арсеналу прошлого (*Рисунок 2*).

На старте третьего тысячелетия политические субъекты и институты разговаривают с людьми визуальными (как, впрочем, и вербальными) штампами, отсылающими к насквозь мифологизированной истории ушедших эпох и цивилизаций. Так, на примере отечественного

опыта политических визуальных коммуникаций мы можем наблюдать множество явлений наивной мобилизации визуальных образов, порожденных в прошлом в совершенно иных смысловых контекстах и с абсолютно иными целями. К примеру, визуальные образы, связанные с Великой Отечественной войной, но созданные преимущественно уже годы и десятилетия спустя, активно используются в оформлении разного рода печатной и медиапродукции, производимой каждый год к очередной годовщине Победы. При этом создаваемая на основе компиляции случайного материала визуальная иллюзия национальной памяти делает реальную историю этой войны со всеми её чудовищными человеческими трагедиями и потерями всё более невидимой. Очевидно, что визуальные высказывания о начавшейся 78 лет тому назад войне и об одержанной в ней 74 года назад победе определяются и заказываются людьми, родившимися существенно позже подлинных событий этой войны. Эти люди бесконечно далеки от реальной боли военных лет, они уже давно используют образ национальной исторической трагедии исключительно прагматически – в собственных злободневных политических целях. Посему конструирование актуальных пропагандистских визуальных меседжей всё чаще осуществляется формально, поверхностно, поспешно и оттого небрежно, с использованием безграмотного исполнительского ресурса, превращающего визуальный политический дискурс войны в эклектический квазипостмодернистский шабаш.

Поздравительный флаер с надписью «С Днем Победы!», набранной готическим шрифтом, или рекламный щит, коллажно объединивший георгиевскую ленту и американский танк с нанесенной на него красной пятиконечной звездой на фоне Рейхстага, становятся не столько материалом для серьезного размышления о симптомах и причинах сегодняшней семиологической

катастрофы, сколько казусными поводами для иронических сентенций в социальных сетях, с одной стороны, и параноидальных судорог прокурорско-надзорного реагирования – с другой (Рисунок 3).

В конечном итоге всё это приводит к тотальной мифологизации и карнавализации дискурса тяжелейшей Войны и оплаченной миллионами жизней Великой Победы. Если образ войны сконструирован не столько из исторических фактов и документов, сколько из знаков и символов, актуальных с точки зрения сегодняшней политической конъюнктуры, этот образ неизбежно порождает иллюзию вместо реальной картины (Рисунки 4–5).



Рис. 3. Уличный лайтбокс с плакатом ко Дню Победы с изображением солдата Вермахта



Рис. 4. Образец коммерциализации праздника Победы и деградации символизма Великой Отечественной войны



Рис. 5. Пример современной карнавализации визуального дискурса Победы

## ТОПИКА ВЛАСТИ В КОНТЕКСТЕ ВИЗУАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ ПРАКТИК

Во все времена самый мощный субъект политических визуальных коммуникаций – власть. Именно власть генерирует самые громкие визуальные месседжи, именно она востребует, заказывает, аккумулирует и контролирует ключевые зрительные образы, призванные являть политическую картину государства и общества. Нельзя не заметить, что современный визуальный дискурс отношений власти и личности, государства и гражданина складывается не только как визуальный медиапоток, но и как набор определенных пространственных сценариев, в силу исторической традиции получающих преимущественно архитектурное выражение.

Издревле власть позиционирует себя языком архаических пространственных категорий, как бы заявляя этим свою претензию на вечное существование, на то, что она, подвластный ей мир и сложившийся под её покровом миропорядок представляют венец исторического развития и потому должны зафиксироваться незыблемо, навсегда. Всякая политическая власть стремится, условно говоря, отменить время и завершить историю и ищет для выражения этого подходящие визуальные символы. Посему обращение её при этом к архитектуре и архитектурному символизму вполне логично. Выразить в нерушимом камне, в зримых, отточенных тысячелетиями формах политическую идею власти – естественное стремление любого господствующего политического субъекта, любой исторически известной «кратии» – от аристократии или теократии до технократии и бюрократии. Не составляет исключения и демократия.

Однако качество визуальной политической риторики власти во многом является следствием качества самой власти – прежде всего следствием культурного опыта и ментального горизонта тех, кто эту власть сосредотачивает в своих руках и представляет её в национальном

и мировом политическом пространстве. Иначе говоря, дело в культурно-историческом генезисе властных элит и в их визуально-символических словарях. Вполне понятно, что опыт визуальных политических практик наследственной аристократии, веками преемствовавшей и развивавшей традиции и правила политических коммуникаций, существенно отличается от опыта вчерашних «санкюлотов», на волне революции оккупировавших властные кабинеты. Но если аристократия или монархия из поколения в поколение генерируют и транслируют образы своей власти как вверенной им свыше, богодухновенной и предполагающей высшую ответственность в форме предстояния перед Богом, то взлетевший на небеса законотворчества, правления и суда плебс, не отягощенный багажом традиций власти, чувством её сакральности и исторической преемственности, спешит экспроприировать наиболее видимые признаки её легитимности.

При всей условности означенной схемы, при всех принципиальных изменениях, произошедших на историческом переходе от монархий и их иерархических структур к разнообразным демократиям, именно архаичное по своей сути стремление создать «совершенную форму государственного правления» (а ввиду невыполнимости этой задачи создать правдоподобную иллюзию таковой «богоугодной» формы) объясняет особенности визуальных политических практик новейшего времени и особенно начала XXI века.

Сегодня достойные специальных исследований образцы подобного иллюзионизма можно видеть на примере поведения российской власти. Отечественные властные и провластные элиты в своих визуальных практиках, направленных на укрепление политической стабильности (как её понимают сами эти элиты), дают приме-

ры манипулирования отношениями видимого и невидимого, с одной стороны, высвечивая и визуализируя знаки позитивного образа бессменно правящей власти, с другой стороны, вымарывая и затемняя всё, что может этот образ поставить под сомнение. Однако в условиях современных коммуникаций создание и поддержание «политически целесообразных» иллюзий не гарантируют долговременного успеха в управлении психологическими установками и политическими пристрастиями электората. В результате номинально демократическое правление, в реальности представляющее собой смягченную, коммерциализованную форму автократии, стремится разговаривать визуальным языком империй далекого прошлого, обращаясь, кроме всего прочего, к арсеналу пространственных сценариев, определявших в былые времена топику власти. Отсюда происходят такие конъюнктурные визуально-пространственные и оптические метафоры, как «вертикаль власти», «прозрачность выборов» и т. п.

## ВОЙНА КАК КОМПЛЕКС ВИЗУАЛЬНЫХ ПРАКТИК

Согласно популярному высказыванию знаменитого военного теоретика Карла фон Клаузевица, «Война есть не что иное, как продолжение политики, с привлечением иных средств». Данное почти два века тому назад, это определение в наши дни приобрело множество дополнительных смыслов. В контексте размышления о визуальных практиках в политике можно считать войну наиболее радикальным сценарием формирования зримой политической картины мира. Субъект, прибегающий к военным средствам достижения своих политических целей, по сути дела, выступает заложником сложившегося в его сознании мифологического противостояния света и тьмы, видимого и невидимого и понимает войну как силовую тактику визуализации искомого и девизуализации враждебного. Конечно, вполне в духе фон Клаузевица, военное насилие понимается таким субъектом как способ принуждения противника к выполнению его (субъекта) политической воли.

Но в наши дни «продолжение политики с привлечением иных средств» уже давно утратило большую часть тех

Проблема политической визуализации для сегодняшней власти в её коммуникации как с элитами, так и с электоратом, заключается в абсолютном отсутствии собственного оригинального языка описания актуальной политической действительности. Вся визуальная риторика власти строится на мобилизации ретроспективных образных клише, она практически не замечает актуальных изменений в семиозисе культуры, в визуально-пластических формах среды и их смысле. Как следствие, практика визуальных коммуникаций власти и общества стремительно утрачивает адекватность. Чем дальше, тем больше власть разговаривает сама с собой, её политический визуальный дискурс обретает форму бреда. И в этом случае видимое и невидимое как концепты политики уже не имеют значения. Никто не станет в практиках жизни руководствоваться тем, что видит больной, пребывающий в бреду, ибо, даже если глаз его и зрит нечто сущее, его сознание уже за пределом реальности.

рационально-прагматических смыслов, которые некогда имелись в виду вышеупомянутым прусским генералом. Современные военные противостояния происходят в мире, тотально пронизанном средствами круглосуточного визуального контроля, техникой ночного видения, распознавания образов, космическими и наземными системами наблюдения и фиксации зрительной информации и т. п.

Для всякой правящей политической элиты (как, впрочем, и для противостоящей ей силы) война сегодня – это в первую очередь «картина», «зрелище», преследующее те или иные политические цели воздействия: с одной стороны, на противника, с другой – на собственное население, внимание которого мобилизуется для одобрения действий власти и для легитимации войны как продолжения государственной политики. Война наших дней происходит в двух измерениях.

Первое – традиционное, связанное с завоеванием территорий, с обеспечением технического превосходства над противостоящими силами врага, с преодолением

вооруженного сопротивления и установлением оккупационного порядка. Всё это в переводе на язык зрительных образов – визуальная архаика войны, восходящая к древнейшей истории войн со всеми их зримыми атрибутами. Второе измерение войны – медийное, затрагивающее огромные «зрительские» массы, подключенные к национальным и мировым системам визуальных коммуникаций. Это и потребляющая однонаправленный поток информации аудитория телевидения, и пребывающие в интерактивном информационном обмене миллионы и миллионы пользователей интернет-ресурсов, социальных сетей и мобильных коммуникационных сервисов. Это медийное измерение войны в наши дни куда более значимо, чем собственно реальные военные действия в реальных условиях места и времени. Война в виде визуального образа на экране телевизора, на мониторе компьютера или дисплее смартфона – вот что определяет массовое представление о «продолжении политики иными средствами». Война – особая область политических визуальных практик. Она всё более и более визуализируется, опирается на методы, инструменты и механизмы визуальной коммуникации и в конце концов переводит значительную часть национальных экономических и технических ресурсов именно в сферу создания необходимого правящим элитам «политически целесообразного» зрелища. При этом разумная прагматика военных решений и действий зачастую растворяется как дым.

Сегодня уже вполне можно говорить о войне как о комплексе практик визуального насилия. Конечно, войны и раньше подразумевали визуальную демонстрацию всего, что может быть выражено в зримой образной форме, – вражеских угроз или доблести собственных вооруженных сил, зверств противника или устрашающей мощи ответного возмездия, дипломатического коварства, политического вероломства, боевой славы, драматизма индивидуального и коллективного подвига и многого другого. Но средства визуальных коммуникаций прошлого не идут ни в какое сравнение с техническими возможностями наших дней.

Военные визуальные коммуникационные практики прошлого были, разумеется, весьма примитивны в техническом отношении. Но в сравнении с днем сегодня

нашим их эффективность была необычайно высока, поскольку содержательный, смысловой и символический статус визуального образа был несравнимо выше, чем в наше время. В китайских средневековых романах можно найти описания того, как два противостоящих войска, прежде чем вступить в бой, поочередно демонстрируют противнику искусство боевых порядков и перестроений – своеобразный «военный балет», призванный убедить «визави» в своем военном превосходстве. Сила воздействия этого хореографического зрелища на врага такова, что командующий одной из противостоящих армий, изумившись невообразимому военному мастерству противника, принимает решение отступить. Этот идеальный сценарий бескровной победы средствами одной лишь визуализации и трансляции образа кажется привлекательным и сегодня. Но, увы, даже когда один главнокомандующий наших дней демонстрирует на дисплее своего смартфона устрашающие образы «сверхновой, неуязвимой боевой техники» в расчете на доведение этих образов по каналам мировых визуальных коммуникаций до другого главнокомандующего, эффективность посылаемого визуального сообщения стремится к нулю. И дело даже не в том, что, в отличие от реальной и убедительной силы средневековых боевых порядков, «неуязвимое оружие будущего» можно, даже не имея его в реальности, отрисовать в современных графических компьютерных программах силами группы дизайнеров за пару вечеров. Дело в совершенно ином характере адресации визуального сообщения, в одновременной разнонаправленности, а точнее, в целевой неопределенности выраженного в зримой форме политического послания. Картинка «боевых построений» современности работает не по законам средневековой семиотической конструкции, в которой намерения определены, язык их описания конвенционален, а демонстрируемый образ однозначен, прям и конкретно адресован. Экранная иллюзия, даже если она отражает стоящую за ней реальность, не позволяет эту реальность практически верифицировать. Впрочем, она, как правило, и не имеет такой цели. Сегодня можно говорить скорее о собственно войне визуальных иллюзий. Состязание зрительных образов на медиапросторах мировой сети визуальных коммуникаций есть современный тип

войны и современное продолжение политики иными средствами. Именно это состязание, всё более и более изощренное, определяет современные противостояния – как локальные, так и геополитические.

Семиотизация и визуализация войны исторически совершенствуются, «оптимизируются». Еще относительно недавно значительная часть собственно оружейной мощи в ходе войн употреблялась на создание зрелищ, способных устрашать врага. К примеру, показательно, что при печально знаменитых авиационных бомбардировках Второй мировой войны лишь малый процент бомбовой мощи был направлен на элементы военной инфраструктуры. Большая часть смертоносного груза бомбардировщиков предназначалась гражданским объектам. Никакого практического военного смысла в этом не было. Значение имела «картинка» – фото- и киноизображение чудовищных руин, в которые превращались города противника, и то морально-психологическое воздействие на сознание противной стороны, которое могли оказать подобные визуальные образы. Даже американские бомбардировки Хиросимы и Нагасаки, сколь бы странно и страшно это ни звучало, были целенаправленной экстремальной практикой девизуализации, обращения в невидимость вражеских городов с целью психологического воздействия как на противников, так и на союзников (Рисунки 6–8).



*Рис. 6. Атомная бомба «Толстяк», сброшенная на Нагасаки 9 августа 1945 года. С этого времени атомное оружие стало самым мощным инструментом политических визуальных практик*

Сегодня потенциальные стороны возможных военных конфликтов уже не могут себе позволить безнаказанно оплачивать «политически целесообразные» визуальные послания тысячами человеческих жизней. Однако архаические пережитки мифологического сознания то и дело дают рецидивы в современном мире. В одних случаях эти рецидивы выражаются, например, в реальном уничтожении великих символов исторической памяти, в нанесении физического ущерба объектам мирового культурного наследия. В других случаях обнаруживаются в форме риторических визуализаций апокалиптического исхода военного противостояния, в котором праведники погибнут и «как мученики попадут в рай», а их враги «просто сдохнут».

В контексте войны видимое и невидимое как концепты политики реализуются наиболее определенно. Потенциальный враг должен быть видим. На то, чтобы иметь о нем максимально полную и достоверную визуальную информацию, в условиях любой войны, особенно современной, тратятся огромные ресурсы. Превентивная визуализация угроз – залог последующего военного успеха, но, что более важно, залог увеличения необходимых для этого бюджетных ресурсов. Потенциальный агрессор должен бояться неотвратимого возмездия. Поэтому необходимо в убедительной визуальной форме представить, как ему, так и собственным



*Рис. 7. Результаты бомбардировки Дрездена Королевскими военно-воздушными силами Великобритании и Военно-воздушными силами США 13–15 февраля 1945 года*

гражданам, моральную и техническую мощь армии. Для этого необходимо демонстрировать (хоть на праздничном параде, хоть на экране смартфона) соответствующие визуальные образы. Для чего, разумеется, опять же необходимы бюджетные средства. Чтобы враг не мог проникнуть в выстраиваемые относительно него военные планы, необходимо сделать невидимыми (то есть защитить статусом секретности) все ключевые элементы системы противостояния – от оборонных бюджетных статей до информации о реальных военных потерях. Именно таким образом реализуется концепт невидимости в контексте современной российской политической истории.

Парадокс нашего времени в том, что в условиях тотальной видимости сами правящие элиты формируют запрос на невидимость войны, на вытеснение её реальных ужасов из визуального политического и общественного дискурса. И это понятно, ведь с каждым днем всё более очевидно, что война сегодня – крайне анахроничное и непопулярное продолжение политики. Такое продолжение политики, которое ставит под удар, прежде всего экономический и моральный, своих же собственных граждан.

Со времени размышлений о войне генерала фон Клаузевица прошло почти два столетия. Стоит уже, наконец, осознать, что мир и возможные в нем методы продолжения политики изменились.



*Рис. 8. Руины Кёльна в результате союзнических бомбардировок – наглядная иллюстрация бессмысленной с военной точки зрения дезвизуализации городского ландшафта и разрушения гражданских объектов противника*

## ИЛЛЮМИНАЦИЯ И ФОТОФОБИЯ ВЛАСТИ

Размышляя о визуальных практиках на вершине политического олимпа, стоит отметить еще одно обстоятельство, имеющее парадоксальное значение для оперирования отношениями видимого и невидимого в процессах репрезентации образа власти в целом и конкретных олицетворяющих её персон в частности. Обстоятельство это можно обозначить как непреднамеренную, приобретенную светобоязнь. Разумеется, этот тип фобии имеет не столько органическую, сколько психологическую и символическую природу. Но и в этом случае страх света неуправляем и проявляется как фактор, явно вступающий в противоречие со «светоносной» риторикой самой власти, с заявляемой властью ценностью общественной и государственной прозрачности, с принципом просветленности социальной оптики и с идеалами всеобщего просвещения.

Дело в том, что отношение со светом внизу и наверху общественной пирамиды (а жизнь не дает оснований сомневаться в том, что российское общество по сей день исключительно пирамидально) принципиально разнится. Жители российских городов, еще недавно испытывавшие на себе последствия общенациональных экспериментов по переходам то на «усовершенствованное» летнее время, то на «оптимизированное» зимнее, столкнулись с почти клиническим, вгоняющим в депрессию дефицитом солнечного света. Добавим к этому плохую в целом электроосвещенность городов, за исключением разве что Москвы и частично Санкт-Петербурга, и поймем, почему ситуация эта получила отчетливо символическую интерпретацию в мифологическом дискурсе отношений верховной власти и её «подданных».

Повседневное сопровождающее людей ощущение победы «сил тьмы», когда «сиятельность» власти инвертируется в «мраколюбие» (от которого рукой подать до «мракобесия»), – явно не лучший фон для выстраивания позитивных отношений с электоратом.

Однако будем справедливы: властное нежелание впустить в пространство российской жизни побольше естественного света вызвано вовсе не злонамеренным стремлением держать в кромешной беспросветности

нижние слои общественной пирамиды, а угрожающе опасным переизбытком света наверху. И правда, там, на властных вершинах, где противоборствующие полюса видимого и невидимого несут подчеркнuto политические смыслы, уровень инсоляции зашкаливает настолько, что это порождает у обитателей властного олимпа ту самую светобоязнь, что именуется медицинским термином «фотофобия». Конечно, статистическому большинству, состоящему в основной массе из обитателей подножий, и представить себе невозможно, какое убийственное излучение обрушивается на сильных мира сего: тут тебе и ослепляющий свет софитов, и бьющие не в бровь, а в глаз вспышки фотокамер, и зенитная артиллерия испепеляющего солнца курортов и горнолыжных склонов...

И действительно, как жить, когда тебя так и норовят пронзить отрекошетившие от всех газет и телеэкранов лучи собственной славы? Как не ослепнуть в условиях абсолютной олимпийской безоблачности неба над головой? Как уснуть ночью, когда сам ты круглосуточный источник света, достигающего до дальних аулов, что таятся в забытых богом ущельях?..

И без того сиятельным персонам наверху социальной пирамиды приходится всячески остерегаться избытка света, беречь собственные глаза от того вездесущего страшного солнца, которое есть «глаз народа». Беречь и закрывать свои «зеркала души» светонепроницаемыми экранами солнцезащитных очков и тонированных лимузинных стекол (Рисунки 9–16). И это тоже следует отнести к визуальным практикам – неизбежно, де-факто



Рис. 9



Рис. 10



Рис. 11



Рис. 12

политическим, хотя бы по смыслу производимого впечатления, по характеру непреднамеренно возникающих образов власти, ослепленной собственной ослепительностью. Да, такова жизнь властного высокогорья. Историческая особенность дня сегодняшнего лишь в том, что, в отличие от абсолютистско-монархической эпохи «короля-солнца» Людовика XIV (Рисунок 17), власть, полагающая себя демократически избранной, не оформляет собственную лучезарность статусами «светлостей» и «сиятельств». Что, впрочем, не облегчает жизнь, а лишь ускоряет её превращение в пытку вечной иллюминацией... А что же при этом обитатели подножий?.. Им остается единственное – как-то разделить невыносимую фотофобическую боль своих королей...

При всей кажущейся метафоричности приведенного размышления, знаки парадоксальной властной светобоязни действительно становятся важными сигналами в повседневной практике политических визуальных коммуникаций. В отечественных условиях образы ослепленной светом власти, власти, защищающей глаза солнцезащитными фильтрами, вполне недвусмысленно прочитываются внизу общественной пирамиды как неспособность и нежелание этой власти открыто и адекватно видеть реальность, а тем более смотреть прямо в глаза тем, кто в условиях современного российского нефеодализма умудряется сохранять навыки гражданского самосознания.



Рис. 13



Рис. 14



Рис. 15



Рис. 16



Рис. 17. Людовик XIV в символическом образе «короля-солнца». Солнце было избрано Людовиком в качестве геральдического символа монархии. Абсолютная власть метафорически представлялась как источник света, равный божественному светилу

Рис. 9–16. Утомленные солнцем. Солнцезащитные очки как современная метафора защиты от ослепляющей иллюминации, царящей на вершинах власти со времен «короля-солнца» Людовика XIV

# БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

**1. Рисунок 1.** [Электронный ресурс]. URL: <https://i.pinimg.com/originals/94/ec/ea/94eceab73843fd0125901f00b9b6b745.jpg> (дата обращения: 20.04.2018).

**2. Рисунок 2.** [Электронный ресурс]. URL: [https://cont.ws/uploads/pic/2016/7/0\\_81f9c\\_b3150cbd\\_XXL%20%283%29.jpg](https://cont.ws/uploads/pic/2016/7/0_81f9c_b3150cbd_XXL%20%283%29.jpg) (дата обращения: 20.04.2018).

**3. Рисунок 3.** [Электронный ресурс]. URL: <http://kaluga24.tv/wp-content/uploads/2016/05/4bd484de373a4bd9e4ca-1000x1333.jpg> (дата обращения: 20.04.2018).

**4. Рисунок 4.** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ya-roditel.ru/upload/medialibrary/9d1/9d1d46413752508ca40685abd32270d9.jpg> (дата обращения: 20.04.2018).

**5. Рисунок 5.** [Электронный ресурс]. URL: <https://mosaica.ru/uploads/old/images/20140905135151.jpg> (дата обращения: 20.04.2018).

**6. Рисунок 6.** [Электронный ресурс]. URL: [https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/3/3d/Fat\\_Man\\_Assembled\\_Tinian\\_1945.jpg](https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/3/3d/Fat_Man_Assembled_Tinian_1945.jpg) (дата обращения: 20.04.2018).

**7. Рисунок 7.** [Электронный ресурс]. URL: <https://orientalreview.org/wp-content/uploads/2018/02/dresden2.jpg> (дата обращения: 20.04.2018).

**8. Рисунок 8.** [Электронный ресурс]. URL: [http://3.bp.blogspot.com/-OHvkeMqDyk8/U5pYjjlXe1I/AAAAAAAAJXI/OF1ld96ykXk/s1600/The+Cologne+Cathedral+stands+tall+amidst+the+ruins+of+the+city+after+allied+bombings,+1944+\(2\).jpg](http://3.bp.blogspot.com/-OHvkeMqDyk8/U5pYjjlXe1I/AAAAAAAAJXI/OF1ld96ykXk/s1600/The+Cologne+Cathedral+stands+tall+amidst+the+ruins+of+the+city+after+allied+bombings,+1944+(2).jpg) (дата обращения: 20.04.2018).

**9. Рисунок 9.** [Электронный ресурс]. URL: <https://fm.cnn.com/applications/cnn.com/resources/img/editorial/2017/08/02/104627558-RTX3BX3P-putin.1910x1000.jpg> (дата обращения: 20.04.2018).

**10. Рисунок 10.** [Электронный ресурс]. URL: <https://img.aneews.com/media/posts/images/20161208/59734054.jpg> (дата обращения: 20.04.2018).

**11. Рисунок 11.** [Электронный ресурс]. URL: [https://img.gazeta.ru/files3/754/10945754/RIAN\\_03210760.HR-pic4\\_zoom-1500x1500-63151.jpg](https://img.gazeta.ru/files3/754/10945754/RIAN_03210760.HR-pic4_zoom-1500x1500-63151.jpg) (дата обращения: 20.04.2018).

**12. Рисунок 12.** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.billboard.com/files/media/barack-obama-sunglasses-2016-billboard-1548.jpg> (дата обращения: 20.04.2018).

**13. Рисунок 13.** [Электронный ресурс]. URL: [https://24tv.ua/resources/photos/news/1366x768\\_DIR/201708/855555.jpg](https://24tv.ua/resources/photos/news/1366x768_DIR/201708/855555.jpg) (дата обращения: 20.04.2018).

**14. Рисунок 14.** [Электронный ресурс]. URL: <https://ballotbandits.files.wordpress.com/2012/08/pg9-george-bush-sunglasses-unknownsource.jpg> (дата обращения: 20.04.2018).

**15. Рисунок 15.** [Электронный ресурс]. URL: <https://wp-images.onefootball.com/wp-content/uploads/sites/10/2018/01/Libyan-Leader-Muammar-Gaddafi-Official-Visit-In-Rome-1517140829.jpg> (дата обращения: 20.04.2018).

**16. Рисунок 16.** [Электронный ресурс]. URL: [https://cdn1.rbth.com/rbthmedia/images/web/fr-rbth/images/2016-12/big/soviet\\_leader\\_leonid\\_brezhnev\\_000\\_app2003010611368\\_b.jpg](https://cdn1.rbth.com/rbthmedia/images/web/fr-rbth/images/2016-12/big/soviet_leader_leonid_brezhnev_000_app2003010611368_b.jpg) (дата обращения: 20.04.2018).

**17. Рисунок 17.** [Электронный ресурс]. URL: <https://lewebpedagogique.com/musicarte/files/2015/03/Louis-XIV-Ballet.jpg> (дата обращения: 20.04.2018).

# РОССИЙСКАЯ ПОЛИТИКА: НЕВОСТРЕБОВАННОСТЬ И ВТОРОСТЕПЕННОСТЬ ВИЗУАЛЬНОГО

ЧАСТЬ I.  
РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО:  
К ВОПРОСУ О МЕТОДОЛОГИИ

ГЛАВА 2

Россия, как преемник СССР, никогда не являлась страной с развитой визуальной составляющей политики. Более того, можно утверждать, что Россия есть страна, отрицающая «визуальный ряд». Качество и коммуникативная ценность изображения здесь никогда не являлись политическими доминантами. Изображение, которое с различной степенью допущений воспринималось во всем мире как политический документ, в России никогда не признавалось в качестве одного из оснований для развития и поддержания политического процесса. Россия – страна текста. Текста, который читают и который слушают, текста, который по факту своего создания и сам по себе считается политическим документом и вообще не требует привязки к какому бы то ни было визуальному ряду. Такая принципиальная антивизуальность политики является следствием невостребованности визуального в жизни страны в целом.

Простой пример: различные источники дают соотношение производимых кинокартин в США и России (СССР) с начала XX века примерно 5 к 1. Количество иллюстрированных, «глянцевых», полноцветных журналов сравнить, видимо, невозможно, да и не имеет практического смысла. В этом отношении превосходство «западной» прессы было и остается очевидным. При этом советский, а потом и российский гражданин мог оценить разнообразие, многоцветность и броскость всего производимого «на Западе» визуального продукта: фильмов, журналов, афиш, конвертов для грампластинок, одежды и автомобилей. Вместе с тем такой контакт с иностранным визуальным рядом был всегда идеологически насыщенный.

«Хорошо выглядеть», «выглядеть на миллион» – эти идеи были абсолютно антагонистичны советскому строю. За яркой витриной капиталистического мира со-

ветский человек «наблюдал» лишь внутреннюю пустоту, безыдейность и полное отсутствие, как бы сейчас сказали, скреп. Советская пропаганда навязывала следующий подход: богатое внутреннее содержание человека не нуждалось в какой-либо яркой упаковке, более того, яркость – символ определенной безнравственности, бездуховности. То, что ярко блестит, пошло, бессмысленно, в лучшем случае наивно до безобразия (*Рисунок 1*).

Любое сообщение, любой месседж, особенно политический, можно условно разделить на две основные составные части: содержание и «упаковка». Содержание – это смыслы и идеи, которые передаются. Упаковка – форма, дизайн, цвет, логика передачи информации посредством любого визуального ряда, от видео до простой картинки. Очевидно, что они взаимопроникают и являются в равной степени важными.



Рис. 1. Первые леди США и СССР. Жаклин Кеннеди и Нина Хрущева

Более того, содержание политического акта и его визуальное воплощение могут как дополнять, так и противоречить друг другу. Например, текстуальное сообщение о том, что результаты голосования являются такими-то, может восприниматься и как ложное, и как правдивое. Особенно в случае наличия конкурентной политики, «расколотого» общественного мнения. Простая визуальная демонстрация итогового протокола в случае веры в результаты голосования станет дополнительным аргументом, тогда как в случае неверия в честность выборов либо ничего не добавит к этому «неверию», либо даже может стать доказательством фальсификации («они только итоговый протокол показали», «никто не видел подсчета голосов», «знаем, как они считают», «нарисовать можно всё что угодно» и т. д.). Достаточно вспомнить ошибку в визуальной демонстрации итогов голосования, когда телевизионная «картинка» показывала процент проголосовавших на выборах в Государственную Думу за различные партии в Ростовской области более 146 %. С тех пор «сто сорок шесть процентов» стали мемом, доказывающим наличие фальсификаций при голосовании.

Именно в силу наличия борьбы за «истинность» политического содержания визуальная составляющая политики приобретает особое значение, так как предоставляет критерий этой «истинности». Этот критерий можно определить как «достоверность». Проще говоря, само голосование как активный поступок граждан, основанный на их выборе и доверии на определенный период к определенной партии или личности, является с точки зрения восприятия достоверности итогов голосования нейтральным. Верят же в достоверные факты, сведения, утверждения. Или в то, что выглядит таковым в момент восприятия информации и/или в момент принятия решения. В качестве иллюстрации по аналогии: основной массив визуального интернет-трафика до последнего времени составляла порнография, и общепризнанным мировым маркером достоверности происходящего на экране (или изображенного в журнале) полового акта являлась и является демонстрация эякуляции. Эти кадры и отличают достоверный половой акт от «постельной сцены», сыгранной самыми лучшими актерами Голливуда или «Мосфильма». Ровно такая же ситуация в политике, в которой люди всегда требовали и требуют дока-

зательств искренности, истинности, подлинности, то есть достоверности.

В западной политике роль маркера достоверности выполняют документально зафиксированные (аудио, видео, фото) слова и образы политических субъектов в определенном контексте. К этим зафиксированным словам и образам идет постоянная апелляция, они развиваются во времени, проявляя смысловую многослойность и являясь исходными данными для политических процессов.

Визуальность – фиксация и одновременная верификация достоверности, документация факта, кроме того, имеет большое значение для последующей политической истории: да, он (она) так сказал, он (она) так сделала. Да, он (она) здесь присутствовал(а), в это время и в этом месте. Далее идет лишь дополнительная визуальная упаковка и визуальная интерпретация фактов, в основе которой лежит всё тот же вопрос достоверности (Рисунки 2 и 3).



Рис. 2 и 3. Билл Клинтон и Моника Левински

«Правда – ложь» – вот поле, которым управляет визуальность и за что отвечает визуальность в политике. Фотография и видео дают понять избирателю, искренне ли политик переживает за детей, или только собирает деньги от их имени. Фотография и видео дают понять избирателю, правда ли, что известный политик сидел за одним столом с лидерами преступного мира и имеет с ними общие дела. И таких ситуаций, когда визуальный ряд принципиально важен, множество. И именно доказательность достоверности – причина востребованности визуального ряда (Рисунок 4).

В качестве дополнения доказательного ряда о связи визуальности и достоверности в политике можно вспомнить классический сюжет американского политического триллера или романа: главный герой либо обладает, либо стремится заполучить визуальный объект – фотографию, видеозапись, распечатку с некой информацией, относящейся к политическим силам, находящимся у власти. Визуальность информации автоматически приравнена к её достоверности: если на фотографии сенатор берет взятку, то это и значит, что он её берет. Визуальность обозначена как печать правды, как приговор политике, это штамп, который определен всей структурой и принципом действия политической системы. Публикация в СМИ компрометирующего снимка, выход в эфир компрометирующего сюжета вызывают отставку. Вообще, предъявление миру визуального является актом, сравнимым с передачей огня людям Прометеем (Рисунки 5 и 6).



Рис. 4. Слезы президента США Барака Обамы после очередного инцидента с огнестрельным оружием

Фильмы, как художественные истории, в данном случае описывают модель. Публикация того или иного визуального материала – сканов документов, видеозаписей и фотографий – в реальной жизни является двигателем политической жизни и политических перестановок.

В каком-то смысле избиратель постоянно сравнивает визуальную информацию, полученную напрямую от политика, с визуальной информацией о политике, полученной от третьих лиц. Если информация в основном «сходится», то политик может рассчитывать на кредит доверия, если расхождения слишком много – доверие утрачивается. Если изображение идет вразрез с ожиданиями – политик исчезает.

Собственно, всю западную политику можно назвать войной имиджмейкеров и штабов против прессы за оценку образа политика (партии) как достоверного. Второй слой этой политики – соревнование в визуализации того, во что искренне верит (возможно) сам политик, что он хочет сделать и что обещает.

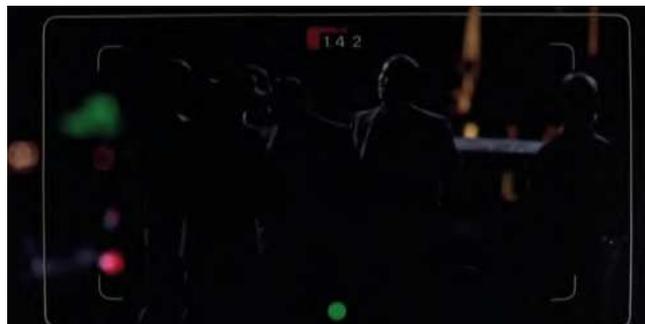


Рис. 5 и 6. Кадры из фильма «Смерти вопреки»

В противоположность западной традиции можно сказать, что советская и российская политическая визуальность основана на культе афоризмов и «мыслей» Козьмы Пруткова, коллективного аватара ряда в современном понимании медиаменеджеров и творческих работников XIX века.

Одно из самых известных изречений Козьмы Пруткова: «Если на клетке слона прочтешь надпись “буйвол”, не верь глазам своим». Обычная трактовка данного афоризма – совет критически относиться к чужому мнению, оценкам и рекомендациям. То есть если на самом деле в клетке сидит слон, то нельзя верить написанному. Но с точки зрения оценки достоверности и сам слон, и надпись «буйвол» для российской действительности всегда являлись (и являются) равнозначными. Еще вчера крестьянин, никогда не видевший ни слона, ни буйвола, ни зоопарка как такового, получает выбор: поверить либо в надпись и в то, что буйвол – слон, либо в то, что слон – буйвол, либо самостоятельно разобраться в отличии слона от буйвола и в причинах появления ошибочной таблички (вариант – «ошибочного» зверя в клетке). Чаще всего российским итогом является признание фактического слона буйволом, ибо по документам он проходит именно как буйвол. В итоге происходит смена визуальной достоверности: да, слон – буйвол. Внешний вид слона не является визуальной константой для определения достоверности его сущности, так как уже общественный консенсус, выраженный в наличии документа-таблички: коллектив, что отражено в тексте, определяет слона как буйвола, и этого достаточно. Самовольный срыв таблички есть как минимум административное правонарушение, если не инициация уголовного процесса.

Если упрощенно представить электоральную политику как конкуренцию слоганов, политических «крылатых фраз», выражающих и определяющих идею избирательной кампании, и изображений, то возникает амбивалентность восприятия – чему верить: тому, что видишь или тому, что читаешь? В условиях минимальной визуальности восприятие российского человека не позволяет ему верить одновременно и в образ, и в табличку. Он, скорее, выбирает вариант не верить ни в то, ни в другое, так как что-то является заведомо ложным, а что именно – определить не представляется возможным ни

с помощью специальных познаний, ни интуитивно. Визуальность, которая должна служить критерием достоверности, отторгается прямой командой «не верь глазам своим», «вы всё врете». Визуальность воспринимается как осознанная манипуляция, монтаж заведомо ложный и направленный на достижение прагматичных целей – захвата власти. Более того, визуальность дискредитирует и присутствующий в виде слогана текст.

Собственно, доминирующая политическая норма в России и основана, во-первых, на отторжении визуальности как подтверждающей достоверность практики, и, во-вторых, на визуализации любым способом недостоверной информации (в крайнем случае информации амбивалентного характера). При этом вектор визуализации всегда направлен в прошлое, в зону утерянной или засекреченной документации, так что проверить ничего невозможно в принципе.

Подтверждающий маркер данной антивизуальной нормы – ситуация, когда суд не принимает в качестве доказательств визуальные документы (видеозаписи), а общество индифферентно и безразлично относится к изображениям, которые так или иначе обязаны были получить нравственную, этическую или бытовую оценку и иницировать серьезные процессы.

Россия, как и СССР, никогда не являлась визуальной страной. Власть и очень бедная визуально советская пропаганда практически сразу после распада СССР столкнулись с ситуацией, когда на людей обрушились миллиарды конкурирующих статичных изображений и видеоматериалов, сгенерированных западной цивилизацией. Разница культур и одновременные доверие и недоверие ко всему, включая взаимоисключающие феномены, отсутствие механизма использования визуальности, отсутствие культуры взаимодействия с визуальностью привели к одному: невозможности различить образ как документ и образ как имитацию документа.

Ситуация усугублялась отношением к газетному тексту и кинематографу, который был и оставался в СССР и России важнейшим из искусств.

В начале XX века в России возник образ «настоящего политика», связанный с имитацией, маскировкой его под рабочего с окраин. Основная политическая коммуникация в то время – прокламации (напечатанный текст) и газеты. Тайные собрания и сходки часто маскирова-



Рис. 7. Кадр из фильма «Ленин в Октябре». «Мосфильм», 1937. Ленин едет в Петроград в кабине паровоза

лись под чаепития, народные гуляния, коллективное чтение, игру в карты. Другими словами, уже с самого начала вся советская политическая история неразрывно связана с визуальными манипуляциями. С появлением массового кинематографа, когда официальным документом для населения стали художественные фильмы, малоизвестные и в целом, и в деталях, ситуация с визуальным манипулированием только усугубилась (Рисунок 7).

Эпоху революции массы изучали по фильмам «Ленин в Октябре», «Депутат Балтики», «Юность Максима», «Возвращение Максима», гражданскую войну – по лентам «Щорс», «Котовский», «Чапаев». Период Второй мировой кинематографом интерпретировался непрерывно десятилетиями: от «Подвига разведчика» до киноэпопеи «Освобождение». Однополярные идеологические установки были очевидными для всех. Собственно говоря, более-менее значимым и масштабным документальным произведением, посвященным Второй мировой войне,

можно назвать многосерийный фильм «Неизвестная война» (The Unknown War) – документальный фильм советско-американского производства, вышедший в 1978 году. Фильм был ориентирован на западного зрителя, поэтому оперировал прежде всего кинохроникой. Тогда как изучение истории в СССР-России было основано на кинофильмах, в которых доминировал игровой и во многом придуманный визуальный ряд.

Восприятие населением художественного визуального произведения как достоверного документа при одновременном неверии в него стимулировало и обратную оценку уже подлинного документа как художественного вымысла и заведомой манипуляции. В итоге политическая визуализация, требующая значительных усилий для производства и трансляции, стала уделом кинематографа, скульптуры и других визуальных искусств, но в реальной политике не использовалась вследствие отсутствия необходимости.

Образно говоря, зачем показывать фотографию и снимать документальный фильм о слоне в клетке буйвола, если можно просто сказать по радио, что в клетке сидит буйвол. Визуальность воспринималась властью как процесс, влекущий лишние затраты энергии и ресурсов, к тому же инициирующий у неподготовленного населения вопросы о достоверности. В итоге получилось так, что в российской (советской политике) именно отсутствие визуальности стало критерием достоверности политического высказывания. Советская и российская политическая документалистика всегда была крайне скупа на яркие кадры, пропуская вперед идеологическую текстовую составляющую. Если во всем мире текст – это всего лишь подпись под изображением-фактом, то в России-СССР изображение – проходная иллюстрация к зафиксированной текстуально идеологеме.

В социально неблагополучной стране, какой, несомненно, длительно оставалась Россия начиная с 1917 года, именно развитие печатной прессы и радио привело к тому, что политика стала текстом и словом, которые по сути антивизуальны. В итоге была сформирована культура политических отношений, в которой визуальности места почти не осталось. Печатное и произнесенное слово противостояло изображению как лживому и навязываемому элементу враждебной пропаганды (*Рисунок 8*).

Одной из самых распространенных визуальных форм, транслируемых в советское время и сейчас, стали различные формы собраний. Визуальный ряд собраний – трансляции и репортажи с собраний, съездов, пресс-конференций, встреч с журналистами, ответов на вопросы и т. д. Собрание по своей сути есть слушание основной массой участников выступлений узкой группы статусных или назначенных спикеров. Визуальный ряд собраний предельно беден. Это фактически лишь декор места собраний. Политический процесс во время собраний воспринимается лишь как слушание и конспектирование выступлений при фиксации изображений выступающих и зала с двух-трех точек. Содержание доклада обладает безусловным приоритетом над визуальной образностью. Как следствие, вся современная политика – это генерация текстовых концепций. Визуальные материалы в этом случае изготавливаются буквально по инерции (*Рисунок 9*). Причем изготовители предполагали, что они

и только они знают, какой визуально должна быть политика. Конкуренция и дискуссии не предполагались. Если должен во время собрания на столе президиума стоять графин, значит, должен. Точка.

Именно идея наличия изначального знания о том, как должно выглядеть видимое, и является основой для его подделки. Редактирование визуальных документов (например, удаление изображений персон из документов и учебников) привело к генерации несуществующего и никогда не существовавшего видимого как достоверного документа. Текст, размышление, субъективная программа стали в итоге источником создания визуального ряда, становящегося сразу абсолютной истиной, второстепенной по отношению к тексту и его поддерживающей (*Рисунок 10*).

Именно поэтому сейчас идет политическая война за «правду в фильмах», где каждое заведомо художественное произведение трактуется как документ: «Матильда», «Смерть Сталина», «Праздник». Существующая политическая система трактует любую генерацию визуального ряда как генерацию подлинных исторических документов. Управление визуальным, имеющим хоть какое-то политическое значение, фактически приравнено к исключительному праву государства на применение насилия. Альтернативный видеоряд, альтернативная визуальность либо буквально не замечаются, либо, при появлении малейшего неконтролируемого политического контекста, по возможности удаляются из информационного пространства всеми возможными способами.

Следствием восприятия хорошего, качественного изображения как проявления враждебной пропаганды однозначно можно считать отнесение любого качественного продукта – видео и полиграфии – к излишнему «разбазариванию» денежных ресурсов избирательной кампании, фактически вредительской деятельности. Исторически считалось, что в депрессивных, небогатых регионах (то есть практически во всей России) листовки, отпечатанные на плохой бумаге на копировальной технике, воспринимаются позитивно, а полноцветная полиграфия на хорошей бумаге – негативно. Считалось, что использование качественного визуального материала является раздражающим фактором для избирателей. Следовательно, тщательная работа с образом (а именно:

фотографирование, ретушь, постпродакшен, дизайн) изначально «шла в минус» кандидату и являлась не только необоснованной тратой избирательного фонда и ресурсов, но и поводом для контрагитации и критики. Заметим, что полноцветные газеты (производство которых относительно недорого и сопоставимо исключительно с черно-белыми) стали стандартом политической кампании только несколько лет назад. Аналогично печатной агитационной продукции изготовление «настоящих» политических роликов, с учетом затратного проката и негативного восприятия населением, заменялось на монтаж достаточно примитивного видеоряда.

Наконец, политический процесс подразумевает наличие сторонников и активное участие их в избирательной кампании в частности, и в политических процессах в целом. Политический брендинг подразумевает публичную визуальную идентификацию сторонников через эмблемы и символы. Логичным считается использование двух видов политического визуального брендинга: постоянного (логотип партии или политической силы) и «сезонного» (визуальной атрибутики, текущей избирательной или политической кампании). Подразумевается, что среди сторонников должна происходить самоидентификация, то есть ношение символики должно быть добровольным, основанным на решении самого человека. Во всем мире волонтеры, участники кампании и избиратели самостоятельно, по своей воле используют символику партии и кампании из-за солидарности с продвигаемыми идеями. Кроме того, сувенирная продукция, изготовление атрибутики, удобной для ношения, – существенная часть расходов в период избирательной кампании. Объединение граждан по политическим интересам и публичная презентация – смысл визуального брендинга.

Вместе с тем в России публичное ношение символов – фактически акт вызова обществу, попытка противостоять ему. Как ни странно, это касается и атрибутики текущих главенствующих политических сил. Ношение любых элементов партийных и избирательных брендов во многом есть возмездная услуга, за которую вознаграждение выплачивается либо прямо, либо косвенно. Альтернативный бренд воспринимается однозначно как протест и подвергается преследованиям. Значок с изображением символики парламентских партий носить



Рис. 8. Колхозники слушают радио. Конец 1950-х



Рис. 9. Фрагмент трансляции выступления Л. И. Брежнева



Рис. 10. Задолго до фотошопа: искусство удаления людей с фотографий в СССР

можно, а ношение наклейки с надписью «Навальный» приравнивается к мыслепреступлению. Здесь вновь повторяется ситуация с исключительным правом государства на демонстрацию символов, практически равных эксклюзивному праву на применение насилия.

Стоит отметить, что специфика официальной визуальной политики России – бесконечные изображения мертвых людей. Собственно, право на государственное, политическое изображение в СССР и России имеют либо текущие руководители страны, либо умершие (погибшие) герои, которые официально признаны таковыми. Достаточно вспомнить традиции советских демонстраций, на которых бесконечными рядами несли портреты членов политбюро и классиков «марксизма-ленинизма»: Маркса, Энгельса, Ленина. Использование собственного изображения сегодня (без чего нет политика)

по-прежнему воспринимается как вызов, протест. Культ тотальной визуальной мощи умерших людей делает людей живущих незаметными и второстепенными.

Следствием «остановившегося визуального времени» становится отсутствие необходимости в актуальных фотографиях. Поскольку изображение имеет исключительно церемониальное значение, то рядом с фотографиями павших предков допустимо использование устаревших собственных фотографий, которые не имеют никакого сходства с политиком в текущем жизненном периоде. Вновь оказывается, что визуальное документирование политика здесь и сейчас не востребовано.

Следует отметить, что российская политическая визуальная культура во многом основана на так называемых «фейках». Это касается и использования устаревших фотографий, и неряшливости в художественных ви-

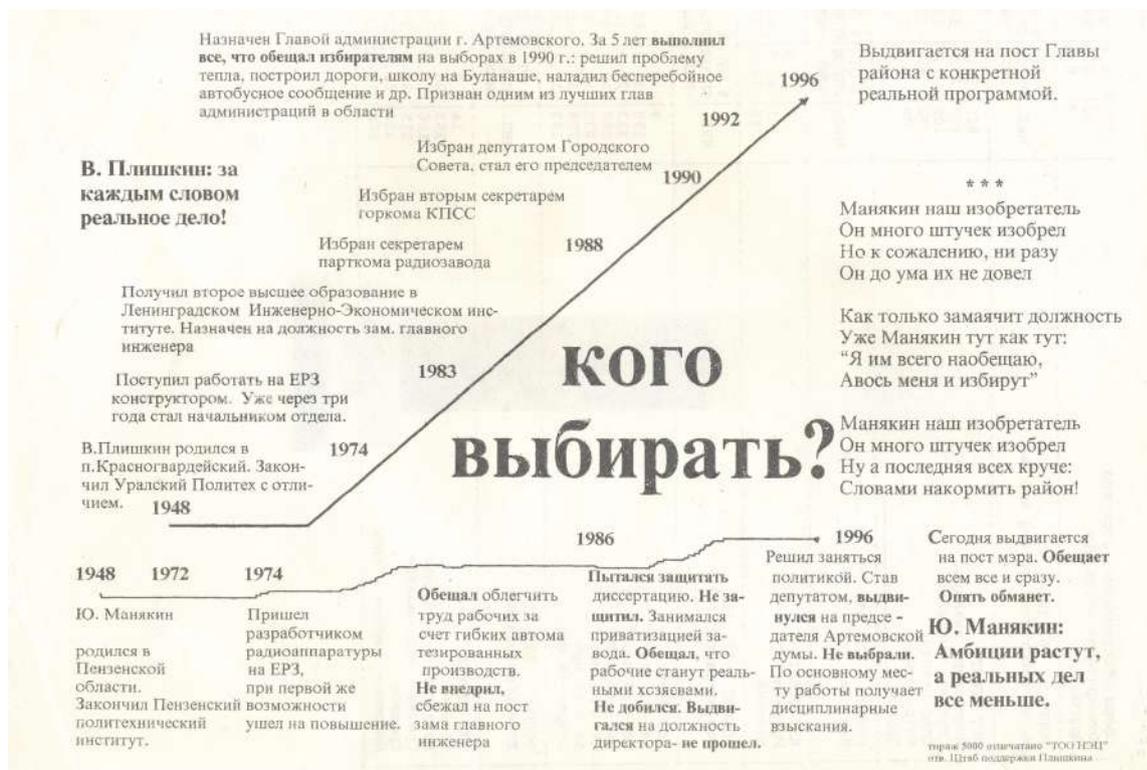


Рис. 11. Политическая листовка

зуальных произведениях, и многого иного. Более того, фильмы, становившиеся «документальными», и по сути, и в деталях во многом были просто недостоверными. «Мелочи», которые и отличают художественный вымысел даже от исторической реконструкции, создателями «политического кино» сознательно отбрасывались. Условность документальной картинки, которая признавалась документом по содержанию и была фактическим фейком на сто процентов, породила терпимость к любому типу визуального конструирования. В качестве примера можно привести георгиевскую ленту, которая заменила красные знамена в атрибутах празднования Дня Победы.

Отрицание визуальности в политике определило и политический инструментарий современной России: листовки с максимальным количеством текста и мини-

мумом графики и фотографий, политическое видео – короткие вырезки с собраний и встреч с избирателями, собственный портрет, взятый из далекого прошлого, и т.д. В итоге все «документальные» кадры оказываются постановочными (Рисунки 11–13).

В условиях глобализации жители России, как и все го мира, постоянно получают миллиарды изображений и видео. Огромная их доля так или иначе связана с политикой. Одновременное доверие им и признание неправдой в России – рабочее поле для дальнейших политических манипуляций. Российские политики вынуждены производить образы для элементарного присутствия, качественное визуальное содержание же пока не востребовано, и перспективы, что качественная и достоверная политическая визуальность станет востребованной, пока не просматриваются.

## ЮРИЙ ИЛЬИЧ СКУРАТОВ

Кандидат на должность Президента Российской Федерации



Ю. И. Скуратов родился 3 июня 1952 года в городе Удмурт-Уд в трудной семье. Закончил с отличием Свердловский юридический институт. После службы в армии продолжил научную работу и стал доктором юридических наук, профессором, специалистом в области конституционного права, государственного строительства и проблем самоуправления. Ю. И. Скуратов автор более 130 научных статей и монографий. Он участвовал в разработке проектов Конституции, нового закона о прокуратуре РФ и других законопроектов, направленных на борьбу с преступностью.

С 1989 по 1991 год работал в ЦК КПСС, а затем — в Министерстве безопасности Российской Федерации, где занимался вопросами права и законодательных инициатив. В 1993 году возглавляет ЦИИ по проблемам укрепления законности и правопорядка при Генеральной прокуратуре РФ.

24 октября 1995 года Ю. И. Скуратов возглавил Генеральную прокуратуру Российской Федерации. С этого момента Борьба с преступностью началась в стране не на словах, а на деле: были возбуждены уголовные дела в отношении руководителей Центробанка и Минфина, иравших на рынке ГКО и обрушивших курс рубля; олигарх Барковосого и его подельников, переводивших деньги «Аэрофлота» в швейцарскую фирму «Алдиак»; членов кремлевской «комы», связанных с вертелами фирмы «Мобилтэк». Международные расследования коррупции в России доказали обоснованность обвинений, выдвинутых Генеральным прокурором Ю. И. Скуратовым и адресованных высокопоставленным чиновникам.

Борьба с коррупцией обернулась для Ю. И. Скуратова отстранением его от должности и противоправным возбуждением против него уголовного дела. Кремль трижды настаивал на отставке Генерального прокурора. И каждый раз Совет Федерации поддерживал правовую позицию Ю. И. Скуратова, не давая сверзиться беззаконию и произволу. Опасаясь разоблачения своей преступной деятельности и потери, незаконно присвоенных капиталов, обитатели Кремля развернули против Генерального прокурора беспрецедентную кампанию травли и шельмования. Лишь мужество, поддержка жены и детей помогли Ю. И. Скуратову выстоять и продолжить неравную Борьбу.

Убежденность в своей правоте и опора на здоровые силы общества позволили Ю. И. Скуратову принять решение участвовать в избирательной кампании за пост Президента России, чтобы правопорядок и законность стали основой будущего процветания и могущества нашей Родины.

Юрий Скуратов убежден: закончился очередной этап в развитии государственности России, когда право подменялось волей то левых, то правых, то олигархов. Хватит диктатур — даже закона. Пора переходить к умному совершенствованию государства, в основе которого лежит правопорядок, в значим и благосостояние нации.

**Власть под контроль Закона!  
ГОЛОСУЙ ЗА СКУРАТОВА!**

### Дорогие екатеринбуржцы!

Я приехал встретиться с вами, убедиться в вашей поддержке, крепости духа и решимости бороться за свое будущее.

Уральцы всегда отличались особым дружелюбием и открытостью, веселым и хлебосольным нравом, рассудительностью и основательностью.

Ваша сила и мужество не раз спасали Россию в самые лихие времена. Ваши золотые руки ковали великую Победу нашего народа над фашистами, 80% всех танков собралось в Свердловске. Здесь был сконструирован лучший танк Великой Отечественной — легендарный Т-34.

На гигантском заводе, которым стал Свердловск в те нелегкие дни, станки монтировали прямо на земле. Мы победили благодаря вашей воле и доблести.

Сегодня нам всем нужно объединиться. Ницета стучится в каждый дом, наркомания и хулиганство захлестнули улицы наших городов. Только, встав плечом к плечу, мы сможем одолеть эти напасти. Только вместе мы сделаем счастливой нашу жизнь и жизнь наших детей.

Вот что реально сделать уже сегодня:

- Минимальную зарплату и пенсию — 1000 рублей.
- Зарплату учителям и врачам — 3000 рублей.
- Вернуть в течение пяти лет сбербанковские вклады.

Мы установим жесткий контроль над ценами на основные продукты питания и товары первой необходимости.

Миллионы квалифицированных специалистов — рабочих, инженеров, ученых смогут вернуться к любимой работе.

Мы знаем, где и как найти средства для выполнения нашей программы.

**Убежден, вы сделаете правильный выбор!**

**Выбор патриотов. Выбор умных и сильных духом людей.**

**Жизнь наладится!**

Полор КТРФ,  
кандидат на должность Президента РФ

Г.А. Зяганов

Отпечатано за счет средств избирательного фонда кандидата на должность Президента РФ Г.А. Зяганова.

Рис. 12-13. Политические листовки

# БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

**1. Рисунок 1.** Gdovinová D., Mrvová I. Manželka politika by nemala byť ticho [Электронный ресурс]. URL: <https://www.tyzden.sk/spolocnost/26497/institut-politickej-manzelky/> (дата обращения: 28.02.2019).

**2. Рисунок 2.** Ken Starr: Monica Lewinsky's 'misguided loyalty' for Clinton turned her into a 'tragic figure'// The Washington Times [Электронный ресурс]. URL: <https://www.washingtontimes.com/news/2018/sep/10/ken-starr-monica-lewinskys-loyalty-bill-clinton-ma/> (дата обращения: 28.02.2019).

**3. Рисунок 3.** Waxman O.B., Fabry M. From an Anonymous Tip to an Impeachment: A Timeline of Key Moments in the Clinton-Lewinsky Scandal // Time. 4, 2018 [Электронный ресурс]. URL: <http://time.com/5120561/bill-clinton-monica-lewinsky-timeline/> (дата обращения: 28.02.2019).

**4. Рисунок 4.** Fox E.J. President Obama tears up as gun stocks skyrocket// Hive. January 5, 2016 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vanityfair.com/news/2016/01/president-obama-tears-up-gun-stocks> (дата обращения: 28.02.2019).

**5. Рисунок 5.** Кадр из фильма «Смерти вопреки» (англ. Hard to kill), режиссер Брюс Малмут, в главной роли – Стивен Сигал, 1990.

**6. Рисунок 6.** Кадр из фильма «Смерти вопреки» (англ. Hard to kill), режиссер Брюс Малмут, в главной роли – Стивен Сигал, 1990.

**7. Рисунок 7.** Кадр из фильма «Ленин в Октябре». «Мосфильм», 1937. Ленин едет в Петроград в кабине паровоза [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=WKY6wOqh6rk> (дата обращения: 28.02.2019).

**8. Рисунок 8.** Колхозники слушают радио. Конец 1950-х. Государственный исторический музей Южного Урала [Электронный ресурс]. URL: <https://russiainphoto.ru/photos/93409/> (дата обращения: 28.02.2019).

**9. Рисунок 9.** Фрагмент трансляции выступления Л. И. Брежнева [Электронный ресурс]. URL: <https://pic.rutube.ru/video/0b/cc/0bссе309e14d96f5584142ae148cb0e2.jpg> (дата обращения: 28.02.2019)

**10. Рисунок 10.** Задолго до фотошопа: искусство удаления людей с фотографий в СССР // Cameralabs. 24 августа, 2017 [Электронный ресурс]. URL: <https://cameralabs.org/11680-sovetskij-fotoshop-kak-v-stalinskuyu-epokhu-izbavlyalis-ot-lyudej-i-perepisyvali-istoriyu> (дата обращения: 28.02.2019).

**11. Рисунок 11.** Политическая листовка.

**12. Рисунки 12-13.** Политические листовки.

# ДЕГРАДАЦИЯ ВИЗУАЛЬНОГО ПОЛЯ ПОЛИТИКИ

ЧАСТЬ I.  
РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО:  
К ВОПРОСУ О МЕТОДОЛОГИИ

ГЛАВА 3



Рис. 1. Стандартный агитационный материал кандидата от «Единой России»

При оценке состояния визуального поля политики можно сделать только один вывод: на данный момент она находится в плачевном состоянии. Особенно хорошо это плачевное состояние видно на выборах, когда агитационные плакаты кандидатов практически не отличаются друг от друга, с той лишь оговоркой, что эти кандидаты относятся к одной партии. И поскольку «Единая Россия» доминирует в политическом поле, в первую очередь это касается её кандидатов (Рисунки 1 и 2).

На этих фото даже при отличающейся компоновке хорошо видно, что сходства в этих плакатах больше, чем различий: преобладание синего цвета, использование элементов российского флага, пшеница как атрибут жизни на селе. Два джентльмена на плакатах очевид-



Рис. 2. Стандартный агитационный материал кандидата от «Единой России»

но отличаются по своему возрасту и весу, возможно, темпераменту и психотипу, но все же сходства в них предостаточно: поворот в  $\frac{3}{4}$ , пиджак с непременным галстуком, легкая улыбка, приоткрывающая зубы. И располужены они довольно типично, поглядывая на избирателей из левого угла плакатов направо. Витальность кандидатов подчеркивается словом «жить» в слоганах. Синие «плашки», буквы с подводками. Желаящие могут продолжить список сходства самостоятельно. Подобные плакаты практически не несут никаких эмоций, не пытаются увлечь своей харизмой, как будто это и не входило в их планы, а выполняют какую-то другую, ведомую только штабистам функцию.

Подобные ощущения можно усугубить, взглянув на плакаты, которые делаются на выборах муниципального уровня с использованием брендбука (Рисунки 3 и 4).

Брендбук делает плакаты совершенно одинаковыми, за исключением фамилий и фото. Однажды политконсультант О. Матвейчев сформулировал тезис о том, что выборную кампанию вполне можно провести и без кандидата: плакаты, сделанные на основе брендбука, как нельзя более наглядно воплощают эту максиму. Промышленное производство кандидатов превращает эстетику в редуцированную функцию, что, по замыслу их создателей, обусловлено экономией ресурсов и типизацией кампаний, позволяя исключить «детские ошибки», которые непременно бы возникли без централизованной разработки стиля. В этих случаях всегда

удивляло то обстоятельство, что избиратели, живущие в разных концах города, довольно часто совершают визиты из одного конца в другой и легко могут обнаружить, что в другом районе избирается ничем не отличимый двойник. Но и это не останавливает разработчиков агитационно-печатных материалов от соблазна облегчения себе жизни.

Мы привели два примера, которые, на наш взгляд, подтверждают наш тезис о том, что в текущий момент наблюдается деградация визуальной составляющей предвыборной агитации. Мы могли бы привести таких примеров гораздо больше, но не станем этого делать, ведь любой, кто захочет, может сам убедиться в этом, набрав в поисковых системах несколько кодовых слов («кандидат в депутаты», «агитация», «плакат» и название интересующей его партии или законодательного органа).

Можно также было бы привести в пример немалое количество агитационных продуктов, содержащих грубые просчеты или же просто выполненных непрофессионально, но не будем этого делать, оставив их на совести кандидатов и их неграмотных сотрудников штабов. Нас больше интересует деградация, которая затрагивает в первую очередь те продукты, которые принято считать нормой в политической агитации, то есть попытаться зафиксировать сдвиг нормы, что является куда более серьезным диагнозом, чем простое распространение непрофессионализма.



Рис. 3. Агитационный материал кандидата от «Единой России», сделанный с помощью брендбука



Рис. 4. Агитационный материал кандидата от «Единой России», сделанный с помощью брендбука



Рис. 5. Стандартное поздравление с 8 Марта

Деградация визуального поля является частью более общей проблемы снижения содержательности выборных кампаний. Всё больше распространено явление, что кандидатам просто нечего сказать своим избирателям. У них нет ни платформы, ни месседжей, ни предложений, с которыми они могут выйти к избирателям. Это приводит к тому, что такие кандидат начинают все более «присоединяться», а если быть более точным, «прислоняться» к чему-то внешнему. Внешнее, к которому они не имеют никакого отношения, кроме опоры на него, начинает становиться содержанием кандидатов, за счет чего они пытаются скрыть свою внутреннюю пустоту. Типичным примером такой операции «сокрытия пустоты» является поздравление с различными праздниками, причем не в формате заявлений или мелкого АПМ, а в формате баннеров, которые вообще-то являются выразителями главных месседжей кандидата. Три самых типичных поздравления на выборах: с 8 Марта, 9 Мая и Днем города. Если вы видите подобный билборд, знайте: здесь проблема с внутренним содержанием и полное отсутствие месседжей (Рисунки 5–7).

Аналогичный процесс происходит и с визуальностью. Визуальность перестает выполнять свои функции – смысловые, эмоциональные, за ней остается одна единственная функция – присутствия. Функцию присутствия можно описать довольно несложной формулой: вижу – значит существую, или «голосуйте за меня, потому что я разместил этот плакат».



Рис. 6. Стандартное поздравление с Днем Победы



Рис. 7. Стандартное поздравление с Днем города



Рис. 8. ЛДПР,  
обозначение присутствия



Рис. 9. Индивидуальный  
бессодержательный плакат  
кандидата, обозначающий  
присутствие

В наиболее чистом виде это плакат ЛДПР, где есть только одна надпись – ЛДПР (Рисунок 8).

Этот плакат сделан в межвыборный период, но такие плакаты с нулевым содержанием можно увидеть и на выборах. Например, на баннере В. Заварзина (Рисунок 9) словосочетание «ваш кандидат» заменяет собой все возможные смыслы и меседжи, которые могли бы присутствовать в агитации кандидата, в результате чего остается функция присутствия в чистом виде.

Часто функция подобных баннеров – легитимировать выборный процесс, результат которого известен заранее. Реальные механизмы выборов совсем иные – политические, мобилизационные, однако их нужно скрыть, и агитация выполняет роль сокрытия, сводясь лишь к присутствию. Не это ли следует считать некоей нулевой степенью агитации, когда агитировать никого не нужно, или нулевой степенью визуальности?

У деградации визуального есть несколько политических причин, довольно явных, чтобы их не замечать.

**Первая и главная причина** – введение законодательных ограничений на агитацию, от которых страдает прежде всего визуальная составляющая. Постепенно, шаг за шагом под запрет попадало всё, что могло сделать агитацию интересной: дети, лица и всё, что подпадает под авторское право, главным образом памятники архитектуры. Самым болезненным для агитации стал запрет на использование любых лиц, кроме кандидата. Это убивает жанр агитации, лишает кандидата людского окружения, оставляет его в пустоте наедине с самим собой. Газеты, выпускаемые в агитационный период, стали представлять собой печальное зрелище: на четырех стандартных полосах формата А3 расположены три или четыре фотографии кандидата в окружении пустынных скучных пейзажей без каких-либо значимых архитектурных достопримечательностей. Редкие встречающиеся фигуры в таких газетах прячут свои лица от фотографов, поворачиваются спиной к потенциальным избирателям. Неудивительно, что избиратели в ответ начинают поворачиваться спиной к таким выборам, отказываясь идти на участки. Кандидат в пустоте – прекрасный пример нулевой степени визуальности и деантропологизации выборов. Выборы проводятся без людей, где от людей

остаются функции, приводимые в движение на участки с помощью мобилизации.

Однако проблема может оказаться несколько глубже и не ограничиваться простыми законодательными ограничениями. Дело в том, что, например, и праймериз «Единой России» не балуют разнообразной визуальной продукцией, хотя те из кандидатов, которые понимают существующее окно возможностей, пользуются им. Праймериз партии власти часто становится той площадкой, на которой принимаются элитные и административные решения о поддержке тех или иных кандидатов. В отличие от основного этапа, агитация на них не ограничена законодательно. Сдвиг визуальности происходит вместе со сдвигом решающей фазы выборной кампании.

**Вторая причина** деградации, о которой уже упоминалось, – распространение партийных брендбуков, которые всё больше распространяются в виде партийных указаний и укорененных стереотипов. Мы уже приводили выше агитки двух кандидатов, похожие друг на друга как две капли воды. Главная проблема здесь заключается не в экономии средств на разработку индивидуального стиля и не в «централизации эстетики», а в том, что подобная экономия эстетических усилий начинает воспроизводиться без видимых на то прагматических причин. Кандидаты от разных партий, будь то «Единая Россия», ЛДПР или КПРФ, начинают воспроизводить в своих агитационных материалах типичные цвета, элементы партийного стиля, компоновку и пр.

Возможно, главным стимулом здесь является партийная дисциплина. Большинство кампаний сейчас происходит при администрировании или как минимум наблюдении партийных структур. Как правило, на большинстве выборов партийные кампании совмещены с кампаниями одномандатных кандидатов. Задача партийного управления в данном случае состоит в том, чтобы одномандатные кандидаты работали и на партию, а значит, придерживались партийного стиля в агитации. Иногда подобное управление превращается в довольно смешные истории, когда предметом обсуждения становится размер партийных логотипов, размещенных на плакатах.



Рис. 10. Старый логотип «Единой России»



Рис. 12. «Медведь приходящий»



Рис. 11. Новый логотип «Единой России»



Рис. 13. «Медведь уходящий»

Однако партийный стиль просачивается в агитки и без навязывания эстетической дисциплины. Всё больше и больше кандидатов от одной партии начинают использовать элементы агитации, которые они уже где-то видели. Для начинающих политиков использование партийного стиля является способом замкнуть на себя партийный электорат, для более опытных и уверенных в своей победе – законсервировать свой электорат и сохранить текущий статус-кво.

Особняком стоит проблема партийного эстетического ребрендинга на федеральном уровне. КПРФ, ЛДПР и «Справедливая Россия» обходятся без него. «Единая Россия» проводила его один раз, сменив логотип (*Рисунки 10–11*).

С приходом во главу партии Андрея Турчака разговоры о ребрендинге и изменении логотипа возобновились, в частности предполагалось «развернуть медведя лицом к избирателям» [Тадтаев]. Насчет «медведя» есть даже такая шутка, что в зависимости от его расположения на плакатах различаются «медведь приходящий» и «медведь уходящий», причем первый считается более правильным, чем второй (*Рисунки 12 и 13*).

**Третья причина** эстетического застоя состоит в том, что избирательные кампании, так же как и вся политика, всё больше становятся деидеологизированными и мобилизационными. Если взять избирательные кампании губернаторов и законодательных собраний двух регионов – Свердловской области и Пермского края – за 2016–2019 годы, то все можно называть мобилизационными, за исключением кампании по выборам депутатов Законодательного Собрания Пермского края 2016 года. При снижающейся явке всё большее значение имеет, сколько людей придет на выборы: параметры явки начинают иметь ничуть не меньшее значение, чем собственно результат провластных кандидатов. Разумеется, эстетика способна оказать на явку минимальное значение, поэтому её значение снижается часто до совершенно недопустимого уровня. Впрочем, до этого же уровня снижается и значение агитации как таковой, выполняющей чисто декоративную функцию. Можно привести в пример выборы депутатов городской Думы Нижнего Новгорода, когда затраты на выпуск агитационных материалов составляли не более 3 % от общего бюджета кампании.

Выводы о «нулевой степени» визуальности и том, что агитация всё больше выполняет функцию прикрытия, подтверждаются не только семантическим анализом, но и экономикой выборных кампаний.

Наконец, **четвертая, но далеко не последняя причина** состоит в том, что избирательные кампании вплоть до 2018 года, когда пенсионная реформа запустила механизмы накопления протеста, становились всё более консервативными по своим сценариям.

К этому времени стало ясно, что если в исполнительной власти сроки полномочий ограничены двумя сроками, то у законодателей таких ограничений нет. И если депутат не ленится в межвыборный период и выстраивает коммуникации со своими сторонниками, то может переизбираться бесконечное количество раз. Три, четыре и даже пять депутатских сроков сейчас совсем не исключение, а, скорее, норма. Когда депутат идет на третий или четвертый срок, у него не стоит задача повысить узнаваемость и создать себе репутацию, всё это у него уже есть. Его главная задача – удержать свой электорат, всячески предостерегая его от перемен. Если не существует каких-то явных угроз в виде ресурсных претендентов на мандат, это приводит к отказу от репозиционирования, что не может не сказаться на эстетике кампании.

Еще одна тенденция, которая приводит к консервативным сценариям, – это ориентация на пожилую электорат при снижении явки. Пенсионеры – та категория избирателей, которая ходит практически на любые выборы, по этой причине они становятся «золотым избирателем», который решает исход практически любой кампании с явкой ниже 30 %. Выстраивание коммуникаций с этой целевой аудиторией превращается в одну из главных стратегических задач кампании. Пожилые люди, чей доход, как правило, ниже среднего, не могут стать той аудиторией, которая будет требовать от своих кандидатов радикального апгрейда визуальных коммуникаций. Напротив, несмотря на постулируемые принципы работы с молодежью практика показывает, что в избирательных округах её игнорируют. Сначала молодежь игнорировали, потому что она не ходила на выборы ни под каким предлогом. В последнее время всё больше игнорируют как неуправляемый сегмент электората, который часто

является носителем протестных настроений. Особенно это касается ситуации в мегаполисах, где эти опасения нередко приводят к «сушке» явки на больших кампаниях.

Это в свою очередь приводит к одному важному следствию, выходящему за пределы электоральных проблем. Наблюдение за выборными кампаниями в разных городах и разных частях городов приводит к выводу о визуальной сегрегации. Можно выделить две четкие линии визуального водораздела: региональный центр/населенные пункты в регионах и центр мегаполиса/окраины. Если анализировать второй случай визуальной сегрегации, то его объективное основание – урбанизация. Урбанизация естественным образом приводит к уплотнению застройки, причем преимущественно в центральной части города [Рыбчинский 2015]. Центральная часть города заселяется преимущественно молодыми представителями креативного класса и людьми со средним достатком, пожилые же и малообеспеченные избиратели из-за растущей стоимости жилья оказываются на окраинах. Можно спорить, но визуальная среда в центрах мегаполисов уже сейчас заметно богаче, чем на окраинах, чему способствуют повышенные требования молодых дизайнеров, копирайтеров, продавцов модных бутиков, барменов модных баров и т. п. Соответственно, сетевые магазины как основное место коммуникации для жителей окраин задают свою, более сниженную и более стандартизированную планку для визуального. Эти требования переносятся и в политику, тормозя привнесение чего-то визуально нового.

Изъятие протестных требований из сферы реальной политики приводит также к тому, что из нее исключается развитие визуальных форм. Прогресс визуального начинает концентрироваться в других сферах, нежели политика: современное искусство, сфера обслуживания, одежда и т. д., где главным действующим лицом становится исключенный из реальной политики протестный класс. К сожалению, это приводит к тому, что визуальная сегрегация проходит не только по телу города, но и становится непреодолимой границей между политической и урбанистической визуализацией. Помимо прочего, такие тенденции приводят к серьезным конфликтам в мегаполисах, когда муниципальные власти, находясь

в рамках своего представления об уровне визуального потребления, не могут понять требований, которые к ним начинают предъявлять молодые горожане. Таким образом, банальные проблемы законодательных запретов, распространения партийных брендбуков и клише, низкой явки, мобилизации и ориентации на пожилой электорат выливаются в более фундаментальные визуальные протесты.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Рыбчинский В. Городской конструктор. М.: Strelka Press, 2015. – С. 90.
2. Тадтаев Г. В «Единой России» предложили повернуть медведя на логотипе мордой к людям // РБК. 07.03.2018 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/politics/07/03/2018/5a9fa0ff9a79470dd14eb0a6> (дата обращения: 21.03.2019)

A large, stylized number '2' graphic in white and light gray, positioned on the left side of the page. It is composed of a thick white outline and a solid light gray fill, with a curved top and a flat bottom.

# ИСТОРИЧЕСКИЕ ПРАКТИКИ ВИЗУАЛИЗАЦИИ ПОЛИТИЧЕСКОГО

## **ГЛАВА 1**

---

Голод и визуализация государственности:  
продовольственные карточки Варшавы  
1915–1921 годов

## **ГЛАВА 2**

---

Пиджак в парламенте:  
от модерна к постмодерну

## **ГЛАВА 3**

---

Герои нашего времени: мемориальная  
политика в российской провинции (на примере  
Липецкой области)

## **ГЛАВА 4**

---

Визуализация государственной политики  
на спортивных знаках СССР

# ГОЛОД И ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОСТИ: ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЕ КАРТОЧКИ ВАРШАВЫ 1915–1921 ГОДОВ

ЧАСТЬ II.  
ИСТОРИЧЕСКИЕ ПРАКТИКИ  
ВИЗУАЛИЗАЦИИ ПОЛИТИЧЕСКОГО

ГЛАВА 1

## К СТОЛЕТИЮ ВОССТАНОВЛЕНИЯ НЕЗАВИСИМОСТИ ПОЛЬШИ

В данной главе рассматриваются вопросы визуализации польской государственности в период германской оккупации Царства Польского<sup>1</sup> (осень 1915-го – ноябрь 1918 года) и после восстановления польского государства – с момента введения карточной системы распределения продовольствия в октябре 1915-го до её отмены в июле 1921 года<sup>2</sup>.

К концу июля 1915 года большая часть территории Царства Польского была оккупирована австрийскими и германскими войсками. 4 августа 1915-го российские войска оставили Варшаву. На территории Поль-

ши, оккупированной Германией, 24 сентября 1915 года было учреждено Имперско-германское генерал-губернаторство Варшавское (нем. Kaiserlich-deutsche Generalgouvernement Warschau), возглавляемое Гансом фон Безелером (нем. Hans Hartwig Beseler), с местопребыванием в Варшаве. В условиях военного времени продовольственное снабжение Варшавы было нарушено. Уже в сентябре – начале октября в местных газетах стали появляться сообщения о голодных обмороках на улицах столицы. В связи с этим новая администрация организовала систему карточного снабжения населения

---

\* Глава подготовлена при поддержке гранта РФФИ № 18-011-00211 «Общественное согласие в России: механизмы идеологической и институциональной регуляции».

<sup>1</sup> Царство Польское было образовано на большей части Великого герцогства Варшавского после Венского конгресса 1815 года. Находилось в унии с Российской империей и занимало 10 центральных губерний по линии Варшава, Кельцы, Лодзь, Ломжа, Люблин, Калиш, Петроков, Плоцк, Радом, Седлец, Суwalkи. В быденном языке именовалось «конгрессовкой» или «конгрессовым королевством» (от слова «конгресс»). С 1867 года по инициативе императора Александра II полуофициально стало называться Привислинским краем. С 1874 года – административно-территориальная единица Российской империи – Варшавское генерал-губернаторство, формально остававшееся в составе Российской империи до 29 марта 1917 года – момента признания независимости Польши российским Временным правительством. В период германской оккупации Германской империей и Австро-Венгрией актом от 5 ноября 1916 года в пределах Царства Польского, но без определенных границ было образовано Королевство Польское (нем. Königreich Polen, польск. Królestwo Polskie). В нем действовала своя Конституция, принятая 12 сентября 1917 года. Была введена собственная валюта – польская марка. Государственное образование было признано только его учредителями. Оно управлялось регентским советом в составе трех регентов. Реальная власть принадлежала германскому генерал-губернатору. Вместе с тем оккупационными властями на подчиненных им территориях были предоставлены некоторые политические и социальные права и свободы. В частности, легитимация собраний общественности 3 мая каждого года; придание польскому языку государственного статуса, в том числе преподавание на польском языке в высшей школе; признание польской государственной символики; социальная поддержка всех слоев населения, в том числе через нормирование продовольствия. 6 октября 1918 года регентский совет объявил о создании независимого польского государства. 11 ноября 1918 года после капитуляции Германии регентский совет передал военную власть Ю. Пилсудскому, а через три дня – гражданскую власть, после чего был распущен.

<sup>2</sup> При подготовке справочных материалов по истории, наименованиям памятников архитектуры, биографическим сведениям в работе использована информация из «Википедии» – свободной энциклопедии.

мукой и хлебом. Согласно Полицейскому распоряжению от 3 октября 1915 года, подписанному имперским президентом полиции Эрнестом фон Глазенаппом (нем. Ernest v. Glasenapp), Гражданскому комитету города Варшавы (польск. Komitet Obywatelski Miasta Warszawy) поручалась создать Комиссию по распределению муки и хлеба (польск. Komisja Rozdziału Mąki i Chleba)<sup>3</sup>. Распределение организовывалось по 25 округам в границах обычных округов гражданской опеки, в каждом из которых создавалась своя штаб-квартира. В соответствии с Полицейским распоряжением от 9 октября были учреждены окружные бюро (польск. Biuro Okręgowe) для 26 округов и места их дислокации [Obwieszczenie... 1915]. К середине октября Комиссия по распределению муки и хлеба провела работу по учету нуждающихся жителей Варшавы для выдачи им карт на хлеб. По данным Комиссии, подготовленным на основании формуляров, заполненных домоуправлениями или домовладельцами, всего было принято на учет приблизительно 920 000 человек [Karty na chleb 1915, 2]. В 26 округах работало 270 пекарен и 433 магазина, реализующих муку, предоставляемую Комиссией по распределению муки и хлеба. Была организована работа 996 магазинов по продаже хлеба [Sprzedaż chleba i mąki 195 № 311, 2]. Кроме пекарен и магазинов, мука и хлеб распределялись Комиссией по 26 госпиталям, 20 лечебницам и гинекологиче-

скими заведениями, 21 санаторию, по домам здоровья и изоляторам, по 6 тюрьмам и арестантским при коммисариатах гражданской охраны, а также 56 отелям и 48 заведениям с меблированными комнатами, 3 домам для ночлега и одному гостевому дому [Sprzedaż chleba i mąki 1915 № 37, s. 2-3].

Был также установлен порядок выдачи каждому варшавянину хлебной карты (нем. Brot-karte, польск. Karta na chleb), по которому списки нуждающихся составлялись домовладельцами или управляющими домами, а затем эти списки передавались в окружные органы по распределению муки и хлеба. Аналогично поступали руководители санаториев и других вышеупомянутых организаций. После проверки списков заявителям выдавались хлебные карты для их распределения среди жителей города.

Порядок предусматривал определенную периодичность выдачи карт. Первоначально были установлены двухнедельные периоды распределения. Новые карты выдавались жителям города каждые две недели на протяжении 1–107 периодов с 18 октября 1915 по 10 ноября 1919 года, то есть четыре года, включая год после восстановления Польшей независимости. С 26 ноября 1919 по 5 июля 1920 года карточки выдавались на 28 дней, а с 1 августа 1920 по 1 июня 1921 года – на один месяц (См. Таблицу 1).

---

<sup>3</sup> Гражданский комитет города Варшавы, позже – Гражданский комитет столичного города Варшавы (польск. Komitet Obywatelski miasta stołecznego Warszawy), был создан еще российскими властями 3 августа 1914 года для помощи населению, прямо или косвенно пострадавшему от военных действий. С августа 1915 года занимался поддержанием общественного порядка и безопасности, уходом за общественными зданиями и опекой над заключенными, вопросами трудоустройства, образования, воспитания детей и молодежи, зачастую выполнял функции органа местного самоуправления. Председателем президиума Гражданского комитета был Здислав Любомирский (польск. Zdzisław Lubomirski). В структуре комитета работали отделы: общий (польск. spraw ogólnych), помощи населению (ротосы для ludności), финансово-хозяйственный (польск. finansowo-gospodarczy), просвещения (польск. oświecenią), судебный (польск. sądowy). В 1915 году в составе отделов работали секции, том числе топливная секция (польск. Sekcja Opałowa), секция дешевых кухонь (польск. Sekcja Tanich Kuchni), секция руководящих работ (польск. Sekcja Pracy Rękodzielniczej), секция одежды (польск. Sekcja Odzieży), секция бездомных евреев (польск. Sekcja Bezdomnych Żydów), секция продажи сахара (польск. Komisja sprzedaży cukru) и др. В рамках секций создавались комиссии для решения конкретных проблем, в частности Комиссия раздач (польск. Komisja Rozdawnictwa), комиссия опеки над детьми (польск. Komisja Opieki nad Dziećmi) и др. Комиссия по распределению муки и хлеба, позже – Комиссия по распределению муки и хлеба для столичного города Варшавы и предместий (польск. Komisja Rozdziału Mąki i Chleba dla Miasta Warszawy i Przedm.), была создана в составе продовольственной секции (польск. Sekcja żywnościowa), которая постоянно информировала жителей о ситуации с продовольствием, участвовала в работе по организации магазинов и др. Офис комиссии располагался по адресу: Warszawa, ul. Rymarska, 3. В январе 1916 года Гражданский комитет был реорганизован, а в мае ликвидирован. При реорганизации продовольственная секция была выведена из состава Комитета [Zmiany 1915, 3] и ей был придан статус самостоятельного учреждения при магистрате столичного города Варшавы. С апреля 1917 года распределением продовольствия в городе стал заниматься отдел снабжения (польск. Wydział Zaopatrywania), организованный при магистрате.

# ПЕРИОДЫ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ПРОДОВОЛЬСТВИЯ

№	продолжительность	№	продолжительность	№	продолжительность
1	18.10.1915 – 31.10.1915	23	21.08.1916 – 03.09.1916	45	25.06.1917 – 08.07.1917
2	01.11.1915 – 14.11.1915	24	04.09.1916 – 17.09.1916	46	09.07.1917 – 22.07.1917
3	15.11.1915 – 28.11.1915	25	18.09.1916 – 01.10.1916	47	23.07.1917 – 05.08.1917
4	29.11.1915 – 12.12.1915	26	02.10.1916 – 15.10.1916	48	06.08.1917 – 19.08.1917
5	13.12.1915 – 26.12.1915	27	16.10.1916 – 29.10.1916	49	20.08.1917 – 03.09.1917
6	27.12.1915 – 09.01.1916	28	30.10.1916 – 12.11.1916	50	03.09.1917 – 16.09.1917
7	10.01.1916 – 23.01.1916	29	13.11.1916 – 26.11.1916	51	17.09.1917 – 30.09.1917
8	24.01.1916 – 06.02.1916	30	27.11.1916 – 10.12.1916	52	01.10.1917 – 14.10.1917
9	07.02.1916 – 20.02.1916	31	11.12.1916 – 24.12.1916	53	15.10.1917 – 28.10.1917
10	21.02.1916 – 05.03.1916	32	25.12.1916 – 07.01.1917	54	29.10.1917 – 11.11.1917
11	06.03.1916 – 19.03.1916	33	08.01.1917 – 21.01.1917	55	12.11.1917 – 25.11.1917
12	20.03.1916 – 02.04.1916	34	22.01.1917 – 04.02.1917	56	26.11.1917 – 09.12.1917
13	03.04.1916 – 16.04.1916	35	05.02.1917 – 18.02.1917	57	10.12.1917 – 23.12.1917
14	17.04.1916 – 30.04.1916	36	19.02.1917 – 04.03.1917	58	24.12.1917 – 06.01.1918
15	01.05.1916 – 14.05.1916	37	05.03.1917 – 18.03.1917	59	06.01.1917 – 20.01.1918
16	15.05.1916 – 28.05.1916	38	19.03.1917 – 01.04.1917	60	21.01.1917 – 03.02.1918
17	29.05.1916 – 11.06.1916	39	02.04.1917 – 15.04.1917	61	04.02.1918 – 17.02.1918
18	12.06.1916 – 25.06.1916	40	16.04.1916 – 29.04.1917	62	18.02.1918 – 03.03.1918
19	26.06.1916 – 09.07.1916	41	30.04.1917 – 12.05.1917	63	04.03.1918 – 17.03.1918
20	10.07.1916 – 23.07.1916	42	13.05.1917 – 26.05.1917	64	18.03.1918 – 31.03.1918
21	24.07.1916 – 06.08.1916	43	27.05.1917 – 10.06.1917	65	01.04.1918 – 14.04.1918
22	07.08.1916 – 20.08.1916	44	11.06.1917 – 24.06.1917	66	15.04.1918 – 28.04.1918

# В ВАРШАВЕ В 1915–1921 ГОДЫ

ТАБЛИЦА 1

№	продолжительность	№	продолжительность	№	продолжительность
67	29.04.1918 – 12.05.1918	89	03.03.1919 – 16.03.1919	111	16.02.1920 – 14.03.1920
68	13.05.1918 – 26.05.1918	90	17.03.1919 – 30.03.1919	112	15.03.1920 – 11.04.1920
69	27.05.1918 – 08.06.1918	91	31.03.1919 – 13.04.1919	113	12.04.1920 – 09.05.1920
70	09.06.1918 – 23.06.1918	92	14.04.1919 – 27.04.1919	114	10.05.1920 – 06.06.1920
71	24.06.1918 – 07.07.1918	93	28.04.1919 – 11.04.1919	115	07.06.1920 – 04.07.1920
72	08.07.1918 – 21.07.1918	94	12.05.1919 – 25.05.1919	116	05.07.1920 – 01.08.1920
73	22.07.1918 – 04.08.1918	95	26.05.1919 – 08.06.1919	117	01.08.1920 – 31.08.1920
74	05.08.1919 – 18.08.1918	96	09.06.1919 – 22.06.1919	118	01.09.1920 – 30.09.1920
75	19.08.1919 – 01.09.1918	97	23.06.1919 – 06.07.1919	119	01.10.1920 – 31.10.1920
76	02.09.1919 – 15.09.1918	98	07.07.1919 – 20.07.1919	120	01.11.1920 – 30.11.1920
77	16.09.1919 – 29.09.1918	99	21.07.1919 – 03.08.1919	121	01.12.1920 – 31.12.1920
78	30.09.1919 – 13.10.1918	100	04.08.1919 – 17.08.1919	122	01.01.1921 – 31.01.1921
79	14.10.1919 – 27.10.1918	101	18.08.1919 – 31.08.1919	123	01.02.1921 – 28.02.1921
80	28.10.1919 – 10.11.1918	102	01.09.1919 – 14.09.1919	124	01.03.1921 – 31.03.1921
81	11.11.1919 – 24.11.1918	103	15.09.1919 – 28.09.1919	125	01.04.1921 – 30.04.1921
82	25.11.1919 – 08.12.1918	104	29.09.1919 – 12.10.1919	126	01.05.1921 – 31.05.1921
83	09.12.1919 – 22.12.1918	105	13.10.1919 – 26.10.1919	127	01.06.1921 – 30.06.1921
84	23.12.1919 – 05.01.1918	106	27.10.1919 – 09.11.1919		
85	06.01.1920 – 19.01.1919	107	10.11.1919 – 23.11.1919		
86	20.01.1919 – 02.02.1919	108	24.11.1919 – 21.12.1919		
87	03.02.1919 – 16.02.1919	109	22.12.1919 – 18.01.1920		
88	17.02.1919 – 02.03.1919	110	19.01.1920 – 15.02.1920		

Установленный оккупационными властями порядок с некоторыми изменениями сохранялся всё военное время, а так как он оказался достаточно рациональным, то его сохранили и после восстановления государственного суверенитета Польши в ноябре 1918 года.

В течение почти всего времени действия карточной системы распределения продовольствия в Варшаве происходили перебои с продовольственным снабжением, а также с обеспечением населения топливом, промышленными товарами первой необходимости. На 1915–1919 годы приходится самое голодное время. Периодически население находилось на грани выживания. Варшавские газеты сообщали о хронических длинных очередях в магазины, получивших среди горожан название «хвосты» (польск. *Ogonki*). Иногда очереди растягивались на сотни метров. Люди дежурили в них начиная с ночи, но, выстояв до утра, зачастую уходили ни с чем. В магазинах можно было приобрести по регулируемым твердым ценам черный хлеб, состоявший из ржаной муки, картофеля и других примесей. Хлеб через несколько часов после его изготовления затвердевал. Употребление этого продукта в пищу зачастую приводило к отравлениям. Нормы отпуска хлеба в критические для города дни говорят сами за себя. В 1915 году они составляли 205 граммов на человека в сутки, с мая по август 1916 года нормы опускались до 145 граммов в сутки, затем снова поднимались до 205 граммов, но с мая по август 1917 года снижались до 175 граммов. Наиболее критическая ситуация сложилась в период с марта по сентябрь 1918 года. В марте каждому обычному горожанину предоставлялась возможность приобрести 117 граммов хлеба в сутки, а лицам тяжелого физического труда – 130 граммов. Затем нормы были увеличены до 145 граммов в сутки, но периодически они вновь понижались. В сентябре 1918 года, на 75-й период распределения, отмечены самые низкие нормы отпуска хлеба – 75 граммов на обычного горожанина (102 грамма для работников тяжелого физического тру-

да) с правом покупки 60 граммов муки. В январе – феврале 1919 года нормы были повышены до 235 граммов на человека, но затем снова стали снижаться до 175 граммов в марте – сентябре и достигли 130 граммов в ноябре – декабре. С начала 1920 года ситуация с продовольственным снабжением стала улучшаться. В период 1915–1919 годов время от времени продажа хлеба прекращалась вообще из-за периодических забастовок работников пекарен либо ввиду отсутствия подвоза муки по разрушенным железным дорогам. При наличии муки жителям взамен хлеба выдавалась мука.

Продажа других продуктов по регулируемым ценам тоже была ограничена. Горожанин мог приобрести по карточке 3-4 килограмма картофеля на 2 недели. Но иногда картофель на складах просто отсутствовал. При этом купить картофель в сельской местности можно было только по специальному разрешению. Вокруг Варшавы были установлены наблюдательные посты.

Сахар, смалец, растительное масло также распределялись по карточкам. В частности, нормы отпуска сахара варьировали в пределах 15–30 граммов на человека в день. При наличии запасов других продуктов (крупы, мяса, фасоли, соли, суррогатного кофе и др.) их можно было приобрести по запасным талонам на продуктовых картах<sup>4</sup>.

Что касается непосредственно предмета нашего исследования, важно отметить, что поскольку организация работы по распределению муки и хлеба возлагалась на Гражданский комитет, то общественности Варшавы была предоставлена определенная свобода выбора при изготовлении хлебных карт, в том числе свобода выбора типографии, исполняющей заказ по печатанию тиража карт, и свобода при дизайнерском выполнении заказа. Учитывая, что в то время карточная система распределения продовольствия постепенно вводилась во все воюющих странах, издание такого рода продукции становилось обыденным и довольно рутинным делом. Соответственно, художественному оформлению одно-

---

<sup>4</sup> В данном разделе работы сведения приведены по материалам коллекционных экземпляров продуктовых карточек и варшавских газет, в которых сообщалось о фактических нормах отпуска товаров, часто не совпадающих с объявленными на картах: *Kurjer Warszawski*, *Głos Stołecy: dziennik polityczny popołudniowy*, *Gazeta Poranna 2 Grosze* и др.

разовых распределительных карточек не придавалось особого значения. Как правило, они представляли собой серые невзрачные листы бумаги с обозначением распределяемого продукта, периода и нормы его потребления. Иначе обстояло дело в Варшаве. Гражданский комитет уже на первых карточках (1–3 периоды)<sup>5</sup> стал размещать символы польской культуры, истории и государственности. В частности, в первый период граждане получили карты с изображением Варшавской сиренки (польск. *Warszawska Syrenka*) – запрещенного в Российской империи символа города Варшавы. Более того, на картах появились, наряду с надписями на немецком, надписи на польском языке, выведенном ранее из языка официального делопроизводства. Эти три выпуска хлебных карт были отпечатаны в типографии, предприятии литографическом и по производству сумок Мечислава Качиньского (польск. *Drukarnia, zakład litograficzny i wytwórnia toreb Mieczysława Kaczyńskiego i Wacława Cywińskiego*)<sup>6</sup> без особых художественных изысков. Однако начиная с четвертого периода распределения и до отмены карточной системы в июле 1921 года карты обретают эстетическую привлекательность. Они печатаются в многоцветном (двух-, трехцветном) изображении, в основном в графическом предприятии Болеслава Виртца<sup>7</sup>. Незначительная часть карт (на 17-й, 19-й, 21-й и др. периоды распределения) тоже в хорошем художественном исполнении была отпечатана в графических предприятиях «Б. Вербицкий и Компания»<sup>8</sup>. Авторы графических изображений на сегодняшний день установить достаточно проблематично. Нами

доподлинно установлены создатели только некоторых гравюр. Так, изображения на картах, выпущенных на периоды распределения 13, 16, 18, 22, 23, 24, 25, 26 и др., выполнены известным польским художником Ф. Белявским (польск. *F. Bielawski*).

С выпуском первых хлебных карт начинается реализация грандиозного проекта визуализации польской государственности в условиях голода. Разработчики дизайна хлебных карт, ведая или не ведая того, невзирая на бедствия с продовольственным снабжением и последовавшую затем разруху, воплотили в жизнь проект, способствовавший возрождению национального самосознания поляков и чувства их идентичности.

Можно предположить, что разработчики дизайна карт совместно с общественными деятелями из Гражданского комитета города Варшавы исходили из простых предположений. Они рассматривали каждую карточку в качестве небольшого политического плаката, который гарантированно будет «прочитан» каждым его получателем. Контингент таких получателей был весьма широк, чем обуславливались количественные возможности визуализации польской государственности. Кроме того, каждая карта содержала в своем поле, кроме корешка, определенный набор отрезных талонов, каждый из которых также мог рассматриваться в качестве микроплаката – марки.

Основным контингентом получателей хлебных карт было всё население Варшавы. В военные годы оно постоянно менялось: то увеличивалось до 930 000 человек в ноябре 1915 года [*Sprzedaż... 1915*, nr 325, 2],

---

<sup>5</sup> В круглых скобках здесь и далее указаны периоды распределения продовольствия.

<sup>6</sup> Располагалась в здании по адресу: *Warszawa, ul. Mokotowska 25*.

<sup>7</sup> Графическое предприятие Болеслава Виртца (польск. *Zakład Graficzny Bolesław Wirtz*) – полиграфическая фабрика, выпускавшая банкноты, политические плакаты и др. печатную продукцию. Располагалась по адресу: *Warszawa, ul. Długa 20*. Основатель предприятия Болеслав Вирц умер в июне 1906 года. Во время Второй Речи Посполитой предприятию было доверено отпечатать банкноты номиналом 1000 польских марок выпуска 17 мая 1919 года, а также номиналом 20 польских марок того же выпуска [Филипов 2014]. Полиграфическая фабрика печатала продовольственные карты способом цветной литографии.

<sup>8</sup> Графические предприятия «Б. Вербицкий и Компания» (польск. *Zakłady Graficzne B. Wierzbicki i Spółka*) – частное заведение графических искусств в Варшаве по адресу: *Warszawa, Ul. Chmielana 61*. На предприятии имелись подразделения: художественная типография, отдел литографии, офсетный отдел. Предприятие использовало технологии фотопечати, фотохимии, цинкографии. Для брошюрования применялись биндеры. После 1918 года предприятия занимали ведущее место в польском печатном деле, производя богато иллюстрированные издания, книги, разноцветные художественные альбомы, ноты, репродукции и рекламные изделия.

то опускалось до 815 000 в апреле 1916-го [Ludność 1916, nr 107, 7]. Тем не менее оно оставалось стабильно большим и приближалось к 1 млн человек. Так, в апреле 1916 года к Варшаве были присоединены 11 предместий, в которых проживало в общей сложности 109 645 человек [Gawryszewski 2009, 60]. Каждому жителю Варшавы полагались карточки, у которых по мере нарастания продовольственного, топливного и других кризисов появлялись разновидности. Это картофельная карта (нем. Kartoffeln karte) и разрешение на покупку картофеля (нем. Kartoffelbezugsanweisung; польск. Zezwolenie na zakup ziemniaków), выдававшиеся всему населению в течение 1–11, 34, 36, 37 периодов. Это и топливная карта (польск. karta opałowa). Она выдавалась каждому квартиросъемщику или собственнику жилья с 1917 по 1922 год на специально установленные периоды. Карта на каждый период имела по 5 разновидностей, в зависимости от нормы отпускаемого по ней топлива (как правило, угля). Массовое распространение получили и карты на продовольственные и промышленные товары, отпускаемые при их наличии в уполномоченных магазинах (крупы, фасоль, повидло, кофе, соль, папиросы, спички и т. п.). Такие дополнительные карты, продовольственные удостоверения (польск. Legitymacji żywnościowe) выдавались с 18-го по 45-й период по одной карте на два периода. Все продовольственные карты имели от 10 до 20 талонов, топливные карты – до 25 талонов. Масштабы использования купонов продовольственных удостоверений были впечатляющими. Так, в 21-м периоде распределения жители Варшавы воспользовались «легитимациями» в значительном количестве. Особенно были востребованы крупа и сахар. Было использовано 640 065 купонов на крупу и 639 000 купонов на сахар. В Варшаве и предместьях купоны удостоверений использовали порядка 740 000 человек, т. е. около 75 процентов от общей численности населения столицы [Legitymacje 1916, 5].

Значимым контингентом было иудейское и караимское население, являющееся частью варшавского общества. Примерно 30 процентов жителей Варшавы составляли иудеи и близкие им караимы. До войны в 1912 году доля еврейского населения была 36,28 % от общей численности населения города, или 297 992 чел.

[Ludność 1923, IV]. В январе 1916 года, по данным Комиссии по распределению муки и хлеба, доля евреев, включая караимов, составляла 37,6 %, или 317 809 человек. В 1916 году в присоединенных к Варшаве предместьях проживало 14 233 еврея [Gawryszewski 2009, 60]. Таким образом, численность еврейского населения увеличилась примерно до 340 000 человек. Этот показатель оставался стабильным все годы существования карточной системы. Так, в 1920 году евреи составляли 38,40 % от общей численности населения города без предместий, или 314 489 человек [Ludność 1923, IV]. Особенность данного контингента получателей продовольствия состояла в том, что этому населению выдавались карты на мацу на дни празднования еврейской Пасхи (Рисунок 1).

Небольшая часть населения – приблизительно 4000 человек – являлись лицами тяжелого физического труда. После обращения Объединения промышленников Королевства Польского (Towarzystwo przemysłowców Królestwa Polskiego) от 30 сентября 1917 года к германскому руководству этим лицам стали еженедельно выдаваться дополнительные порции крупы по 1 фунту (410 г) на человека [O żywność 1917, 1]. В апреле 1918 года еще при германской администрации была введена дополнительная карта (польск. Kartka żywnościowa dodatkowa) для этих работников на хлеб и сахар. Карта выдавалась по декабрь 1919 года с 68-го по 108-й период. Она содержала по два талона.

Для лиц, командированных в Варшаву, больных, проходящих стационарное лечение, госпитализированных на скорой помощи детей, арестантов была предусмотрена выдача так называемой дневной карты (польск. Dzienna karta na chleb). Эти карты выдавались начиная с введения карточной системы в октябре 1915 года до января 1919-го [Karty żywnościowe 1922, 14]. По данным Комиссии по распределению муки и хлеба, только в 3-м периоде распределения были выданы 9804 дневные карты [Z komisji 2015, 2].

Особое внимание следует обратить и на феномен фальсификации (подделки) продовольственных карт. В исследуемом контексте это, пожалуй, редкий случай, когда фальсификация легитимных документов внесла свою лепту в дело национального возрождения. Вско-



Рис. 1. Продуктовая карта для иудеев с талоном на мацу (таса) на 64-й период распределения. Размер – 85 × 125 мм

ре после введения карточной системы полиция стала сообщать об участвовавших фактах производства и сбыта фальшивых хлебных карт. Они печатались подпольно в разных литографических мастерских. Тиражи этих карт были значительны. В частности, в одном из сообщений полиции в январе 1916 года извещалось об изъятии 1000 фунтов (410 кг) карт, предназначенных для передачи нелегальным торговцам для последующей реализации на черном рынке.

У подельников задержанных было изъято 36 пудов (576 кг) таких карт [O karty 2016, nr 170, 6]. Случаи массовой подделки карт зафиксированы и в последующие годы, несмотря на использование мер защиты карт (водяных знаков и др.) [см., в частности, Ekha 1918, nr 84, 4]. Даже в 90-м периоде сообщалось о крупных аферах с картами и их купонами на американскую белую муку, смалец и другие продукты [Fatszywe 1919, nr 92, 6].

Выпуск польских распределительных карт завершается так называемой квотной картой (польск. Karta kontyngensowa) (Рисунок 2), назначение которой пока не установлено. Предположительно она предназначалась для всех получателей варшавских карт, но не ясно, какие товары по ней можно было приобрести. Карта включала 75 отрезных талонов с изображением всех польских королей, а также гербов королевских династий, княжеских родов, дворянских (шляхетских) родов, выдающихся поляков, ряда земель и городов. Она выпущена в 1921 году отделом снабжения Варшавского магистрата. Художник – Ф. Белявский (F. Bielawski). Размеры карты (ш/в): 238 × 234 мм. В левом верхнем углу карты помещен корешок в узорчатой рамке. На корешке надпись заглавными буквами в две строки: MAGISTRAT M. ST. WARSZAWY (Магистрат столичного города Варшавы), ниже надпись заглавными буквами в две строки: WYDZIAŁ ZAOPATRYWANIA (Отдел снабжения). Ниже под узорчатыми линиями надпись заглавными крупными буквами: KARTA KONTYNGENSOWA. Под надписью дата – 1921 R. (1921 год). В правом нижнем углу мелкими буквами надпись: ZAKŁ. GRAF. BOLESŁAW WIRTZ. WARSZAWA (Графическая фабрика Болеслава Вирца, Варшава). Слева от надписей на корешке в овальном венке помещен

портрет первого президента Варшавы в составе независимой Польши Петра Држевецкого (польск. Piotr Drzewiecki). Справа – в овальном венке – герб Варшавы (Варшавская сиренка). Оба венка увенчаны золотыми башенными коронами с тремя башнями. На каждом купоне под изображением крупными цифрами обозначен номер купона. Карта выпущена в двух разновидностях: с поясняющими надписями под купонами и без них.

Приведенные выше факты и цифры, характеризующие численный и этноконфессиональный состав населения Варшавы, а также описанный порядок распределения продовольственных карт позволяют заключить, что в течение периода, очерченного октябрём 1915 – июнем 1920 года, в Варшаве было отпечатано, по самым скромным оценкам, порядка 150 млн продовольственных карт. Учитывая, что на каждой из обычных карт помещалось в среднем по 10–20 отрезных талонов, можно предположить, что количество этих талонов превышало 2 млрд.

Рассмотрим основные направления реализации предполагаемого проекта визуализации польской государственности на основе анализа выпущенных карт. Все направления визуализации можно подразделить на следующие группы.



Рис. 2. Квотная карта (Karta Kontyngensowa), 1921 год



Рис. 3. Хлебная карта на 24-й период распределения. Размер – 106 × 173 мм

## ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ИСТОРИЧЕСКИХ СИМВОЛОВ ГОСУДАРСТВЕННОСТИ

Начиная с 7-го периода распределения на множестве продовольственных карт Варшавы помещается главная фигура польского герба – коронованный белый орел с головой, повернутой вправо (с точки зрения наблюдателя, стоящего за гербовым щитом) – в сторону древка знамени (Рисунок 3). Встречаются и разновидности белого орла. Так, на карте, выпущенной на 30-й период, голова орла повернута налево. Такие случаи известны в истории польской геральдики и вексиллологии. Один из них имел место при Владиславе III Варненчике (польск. Władysław III Warneńczyk). Он был обусловлен необходимостью подчеркнуть особое уважение к литов-

скому гербу «Погоня», помещенному с польским гербом на четверчастном щите [Gurek 1989]. Вероятно, что поворот головы белого орла на карте на 30-й период распределения связан с этим случаем. Ведь на противоположной стороне карты справа изображен герб «Погоня».

Начиная с 33-го периода распределения на картах встречается малый герб Речи Посполитой – объединенный герб Королевства Польского и Великого княжества Литовского на четверчастном щите, в 1-й и 4-й частях которого изображен польский белый орел, а во 2-й и 3-й – литовская «Погоня».

## ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ПОЛЬСКОЙ ГЕРАЛЬДИКИ

На продовольственных картах встречаются гербы различных земель. Они представлены, в частности, на квотной карте 1921 года (H – польск. herb – герб)<sup>9</sup>:

1. H LITWY (герб Литвы);
2. H ZMUDZ (Herb [Ziem] Zmudzkiej, герб земли Жмудской);
3. H PODOLS (Herb [Ziem] Podolskiej, герб земли Подольской);
4. H POMORIA (герб Поморья);
5. H Z SANDOMIERSKIEJ (Herb Ziemi Sandomierskiej, герб земли Сандомирской);
6. H Z DOBRZYŃSKEJ (Herb Ziemi Dobrzyńskiej, герб земли Добржинской);
7. H Z WIELUŃSKEJ (Herb Ziemi Wielunskiej, герб земли Виелунской);

Изображение земельных гербов на талонах карт выполняло важную функцию собирания польских земель. При отсутствии определенных государственных границ художники моделировали состав польского государства. Так, герб земли Добржинской, де-факто включенной в состав польского государства в 1918 году, изображен на хлебном талоне карты, выпущенной на 68-й период распределения (1916 год). Этим приемом в сознании граждан также закреплялось новое восприятие территории страны уже после включения в её состав ранее утраченных земель. В частности, на карте 83-го периода (1919 год) помещен герб Подлясья, официально вошедшего в состав Польши в 1918 году. На карте 101-го периода распределения (1919 год) помещено изображение герба Львова, вошедшего в состав Польши в 1918 году. Прослеживается и стремление к объединению земель, некогда входивших в состав Речи Посполитой. Так, на карте 101-го периода в составе четверочастного щита изображен герб Киева. Примером визуализации единства польских земель является также помещенное на карте 82-го периода изображение герба Гданьска – города, не входившего в то время в состав Польши.

<sup>9</sup> Здесь и далее при обращении к квотной карте 1921 года сохранена нумерация талонов так, как она представлена на самой карте.

## ЗЕМЕЛЬНЫЕ ГЕРБЫ, ГЕРБЫ ГОРОДОВ, РОДОВЫЕ ГЕРБЫ ШЛЯХТЫ

На картах впервые начинают официально печататься и городские гербы. В Российской империи использование польских гербов городов было запрещено. На городских печатях изображался герб империи. В частности, он был изображен на печати магистрата города Варшавы. Оттиски с изображением сиренки тем не менее сохранялись на отдельных бланках магистрата [Marcinkowski 1916, 27]. В период германско-австрийской оккупации местные власти стали использовать старый герб города, который после обретения независимости в 1918 году стал официальным. Варшавская сиренка фигурирует на множестве продовольственных и топливных карт (Рисунок 4).

Рис. 4. Картофельная карта на 3-й период распределения.  
Размер – 110 × 145 мм



Среди гербов других городов наиболее часто печатается герб старой польской столицы – Кракова (периоды распределения: 44, 53, 59, 82 и др.). Приведем также полный перечень городских гербов, изображенных на квотной карте 1921 года:

- 8. H WILNO (герб Вильно);
- 9. H PLOCKA (герб Плоцка);
- 10. H LUBLINA (герб Люблина);
- 20. H KALISZA (герб Калиша);
- 30. H POZNANIA (герб Познани);
- 40. H KRAKOWA (герб Кракова);
- 50. H WARSZAWY (герб Варшавы);
- 60. H POLSKY (польский герб).

С 70-го периода распределения на картах всё чаще встречаются изображения гербов княжеских и королевских династий, а также родовых шляхетских гербов. В частности, карта на этот период содержит изображение родового герба Батория, карта на 111-й период – изображение гербов Собеских, Лещинских и др. (Рисунок 5).

На квотной карте 1921 года изображен целый ряд княжеских, королевских, дворянских гербов:

- 75. HERB PIASTÓW (герб Пястов);
- 74. H. JAGELLONÓW (герб Ягеллонов);
- 73. H. BATOREGO (герб Батория);
- 72. H. KORYBUT (герб Корибут);
- 71. H. SASOW (герб Сасов);
- 66. H. ZYGMUNTOWSKY (герб Сигизмунда [Зигмунта III Вазы]);
- 61. H. JADWIGI (герб Ядвиги);
- 51. H. WALEZEGO (герб Генриха Валуа)
- 41. H. WAZA (Герб [рода] Ваза).
- 31. H. SOBIESKEGO (герб Собеского);
- 21. H. LESZCYNscy (герб Лещинских);
- 11. H. PONIATOWSKEGO (герб Понятовского).

Множество карт украшено элементами геральдики, в частности польским барочным щитом (щит формы растянутой кожи, получивший наибольшее распространение в XVI–XVII веках).



Рис. 5. Продовольственная карта на 111-й период распределения. Размер – 110 × 140 мм

## ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ВОИНСКОЙ ДОБЛЕСТИ

Ряд продовольственных карт изобилует изображениями рыцарских доспехов и средневекового оружия (мечи, колчаны со стрелами и др.), символизируя связь польского государства со средневековьем (к примеру, карты на распределительные периоды 66, 70, 105) (Рисунок 6).

На хлебной карте, выпущенной на 21-й период распределения, встречается редкое изображение боевой косы (польск. *kosa wojowa*). Это древковое оружие пехоты, которое представляло собой древко или шест с насаженной на него хозяйственной косой, шинковочным ножом или специально изготовленным двулезвийным клинком, чаще дугообразной формы. В Польше боевые косы применялись холопами в период Речи Посполитой во время «шведского потопа» 1655–1660 годов, а также во время восстания Тадеуша Костюшко (1794 год), в период восстания 29 ноября 1830 – 21 октября 1831 года, великопольского восстания 1848 года, а также январского восстания 1863–1864 годов [Коса].

Некоторые продовольственные карты украшены изо-

бражениями знамен и флагов. Так, на карте 10-го распределительного периода размещено изображение знамени-прапора с двумя косицами, украшенное белым коронованным орлом. Это изображение является разновидностью боевого знамени – хоругви – войскового атрибута, символизирующего посредством белого коронованного орла боевое единство польского государства [Акунов]. Встречаются и иные изображения знамен и флагов.

Появляются первые изображения (натуральные и стилизованные) и такого символа воинской доблести, как орден *Virtuti Militari*, – самого почитаемого в Польше ордена, вручаемого за выдающиеся боевые заслуги. В частности, орден изображен на груди Юзефа Понятовского, чей портрет помещен на талонах карты, выпущенной на 26-й период распределения, а также на талоне на хлеб 114-го периода распределения.

Встречаются и иные символы воинской доблести, к примеру миниатюры с фигурами шляхтичей с кривой саблей (85-й период и др.).



Рис. 6. Продуктовая карта на 66-й период распределения. Размер – 83 × 125 мм

# ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ГАРМОНИИ И ИСТОРИЧЕСКОЙ ПАМЯТИ В АРХИТЕКТУРНЫХ ОБРАЗАХ ВАРШАВЫ

На первоначальном этапе выпуска распределительных хлебных карт (периоды 4–29) и картофельных карт (периоды 4–10) на них были помещены привлекательные изображения памятников архитектуры Варшавы. Среди них:

## ДВОРЦЫ

- Казимировский дворец (польск. Pałac Kazimierzowski) (7-й период распределения – карта на картофель)<sup>10</sup>;
- Дворец министра финансов в Варшаве (польск. Pałac Ministra Skarbu w Warszawie / Pałac Ministrów Skarbu / Pałac Ksawerego Druckiego-Lubeckiego) (10);
- Дворец Сташица (польск. Pałac Staszica, Dom Staszica) (16);
- Лазенковский дворец (также Дворец в Лазенках, Дворец на воде, Дворец на острове) (польск. pałac Łazienkowski; Pałac w Łazienkach; pałac Na Wodzie; Pałac Na Wyspie) (17);
- Вилянувский дворец (польск. Pałac w Wilanowie) (24);
- Дворец «Под бляхой» (польск. Pałac Pod Błachą) (26);
- Дворец Яблоновских в Варшаве (польск. Pałac Jabłonowskich w Warszawie) (28).

## ЗДАНИЯ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ, ОРГАНИЗАЦИЙ КУЛЬТУРЫ И ДР.

- Главное здание Варшавского политехнического университета (польск. Gmach Główny Politechniki Warszawskiej) (5);
- Здание библиотеки Варшавского университета (польск. Budynok biblioteki Uniwersytetu Warszawskiego) (9);
- Здание публичной библиотеки в Варшаве (польск. Gmach Biblioteki Publicznej w Warszawie) (23);

- Дом под королями (польск. Dom pod Królami) (21);
- Здание Товарищества поощрения изящных искусств «Захента» (польск. Gmach Towarzystwa Zachęty Sztuk Pięknych "Zachęta") (22);
- Здание Польского банка и биржи (польск. Gmach Banku Polskiego i Giełdy) (25);
- Здание окружного суда в Варшаве (польск. budynek sądu Okręgowego w Warszawie) (19);
- Ратуша в Варшаве (польск. Ratusz w Warszawie) (7).

## КОСТЕЛЫ И ДРУГИЕ КУЛЬТОВЫЕ ПАМЯТНИКИ АРХИТЕКТУРЫ

- Собор Святого Иоанна Крестителя в Варшаве (польск. Bazylika archikatedralna św. Jana Chrzciciela w Warszawie) (6);
- Костел Святого Александра в Варшаве (польск. Kościół św. Aleksandra w Warszawie) (8);
- Костел Святого Креста (польск. Kościół Świętego Krzyża) (12);
- Костел Успения Божией Матери и Святого Иосифа (костел босых кармелитов, костел кармелитов, семинарский костел) (польск. Kościół Wniebowzięcia Najświętszej Maryi Panny i św. Józefa Oblubieńca, Kościół karmelitów bosych, kościół pokarmelicki, kościół seminaryjny) (13);
- Костел Посещения Пресвятой Девы Марии (польск. Kościół Nawiedzenia Najświętszej Maryi Panny) (14);
- Кафедральная базилика св. архангела Михаила и св. Флориана в Варшаве (польск. Bazylika katedralna św. Michała Archanioła i św. Floriana Męczennika, zwyczajowo katedra św. Floriana w Warszawie / Parafia katedralna św. Floriana i św. Michała Archanioła w Warszawie) (15);
- Костел святых апостолов Петра и Павла (польск. Kościół pw św. Apostołów Piotra i Pawła) (18);
- Костел святой Анны в Варшаве (польск. Kościół Św. Anny w Warszawie) (29).

<sup>10</sup> В скобках указан номер периода распределения.

Каждый из перечисленных архитектурных памятников имеет большое символическое значение для поляков. В частности, собор Святого Иоанна Крестителя к 1915 году был известен как место коронации и захоронения мазовецких князей и важнейших событий в истории страны. В 1705 году в соборе состоялась коронация короля польского и великого князя литовского Станислава Лещинского, 25 ноября 1764-го – последнего короля Речи Посполитой Станислава Августа Понятовского. Собор являлся местом захоронения варшавских епископов и других иерархов римско-католической церкви. После восстановления суверенитета собор стал наряду с Вавелем польским пантеоном. Пространство перед собором являлось местом народных собраний и манифестаций (Рисунок 7).

Другой архитектурный памятник – Дом под королями (дом с барельефами польских королей на фасаде) – был известен как одна из первых национальных библиотек в мире. Библиотека имела один из крупнейших в Европе фондов рукописей и печатных изданий...

Примечательно, что авторы гравюр, на которых были изображены памятники архитектуры, тонко владели техникой визуализации. Об этом свидетельствует, в частности, изображение Дворца Сташица. Дворец Сташица – здание в классическом стиле, расположенное в Северном Средместье Варшавы при Королевском тракте на стыке Краковского предместья и улицы Новый Свят (Рисунок 8). Оно было построено в стиле классицизма в 1820–1823 годах по инициативе Станислава Сташица – известного польского государственного и общественного деятеля, идеолога Просвещения, философа, ученого и публициста, католического священника и мецената. В 1892–1893 годах здание было перестроено в русском стиле, в нем была устроена домовая церковь святой Татьяны. В классическом стиле здание было восстановлено только в середине 1920-х годов. На хлебной же карточке на 16-й период распределения, выпущенной в мае 1916 года, художник Ф. Белявский изобразил это здание в нетронутом классическом стиле (Рисунок 9).



Рис. 7. Хлебная карта на 6-й период распределения с изображением собора Святого Иоанна Крестителя. Размер 106 × 177 мм



Рис. 8. Дворец  
Стащица  
в 1916 году.  
Фото из от-  
крытой печати  
[Drogownictwo...]



Рис. 9. Изображение  
Дворца Стащица на  
карте на хлеб и муку  
в 1916 году. Хлебная  
карта на 16-й период  
распределения.  
Размер –  
108 × 170 мм

# ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ПАНТЕОНА ВЫДАЮЩИХСЯ ДЕЯТЕЛЕЙ



Рис. 10. Картофельная карта на 6-й период распределения с изображением колонны Сигизмунда III Вазы. Размер – 18 × 175 мм



Рис. 11. Продуктовая карта на 33-й период распределения. Размер – 130 × 108 мм



Рис. 12. Продуктовая карта на 83-й период распределения. Размер – 84 × 128 мм



Рис. 13. Хлебная карта на 26-й период распределения. Размер – 105 × 173 мм

Уже в 1915 году на варшавских продовольственных картах начинают появляться изображения выдающихся польских государственных и общественных деятелей, установленных ими памятников. На хлебной карте 2-го периода распределения помещены очертания колонны Сигизмунда III Вазы (польск. Kolumna Zygmunta III Wazy, Kolumna Zygmuntowska) – столпа в честь короля Сигизмунда III в старом городе на дворцовой площади (Рисунок 10).

На карте 3-го периода распределения изображен памятник великому польскому поэту Адаму Мицкевичу. Карта 5-го периода украшена изображением памятника Яну Собескому – польскому полководцу и королю. В 1916 году на карте 11-го периода изображается известный монумент Николаю Копернику. Начиная с 16-го периода распределения на картах появляются миниатюрные портреты выдающихся поляков, в данном случае речь идет о Станиславе Сташице – государственном и общественном деятеле, просветителе. По мере накопления изображений памятников и портретов ко второй половине 1921 года был визуализирован своего рода воображаемый пантеон великих поляков (Рисунки 11–13). В этот пантеон были включены<sup>11</sup>:

### КНЯЗЬЯ И КОРОЛИ

Самое внушительное собрание портретных изображений польских князей и королей представлено на квотной карте 1921 года:

70. DĄBRÓWKA (Дубравка; умерла в 977 году)<sup>12</sup>; (См. также 124);

69. MIESZKO I (Мешко I; ок. 935–992); (См. также 124);

68. BOLESŁAW CHROBRY (Болеслав Храбрый; прибол. 967–1025); (См. также 117, 124);

### ПОЛЬСКИЕ КОРОЛИ, ШЛЯХТИЧИ, ДЕЯТЕЛИ НАУКИ И КУЛЬТУРЫ

67. MIESZKO II (Мешко II; 990–1134);

65. KAZIMIERRZ I (Казимир I; 1016–1058);

64. BOL ŚMIAŁY (Болеслав Смелый; ок. 1042–1081);

63. WŁADYSŁAW I (Владислав I; 1043–1102);

62. BOL KRZYWOUSTY (Болеслав Кривоустый; 1086–1138); (См. также 117, 124);

59. WŁADYSŁAW II (Владислав II; 1105–1159);

58. BOLESŁAW KĘDZ (Болеслав Кудрявый; 1120/21–1173);

57. MIESZKO III STARY (Мешко III Старый; 1126/27–1202);

56. KAZIMIERZ II SPRAW (Казимир II Справедливый; 1138–1194);

55. WŁADYSŁAW LASKONOGY (Владислав Тонконогий; 1165–1231);

54. LESZEK BIAŁY (Лешек Белый; 1184–1227);

53. HENRYK BRODATY (Генрих I Бородатый; 1163–1238);

52. LESZEK CZARNY (Лешек Чёрный; ок. 1241–1288);

49. HENRYK PROBUS (Генрих IV Пробус; ок. 1258–1290);

48. PRZEMYSŁAW (Пшемислав II; 1257–1296);

47. WŁAD ŁOKOTEK (Владислав Локетек; ок. 1261–1333); (См. также 124);

46. KAZIMIERZ WIELKI (Казимир Великий; 1310–1370); (См. также 124);

45. LUDWIK WĘGIERSKI (Людвик Венгерский; 1326–1382);

<sup>11</sup> Приводимый ниже список не полон, т. к. изображения требуют дополнительного изучения.

<sup>12</sup> Княгиня польская, жена первого исторически достоверного польского князя Мешко I. Королевский титул в истории польской государственности был введен в 1025 году, когда был коронован Болеслав Храбрый.

44. JADWIGA (Ядвіга; 1373–1399); (См. также: 111, 113, 124);
43. JAGIEŁŁO (Яга́йло; 1350–1360-е – 1434); (См. также 117, 124);
42. WŁADYSŁAW WARNEŃCZYK (Владислав Варненьчик; 1424–1444);
39. KAZ JAGIELLOŃCZYK (Казимир Ягеллончик; 1427–1492);
38. JAN OLBRACHT (Ян Ольбрахт; 1459–1501);
37. ALEKSANDER (Алекса́ндр [Ягеллончик]; 1461–1506);
36. ZYGMUNT I STARY (Сигизмунд I Stáрый; 1467–1548); (См. также 124);
35. ZYGMUNT II (Сигизмунд II; 1520–1572); (См. также 111, 117, 124);
34. HENRYK WALEZY (Ге́нрих Валу́а; 1551–1589);
33. STEFAN BATORY (Стефан Баторий; 1533–1586); (См. также 111, 117, 124);
32. ZYGMUNT III WAZA (Сигизмунд III Ваза; 1566–1632); (См. также 1, 113, 123; 6 – на картоф.);
29. WŁADYSŁAW IV (Влади́слав IV; 1595–1648); (См. также 124);
28. JAN KAZIMIERZ (Ян Казимир; 1609–1672); (См. также 33, 124);
27. MICHAIL WIŚNIOWIECKI (Миха́йл Кори́бут Вишневе́цкий; 1640–1673);
26. JAN SOBIESKI (Ян III Собе́ский; 1629–1696); (См. также 4, 111, 113, 123, 124);
25. AUGUST II (Август II; 1670–1733);
24. ST LESZCZYŃSKI (Станислав Лещинский; 1677–1766); (См. также 111);
23. AUGUST III (Август III; 1696–1763);
22. ST AUG PONIATOWSKI (Станислав Август Понято́вский; 1732–1798). (См. также 117, 126).

## УЧЕНЫЕ

Николай Коперник (польск. Mikołaj Kopernik; 1473–1543) – польский астроном, математик, механик (11, 113, 115, 123);

См. также: С. Сташиц.

## ПОЭТЫ

Ада́м Мицке́вич (польск. Adam Bernard Mickiewicz; 1798–1855) – польский поэт, политический публицист, деятель польского национального движения (3, 113, 115, 123; 4 – на картоф.; 16-КК);

Зигмунд Краси́нский (польск. Napoleon Stanisław Adam Feliks Zygmunt Krasiński; 1812–1859) – граф, польский поэт и драматург, величайший польский поэт эпохи романтизма (115).

## ФИЛОСОФЫ

Кароль Либельт (польск. Karol Libelt; 1807–1875) – польский философ, писатель и общественный деятель (116).

## МУЗЫКАНТЫ, КОМПОЗИТОРЫ

Игна́ций Падеревский (польск. Ignacy Jan Paderewski; 1860–1941) – польский пианист, композитор, государственный и общественный деятель, в 1919 году – премьер-министр Польши (83);

Фридері́к Шопе́н (польск. Fryderyk Franciszek Chopin, также польск. Szopen; 1810–1849) – великий польский композитор и пианист (115).

## ХУДОЖНИКИ

Ян Ало́йзий Мате́йко (польск. Jan Alojzy Matejko; 1838–1893) – польский живописец, автор батальных и исторических полотен;

Ян Пиварский (польск. Jan Feliks Piwarski, 1794–1859) – польский художник и график, один из первых польских литографов (115).

## ВРАЧИ

Титус Халубинский (польск. Tytus Chałubiński, 1820–1888) – польский врач, общественный деятель, краевед (115).

## ПОЛИТИЧЕСКИЕ И ОБЩЕСТВЕННЫЕ ДЕЯТЕЛИ

Гуго Коллонтай (польск. Hugo Kołłątaj; 1750–1812) – общественно-политический деятель польского Просвещения (116, 126);

Иоахим Лелёвель (польск. Joachim Lelewel, 1786–1861) – польский историк, общественный и политический деятель (116, 126);

Станислав Сташиц (польск. Stanisław Staszic, 1755–1826) – польский государственный и общественный деятель, идеолог Просвещения, политический писатель и публицист, философ, ученый (геолог и географ), переводчик, писатель, меценат, католический священник (16, 116).

## ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ДЕЯТЕЛИ

Станислав Малаховский (1736–1809) – польский политический деятель, маршал сейма, один из составителей Конституции 3 мая 1791 года (126);

Адам Ёжи Чарторыйский (польск. Adam Jerzy Czartoryski; 1770–1861) – князь, русский и польский государственный и политический деятель, глава княжеского рода Чарторыйских (126);

Юзеф Пилсудский (польск. Józef Klemens Piłsudski; 1867–1935) – польский военный, государственный и политический деятель, первый глава возрожденного Польского государства, основатель польской армии; маршал Польши (83, 114);

Петр Джевицкий (польск. Piotr Drzewiecki; 1865–1943) – президент Варшавы с 7 октября 1917 по 28 ноября 1921 года.

## ВОЕНАЧАЛЬНИКИ

Кароль Отто Княжевич (польск. Karol Otto Kniaziewicz, 1762–1842) – польский и французский военачальник, дивизионный генерал, участник Наполеоновских войн (116);

Тадеуш Костюшко (польск. Andrzej Tadeusz Bonawentura Kościuszko; 1746–1992) – военный инженер, национальный герой Польши, США, Беларуси, Литвы, руководитель восстания 1794 года, генерал-лейтенант армии Речи Посполитой и др. (21, 116; 19 на КК);

Юзеф (Иосиф) Дверницкий (польск. Józef Dwernicki; 1779–1857) – польский генерал, участник Наполеоновских войн и Польского восстания 1830–1831 годов (116);

Юзеф Понятовский (польск. Józef Antoni Poniatowski; 1763–1813) – князь, польский генерал, маршал Франции (26, 114; 17-КК);

Ян Гёнрик Домбровский (польск. Jan Henryk Dąbrowski; 2 августа 1755 года, Першув – 6 июня 1818 года, Винна-Гура) – дивизионный генерал наполеоновской Великой армии (116; 18-КК).

## ДРУГИЕ

Владислав II Ягеллон (польск. Władysław II Jagiellończyk; 1456–1516) – король Чехии и король Венгрии (33).

На кватной карте 1921 года выдающиеся поляки, кроме князей и королей, представлены в следующем составе:

19. TAD KOŚCIUSZKO (Tadeusz Kościuszko);

18. H DĄBROWSKI (Jan Henryk Dąbrowski, Ян Гёнрик Домбровский);

17. JÓZEF PONIATOWSKI (Юзеф Понятовский);

16. ADAM MICKIEWICZ (Адам Мицкевич);

15. JAN MATEJKO (Ян Матейко);

14. J BEM (Józef Bem) – Юзеф Бем (польск. Józef Zachariasz Bem, 1794–1850) – польский полководец; генерал, фельдмаршал турецкой армии, главнокомандующий войск венгерской революции 1848 г.;

13. J DWEZNICKI – Юзеф Дверницкий (польск. Józef Dwernicki; 1779–1857) – польский генерал, участник Наполеоновских войн и Польского восстания 1830–1831 годов;

12. J SOWINSKI – Юзеф Совинский (1777–1831) – польский военный деятель, генерал, участник Польского восстания 1830–1831 годов.

# ВИЗУАЛИЗАЦИЯ КРЕСТЬЯНСКОГО БЫТА, ПЛОДОРОДИЯ, ИЗОБИЛИЯ И БЛАГОПОЛУЧИЯ

Реализуемый варшавской общественностью проект визуализации польской государственности был бы неполон без конструирования мира изобилия и благополучия. Поэтому варшавские продовольственные карты не выглядят унылыми бумажками. Напротив, их просмотр вселяет уверенность и оптимизм. Если не владеть информацией о фактически катастрофическом положении Варшавы в 1915–1919 годах, то можно считать, что перед нами документы вполне благополучной эпохи.

Варшавские продовольственные карты буквально насыщены символами крестьянского труда и идущего от него достатка (Рисунки 14–16). На картах встречаются изображения босых, но хорошо одетых крестьян (22), что символизирует их близость к земле. Нередки изображения граблей, деревянных вил с двумя зубьями, сумок в поле с сытным обедом (22 и др.). Многочисленные карты украшены снопами льна и пшеницы, колосьями злаков, подсолнечниками – символами плодородия, солнечного света и процветания (18 и др.).



Рис. 14. Хлебная карта на 23-й период распределения. Размер – 105 × 174 мм



Рис. 15. Продуктовая карта на 98-й период распределения. Размер – 70 × 130 мм



Рис. 16. Продуктовая карта на 100-й период распределения. Размер – 70 × 135 мм

Вселяют оптимизм и большие головки сахара (40 и мн. др.), крендели (36, 54 и др.), креманки с мороженым (36 и др.), разбухшие от зерна и муки мешки (30 и др.), фрукты и гроздь винограда (45 и др.).

Символы благополучия находят продолжение и в изображении крестьян в добротных фетровых шляпах, шерстяных жакетах, жилетах и штанах (22 и др.). Эти изображения иногда сопровождает другой известный символ – бог Меркурий (Гермес) в крылатом шлеме и с кадуцеем в правой руке (Рисунок 17). К атрибутам Меркурия относится также денежный мешочек (25 и др.).

Не обходится и без рога изобилия – символа благополучия, достатка и богатства, неиссякаемого источника благ (29 и др.). Позитивное настроение

создают и графические миниатюры с идущими по волнам кораблями, груженными зерном...

Размышляя о варшавских продуктовых карточках периода 1915–1921 годов, невольно приходишь к выводу о необычайной силе гражданского коллектива и его мобилизационных возможностях. В условиях жесточайшего голода и разрухи авторы проекта визуализации польской государственности, по сути, конструировали мир, который в то время был воплощением их желаний, но лишь в мечтах, опредмеченных в визуальном мире грез. Нынешнее поколение варшавян должно быть благодарно своим соотечественникам, не только достойно выдержавшим годы испытаний, но и побудившим последующие поколения к воплощению их в действительности скромных желаний.



Рис. 17. Хлебная карта на 25-й период распределения. Размер – 105 × 174 мм

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Акунов В. Хоругви польско-литовской армии при Танненберге // Проза.ру [Электронный ресурс]. URL: <http://www.proza.ru/2015/05/25/1271> (дата обращения: 23.03.2019).
2. Коса (оружие) [Электронный ресурс]. URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Коса\\_\(оружие\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Коса_(оружие)); Kosa bojowa [Электронный ресурс]. URL: [https://pl.wikipedia.org/wiki/Kosa\\_bojowa](https://pl.wikipedia.org/wiki/Kosa_bojowa) (дата обращения: 23.03.2019).
3. Филипов К., Кулик Б. 2014. Выпуск бумажных денег в типографиях Второй Речи Посполитой // Банкаўскі веснік. САКАВІК. – С. 50–51.
4. Drogownictwo polskie [Электронный ресурс]. URL: <http://drogi-mosty.pl/pl/история/современный/> (дата обращения: 23.03.2019).
5. Ekha wykrycia fałszerzy kart // Gazeta Poranna 2 Grosze. R. 7, 1918, 27 marca, nr 84, s. 4.
6. Gawryszewski Andrzej. Ludność Warszawy w XX wieku. Warszawa, 2009. 416 p.
7. Gurek, Krzysztof J. Bandera dla Marinarki Polskiej projektu Bogumła Nowotnego. Artykuł opublikowany w miesięczniku "Morze" № 8. Sierpień. 1989 z pewnymi skrótami [Электронный ресурс]. URL: <http://docplayer.pl/4522770-Bandera-dla-marynarki-polskiej-projektu-bogumila-nowotnego.html> (дата обращения: 30.03.2019).
8. Fałszywe karty chlebowe // Kurjer Warszawski: wydanie wieczorne. R. 99, 1919, 2 kwietnia, nr 92, s. 6.
9. Karty na chleb // Kurjer Warszawski. R. 95, 1915, nr 281, 11 października, s. 2.
10. Legitymacje żywnościowe // Kurjer Warszawski. R. 96, 1916, 27 sierpnia, nr 237, s. 5.
11. Karty żywnościowe wydawane ludności m. st. Warszawy podczas Wielkiej Wojny Europejskiej. Warszawa, 1922. 19 s.
12. Ludność Warszawy w latach 1918–1920 // Rocznik statystyczny m. st. Warszawy 1918–1920. Warszawa, 1923. S. I–IV. S. IV.
13. Ludność Warszawy w przededniu wyborów // Kurjer Warszawski. R. 96, 1916, 16 kwietnia, nr 107, s. 7.
14. Marcinkowski, Ludomir. Godło miasta stołecznego Warszawy: notatka historyczna. Warszawa: Zakłady Graficzne B. Wierzbicki i S-ka, 1916. 30 s.
15. O karty na chleb // Kurjer Warszawski: wydanie wieczorne. R. 96, 1916, 21 czerwca, nr 170, s. 6.
16. O żywność dla robotników // Kurjer Warszawski: wydanie poranne. R. 97, 1917, 18 października, nr 288, s. 1.
17. Obwieszczenie. Rozporządzenie policyjne dotyczące zaopatrzenia ludności w mąkę i chleb. Warszawa, d. 3 października 1915 r. // Kurjer Warszawski : dodatek poranny. R. 95, 1915, nr 283, s. 1-2.
18. Sprzedaż chleba i mąki // Kurjer Warszawski: dodatek poranny. R. 95, 1915, nr 307, s. 2-3.
19. Sprzedaż chleba i mąki // Kurjer Warszawski. R. 95, 1915, nr 311, s. 2.
20. Sprzedaż mąki // Kurjer Warszawski: dodatek poranny. R. 95, 1915, nr 325, 24 listopada, s. 2.
21. Z komisji Rozdziału Mąki i Chleba // Kurjer Warszawski: dodatek poranny. R. 95, 1915, nr 325, 24 listopada, s. 2.
22. Zmiany w komitecie obywatelskim // Kurjer Warszawski. R. 95, 1915, 28 grudnia, nr 357, s. 3.

# ПИДЖАК В ПАРЛАМЕНТЕ: ОТ МОДЕРНА К ПОСТМОДЕРНУ

ЧАСТЬ II.  
ИСТОРИЧЕСКИЕ ПРАКТИКИ  
ВИЗУАЛИЗАЦИИ ПОЛИТИЧЕСКОГО

ГЛАВА 2

В проекте «Ответы@mail.ru» поисковой системы компании Mail.Ru лучшими вариантами ответов на вопрос: «Чё, все политики в пиджаках ходят? Идиотски смотрится, никакого стиля, все как штампованные» – были признаны: «На то они и политики», «Положение обязывает» и «Потому что костюм (пиджак и брюки) – это формальный деловой стиль, иного не придумали».

И действительно, в XX в., начиная с межвоенного времени, пиджак, отличаясь своей всеобщностью – и географической, и социальной, и гендерной, и политической, – выступает основой делового стиля. Вместе с тем его вхождение в политику не обошлось без скандалов.

Наиболее яркий инцидент подобного рода произошел 3 августа 1892 г., когда Дж. Кейр Харди в свой первый парламентский день явился в Палату общин в выходной одежде шотландских рабочих – твидовом пиджачном костюме, фланелевой рубашке и кепке, бросая тем самым вызов «парламентской униформе сюртука, цилиндра и накрахмаленного воротничка» [Lowe, 64]. Либеральная и консервативная пресса атаковала Харди за его стремление быть отличным от других членов парламента и низменный вкус [Holman, 66, 67]. Между тем выбор шотландским социалистом своего парламентского костюма был осознанным, указывавшим на то, что он представляет в Палате общин именно рабочий класс (Рисунок 1).

Скандалом обернулась и политическая примерка пиджака в позднеимперской России. Кадеты-перводумцы решили прийти 27 апреля 1906 г. на императорский прием и первое общее собрание Государственной Думы в одежде попроще, а не во фраках. Это должно было, с одной стороны, подчеркнуть независимость рождавшегося парламента от самодержавия, с другой – указать

на близость ведущей парламентской партии к народу. И эта демонстрация не прошла незамеченной, она запомнилась надолго, особенно серый поношенный пиджак князя Г. Е. Львова (Рисунок 2).

О восприятии демократичности наряда многих перводумцев на императорском приеме в Зимнем дворце в качестве определенного знака свидетельствуют оценки, содержащиеся во многих воспоминаниях современников: «нарочито неряшливый вид»; «демонстративно одетые в затрапезные платья»; «как будто нарочно, демонстративно»; «едва ли такая одежда была без цели», «умышленно будничные костюмы депутатов».



Рис. 1. Дж. Кейр Харди на заседании в Палате общин, 3 августа 1892 г.

Рубеж XIX–XX столетий – время, когда всё еще неформатный для официальных мероприятий пиджачный костюм врывается в политику, бросая вызов её аристократическому основанию, демонстрируя приобретение ею выраженного социального, вместе с тем публичного характера. В этой связи вряд ли будет преувеличением полагать то, что Дж. Кейр Харди в своем пиджачном костюме олицетворял окончательное наступление эпохи modernity в политике.



Рис. 2. Князь Г. Е. Львов на императорском приеме, 27 апреля 1906 г.

Столетие спустя пиджак, вернее, теперь уже его отсутствие, вновь стал причиной дресс-кодовых скандалов в отечественном парламенте. На заседании Государственной Думы 14 сентября 2012 г. во время обсуждения вопроса «О досрочном прекращении полномочий депутата Г. В. Гудкова» В. В. Жириновский среди претензий к фракции «Справедливая Россия» озвучил и такую: «Посмотрите, как одет Пономарев, так в коровник не пускают в Западной Европе: рваные джинсы и грязный свитер, и что, фракция не может на него воздействовать?» [Хроника заседания...]

На думском заседании 28 сентября 2012 г. при обсуждении проекта постановления «О нарушении депутатом Государственной Думы И. В. Пономаревым правил депутатской этики», помимо возмущения по поводу произнесенной им фразы о «жуликах и ворах», обезличенно обращенной к коллегам-депутатам, вновь были озвучены претензии к его внешнему виду. В частности, либерал-демократ, член комиссии по этике С. В. Иванов заявил: «Илья Владимирович, может быть, вы себя и считаете Стивом Джобсом, который ходил в джинсах и свитере, но Госдума – это не компания Apple. Прошу



Рис. 3. Депутат Государственной Думы И. В. Пономарев на думском заседании, 28 сентября 2012 г.

вас, примите правильный вид, ходите в нормальной одежде, здесь у нас нет ни одного человека без галстука и пиджака, а вы ходите в неподобающем виде, хотя регламент у нас прописывает, что мы должны соблюдать деловой вид» [Стенограмма обсуждения...] (Рисунок 3).

Между тем статья 54 Регламента Государственной Думы, на которую ссылался С. В. Иванов, содержит весьма лаконичную формулировку относительно внешнего вида парламентариев: «Во время работы в Государственной Думе депутаты должны носить деловую одежду, соответствующую официальному характеру деятельности Государственной Думы». Справедливости ради следует отметить, что не один Пономарев нарушал положение регламента, особенно в летний период, так что дело было далеко не во внешнем виде депутата.

На заседании думской комиссии по этике 14 ноября 2012 г. Пономарева опять-таки обвиняли в том, что он одевается неподобающим образом, ходит в джинсах. На это последний заявил, что одевается так, как его избиратели: «Но я ведь не в шортах и шлепанцах в Госдуму прихожу. Это нормальный деловой вид – так ходят многие депутаты». В. А. Пехтин, тогдашний глава комиссии, констатировав взаимосвязь подобного образа справедливоросса с его внутренним состоянием, «полным беспорядком в мыслях», заявил о том, что ни в одном парламенте мира народные избранники себе такого не позволяют, и предположил, что в Регламент Государственной Думы могут быть внесены соответствующие изменения. Последнего, правда, не случилось, но в отношении Пономарева по предложению думской комиссии была применена статья 45 регламента, и за нарушение депутатской этики он был лишен права выступления на заседаниях палаты в течение месяца [Голубева; Епифанова].

По всей видимости, глава думской комиссии явно не предполагал масштаба проблемы – начало XXI в. ознаменовалось дресс-кодowymi скандалами во многих парламентах мира. На постсоветском пространстве внешний вид депутатов чаще всего обсуждался в парламенте Киргизии. В сентябре 2011 г. с инициативой разработки специального постановления по данному поводу выступила член Комитета по регламенту

Жогорку Кенеша и этике государственных служащих К. Талиева, полагавшая, что парламент является «зеркалом общества в глазах гостей, поэтому депутаты и сотрудники аппарата должны подавать пример во всем, чтобы не подвергать сомнению имидж страны. Подобающий внешний вид играет немаловажную роль в доверии к парламенту в целом, показывает уважение к партнерам и гостям. <...> Все депутаты должны соответствовать своему статусу и надевать одежду в сдержанных тонах и одеваться по протоколу» [Болотбек кызы].

Однако проект подобного документа был разработан только к концу июня следующего года, но уже по инициативе депутата от фракции «Ар-Намыс» Т. Бакир-улу, встревоженного тем, что девушки в коротких юбках, сотрудницы аппарата и журналистки, отвлекали депутатов от работы. «Положение об одежде, соответствующей официальному характеру деятельности Жогорку Кенеша», было принято профильным комитетом 26 июня 2012 г. Согласно документу, женщинам и мужчинам – депутатам, сотрудникам аппарата или посетителям – надлежало появляться в здании парламента в одежде строго делового стиля [Клевцова].

В действие Положение было введено 4 ноября 2015 г., в день начала работы нового созыва киргизского парламента, и первыми его жертвами стали журналисты, не допущенные охраной в здание Жогорку Кенеша вследствие того, что были одеты «неподобающим образом». Пул парламентских журналистов угрожал бойкотом заседаний, а депутат от оппозиции Д. Бекешев призвал отказаться от жестких требований к внешнему виду посетителей парламента [Короткова]. Требования к одежде журналистов были смягчены, но не по отношению к другим категориям посетителей парламента, что подвигло социал-демократа Д. Бекешева в октябре 2017 г. вновь выступить против жесткой позиции сотрудников Государственного комитета национальной безопасности и за отмену дресс-кода для всех посетителей: «Им не нравится то цвет брюк, то рубашка у кого-то не белая. А если человек малоимущий? Почему ГКНБ решает, что надевать? Эту практику следует отменить» [Депутат предлагает отменить...]. Впрочем, нарушают дресс-код, посещая парламент, и министры, что дает оппозиции основания для предъ-

явления дополнительных претензий правительству. Так, на заседании 31 мая 2016 г. социал-демократ Р. Момбеков обратил внимание председательствующего на внешний вид присутствовавших на собрании представителей исполнительной власти: «Посмотрите, в чем сидят члены правительства. Кто в шапке, кто в рубашке. Я предлагаю призвать членов правительства к соблюдению правил. Мы запрещаем журналистам одеваться ярко, требуем соблюдать дресс-код, а члены правительства сидят в таком виде» [Кыргызские депутаты возмутились...].

Впрочем, в современных условиях дресс-кодовые коллизии не являются уделом только молодых парламентов, достаточно регулярно они стали происходить в институтах с давно устоявшимися традициями. Так, после того, как члены парламентской группы «Альянс против жесткой экономии – Люди важнее прибыли» (Anti-Austerity Alliance – People Before Profit) явились на заседание Палаты представителей (Доил Эрен) парламента Ирландии в октябре 2016 г. в свитерах с надписью «Отме-

нить», протестуя тем самым против восьмой поправки к конституции республики, запретившей аборт, комитетом по процедуре был подготовлен 45-страничный доклад, посвященный стандартам одежды депутатов в 40 парламентах, в 24-х из которых действуют специальные правила в этом отношении [Bardon S. Dress code...; Bardon S. Dáil dress code...].

Символично-информационное содержание современных парламентских скандалов, связанных с нарушением дресс-кода, посредством которых их инициаторы выражают свою позицию через определенный зрительный образ, может быть дифференцировано.

Политическая демонстрация. 10 июля 2013 г. в итальянском парламенте депутаты нижней палаты парламента Италии от партии Five Star сняли пиджаки в знак несогласия с принятым решением, протестуя против действий фракции партии Popolo della Libertà, имевших целью обжалование постановления Верховного суда в отношении налоговых злоупотреблений С. Берлускони [Protests in Italian Parliament...].

## ГЕНДЕРНАЯ КОЛЛИЗИЯ

Женщины-парламентарии, доля которых в депутатском корпусе практически всех государств резко возросла в последние десятилетия, чаще, чем их коллеги мужчины, нарушают требования дресс-кода, вероятно, в силу меньшего вестиментарного конформизма. При этом в большинстве случаев инициаторами наказания женщин-парламентариев за нарушение дресс-кода, в целом за ужесточение данных правил выступают их коллеги-мужчины. Так, в декабре 2010 г. Т. Дохерти, впервые ставший членом британского парламента, обратил внимание на то, что ряд депутатов, преимущественно женщины, позволяют себе приходить в зал заседаний Палаты общин в джинсах [Griffiths].

В начале июня 2011 г. новозеландской лейбористке К. Курран, появившейся на парламентской трибуне в регбийке, спикер отказал в праве выступления и предложил переодеться, что депутату, правда, не без пререканий, пришлось сделать [Vance, Charman] (Рисунок 4). Данный скандал приобрел сугубо гендерное наполнение вследствие публичных выступлений К. Лукас, одно-



Рис. 4. К. Курран на парламентской трибуне, 2011 г.

го из лидеров «зеленых» в новозеландском парламенте, обвинившей руководство парламента в сексизме, так как аналогичные нарушения дресс-кода со стороны депутатов-мужчин ранее подобным санкциям не подвергались [Kerr].

В сентябре 2016 г. депутат Л. Паскье пришла на заседание Совета кантонов – верхней палаты Федерального собрания Швейцарской Конфедерации – в платье без рукавов. Председатель палаты Р. Конт через секретаря сделал ей замечание, а также попросил «внеести коррективы» в наряд. Социалистка, известная борница прав женщин, проигнорировала данное предложение, заявив позднее журналистам о том, что в «зале стояла летняя жара, а мое платье не было неприличным, нескромным или вызывающим», и что, если бы её попросили покинуть зал заседания, она отказалась бы это сделать, так она выбрана народом: «Никто не может заставить меня покинуть помещение из-за подобной истории». Правда, на следующее заседание Паскье явилась в платье с закрытыми плечами, но всё же без жакета, как того требует регламент [Бабаева] (Рисунок 5).

В начале декабря 2016 г. охрана не допустила в здание израильского парламента 15 сотрудниц в коротких юбках. Случившееся спровоцировало «юбочный протест» – демонстрацию, устроенную помощницами депутатов от левой партии «Еш-Атид» перед входом в Кнессет. Однако 9 марта 2017 г. были опубликованы новые



Рис. 5. Депутат Л. Паскье на заседании Совета кантонов, 2016 г.

правила, разработанные под руководством генерального директора Кнессета А. Сахаровича. Правила содержат достаточно жесткие рекомендации, распространяющиеся и на депутатов. Мужчины должны одеваться в классическом стиле: пиджачный костюм темно-серого, черного или коричневого цветов, цвет пояса на брюках должен соответствовать цвету обуви; рубашка с длинными рукавами, все пуговицы которой застегнуты; галстук, подходящий по цвету к другим предметам гардероба, закрытая обувь. Женщинам рекомендуется надевать блузки, кофты, жакеты, желательны однотонные, которые следует застегивать на все пуговицы, при этом подол юбки и платья не должен быть выше 5 см от колен, из обуви возможны только туфли [Йак; Товбин; Разработан дресс-код...]. Обращает на себя внимание то, что такие жесткие правила введены в 20-м созыве Кнессета, состав которого отличается рекордной долей женщин в депутатском корпусе – 33 из 120.

## ОТРИЦАНИЕ ВЕСТЕРНИЗИРОВАННОЙ ОДЕЖНОЙ ТРАДИЦИИ

Данная позиция характерна для представительных институтов, функционирующих в полиэтничных сообществах, особенно в африканских странах. При этом она обосновывается или потребностью в последовательном проведении политики мультикультурализма (так, депутат Национальной ассамблеи Южно-Африканской Республики от оппозиционного «Демократического альянса» Н. Мадзоне заявила в мае 2016 г.: «Дресс-код в мультикультурной стране с конституцией, обеспечивающей право на самовыражение, был бы неуместен» [Makipana]), или, напротив, ориентацией на национальные традиции (в июне 2016 г. депутат Национальной ассамблеи Республики Малави М. Навича предложила разрешить являться парламентариям на заседания палаты в национальной одежде, полагая, что это будет способствовать не только поддержке национального производителя, но и укреплению афроцентристской духовности и идентичности [Gunde]).



Рис. 6. Журналист Ф. Рюффен на заседании Национального собрания, 2017 г.

## ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ПРЕДМЕТА ПАРЛАМЕНТСКОГО ВЫСТУПЛЕНИЯ

В декабре 2017 г. депутат от оппозиционной левой партии «Непокоренная Франция», известный журналист Ф. Рюффен явился на заседание Национального собрания в свитере. Оказавшись на трибуне, он снял свитер и остался в зеленой футболке любительского футбольного клуба «Окур Олимпик» из небольшого поселка Окур-сьюр-Сомм на севере Франции. Речь депутата была посвящена законопроекту, по которому предлагалось ввести в стране пятипроцентный налог на трансферы в профессиональном футболе и направить полученные средства на развитие любительского футбола. Клубная футболка, по его мнению, должна была придать выступлению «большую наглядность». По инициативе спикера Ф. де Рюжи Рюффен был оштрафован на 1378 евро, что составляет четверть месячной депутатской зарплаты, а бюро палаты запретило парламентариям использовать элементы гардероба как дополнительное средство изложения тех или иных взглядов или позиций, дабы не превращать заседания в «костюмированный театр с переодеванием» [Прокофьев] (Рисунок 6).

## ЛИЧНЫЙ СТИЛЬ, КОМФОРТ

Джон Бонер в бытность свою спикером Палаты представителей Конгресса США неоднократно (январь 2012 г., февраль 2013 г., март 2014 г., февраль 2015 г.) обращал внимание на «неряшливый вид» части американских законодателей, позволявших себе приходить на заседания в джинсах, свитерах и бейсболках, повторяя при этом фразу, ставшую в его устах едва ли не ритуальной, а потому и вызывавшую дружный смех в зале заседаний: «Парламентарии должны быть одеты в деловую одежду во время всех заседаний Палаты представителей, каким бы коротким ни было их выступление. Вы знаете, кто вы». Чаще всего правила дресс-кода нарушаются во время первого заседания недели, после возвращения конгрессменов из своих округов [Джон Бонер призвал конгрессменов...; Berlinger; John Boehner Scolds House Members...].

Вольности во внешнем виде многих членов однопалатного парламента Греции привели в январе 2013 г. к тому, что комиссия по этике при поддержке спикера Э. Меймаракиса инициировала принятие решения, со-

гласно которому депутатам запрещалось приходить на заседания в джинсах, майках, шортах и свитерах [Dress code for deputies...]. Впервые дисциплинарные санкции за нарушение данного постановления были применены в мае 2013 г. Депутат от партии «Независимые греки» Р. Макри, попытавшаяся выступить с трибуны в футболке с рисунком и обтягивающей зеленой юбке, была лишена слова [Футболка депутата...] (Рисунок 7).



Рис. 7. Р. Макри, депутат от партии «Независимые греки», 2013 г.



Рис. 8. Депутат Ангус Макнейл на заседании в британском парламенте, 2017 г.

## УСТУПКА СОВРЕМЕННОСТИ

28–29 июня 2017 г. после нескольких жарких дней в британском парламенте началась вестиментарная революция. Первоначально либеральному демократу Т. Брейку, в costume которого отсутствовал галстук, спикер Палаты общин Дж. Беркоу позволил задать вопрос. Комментируя случившееся, парламентарий пошутил в «Твиттере»: «Кто говорит, что Брекзит доминирует в политической повестке? Моя попытка задать [вопрос], будучи без галстука, пробудила традиционалистов ото сна. Революция!» На следующий день депутату от Шотландской национальной партии А. Макнейлу, явившемуся в зал заседаний также без галстука, спикер позволил участвовать в дебатах (Рисунок 8). В ответ на поднявшийся шум Беркоу, приверженец строгого делового стиля, неожиданно заявил депутатам: «Считаю ли я обязательным, чтобы член парламента носил галстук? Нет» [Kennedy; Mance].

Происшедшее в Вестминстере подвигло известного эксперта мужской моды С. Чилверса опубликовать в The Guardian статью с выразительным названием «Снять галстук – это только начало. Теперь депутаты должны повесить свои костюмы», указав на то, что в последнее десятилетие возможность для классического костюма – этого «столпа гардероба политика» – выжить регулярно подвергается сомнению [Chilvers] (Как тут не вспомнить бывшего английского премьер-министра Т. Блэра, заявившего в 2001 г. о деспотизме современной моды, из-за которой «мужчины должны все время носить традиционные костюмы» [Тони Блэр встретил...]). Аналогичный процесс происходит в Национальной ассамблее Франции. Так, на открытие осенней сессии 2016 г. многие члены партии «Непокоренная Франция» явились без галстуков, и это дало повод их лидеру Ж.-Л. Меланшону заявить с пафосом: «Ранее у нас были санкюлоты, теперь у нас есть санкраваты (Sans Cravates)» [Kennedy].

Участившиеся дресс-кодовые скандалы в различных парламентах мира – явление, свидетельствующее о явном переходе количества в качество и символически отражающее ценностный конфликт в политической сфере на стыке двух эпох – modernity и постмодерна. Если ис-

ходить из этого, то намечающееся изменение стандарта одежды для политиков – уступка не современности, а уже постсовременности. По мнению американской исследовательницы истории костюма Э. Холландер, постоянство мужского классического костюма соответствует именно принципам модерности, а его «тактичная и цельная красота» оскорбляет «постмодернистское восприятие, глаза и умы, настроенные на турбулентный и рваный ритм конца XX века. "Миллениалы" склонны к дезинтеграции, как политической, так и стилистической, однако мужской костюм нельзя привязать к постмодерну, мультикультурализму или какой-либо конфессии». При этом она допускает то, что «когда-нибудь, возможно, депутаты в парламенте будут выглядеть точно так же, как сейчас выглядят посетители музея, кафе или дискотеки, только одежда их будет тщательно отглаженной, неброской и в светлых тонах» [Холландер 7, 151].



Рис. 9. Courtesy Bermuda Tourism Authority, 2015

Политики, уверовавшие в постмодернистское «модно всё», эклектично сочетают джинсы с галстуком, пиджак с кроссовками, пиджак с бермудами (Рисунок 9). Заскучав не только от консервативного дресс-кода, но и от «великих повествований» («метанарративов» по Ж.-Ф. Лиотару), рационального выбора, внятных политических стратегий модерна, они вслед за известным американским литературоведом и приверженцем научного антифундаментализма С. Фишером полагают, что «бессмысленно заботиться о том, чтобы быть правым, главное – быть интересным» [Цит. по: Панарин, 202]. При этом кодовое “highly likely” оказывается, по существу, ключом для расшифровки логики, этики и эстетики постсовременной политики.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Бабаева Л. Дресс-код для швейцарских женщин-парламентариев [Электронный ресурс]. URL: <http://nashagazeta.ch/node/22226> (дата обращения: 20.04.2018).
2. Болотбек кызы Г. Депутат предлагает ввести в Жогорку Кенеше dress code [Электронный ресурс]. URL: <http://kyrtag.kg/popular-news/detail.php?ID=78901> (дата обращения: 20.04.2018).
3. Голубева Е. Кому в Госдуме дресс-код не писан [Электронный ресурс]. URL: [http://www.trud.ru/article/15-11-2012/1284919\\_komu\\_v\\_gosdume\\_dress-kod\\_ne\\_pisan.html](http://www.trud.ru/article/15-11-2012/1284919_komu_v_gosdume_dress-kod_ne_pisan.html) (дата обращения: 20.04.2018).
4. Депутат предлагает отменить дресс-код в Жогорку Кенеше [Электронный ресурс]. URL: [http://24.kg/vlast/66654\\_deputat\\_predlagaet\\_otmenit\\_dress-kod\\_vjogorku\\_keneshe/](http://24.kg/vlast/66654_deputat_predlagaet_otmenit_dress-kod_vjogorku_keneshe/) (дата обращения: 20.04.2018).

- 5.** Джон Бонер призвал конгрессменов США соблюдать дресс-код [Электронный ресурс]. URL: <https://telegraf.com.ua/mir/usa/amp-407880-dzhon-boner-prizval-kongressmenov-ssha-soblyudat-dress-kod.html> (дата обращения: 20.04.2018).
- 6.** Епифанова М. Джинсы вынесли на повестку дня [Электронный ресурс]. URL: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2012/09/25/51588-dzhinsy-vynесли-na-povestku-dnya> (дата обращения: 20.04.2018).
- 7.** Йак Й. Левые и дресс-код Кнессета: «Даешь юбочный протест!» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.7kanal.co.il/News/News.aspx/189480> (дата обращения: 20/04/2018).
- 8.** Клевцова А. В кыргызском парламенте хотят ввести дресс-код [Электронный ресурс]. URL: <http://rus.azattyq.org/content/dress-code-in-kyrgyz-parliament/24629782.htm> (дата обращения: 20.04.2018).
- 9.** Короткова Е. Жогорку Кенеш ввел новые требования дресс-кода для журналистов, работающих в парламенте [Электронный ресурс]. URL: <http://www.news-asia.ru/view/tm%C2/8952> (дата обращения: 20.04.2018).
- 10.** Кыргызские депутаты возмутились дресс-кодом членов правительства [Электронный ресурс]. URL: <http://catoday.org/public/centrasia/kyrgyzskie-deputaty-vozmutilis-dress-kodom-chlenov-pravitelstva> (дата обращения: 20.04.2018).
- 11.** Панарин А. С. Искушение глобализмом. – М.: Эксмо, 2003. – 416 с.
- 12.** Прокофьев В. Французский парламент вводит дресс-код [Электронный ресурс]. URL: <https://rg.ru/2017/12/21/francuzskij-parlament-vvodit-dress-kod.html> (дата обращения: 20.04.2018).
- 13.** Разработан дресс-код для сотрудников и посетительниц Кнессета [Электронный ресурс]. URL: <http://cursorinfo.co.il/razrobotan-dress-kod-dlya-sotrudnikov-i-posetitelej-knesseta/> (дата обращения: 20.04.2018).
- 14. Рисунок 1.** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bbc.co.uk/programmes/b09grxgq#broadcasts> (дата обращения: 20.04.2018).
- 15. Рисунок 2.** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.vokrugsveta.ru/vs/article/3004/> (дата обращения: 20.04.2018).
- 16. Рисунок 3.** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.interfax.ru/photo/512/11401> (дата обращения: 20.04.2018).
- 17. Рисунок 4.** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.msnewschannel.com/2015/06> (дата обращения: 20.04.2018).
- 18. Рисунок 5.** [Электронный ресурс]. URL: <http://nashagazeta.ch/news/style/dress-kod-dlya-shveycarskih-zhenshchin-parlamentariev> (дата обращения: 20.04.2018).
- 19. Рисунок 6.** [Электронный ресурс]. URL: <http://ru.rfi.fr/frantsiya/20171208-frantsuzskogo-deputata-otchitali-v-parlamente-za-nepodobayushchii-vid> (дата обращения: 20.04.2018).
- 20. Рисунок 7.** [Электронный ресурс]. URL: [http://news-piper.blogspot.com/2016/08/blog-post\\_3.html](http://news-piper.blogspot.com/2016/08/blog-post_3.html) (дата обращения: 20.04.2018).
- 21. Рисунок 8.** [Электронный ресурс]. URL: <http://ednews.net/ru/news/society/158043-spiker-palati-obshin-razreshil-deputatam-ne-nosit-qalstuki> (дата обращения: 20.04.2018).
- 22. Рисунок 9.** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cntraveler.com/stories/2015-01-26/dress-code-how-to-wear-bermuda-shorts> (дата обращения: 20.04.2018).
- 23.** Стенограмма обсуждения проекта постановления № 141619-6 [Электронный ресурс]. URL: <http://api.duma.gov.ru/api/transcriptResolution/141619-6> (дата обращения: 20.04.2018).
- 24.** Товбин В. Администрация Кнессета разработала для депутатов дресс-код [Электронный ресурс]. URL: <https://israinfo.co.il/2017/03/10/administraciya-knesseta-razrabotala-dlya-deputatov-dress-kod/> (дата обращения: 20.04.2018).
- 25.** Тони Блэр встретил лидеров Европы в рубашке с обнаженными красотками [Электронный ресурс]. URL: <http://www.moda.ru/news/view/10/446/> (дата обращения: 20.04.2018).
- 26.** Холландер Э. Пол и костюм. Эволюция современной одежды. – М.: Новое литературное обозрение, 2018.
- 27.** Хроника заседания Государственной Думы 14 сентября 2012 года [Электронный ресурс]. URL: <http://api.duma.gov.ru/api/transcriptFull/2012-09-14> (дата обращения: 20.04.2018).

- 28.** Футболка депутата заставила заговорить о дресс-коде [Электронный ресурс]. URL: <http://rugr.gr/politika/raznoe/114-raznoe/2371-futbolka-deputata-zastavila-zagovorit-o-dress-kode.html> (дата обращения: 20.04.2018).
- 29.** Bardon S. Dress code for TDs and Senators back on Dáil agenda [Электронный ресурс]. URL: <https://www.irishtimes.com/news/politics/dress-code-for-tds-and-senators-back-on-dail-agenda-1.2828959> (дата обращения: 20.04.2018).
- 30.** Bardon S. Dáil dress code may be imposed following complaints [Электронный ресурс]. URL: <https://www.irishtimes.com/news/politics/dail-dress-code-may-be-imposed-following-complaints-1.3019449> (дата обращения: 20.04.2018).
- 31.** Berlinger M. John Boehner to Congress: "Dress Up, You Slobs" [Электронный ресурс]. URL: <https://www.esquire.com/style/a33034/congress-dress-code-022713/> (дата обращения: 20.04.2018).
- 32.** Chilvers S. Losing the tie is just a start. Now MPs must hang up their suits [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/jun/30/losing-ties-mps-suits-dressing-down-menswear-barack-obama> (дата обращения: 20.04.2018).
- 33.** Dress code for deputies [Электронный ресурс]. URL: [http://www.grrreporter.info/en/dress\\_code\\_deputies/8553](http://www.grrreporter.info/en/dress_code_deputies/8553) (дата обращения: 20.04.2018).
- 34.** Griffiths E. Dress code call over MPs in jeans [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bbc.co.uk/news/uk-politics-12010365> (дата обращения: 20.04.2018).
- 35.** Gunde A. MP Navicha, parliamentary dress code [Электронный ресурс]. URL: <http://mwnation.com/mp-navicha-parliamentary-dress-code/> (дата обращения: 20.04.2018).
- 36.** Holman B. Keir Hardie: Labour's Greatest Hero? Oxford: Lion Hudson, 2010. 224 p.
- 37.** John Boehner Scolds House Members on Dress Code, Decorum [Электронный ресурс]. URL: <https://www.newsmax.com/us/boehner-decorum-dress-vote/2015/02/25/id/626920/> (дата обращения: 20.04.2018).
- 38.** Kennedy M. MPs don't need to wear ties in House of Commons, says Speaker [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/politics/2017/jun/29/mps-ties-house-of-commons-says-speaker-john-bercow> (дата обращения: 20.04.2018).
- 39.** Kerr E. Caroline Lucas rebuked for wearing T-shirt calling for end to page 3 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.theguardian.com/media/2013/jun/12/caroline-lucas-page-3-t-shirt> (дата обращения: 20.04.2018).
- 40.** Lowe D. From Pit to Parliament: The Story of the Early Life of James Keir Hardie. London: The Labour publ.co., 1923. 207 p.
- 41.** Makinana A. MPs can wear what they want [Электронный ресурс]. URL: <https://city-press.news24.com/News/mps-can-wear-what-they-want-20160528> (дата обращения: 20.04.2018).
- 42.** Mance H. British parliament drops ties from male dress code [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ft.com/content/79a98244-5cda-11e7-9bc8-8055f264aa8b> (дата обращения: 20.04.2018).
- 43.** Protests in Italian Parliament [Электронный ресурс]. URL: <http://www.euronews.com/2013/07/10/protests-in-italian-parliament> (дата обращения: 20.04.2018).
- 44.** Vance A., Chapman K. MP removed from Parliament for wearing rugby shirt [Электронный ресурс]. URL: <http://www.stuff.co.nz/national/politics/5109704/MP-removed-from-Parliament-for-wearing-rugby-shirt> (дата обращения: 20.04.2018).

# ГЕРОИ НАШЕГО ВРЕМЕНИ: МЕМОРИАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА В РОССИЙСКОЙ ПРОВИНЦИИ

ЧАСТЬ II.  
ИСТОРИЧЕСКИЕ ПРАКТИКИ  
ВИЗУАЛИЗАЦИИ ПОЛИТИЧЕСКОГО

ГЛАВА 3

НА ПРИМЕРЕ ЛИПЕЦКОЙ  
ОБЛАСТИ

Создание героического «иконоста́са» является значимым направлением государственной символической политики. В Российской Федерации сакрализация тех или иных героев, способствующих укреплению национальной гордости, затрудняется из-за наличия общественных расколов по поводу восприятия различных кейсов русской, советской и новейшей истории. Между тем в политике современной власти всё более акцентируется внимание на культурной сфере, представляющей собой уникальную среду для инструментализации практик *soft power*, в числе которых выступает и историческая память. При этом практики политической легитимации становятся более эффективными в случае, если сама власть начинает в собственных интересах эксплуати-

ровать прошлое, делая историю более «узкой» и представленной понятными образами. В этом отношении не является исключением и региональная политика, для которой могут быть характерны тренды, актуальные для федеральных практик работы с прошлым. Федеральные тренды, с поправкой на культурный и исторический капитал локуса, обеспечиваются определенным содержанием и формой применительно к российской провинции. Региональные власти в своих коммеморативных практиках могут следовать федеральной «моде», а могут демонстрировать и собственную инициативу, ориентируясь на уникальность конкретного культурного пространства.

## ПАМЯТЬ КАК ИНСТРУМЕНТ ЛЕГИТИМАЦИИ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Культурная память является важнейшим ресурсом власти, позволяющим осуществлять политические практики без излишнего давления на общественное тело. При этом давление приобретает косвенный характер. Власть действует на дистанции, исподволь, медленно формируя вокруг индивида специфический культурный фон. Об этой гибкости «умной» власти в свое время говорил немецкий политический философ Н. Луман, отмечая её способность «обобщения смысловых ориентаций», фиксирующих сами смыслы [Луман 2001, 52]. При этом власть заинтересована в предельной концентрации общественного внимания на знаковых и важных для себя историях, содержащих «легитимационный потенциал для самой власти, находящейся в постоянном

поиске новых источников и смыслов, подпитывающих её тело» [Скиперских 2017, 121].

Исследования, связанные с мемориальной культурой, сегодня являются популярными. По-видимому, политика на различных своих уровнях всё чаще обращает внимание на восприятие прошлого, с помощью которого конструируется современный культурный и идеологический нарратив. Краткий теоретический экскурс позволяет увидеть, что исследователи выделяют различные формы памяти, некоторые из которых представляются в виде оппозиционных пар.

Так, М. Хальбвак противопоставляет *внешнюю* память (историческую и социальную) *внутренней*. Внешняя память наполняется объективным историческим

и социальным капиталом, противопоставленная субъективному хранилищу памяти, где предпочтительным является автобиографический и индивидуальный опыт [Хальбвакс 2005, 8–27]. Не расходясь принципиально с М. Хальбваксом, другой французский исследователь П. Бурдьё выделяет *объективированную память* и *габитус*. К объективированной памяти он относит объекты материальной культуры (вещи, машины, здания). Габитус, по его мнению, обладает социальным измерением, включая в себя вкус, привычки, существующие отношения и иерархии [Бурдьё 1993, 272]. Взаимосвязь *внешнего и внутреннего* уровней памяти отмечается и П. Нора, говорящим о том, что память не столько связана с прошлым, а, скорее, являет собой текущее состояние культуры. То есть память представляется и *настоящим* [Nora 1994, 89].

Проблема бытования памяти присутствует в исследованиях А. Эткинда, выделяющего *твердую и мягкую* память [Эткинд 2016]. При этом твердая память связана с более пластичными формами, которые представляют собой некий *soft*, ведь именно субъект выбирает, с какими формами твердой памяти ему необходимо взаимодействовать. Безусловно, власть не может оставаться при этом в стороне, пытаясь корректировать выбор человека в собственных интересах. Так, «возводя памятники, государство запечатлевает свои представления о самом себе в том виде, как они складывались на протяжении истории, и так конструирует собственное величие», – считает А. Эткинд [Эткинд 2016, 225].

Власть претендует на контроль над всеми формами памяти, подтверждая свою тотальную и всеохватывающую природу. При этом она может создавать и определенные «правила игры» в мемориальной политике, определенные этические своды в рамках оппозиции *высокого и низкого*. Кстати, именно об этом как раз и говорит немецкий теоретик культуры А. Ассман, когда замечает, что «высокое и низкое насаждается насильственным путем» [Ассман 2017, 184]. Существование оппозиции *высокого и низкого* в контексте борьбы за меню интерпретаций подтверждается американской исследовательницей М. Маколи, отмечающей, что практика работы с прошлым «определяется в первую очередь политическими интересами и интересами

влиятельных акторов» [Маколи 2011, 139]. Память может быть *холодной и горячей*, соответственно становясь прерогативой времени и способности общества как можно дольше не забывать прошлое. Если со стороны власти отсутствует стремление поддерживать интерес к прошлому, то оно постепенно «охлаждается», становясь малоинтересным и едва различимым. Но есть и более серьезные риски у охлаждения памяти о прошлом, которая может быть вытеснена собственными интерпретациями и ощущениями прошлого, согласующегося с культурным бэкграундом субъекта, дающего этому оценку. Американская исследовательница М. Хирш предлагает называть подобную угрозу объективности прошлого *ло-стпамятью* [Хирш 2016].

Власть претендует на всё пространство памяти, будучи заинтересованной в контроле над смыслами. Действительно, в центре притязаний власти, вне зависимости от её уровня, оказывается «символическое господство, в ходе которого конкурирующие силы стремятся приватизировать публичный дискурс, инструментально используя те или иные исторические события и символы в своих целях» [Ачкасов 2016, 107].

## ПОИСК ГЕРОЕВ И ПРОБЛЕМА ЛИПЕЦКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ

В центре нашего исследования – мемориальная политика в Липецкой области, осуществляемая политически элитами региона. Память может визуализироваться. Нас интересуют практики коммеморации на региональном и муниципальном уровнях, связанные с фиксацией смыслов в рамках простой и лаконичной «твердой» формы памяти – мемориальных досок. На наш взгляд, следует согласиться с В. Ачкасовым, по мнению которого «политическое инструментальное использование прошлого характерно при конструировании всех типов коллективной идентичности» [Ачкасов 2013, 108]. Отсюда в полной мере в правильной работе с прошлым могут быть заинтересована как региональная власть, так и публичная власть муниципальных образований.

Липецкая область была образована в 1954 г. Подобный возраст сам по себе говорит о дефиците исторической и культурной памяти, равно понятной и раз и навсегда сформулированной идентичности самого региона. Искусственный характер региона за ранее как будто обещает определенные проблемы со смыслами, весьма смутно прорисовывая акценты региональной культурной идентичности. Создается достаточно сложное культурное пространство, в рамках которого смешивается история различных периодов и продолжают противостоять друг другу политические силы, принадлежавшие к разным политическим лагерям. Как и в любом другом субъекте РФ, в культурном пространстве, охваченном необходимостью запоминания, следуя однажды оброненному замечанию А. Ахматовой, «смотрят» друг на друга «те, которые сидели, и те, которые охраняли» [Найман 1989].

Стратегии конструирования региональной идентичности Липецкой области, синхронизированные с культурной памятью, изначально не могли быть какими-то вариативными. Для липчан поводами для

гордости могли быть уже существующие исторические и культурные сюжеты, связанные с героикой авторитетных земляков, либо история, творящаяся здесь и сейчас. Таким образом, региональное культурное пространство представляет собой некую комбинацию культурного наследия выдающихся земляков и историю знаковых для Липецкой области дискурсов (авиацентр, НЛМК, тракторный завод, вокруг которого в советское время была создана мощная социальная и культурная инфраструктура).

Исследование политики коммеморации в Липецкой области выявило несколько «классических» сюжетов, в рамках которых обобщается память, равно как и «гнездятся политические смыслы, обеспечивающиеся скрытым присутствием власти» [Барт 1989, 547]. Таких сюжетов шесть: *Революция 1917 г., Великая Отечественная война, афганская и чеченская кампании, культурное наследие знаменитостей, инициативы потомков, репрессии*. Любой кейс, связанный с мемориальной доской, установленной в Липецкой области, на наш взгляд, укладывается в обозначенную сюжетную схему (Рисунок 1).



Рис. 1. Сюжеты коммеморации в Липецкой области

## ПАМЯТЬ О РЕВОЛЮЦИИ 1917 ГОДА

Память о революции 1917 г., тщательно оберегавшаяся в советский период, в современной России не является популярным трендом, что наглядно продемонстрировало незаметное празднование 100-летия революции. Между тем в Липецкой области, равно как и во многих других субъектах РФ, сохраняются многочисленные следы советской политики памяти.

Следует отметить то, что вплоть до появления практики неконкурентных региональных политических кампаний в конце 1990-х гг. Липецкая область имела репутацию субъекта РФ с левыми политическими ориентациями, региона, входящего в «красный пояс». «Красными» настроениями, возможно, объясняется особое внимание власти к советскому культурному наследию. Показательными в данном отношении предстают топонимические акценты в самом Липецке, где в городском центре практически все важные улицы и площади определенно намекают на советскую героику: улицы Ленина, Зегеля, Интернациональная, Желябова, Семашко, Советская; площади Ленина, Плеханова (Рисунок 2). Сохраняются подобные акценты и в других городах Липецкой обла-

Рис. 2. Мемориальная доска Липецкому уездному Совету рабочих, солдатских и крестьянских депутатов. Липецк, ул. Ленина, д. 7а



сти. В частности, в большом количестве присутствуют они в г. Ельце (Рисунок 3).

Память о революции 1917 г. может быть памятью о конкретных событиях, связанных с революцией, героической обороне, практиках институционализации советских органов власти, конкретных персоналиях. Впрочем, память о революции 1917 г. имеет все риски, возвращаясь к точке зрения М. Хирш, оказаться специфической формой памяти – постпамятью [Хирш 2016]. Об этом свидетельствует ситуация с сохранностью мемориальных досок. Так, в Ельце меняли мемориальные доски на стене бывшего монастыря. В итоге на бывшем Троицком монастыре в настоящий момент мемориальная доска отсутствует, а на месте, где она была установлена (на стене одной из монастырских башен), произошло обрушение штукатурки. Есть примеры, когда мемориальные доски, относящиеся к памяти о революции 1917 г., еще сохраняются на разрушающихся зданиях, но с каждым днем рискуют быть утраченными. Учитывая зависимость местной власти от федеральных нарративов работы с прошлым, есть большой риск утратить их навсегда.

Рис. 3. Мемориальная доска Елецкому военно-революционному комитету. Елец, ул. Октябрьская, д. 153



## ПАМЯТЬ О ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЕ



Рис. 4. Здание областного управления здравоохранения Липецкой области. Липецк, ул. Зегеля, д. 6

Данный сюжет является самым распространенным в политике коммеморации муниципалитетов в Липецкой области. Распространенность данного сюжета может быть объяснена как федеральной повесткой, уделяющей огромное внимание военной коммеморации, так и тем, что события войны имели прямое отношение к отдельным муниципальным районам, входящим в состав региона. Районы, не охваченные непосредственно военными действиями, на долгое время оказывались в прифронтовой полосе и становились местом дислокации военных аэродромов, штабов различных воинских соединений, госпиталей, частей обеспечения и т. д. Распространенность данного сюжета объясняется максимальным консенсусом между властью и обществом в вопросах исторической памяти. Нужно отметить, что смена глав администрации некоторых районов области в 2015–2016 гг. моментально и позитивно сказалась на



Рис. 5. Мемориальная доска на здании бывшего военного госпиталя. Елец, ул. Октябрьская, д. 143

отношении публичной власти к культурному слою своих территорий, для которых события Великой Отечественной войны являются наиболее памятными. Власть в Липецкой области чутко реагирует на память о Великой Отечественной войне как зафиксированной в советский период, сохраняя «старые» памятники, так и предлагает новые поводы для коммеморации войны.

Обращают на себя внимание определенные стилистические различия в самих формах мемориальных досок. Советские практики коммеморации могли быть более изобретательными с точки зрения форм и фактуры, нежели их современные аналоги, преимущественно представляющие из себя тексты – коммеморативные послания на плитах из черного камня (Рисунки 4 и 5).

Впрочем, и сегодня встречаются случаи нетрафаретного решения в создании мемориальных досок, повествующих о героическом подвиге земляков и освободителей в период Великой Отечественной войны. В частности, в 2017 г. накануне Дня Победы в с. Тербуны на здании почты была открыта мемориальная

доска военной полевой почты (Рисунок 6). Тербунский район – один из районов Липецкой области, на территории которого разворачивались военные действия. На данном примере мы видим, как конструируется новое пространство памяти, которое впоследствии начинает эксплуатироваться для поддержания ритуальных практик коммеморации, с одной стороны, а с другой – в интересах легитимации местного правящего класса, пользующегося возможностью апеллировать к героическому прошлому народа. Мемориальная доска с пожелтевшим треугольником письма призвана символически связать времена и поколения.

Наряду с событиями Великой Отечественной войны память о войне предполагает и внимание к непосредственным героям. Данная практика распространена и в советское время, и интенсивно применяется в настоящее время. При этом, если применительно к советскому периоду всё кажется относительно выясненным и не оспариваемым (Рисунок 7), то в случае новой коммеморации могут появляться новые мифологизации.



Рис. 6. Мемориальная доска на здании почты с. Тербуны. Тербунский район



Рис. 7. Мемориальная доска на бывшем здании школы. Елец, ул. Маяковского, д. 64

В частности, сложно установить, что является большим основанием для появления мемориальной доски М. Калашникову в Ельце на здании бывшего военного госпиталя, – память о легендарном оружейном конструкторе либо попытка привязать территорию к самому известному изобретению М. Калашникова (Рисунок 8). Для городской власти важен любой повод, имеющий для нее легитимационный потенциал. Слабый бренд городского пространства в данном случае усиливается благодаря узнаваемому образу героя, который становится союзником городской идентичности.



Рис. 8. Мемориальная доска М. Калашникову на здании бывшего военного госпиталя. Елец, ул. Орджоникидзе, д. 143

## АФГАНСКАЯ И ЧЕЧЕНСКАЯ КАМПАНИИ

Установка мемориальных досок в память о событиях войны в Афганистане и чеченских кампаний представляет собой жест «горячей» памяти и вполне вписывается в тренд поиска новых героев и сюжетов коммеморации. Начало практик коммеморации об афганских событиях относится к концу 1980-х – началу 1990-х гг., но фиксация памяти на мемориальных досках в то время не была распространенной. Память о войне сохраняла себя в других формах: в деятельности ветеранских организаций, в массовых мероприятиях, парадах, а также в создании меметических зон на территории муниципалитетов.

В настоящий момент афганская история отдалается во времени, и значительно чаще можно встретить практики коммеморации вокруг сюжетов, связанных с чеченскими кампаниями. Местные власти, движимые как собственной инициативой, так и деятельностью общественных организаций, устанавливают мемориальные доски, посвященные данным событиям. В условиях невыразительности состава культурных мероприятий в липецких муниципалитетах любое подобное мероприятие оказывается заметным как для аудитории, так и для вышестоящей власти. Политика нуждается в визуализациях, отсюда любое массовое мероприятие, попадающее в объективы СМИ, выступая объектом общественного интереса, лишней раз напоминает о существующих политических диспозициях в рамках конкретного муниципалитета.

Еще раз повторим, практики коммеморации, посвященные событиям 1990-х и начала 2000-х гг., безусловно, свидетельствуют о существующем тренде на поиск героических сюжетов и самих героев в локальных дискурсах, с акцентами на местный патриотизм. Так, в сентябре 2018 г. была открыта мемориальная доска на здании школы в одном из сел Измалковского района Липецкой области, посвященная памяти выпускника школы, исполнявшего воинский долг в Чеченской Республике и погибшего в 2004 г. [Открытие мемориальной доски...]

Чаще всего именно здания школ в Липецкой области становятся носителями «горячей» памяти о событиях афганской и чеченской кампаний. Можно встретить случаи размещения мемориальных досок внутри школьных зданий. Иногда стены школ и техникумов становятся едва ли не героическими «иконостасами», суммирующими память о героических подвигах выпускников. В этом случае сюжеты афганской и чеченской коммеморации могут комбинироваться с данью памяти культурному наследию выдающихся земляков либо с памятью о Великой Отечественной войне. По сути дела, учебные заведения иногда визуально конкурируют между собой за право считаться наиболее рефлексорными и благодарными хранилищами героической памяти вне зависимости от её «температуры» и качества общественной рефлексии.

## КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ ЗНАМЕНОСТЕЙ

Если поиски новых героев требуют определенных политических и экономических усилий, то память о культурном наследии знаменитых земляков оказывается достаточно статичной формой. Политические размежевания если и касаются пересмотра отношения к текстам выдающихся земляков, то в самую последнюю очередь. При этом практики почитания памяти об известных деятелях науки и культуры, имевших отношение к Липецкой земле, чаще всего связаны с советским периодом.

Мемориальные доски, открытые еще в период СССР, свидетельствуют о приоритетах коммеморации, санкционированных властью. Наследие И. Бунина, М. Горького, К. Игумнова, М. Лермонтова, М. Пришвина, Н. Семашко, Л. Толстого, П. Семёнова-Тян-Шанского и других деятелей русской культуры не вступало в конфликт с политической повесткой в советский период (Рисунки 9-10). Практики коммеморации данных деятелей культуры, кстати, не ограничивались исключительно установкой мемориальных досок, и могли продолжаться в практиках открытия музеев, топонимических последствиях и т. д.

Часть мемориальных досок была установлена уже в современный период, подчеркивая внимание к культурному наследию земляков, внесших вклад в отечественную и мировую культуру. Мемориальные доски знаменитостям могли устанавливаться и по факту их пребывания в конкретном месте, увековеченному в их текстах. В практиках установки мемориальных досок можно найти попытку максимальной интенсификации истории Липецкой области, её насыщения важными событиями и связанностью с именами знаменитостей, несмотря на их эпизодическое, транзитивное, даже случайное отношение к тому пространству, что сегодня является частью Липецкой области.

«Прожив на станции Добринка три или четыре месяца, я почувствовал, что больше не могу», – вспоминает М. Горький свою вынужденную работу в 1888–1889 гг. ночным сторожем на ж/д станции Добринка в рассказе «Сторож» [Горький]. Безусловно, подобное откровение одного из самых крупных представителей советской литературы не могло не сподвигнуть власть на коммеморацию имени М. Горького в пространстве Липецкой области (Рисунок 11).



Рис. 9–10. Родовой дом К. Н. Игумнова. Лебедянь, ул. Советская, д. 6

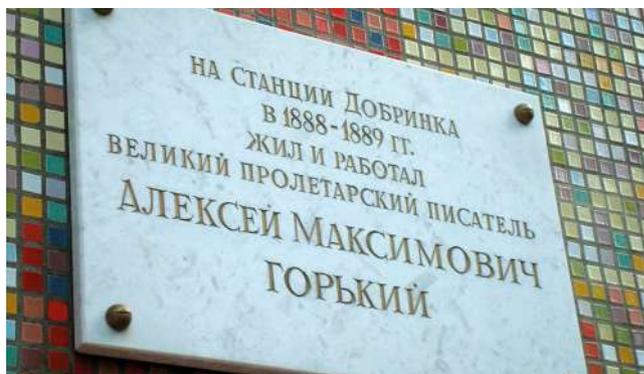


Рис. 11. Добринка. Мемориальная доска М. Горькому на здании ж/д станции

Нечто подобное случилось и с великой поэтессой М. Цветаевой: под предлогом сбора этнографического материала о кустарных вышивках (на самом деле – обмена ткани на муку и крупы) она отправляется в 1919 г. в рискованное предприятие на станцию Усмань (ныне – город Усмань Липецкой области). Памятуя о данном факте на здании ж/д вокзала в 2002 г. открывают мемориальную доску, приурочив это к 110-летию со дня рождения поэтессы (Рисунок 12). Исторический контекст при этом деликатно выводится за скобки. Власть заблаговременно опускает саму культурную ситуацию и политический кризис времен Гражданской войны, которые во многом способствовали неожиданному появлению поэтессы в Усмани.

Есть примеры, когда мемориальные доски появляются одновременно с другими формами коммеморации. В частности, таков кейс открывшегося в 2009 г. в Лебедяни Дома-музея русского писателя Е. Замятина в честь его 125-летия. Мемориальная доска появляется на здании музея (Рисунок 13).

Подобная практика коммеморации встречается в Ельце. Связана она с именем Тихона Хренникова. В 2000 г., еще при жизни композитора, мемориальная доска была открыта вместе с домом-музеем. Позднее в городе появится еще одна мемориальная доска, закрепляя уже осуществленную коммеморацию. Тем самым власть демонстрировала, что имя Т. Хренникова является определенным ориентиром и обладает безусловным героическим потенциалом (Рисунки 14 и 15).

Процесс коммеморации «великих» продолжается вплоть до настоящего времени. Принимая во внимание серьезную озадаченность власти политикой памяти и верно расставленных акцентов, становится совершенно очевидно, что нынешние инициативы могут принадлежать лишь структурам и сообществам, которые достаточно глубоко интегрированы во власть, либо чья деятельность не вызывает у власти критического отношения. Власть легитимирует процесс коммеморации, оставляя за собой право решающего, дозволяющего жеста. То, что в итоге предстоит визуализировать и оставить для общественности, в любом случае должно санкционироваться властью.



Рис. 12. Усмань. Мемориальная доска М. Цветаевой на ж/д вокзале



Рис. 13. Мемориальная доска на Доме-музее Е. Замятина. Лебедян, ул. Ситникова, д. 14



Рис. 14. Мемориальная доска на Доме-музее Т. Хренникова. Елец, ул. Маяковского, д. 16

Кейс выдающихся земляков имеет и свою территориальную «спецификацию», использующую конкретные локальные поводы для гордости, которые существуют в рамках каждого муниципалитета. Скажем, в Липецке это может быть промышленная история и знаковые фигуры, творившие её, либо факт нахождения в городе авиацентра, что существенно поднимает статус представителей летчицкой профессии в глазах горожан, сказываясь на городских топонимических практиках.

Политика памяти региона использует и политические персоналии, тем самым подтверждая их позитивный вклад в развитие Липецкой области. Власть таким образом заботится о коммеморации самой себя, создавая причудливые формы, сочетающие различные архитектурные элементы, тем самым определенно выделяясь в пространстве памяти за счет 3D-решений. В частности, примером подобной комбинации форм, на наш взгляд, можно считать мемориальную доску-стелу, открытую в 1998 г. и посвященную памяти Г. Павлова – партийного руководителя Липецкой области в 1964–1984 гг. (Рисунок 16).

Мемориальные доски, устанавливаемые в память о советских руководителях, определенно отличаются от мемориальных досок, фиксирующих другую память. Здесь рельефное изображение будто бы намекает на особенное положение власти, на её особый статус, на изначальную необходимость восприятия её по-другому.

Подобное решение можно увидеть и применительно к коммеморации другого руководителя Липецкой области, но уже в современный период. В 2013 г. была открыта мемориальная композиция М. Наролину – губернатору Липецкой области в 1993–1998 гг. (Рисунок 17). Как отметил автор архитектурного решения Ю. Гришко, «по просьбе семьи Наролина представлен экс-губернатор в молодые годы. На обратной стороне монумента – краткие биографические сведения о нем, выбитые на фоне карты Липецкой области» [Гид по памятникам Липецка].



Рис. 15. Мемориальная доска на здании школы № 17. Елец, ул. Алеши Оборотова, д. 4



Рис. 16. Мемориальная композиция Григорию Павлову. Липецк, ул. Желябова, д. 4



Рис. 17. Мемориальная композиция Михаилу Наролину. Липецк, ул. Ленина

## ИНИЦИАТИВЫ ПОТОМКОВ

В современной России распространяется еще один сюжет коммеморации, проявляющий себя в культурном пространстве Липецкой области и связанный с инициативой «снизу», конструирующей собственную историю и память о прошедших событиях.

Инициативы потомков, связанные с коммеморацией своих фамилий в рамках отдельных локусов, в полной мере вписываются в логику новых практик работы с прошлым. С одной стороны, в интересах гражданского волеизъявления открываются возможности для некоторых «благонадежных» инициатив. С другой – в интересах власти гражданские инициативы создают исторический и культурный контексты, выгодные для власти. Наконец, данные инициативы оплачиваются частным инвестором, полностью берущим на себя все расходы по коммеморации, что не может не быть выгодно локальным политическим бюрократиям. Следуя мысли А. Ассман [Ассман 2016, 176], постепенно складывается ситуация, при которой память становится объектом приложения усилий различных общественных и политических сил.

В Липецкой области можно встретить примеры подобной коммеморации. В современной России частные инициативы возможны в единичных случаях, так как ключевая роль интерпретатора истории закреплена за самим государством и представляющими его институтами. В качестве примеров частных инициатив в коммеморации можно привести установку мемориальных досок в Ельце, сопровождающуюся ежегодной встречей потомков известных дворянских и купеческих фамилий в рамках проходящего в Липецкой области «Дня малой родины». В частности, в 2010 г. на здании действующей аптеки в Ельце В. Макаровым – потомком бывшего дореволюционного владельца аптеки – была установлена мемориальная доска. Частная инициатива лежит и в основе коммеморации известного в дореволюционной России врача – выпускника медицинского факультета Московского университета И. Руслова (Рисунок 18).

Редкость частных инициатив по увековечиванию памяти своих предков со стороны потомков, помимо прочего, может быть объяснена незаинтересованностью

в данном сюжете коммеморации со стороны местной власти, несмотря на отсутствие в этом процессе делегитимирующих саму власть рисков. Скорее всего, власть заинтересована в массово ориентированных практиках коммеморации, формирующихся вокруг патриотических образов и смыслов.

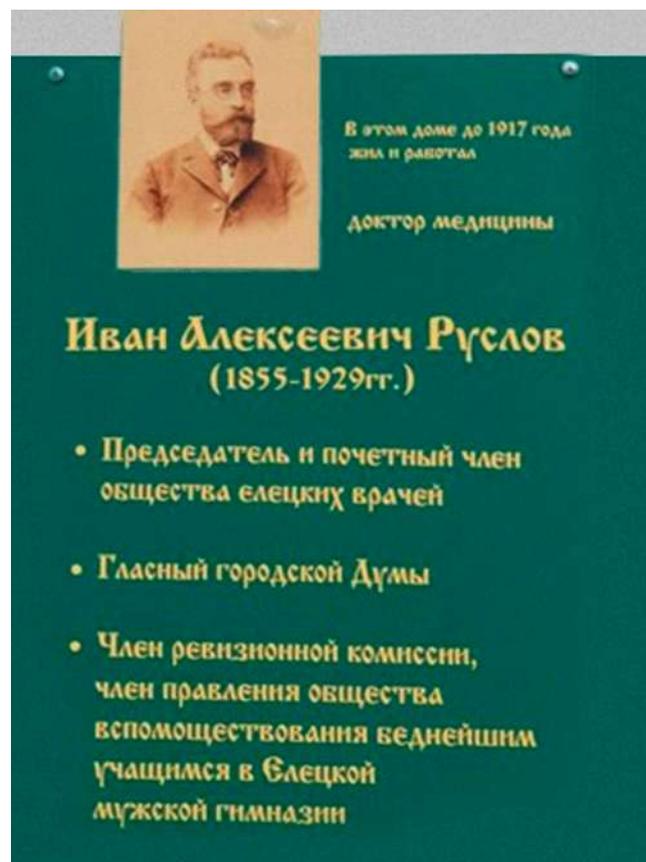


Рис. 18. Мемориальная доска на бывшем доме И. Руслова. Елец, ул. Маяковского, д. 10

## РЕПРЕССИИ

Сюжет коммеморации, связанный с репрессиями, также присутствует на рассматриваемой территории. Правда, в сравнении с другими регионами, где в качестве ключевых субъектов, инициирующих коммеморацию, выступают представители общественности, в Липецкой области не отмечено сколько-нибудь активных действий с её стороны. Точнее, общественные инициативы остаются пока только высказанными. Так, авторы идеи «Последнего адреса» отмечают наличие пожеланий установить мемориальные таблички и в Липецкой области [Анзикеев 2014]. Но данная инициатива всё еще далека от реализации. Впрочем, здесь уже были созданы меметические пространства в память о жертвах политических репрессий, а в 1997 г. была издана книга «Помнить поименно. Книга памяти жертв политических репрессий Липецкого края с ноября 1917 г.».

Нужно понимать, что замалчивание данных трагических страниц отечественной истории является определенной тактикой власти, нацеленной на предотвращение делегитимационных вызовов в собственный адрес. Низкая степень ротации, имеющиеся феномены семейственности и клановости являются характерной чертой липецкой политики вплоть до настоящего времени. «Преступления против человеческих прав, не ставшие предметом публичного признания и осуждения, – медленный яд», – считает Ч. Милош [Горбаневская 2012, 227].

Единственным субъектом коммеморации, связанной с политическими репрессиями, деятельность которого более или менее заметна в Липецкой области, является местная митрополия Русской православной церкви. За последние несколько лет в различных муниципальных образованиях региона состоялось открытие мемориальных досок церковнослужителям и локальным мученикам, защищавшим ценности православия. В частности, такие мемориальные доски были установлены в селах Данковского и Лебедянского районов. При этом всё чаще мемориальные доски в память о подвергшихся репрессиям церковнослужителях появляются на стенах храмов. Подобные примеры можно увидеть в Лебедянском районе и Ельце (Рисунок 19).

В современной России церковь выступает вполне самодостаточным актором, имеющим собственность и ресурсы, позволяющие проводить альтернативные исторические изыскания и осуществлять практики коммеморации параллельно официальной власти. Как мы видим, ситуация в Липецкой области только подтверждает общероссийский тренд.



Рис. 19. Мемориальная доска на Вознесенском соборе в память об архиепископе Сергии Звереве. Елец, ул. Маяковского

## КОММЕМОРАЦИЯ В ЦИФРАХ: ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ВЫВОДЫ

В развитии практики коммеморации в Липецкой области можно выделить несколько этапов. Ввиду того, что советский опыт во многом наследуется современными политиками памяти, следует представить этот процесс с момента образования Липецкой области, взяв за отправную точку 1954 г.

**Первый период** (1954–1991) характеризуется доминированием советского культурного нарратива, в котором предпочтительными дискурсами коммеморации выступают революция 1917 г. и Великая Отечественная война. Вместе с тем в данный период наращивается промышленный потенциал Липецкой области, сам Липецк становится индустриальным центром. Строятся новые предприятия, объекты соцкультбыта, спортивные сооружения и микрорайоны. У этого процесса были свои социалистические герои, память о которых в различных формах отобразилась в практиках коммеморации (одной из таких фигур является директор тракторного завода в Липецке – В. Клименков, имя которого активно представлено в топонимической карте города). Советский культурный нарратив выглядит достаточно убедительно с точки зрения как самих форм, так и их качественного воплощения.

тально с точки зрения как самих форм, так и их качественного воплощения.

**Второй период** (1991–2014) связан уже с историей российской государственности. Постепенный отказ от советской героики актуализировал поиск новых сюжетов коммеморации. Правящая элита прекрасно понимала, чем может для нее обернуться ценностный вакуум. Поэтому данный период характеризуется поисками новых героев. Активизируется деятельность краеведческого сообщества, демонстрирующего общественности забытых героев. В частности, именно в этот период появляются мемориальные доски Е. Замятину, В. Розанову, М. Стаховичу и т. д., что было сложно представить в советский период. Советский нарратив ставится под сомнение, что постепенно сказывается на современных топонимических практиках.

**Третий период** (2014 – по настоящее время) можно назвать периодом патриотического подъема, в течение которого осуществляются активный поиск героев и подгонка локальной истории под конкретные знаковые фигуры преимущественно российской истории. До-

### Сюжеты мемориальной политики в г. Ельце и их отражение в установленных мемориальных досках

N = 100  
Актуально на 2018 г.

Таблица 1

Сюжеты мемориальной политики	Количество мемориальных досок	%
Память о революции 1917 г.	6/100	6
Великая Отечественная война	52/100	52
Афганская и чеченская кампании	10/100	10
Культурное наследие знаменитостей	26/100	26
Инициативы потомков	4/100	4
Репрессии	2/100	2

минирующим акцентом мемориальной культуры является Победа в Великой Отечественной войне, где вместо «советского» используется «российское». Новый период коммеморации связан со стремлением восполнить дефицит памяти, испытываемый властью. Так, начиная с 2014 г. только в одном Ельце было торжественно открыто 25 мемориальных досок, что составляет четверть от выявленного нами объема мемориальных досок, установленных в городе в целом. Каждая открываемая доска означает для власти целое событие, сопровождающееся «торжественной хореографией мероприятия», что, впрочем, по мнению некоторых исследователей, содержит в себе угрозу для понимания самой процедуры как искусственной и недостаточно искренней [Ассман 2016].

Для понимания общих трендов коммеморации в Липецкой области следует обратить внимание на ситуацию, складывающуюся с политикой памяти в Ельце – втором по численности городе Липецкой области.

Как видно из приведенной таблицы, в городском пространстве явно доминирует сюжет коммеморации, связанный с Великой Отечественной войной (52 случая установленных мемориальных досок). Второй по популярности сюжет – память о выдающихся земляках, внесших вклад в мировую и отечественную культуру (26 случаев). Становится популярным тренд на герои-

зацию памяти об афганской и чеченских кампаниях, вписывающихся в поиски власти новых героев и смыслов (10 случаев). В меньшей степени проявлен сюжет о революции 1917 г. (6 случаев). Более того, есть практики утрачивания мемориальных досок. Наконец, еще два сюжета: инициативы потомков (4 случая) и инициативы РПЦ (2 случая по коммеморации репрессий).

Таким образом, в Липецкой области и её муниципалитетах присутствуют все сюжеты коммеморации, имеющие место в современной России. Другое дело, что данные сюжеты не уравновешены между собой с точки зрения объемов памяти, к которой они апеллируют. Безусловно, есть популярные и выгодные для нынешней власти темы, которым всегда уделяется большее внимание, нежели к редким частным инициативам. На примерах поиска героев и сюжетов коммеморации в Липецкой области хорошо заметно, как государство и представляющие его на местах институции выступают в качестве решающих инстанций и ключевых интерпретаторов истории. Попытки говорить с властью и обществом с помощью инструментов коммеморации со стороны гражданского общества не отличаются какой-либо массовостью и разнообразием, что, на наш взгляд, является следствием процессов вырождения политической активности «снизу».

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Анзикеев В. Последний адрес: имена жертв репрессий на стенах московских домов [Электронный ресурс]. 2014. URL: [https://www.poslednyadres.ru/articles/dw\\_imena\\_zhertv.htm](https://www.poslednyadres.ru/articles/dw_imena_zhertv.htm) (дата обращения: 07.10.2018).
2. Ассман А. Новое недовольство материальной культурой. – М.: Новое литературное обозрение, 2016. – 232 с.
3. Ачкасов В. А. Политика памяти как инструмент строительства постсоциалистических наций // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2013. – Том XVI. – № 4 (69). – С. 106–123.
4. Барт Р. Избранные работы. Семиотика. Политика. – М.: Прогресс-Универс, 1989. – 615 с.
5. Бурдые П. Социология политики. – М.: SocioLogos, 1993. – 336 с.

- 6.** В Ельце меняют мемориальные доски на стене бывшего монастыря [Электронный ресурс]. 2009. URL: <http://gorod48.ru/news/18422> (дата обращения: 23.09.2018).
- 7.** Гид по памятникам Липецка [Электронный ресурс]. 2016. URL: [http://www.lipetskmedia.ru/news/view/61807-Gid\\_po\\_pamyatnikam.html](http://www.lipetskmedia.ru/news/view/61807-Gid_po_pamyatnikam.html) (дата обращения: 03.10.2018).
- 8.** Горбаневская Н. Мой Милош. – М.: Новое издательство, 2012. – 440 с.
- 9.** Горький М. Сторож [Электронный ресурс]. URL: <http://gorkiy-lit.ru/gorkiy/proza/rasskaz/storozh.htm> (дата обращения: 02.10.2018).
- 10.** Луман Н. Власть. – М.: Праксис, 2001. – 256 с.
- 11.** Маколи М. Историческая память и общество сограждан // Pro et Contra. – 2011. – 51 (1–2). – Январь – апрель. – С. 134–149.
- 12.** Михаил Тимофеевич Калашников. Биографическая справка [Электронный ресурс]. 2018. URL: <https://gia.ru/society/20091110/192623959.html> (дата обращения: 29.09.2018).
- 13.** Найман А. Рассказы об Анне Ахматовой. – М.: Художественная литература, 1989. – 302 с.
- 14.** Открытие мемориальной доски [Электронный ресурс]. 2018. URL: <http://izmgrono1.ucoz.ru/> (дата обращения: 23.09.2018).
- 15. Рисунок 6.** [Электронный ресурс]. URL: [http://www.terbuny.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=6427:2018-05-08-13-58-57&catid=115:2015-03-10-08-15-39&Itemid=186](http://www.terbuny.org/index.php?option=com_content&view=article&id=6427:2018-05-08-13-58-57&catid=115:2015-03-10-08-15-39&Itemid=186) (дата обращения: 29.09.2018).
- 16. Рисунки 9–10.** Родовой дом К. Н. Игумнова. Лебедянь, улица Советская, д. 6 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.lebedyan.com/dostoprimechatelnosti/rodovoj-dompianista-k-n-igumnova/> (дата обращения: 29.09.2018).
- 17. Рисунок 11.** Добринка. Мемориальная доска М. Горькому на здании ж/д станции [Электронный ресурс]. URL: <http://lounb.ru/lipmap/index.php/pamyatnye-mesta/memorialnye-doski/32-mem-doska-gorkomu> (дата обращения: 29.09.2018).
- 18. Рисунок 12.** Усмань. Мемориальная доска М. Цветаевой на ж/д вокзале [Электронный ресурс]. URL: <http://lounb.ru/lipmap/index.php/pamyatnye-mesta/memorialnye-doski/34-mem-doska-tsvetaevoj> (дата обращения: 29.09.2018).
- 19. Рисунок 18.** Мемориальная доска на бывшем доме И. Руслова. Елец, улица Маяковского, д. 10 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.zadonsk-elets.ru/ruslov.html> (дата обращения: 29.09.2018).
- 20.** Скиперских А. В. История российской провинции в мемориальной культуре: политическое конструирование // Вестник Томского государственного университета. Серия: История. – 2017. – № 47. – С. 121–128.
- 21.** Хальбвакс М. Коллективная и историческая память // Неприкосновенный запас. – 2005. – 2–3 (40–41). – С. 8–27.
- 22.** Хирш М. Что такое постпамять [Электронный ресурс]. 2016. URL: <http://urokiistorii.ru/article/53287> (дата обращения: 23.09.2018).
- 23.** Эткинд А. Кривое горе. Память о непогребенных. – М.: Новое литературное обозрение, 2016. – 328 с.
- 24.** Nora P. Between Memory and History: Les Lieux de Memoire // History and Memory in African – American Culture / Ed. G. Farbe, R. O’Meally. N. Y., Oxford: Oxford University Press, 1994. P. 7–24.

# ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ НА СПОРТИВНЫХ ЗНАКАХ СССР

ЧАСТЬ II.  
ИСТОРИЧЕСКИЕ ПРАКТИКИ  
ВИЗУАЛИЗАЦИИ ПОЛИТИЧЕСКОГО

ГЛАВА 4

С первых лет существования СССР руководство страны осознавало значимость спорта в жизни населения. Это подтверждается массой фактов, начиная с принципиальной последовательности действий по конструированию империи спорта и заканчивая наградной политикой, обеспечивающей высочайшее качество наградных спортивных знаков. Не будет ошибочным предположить, что такой подход к спорту, включая пропаганду и наградную эстетику, не был случайным. Отчасти физическая культура и спорт противопоставлялись традиционным ценностям и использовались, например, как факторы, способствующие преодолению религиозных пережитков в сознании и поведении населения. Важную роль в этом играли, например, монументальное искусство и масштабные спортивные мероприятия, подобные парадом физкультурников. При этом, как и многие инициативы в СССР, спортивная политика со временем оборачивалась своей формальной стороной, превращаясь преимущественно в соблюдение протоколов. Продвижение массового спорта, в том числе пропаганда и наградная политика, в последние пару десятилетий существования Союза имели популистский и формальный характер. Кроме того, акценты спортивной политики сместились от развития массового спорта в направлении постановки рекордов и демонстрации успехов советского спорта на международной арене. Предмет настоящей главы – анализ динамики визуализации государственной политики на спортивных знаках СССР.

Визуальная репрезентация спорта в СССР является в некотором смысле барометром, «который измеряет настроения, преобладавшие в советской идеологии и культуре в различные периоды истории Союза» [О'Махоуни 2010]. Но начинать разговор об эстетике

спортивной символики без упоминания дореволюционной истории спорта было бы неверно. К январю 1915 года в России существовало более 1200 спортивных организаций. В значительной мере этому способствовало создание в 1911 году Российского олимпийского комитета (РОК). «Одним из первых шагов в работе Комитета было утверждение 17 видов спорта, подлежащих культивированию в России: "велосипедный спорт, гимнастика, гребной спорт, конский спорт, лайн-теннис, легкая атлетика, стрелковый спорт, парусный спорт, плавание, туризм, тяжелая атлетика, стрелковый спорт, фехтование, футбол, хоккей, швейцарский санный спорт (бобслей)"» [Никитов, Кудряшов, Гольдман 2005] (Рисунок 1 [Никитов, Кудряшов, Гольдман 2005]).



Рис. 1. Знак Российского Олимпийского комитета 1911 г.

Первая перепись спортивных обществ также была организована еще в дореволюционной России. «Более точная информация была необходима, так как царское правительство планировало привлечь спортивные организации к подготовке резервов для армии во время Первой мировой войны (8 декабря 1915 года было утверждено "Положение о мобилизации спорта"). Авторы (каталога. – *Ред.*) не обладают информацией, насколько масштабной была "мобилизация спорта" царским правительством. Но этот опыт впоследствии оказался очень полезным для советского правительства во время гражданской войны» [Никитов, Кудряшов, Гольдман 2005] (*Рисунок 2*).

Первой организацией, которая заложила основы физического воспитания уже советских граждан, был Всеобуч (1918 год) (*Рисунок 3* [Никитов, Кудряшов, Гольдман 2005]). Причина – необходимость в подготовленных бойцах для молодой Красной Армии. И спорт был отличной возможностью для рекрутирования новобранцев. Общепринятого термина «физкультура» тогда еще не было, но повсюду начинали развиваться спортивные кружки, секции, общества. «На бывшие ранее элитными спортивные площадки выходит рабочая молодежь. Но в реальности в этот период спорт используется главным образом с его показной, агитационной стороны. Для ор-

ганизации более углубленных и планомерных занятий спортом не хватает ни сил, ни средств» [Никитов, Кудряшов, Гольдман 2005]. Но власть понимала, что пропаганда спорта может быть эффективным способом развенчивания традиционных дореволюционных ценностей. «Государственная кампания метила в приверженность вековым обычаям, прежде всего связанным с религией, – именно они понимались как главное препятствие для развития "нового человека"» [О'Махоуни 2010].

Но, несмотря на ограниченность ресурсов, 25 мая 1919 года на Красной площади проходит первый в истории Советского государства парад спортсменов и отрядов Всеобуча, а с 1931-го такие парады станут главной ежегодной спортивной традицией с десятками тысяч участников. В 1922 году Всеобуч прекратит свое существование. Скорее всего, не последнюю роль в его расформировании сыграет тот факт, что «"под крышей" Всеобуча уживались многие дореволюционные клубы со своими традициями и аполитично настроенными спортсменами...» [Никитов, Кудряшов, Гольдман 2005].

Параллельно с пропагандистской деятельностью Всеобуча о спортивном воспитании молодежи задумывался комсомол. Впервые РКСМ обсуждал вопросы физического воспитания и скаутизма на втором съезде в 1919 году: «Считая скаутскую систему системой чисто



Рис. 2. Знак Шуваловского яхт-клуба 1896 г.



Рис. 3. Знак Всеобуча



Рис. 4. Знак общества «Муравей»

буржуазной, не только физического, но и духовного воспитания молодежи в империалистическом духе, Съезд находит необходимым немедленный роспуск всех существующих в Советской России бойскаутских организаций... Съезд считает необходимым создание при ЦК РКСМ отдела по физическому развитию рабочей молодежи, в задачу которого войдет разработка мер и плана физического воспитания рабочей молодежи» [Второй Всероссийский... 1920].

Первые пролетарские клубы: «Спартак» в Петрограде, общества «Муравей» в Москве, «Съезд РКСМ», считая скаутскую систему, «Красный джигит» в Средней Азии, а также ряд подобных организаций на Украине и на Урале появились благодаря именно комсомолу (Рисунок 4 [Никитов, Кудряшов, Гольдман 2005]). В это же время начинает выходить первая спортивная периодика: «Спартак» и «Красный спорт».

Всеобщая физкультуризация имела под собой вполне рациональное основание: более здоровые и сильные люди будут лучше работать и качественнее защищать границы страны. Образ спортсмена (спортсменки) становится архетипом нового времени, а спорт – сюжетом, пригодным для агитационных целей. Масштабная пропаганда была бы невозможна без участия искусства. И в СССР популяризация спор-

та совпала с развитием левых течений в культуре, поэтому часто «ассоциируется почти исключительно с авангардом, экспериментальным крылом культурного производства» [О'Махоуни 2010]. Ожидаемо, что для создания своих произведений художники пользовались не традиционной живописью, а новыми видами искусства, такими как фотография и фотомонтаж (Рисунок 5 [Клуцис]): «вращение гимнастов – это несомненная аллюзия на движение колес в механизме... досуговая составляющая физкультуры прямо спроецирована на понятия производительности труда и служения государству» [О'Махоуни 2010].

Кроме плакатов, появляются разработки первых моделей спортивной одежды. Таких, например, как, «спорт-одежда» Варвары Степановой (Рисунок 6 [Лаврентьев]), которая считалась и подавалась в качестве «нового типа костюма для новой, послереволюционной эры» [О'Махоуни 2010]. Можно предположить, что именно разработки В. Степановой легли в основу спортивной символики более поздних лет. Соответственно, пропагандистами нового стиля стали в том числе левые поэты, художники, фотографы, такие, например, как Александр Родченко и Евгения Жемчужная (Соколова) (Рисунок 7 [Родченко]).

Рис. 5 (слева).  
Фотомонтаж  
«Спорт» студента  
ВХУТЕМАСа Густава  
Клуциса. 1922 г.



Рис. 6 (в центре).  
Спортивные  
костюмы Варвары  
Степановой. 1924 г.



Рис. 7 (справа).  
Евгения Жемчужная  
в спортивном  
костюме, сшитом по  
проекту Степановой. 1924 г.



В теме спорта находили вдохновение дизайнеры текстиля, обоев, посуды, керамики (*Рисунок 8* [«Колхозник...»]). Также одним из наглядных результатов популяризации спорта тех лет является народная популярность футболки, которая становится повседневной формой одежды.

В 1923 году учреждено Московское пролетарское спортивное общество (ПСО) «Динамо», ставшее в 1938-м первым Всесоюзным спортивным обществом. Инициатива его создания принадлежала Объединенному государственному политическому управлению (ОГПУ), а основой стали военно-спортивные клубы, созданные всё тем же Всеобучем (*Рисунок 9*). Организованное для регулярных занятий спортом и повышения боевой подготовки личного состава силовых структур, ПСО «Динамо» проводило колоссальную работу по подготовке значкистов ГТО.

Деятельность по развитию «рабочего спорта» в России основывалась не на пустом месте. Первые спортивные рабочие общества появились в мире еще в середине XIX века. «К 1860-м годам только в Германии насчитывалось около 2000 клубов для рабочих-спортсменов, в которых занималось около 168 000 человек. Многие из них были связаны с левыми течениями демократических и социалистических партий, в первую очередь

с коммунистами. Одной из первых крупных спортивных организаций того периода стала Рабочая федерация гимнастики, основанная в 1893 году в Германии» [Боголюбова, Николаева 2012]. Чуть позже появились спортивные федерации в Бельгии, Австрии, Англии. В России спортивные рабочие объединения на крупных предприятиях тоже образовывались. Причем зачастую при активном содействии собственников заводов. Так, в начале XX века на Орехово-Зуевской мануфактуре английские рабочие при поддержке семьи Морозовых организовали Клуб спорта «Орехово» (КСО), который несколько раз становился чемпионом Москвы по футболу. Впоследствии КСО превратится в футбольный клуб «Знамя Труда». Кружок любителей спорта создает администрация Путиловского завода в Петербурге. Подобные объединения, но менее крупные, создавались и в других городах России.

В самостоятельную политическую силу международное спортивное рабочее движение оформляется в начале XX века. В 1919 году в Швейцарии создается Люцернский спортивный интернационал (ЛСИ). Не принятые в ЛСИ революционно настроенные спортивные клубы России, Венгрии, Украины, Белоруссии, Чехословакии, Германии и др. стран организуют в 1921 году Красный спортивный интернационал (КСИ), оказавший



Рис. 8. Чернильный набор с фигурками физкультурниц». Наталья Данко. 1933 г.



Рис. 9. Знак ЦС «Динамо» (серебро (томпак), эмаль)

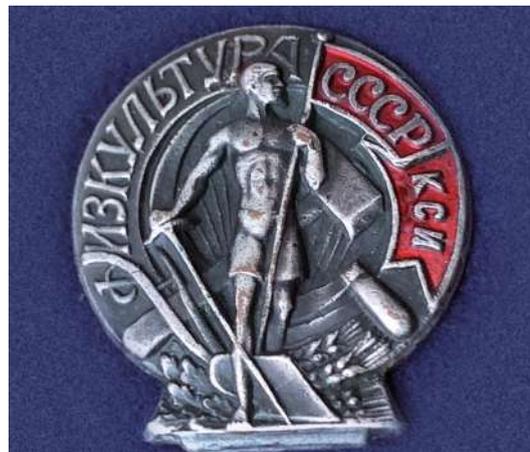


Рис. 10. Знак «Физкультура. СССР. КСИ»

большое влияние на развитие физкультурного движения. Сам термин «физическая культура» впервые появился на значке именно КСИ (Рисунок 10). Печатным органом КСИ стал журнал «Пролетарский спорт». Как и в «головной организации», Коминтерне, «советская секция КСИ являлась основной секцией как по количеству объединяемых в ней членов, так и по идеологическому влиянию» [Никитов, Кудряшов, Гольдман 2005] (Рисунки 11 и 12).

Помимо спортивной деятельности, члены КСИ в разных странах принимали активное участие в революционных событиях: забастовках, пикетах, сборе средств для забастовщиков, выполняли роль связистов, проводили агитпробеги и соревнования с целью создания общественного мнения в пользу бастующих.

«В Уставе КСИ открыто заявлялось о его задачах "...воспитания трудящихся масс города и деревни и их физического укрепления, чтобы в классовой борьбе пролетариата они могли принять участие в качестве способных к сопротивлению, физически ловких, бодрых и полных решимости борцов"». Физическая культура, гимнастические игры и спорт определялись как средство в пролетарской классовой борьбе. В организациях КСИ был введен комплекс «Готов к классовой борьбе» (ГКБ) [Григоревич]. Если же говорить о визуализации этой тенденции, то предшественником же значка ГТО, по мнению коллекционеров, стали не визуальные образы ГКБ, но наиболее известный членский значок Спортинтерна – «Физкультура. СССР. КСИ», выпущенный в 1925 году как единый значок физкультурника. В фигуре спортсмена на знаке легко считываются отсылки к атлетичности античных героев. Молот и серп – как необходимые инструменты для создания «новой страны». Всё это символизирует советского «нового человека» – телесно и духовно преобразившегося, сильного, физически закаленного. «Физкультурник – предельное лучшее выражение силы, мастерства и самоотверженности нового поколения, которое поведет Страну Советов к светлому будущему» [О'Махоуни 2010].

«В 1936–1938 годах лидеры КИМа, КСИ и ряда других международных организаций были уничтожены. В 1937 году Исполком КСИ был распущен, а зарубежные клубы, входившие в объединение, либо перестали существовать, либо влились в ЛСИ. Идеи мировой революции перестали быть актуальными для внешней и внутренней политики СССР» [Никитов, Кудряшов, Гольдман 2005]. Но символика первых попыток репрезентации спорта найдет продолжение в пропаганде последующих лет.

Высший совет физкультуры при Всеобуче, как отмечалось ранее, был расформирован, и в 1923 году при ВЦИК создается Высший совет физкультуры (ВСФК), которому поручено осуществлять работу по физкультурному и спортивному движению на территории Советского Союза. Гражданская война уже закончена, и работа по «восстановлению производственных сил страны» кажется вполне логичной. Но присутствует и скрытый смысл: есть необходимость провести регистрацию всех спортивных организаций. «Из постановления ЦК РКП(б) от 13 июля 1925 года следует, что не только контрреволюционные, но и просто аполитичные общества являлись чуждыми строю советской жизни. "Физкультура должна составлять неотъемлемую часть общеполитического воспитания и образования и должна быть включена в общий план деятельности соответствующих общественных и государственных организаций и учреждений. Поэтому физкультура не должна обособляться и в организационном отношении в какие-либо самостоятельные спортивно-гимнастические объединения, что неизбежно привело бы к от-



Рис. 11. Знак КСИ, выпущенный в Средней Азии



Рис. 12. Жетон КСИ Троцкого (Гатчина) дома физической культуры. СССР

рыву от основной политико-просветительской работы и к отрыву масс от основных общественных организаций" (основными были ВКП(б), профсоюзы и РЛКСМ)» [Никитов, Кудряшов, Гольдман 2005].

Необходимо отметить, что успехи спортивного движения в СССР были действительно впечатляющими. В начале 20-х годов состоялись первые чемпионаты РСФСР (по плаванию – в 1921 году; по футболу – в 1922 году), Всесоюзный праздник физкультуры – в 1923 году. Одним из самых массовых мероприятий стала первая Всесоюзная спартакиада в 1928 году – всенародный смотр достижений советского физкультурного движения и вызов IX Олимпийским играм в Амстердаме. Здесь важно отметить, что противостояние было заложено в самом символе соревнований: олимпийское движение ассоциировалось с Древней Грецией и богами Олимпа, советский символ соревнований – фигура Спартака, раба-гладиатора, возглавившего Римское восстание (довольно очевидные аллюзии на историю возникновения советского государства). В финале спартакиады в Москве участвовало более 7000 человек, в том числе 600 зарубежных спортсменов из 13 стран (Рисунки 13-14). Для сравнения: в Летних олимпийских играх в Амстердаме в том же 1928 году приняло участие менее 3000 спортсменов.

Будет нелишним сказать, что в это время спорт был преимущественно городским явлением. А южные и восточные республики, сельские районы отвергали спортивные занятия. В особенности не приветствовал-

ся спортивный досуг у женщин. В то же время начинается массовое переселение жителей деревни в города. Поэтому спортивная пропаганда по формированию «нового человека» в первую очередь была ориентирована на этих новых городских жителей – трудовой (а в перспективе и военный) ресурс.

В начале 30-х спортивную сферу вновь ждали преобразования. Высший совет физкультуры переименовывают во Всесоюзный совет физической культуры при Правительстве СССР. И начинается работа по резкому сокращению общественных организаций страны, при этом создание спортивных обществ возможно либо на производствах, либо при обращении в профсоюзы (Рисунки 15–17).

В этих условиях особенно любопытным выглядит история появления одного из самых популярных обществ Советского Союза – ДСО «Спартак». «В это время активизировалась борьба за то, кто возглавит спортивно-физкультурное движение в стране и, соответственно, отрапортует о выдающихся спортивных результатах к 20-летию Великой Октябрьской социалистической революции. Борьба развернулась между наркоматами и профсоюзами. Но начал эту борьбу комсомол» [Никитов, Кудряшов, Гольдман 2005]. В качестве материально-технической базы было принято решение привлечь промысловое кооперативное движение. По воспоминаниям Андрея Старостина, брата одного из основателей ДСО «Спартак» Николая Старостина: «Николая вызвали в ЦК ВЛКСМ. Наверное, нет у нас такой физкультурно-спортивной организации, которая в истории своего возникновения и развития не знала бы влияния комсомола. "Подумайте над организацией добровольного спортивного общества, которое объединило бы всех физкультурников промысловой кооперации, и помогите им организовать такое общество", – предложил Николаю Александр Васильевич Косарев». Так, в 1935 году появилось ДСО «Спартак» – второе после «Динамо» массовое спортивное общество.

«"Спартак" стал в СССР единственным физкультурным обществом, не принадлежавшим ни профсоюзам ("Торпедо", "Локомотив", "Сталинец" и др.), ни ведомствам ("Динамо" и ЦДКА), – факт уникальный в советской истории. Вот откуда идут корни всенародной любви к этому орденосному спортивному обществу!» [Кошель 2017].



Рис. 13. Знак Всесоюзной спартакиады СССР 1928 г.



Рис. 14. Знак Всесоюзной спартакиады СССР 1928 г.

Нет единого мнения, кто из основателей предложил название «Спартак» для нового общества, но вот что касается эмблемы, то история утверждает, что «спартаковский ромб был сделан горизонтальным именно в противоположность вертикальному динамовскому» [История эмблемы...], куда вместо буквы Д поместили С (Рисунок 18).

В День физкультурника в 1936 году А. Косарев придумывает провести футбольный матч спартаковцев на Красной площади перед И. Сталиным, чтобы продемонстрировать умения команды генсеку. Для этого главную площадь страны накрыли войлочным ковром в 9 тыс. кв. метров и превратили в стадион. Н. Старостин вспоминал: «Стоя рядом со Сталиным, Косарев незаметно сжимал в руке белый платок. Было условлено: если игра вдруг придется не по вкусу "лучшему другу физкультурников", то по отмашке платком надлежало немедленно всё прекратить. Я не выпускал из поля зрения Мавзолей, и чем дальше не было взмаха руки, тем яснее становилось: футбол "хозяину" нравился. Вместо оговоренных по сценарию тридцати минут матч продолжался почти целый тайм» [Кошель 2017].

Этот и следующий год оказались крайне удачными для спартаковцев. В 1937 году СО «Спартак» награждено орденом Ленина. Но вот судьба его основателей оказалась не такой успешной. Результатами работы «воспользовался, конечно, не комсомол. Косарев был осужден и расстрелян, братья Старостины и некоторые другие активисты "Спартака" оказались в лагерях и ссылках. Но "Спартак" стал любимцем страны, особенно с "оттепели", так как воспринимался некоей оппозицией "Динамо"» [Никитов, Кудряшов, Гольдман 2005].

Попутно заметим, что ДСО «Локомотив» (Всесоюзное добровольное спортивное общество железнодорожников) появилось на год позже «Спартака», на создание «Локомотива» его инициатора Л. Кагановича сподвиг как раз успех А. Косарева (Рисунок 19).

В итоге описываемой государственной политики физкультурным движением в профсоюзах СССР к середине 30-х годов было охвачено более 2 млн человек. Но организационная перестройка физкультуры и спортивной деятельности страны продолжалась. В 1936 году СНК принимает постановление «О спортивных обществах», которое окончательно закрепило главенствующую роль



Рис. 15. Знак профсоюзного спортивного общества «Печатники»



Рис. 16. Знак профсоюзного спортивного общества «Текстильщики»



Рис. 17. Знак профсоюзного спортивного общества «Кожевники»



Рис. 18. Знак СО «Спартак»



Рис. 19. Членский значок ДСО «Локомотив»

профсоюзов. В нем, в частности, указывалось, во-первых, считать нецелесообразным организацию спортивных обществ при наркоматах; существующие общества при наркоматах ликвидировать, во-вторых, считать целесообразным организацию спортивных обществ лишь по отраслям производства и при центральных комитетах профсоюзов [Никитов, Кудряшов, Гольдман 2005]. С этого времени и до Великой Отечественной войны в СССР было создано около ста добровольных спортивных обществ (*Рисунок 20*).

Особое место в спортивной истории СССР занимает движение ГТО, резко повысившее статус спорта в СССР. В 1930 году после создания Всесоюзного совета физической культуры (ВСФК), возникает понимание о необходимости преобразований в массовой спортивной деятельности страны. «Как всегда, застрельщиком выступил комсомол: ЦК ВЛКСМ предложил систему спортивных испытаний (норм) физической подготовки советского человека. Назвали её емким и красивым сочетанием трех слов – ГТО» [Зак 2014].

Параллельно с этой работой в стране разворачивается дискуссия о том, что пролетарский спорт должен развиваться на совершенно новых принципах, без медалей, соперничества и чемпионства, что соответствовало бы принципу «главное не победа, а участие». При этом все понимали, что любительский статус большинства спортсменов – не более чем маскарад. «В статье "Вовлечь новые кадры в физкультурное движение. Против рекордсменства и чемпионства" председатель ВСФК Антипов сказал: "Узость специализации и упражнений не дает всестороннего физического развития. Надо отбросить мнение, что рекордсмены и чемпионы являются самыми здоровыми людьми. Узость упражнений приводит к тому, что чемпион, усовершенствовавшись в одном виде спорта, не может выполнить самых элементарных вещей, необходимых каждому человеку в условиях его трудовой деятельности и особенно в условиях боевой обстановки армии. Поэтому все наши физкультурные организации должны быстро перестроиться, направив всё внимание на физическое воспитание трудящихся, создание всесторонне физически и политически развитых, подготовленных к труду и борьбе за социализм бойцов"» [Жохов 2014].

На страницах «Комсомольской правды» в 1930 году было предложено ввести комплекс испытаний с едиными критериями для оценки физического состояния граждан. Обсуждение данной инициативы шло в каждом номере газеты. «Были и различные предложения. Вот некоторые из них. 7 июня 1930 года. А. Седякин посоветовал пять предложенных газетой испытаний дополнить еще тремя требованиями: активно участвовать в индустриализации промышленности страны или развитии коллективного сельского хозяйства – быть ударником на фронте социалистического строительства, уметь смонтировать простейший радиоприемник или уметь управлять автомобилем, знать внешние признаки газового нападения и уметь работать в противогазе в течение получаса или часа» [Жохов 2014].

11 марта 1931 года комплекс ГТО был введен в действие. Идея значка ГТО принадлежит 15-летнему школьнику Владимиру Токареву. В жизнь идею подростка воплотил художник Михаил Ягужинский (*Рисунок 21*). «Теоретически эти нормы позволяли оценивать соответствие молодых граждан двойным требованиям – производительности труда и военной подготовки. Эта задача нашла отражение в значке: фигура бегущего атлета располагалась на фоне пятиконечной звезды, которая в свою очередь вписана в шестеренку» [О'Махоуни 2010]. Символика ГТО быстро получила известность. И активно использовалась, например, в оформлении парадов.

Первые значки делали из серебра и бронзы, на них были номера, обладание значком ГТО подтверждалось специальными документами [Каталог знаков ГТО]. «Для того чтобы получить право на его ношение, надо было сдать 15 нормативов... Не обошлось и без курьезов: например, испытания на велосипеде можно было заменить ездой на тракторе» [Зак 2014].

Несмотря декларативную борьбу с «чемпионством», сдача нормативов ГТО для многих людей стала началом большого спортивного, воистину чемпионского пути. Самый известный пример – многократные чемпионы Советского Союза брателья-бегуны Знаменские.

Но тренд на массовизацию продолжался. В 1934 году были установлены нормы БГТО для школьников (до 14 и старше 14 лет). Изображение маленького

Ульянова-Ленина на креплении знака не позволяет ошибиться, что данная награда рассчитана на юных защитников страны (Рисунок 22).

«Простота и доступность упражнений, включенных в комплекс, сделали ГТО очень популярным. Уже в 1931 году значки ГТО получили 24 тысячи, в 1932-м – 465 тысяч, в 1933-м – 835 тысяч физкультурников... К началу 1941 года в стране насчитывалось более 62 тысяч коллективов физкультуры, объединяющих более 5 миллионов физкультурников, число сдавших нормативы комплекса "ГТО" составило свыше 6 миллионов человек» [Каталог знаков ГТО] (Рисунок 23). Казалось бы, получение значка ГТО – исключительно индивидуальная заслуга, но советские идеологи спорта не забывали и о декларируемом и насаждаемом коллективизме.

Например, отдельной гордостью советских спортсменов был знак «Знаменное ГТО». Он имел больший размер по сравнению со стандартным значком и крепился на знамя спортивного коллектива. Но вот для его обладания минимум 80 % участников физкультурного сообщества должны были быть значкистами ГТО (Рисунок 24).

Политика проникала в физкультуру и спорт не только через трудовые коллективы, но и по иным «косям», что нашло отражение и в значках. Например, было придумано «морское ГТО», а на соответствующем значке появилась морская символика (Рисунок 25). Кроме того, ГТО внедрялось в национальных республиках и даже дружественных государствах. Известны абсолютно уникальные экземпляры значков, выпущенных для Тувы и Китая.



Рис. 20. Знаки добровольных спортивных обществ. «Красный кондитер», «Молния», «Шерстяник», «Наука», «Учитель», «Колмеурне» (Грузинская ССР), «Урожай» (БССР), «Колгоспник» (УРСР), «Алга» (Киргизская ССР), «Енбек» (Казахская ССР)



Рис. 21. Знак ГТО 1931 г.



Рис. 22. Знак БГТО образца 1934 г.



Рис. 23. Знак ГТО 1936 г. СССР (ВСФК реорганизуется во Всесоюзный комитет по делам физкультуры и спорта при СНК СССР. Аббревиатура «ВСФК» на всех знаках меняется на «СССР»)



Рис. 24. Знак «Знаменное ГТО». 30-е гг. СССР



Рис. 25. Знак ГТО ВМФ СССР 1940 г.

Тувинская Аратская Республика (ТАР) до 1944 года имела относительную самостоятельность, хотя нагрудные знаки, как и монеты, банкноты и марки, изготавливались в СССР. Естественно, что с учетом национальной специфики, которая проявлялась в оформлении и используемом языке. На «тувинских» значках ГТО все надписи на национальном языке, но словосочетание «монетный двор» на русском. Не менее интересны значки ГТО, изготовленные в Китае. Можно предположить, что они были результатом самодеятельности той части русских, проживающих в Китае в середине 40-х годов, среди которых было сильно стремление вернуться на историческую родину. Они создавали союзы, общества, которые и вели переговоры с советским правительством о репатриации [Калистратов, Воронченко 2002].

Непростая международная обстановка конца 30-х годов потребовала очередных изменений в системе физической подготовки населения и сменила акценты в репрезентации спорта. «Раньше широкое распространение физкультуры связывалось с наращиванием трудового потенциала – теперь оно все сильнее ассоциировалось с военной мощью и обороной советских границ» [О'Махоуни 2010].

И пропаганде опять потребовалось участие искусства. Страна пестрела плакатами, призывающими население к участию в военно-спортивной подготовке, авторами которых были известные художники, такие как, например, А. Дейнека (Рисунок 26 [Новикова]).



Рис. 26. А. Дейнека.  
«Работать, строить и не ныть.  
Нам к новой жизни путь указан.  
Атлетом можешь ты не быть,  
но физкультурником – обязан!..»  
Плакат. 1933 г.

В комплекс ГТО были введены такие виды испытаний, как переползание, скоростной пеший переход, метание связки гранат, лазание по канату, шесту и деревьям, переноска патронного ящика, преодоление полосы препятствий, а также различные виды единоборств. «В годы ВОВ комплекс ГТО сыграл огромную роль в подготовке молодых людей к призыву в Красную Армию. Очень часто (особенно в начале войны) им приходилось вступать в бой без всякой подготовки, но, благодаря комплексу, они умели стрелять, знали систему стрелкового оружия, основы рукопашного боя и ориентирования на местности по карте» [Зак 2014] (Рисунок 27).

После окончания Великой Отечественной войны сдача комплекса ГТО возобновилась (1946 год), но сократилось количество нормативов, сам знак тоже претерпел изменения (Рисунок 28).

Отчасти это связано со сменой акцентов в государственной политике. Власть больше не была заинтересована в массовом спорте. Все силы брошены на победу в международных соревнованиях. Первое участие СССР в Олимпиаде в 1952 году принесло сразу 71 медаль. Спорт становится средством международной политики. Населению же отведена роль зрителя. Советский гражданин больше не участник – он инфраструктура поддержки. «К середине 60-х утопический идеализм, понимавший физкультуру как средство создания нового человека, сошел на нет. Спорт стал простым и прямолинейным средством международной политики,



Рис. 27. Знаки «Отличник ГТО» СССР II ст. 1940–1941 гг.

спортсмены – инструментами для реализации государственной установки на мировое лидерство. Спортивные победы уже не вели напрямую к воцарению коммунизма на планете – они заменили собой эту цель, которая всё более размывалась и тускнела» [О'Махоуни 2010].

Впоследствии комплекс ГТО, как символ массового спорта, еще не раз будет модернизироваться, знаки начнут изготавливать более простыми способами и из более дешевых материалов огромными тиражами. Резко упростился дизайн значков. Кроме того, сами знаки практически не имеют разновидности (Рисунки 29, 30), унификация в итоге сказалась на качестве визуального изображения. И сами значки стали пользоваться меньшей популярностью. Если ранее ношение значка ГТО было нормой, свидетельствовало о достижениях, было даже почетным, то в 70–80-е годы значок ГТО явно «выходит из моды». А сам процесс сдачи норм ГТО всё больше становится уделом школьников. Даже в студенческих коллективах мода на ГТО постепенно отмирает. ГТО становится столь же формальным занятием, теряющим содержание. В этом отношении прослеживается однозначная закономерность: унификация, массовизация и формализм в реальности приводят к формализму и упрощению в дизайне соответствующих знаков отличия.

Сегодняшние попытки вернуть популярность комплекса ГТО выглядят ностальгически-посредственными, а такие инициативы, как дополнительные баллы абитуриентам за сдачу ГТО при поступлении в вузы (как

минимум в Перми), – откровенно пропагандистскими, часто похожими на отчаяние [Абитуриенты... 2019].

Можно резюмировать, что система спортивных наградных знаков и жетонов СССР довольно наглядно демонстрирует эволюцию от заинтересованности власти в последовательном и логичном выстраивании сферы массового спорта до формально протокольного к ней отношения. «Репрезентация физкультуры (в том числе посредством спортивных знаков. – *Прим. авт.*) снова оказывается полезным и важным оптическим прибором, позволяющим увидеть и передать сложный комплекс политических и социальных смыслов» [О'Махоуни 2010]. Награды 20-х – середины 30-х годов отличает исключительное качество изготовления, использование драгоценных материалов, горячих эмалей... «Часть таких значков без оговорок можно причислить к ювелирным произведениям. В их дизайне прослеживаются преемственность и художественное мастерство старых дореволюционных мастеров» [Кривцов 2008].

С середины 30-х заметны значительное упрощение и унификация спортивных знаков. К моменту распада СССР большую их часть изготавливают из алюминия без каких-либо эстетических изысков и качественного дизайна. В качестве эпилога стоит привести цитату из самого авторитетного каталога наградных знаков советского времени «Аверс»: «Как это ни странно, но наградная система наглядно иллюстрирует как трудовой энтузиазм народа, так и его снижение, а в конечном счете – движение к распаду государства» [Кривцов 2008].



Рис. 28. Значки ГТО, БГТО комплексов 1946–1961 гг.



Рис. 29. Знаки «Отличник» ГТО, БГТО, образца 1961–1972 гг.



Рис. 30. Знаки ГТО 1972 г.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Абитуриенты со знаком ГТО получат дополнительные баллы при поступлении в вузы Прикамья. 15.07.2019 [Электронный ресурс]. URL: <https://permkrai.ru/news/abiturienty-sdavshie-na-znak-gto-poluchat-dopolnitelnye-bally-pri-postuplenii-v-vuzy-prikamya/> (дата обращения: 01.12.2019).
2. Боголюбова Н. М., Николаева Ю. В. Красный спортивный Интернационал и зарождение советской спортивной дипломатии // Вестник Санкт-Петербургского университета. – 2012. – С. 107–114.
3. Второй Всероссийский съезд РКСМ. Стеногр. отчет 5–8 октября 1919 г. Петербург. – 1920. – 81 с.
4. Григоревич В. В. Всеобщая история физической культуры и спорта [Электронный ресурс]. URL: [https://ebooks.grsu.by/ist\\_sporta/2-rabochee-sportivnoe-dvizhenie.htm](https://ebooks.grsu.by/ist_sporta/2-rabochee-sportivnoe-dvizhenie.htm) (дата обращения: 01.12.2019).
5. Жохов В. С. Предшественники комплекса ГТО // Физическая культура в школе. – № 8. – 2014. – С. 49–54.
6. Зак А. С. История развития физкультурно-оздоровительного комплекса «Готов к труду и обороне» // Уральский альманах предметов коллекционирования. – 2014. – № 7. – С. 72–96.
7. История эмблемы ФК «Спартак» [Электронный ресурс]. URL: [http://rusfan.ru/posts/56114/istoriya\\_emblemi\\_fk\\_spartak](http://rusfan.ru/posts/56114/istoriya_emblemi_fk_spartak) (дата обращения: 01.12.2019).
8. Калистратов А. С., Воронченко В. Г. Знаки оборонных обществ СССР. Фотокаталог советской фалеристики. Часть 3. – Екатеринбург: Уральское издательство, 2002. – 108 с.
9. Каталог знаков ГТО («Готов к труду и обороне»). Научно-практическое пособие для коллекционеров значков ГТО СССР. – Москва-Киев, 2017. – 25 с.
10. Клущис Г. Фотомонтаж как новый вид агитационного искусства // Искусство. № 4–5 (578). 2011 [Электронный ресурс]. URL: <https://iskusstvo-info.ru/gustav-klutshis-fotomontazh-kak-novyy-vid-agitatsionnogo-iskusstva/> (дата обращения: 01.12.2019).
11. «Колхозник, будь физкультурником»: как изображали спорт советские художники // РИА «Новости». 06.05.2018 [Электронный ресурс]. URL: <https://ria.ru/20180506/1519885544.html>
12. Кошель Ю. Спорт в СССР – дело государственное [Электронный ресурс]. URL: <http://sport-strana.ru/my-rodilis-v-bolshoj-strane-v-rossii/> 2017 (дата обращения: 01.12.2019).
13. Кривцов В. Д. Аверс № 8. Каталог-определитель советских знаков и жетонов 1917–1980 гг. – М., 2008. – 736 с.
14. Лаврентьев А. Н. Варвара Степанова. М.: Русский авангард, 2009. – 252 с.
15. Никитов Д. Ю.; Кудряшов В. П.; Гольдман Б. Э. Спортивные объединения СССР (1917–1941). – М., 2005. – 76 с.
16. Новикова А. Работать, строить и не ныть. Как советская культура формировала представление о женском счастье // НОЖ. 8 марта 2019 [Электронный ресурс]. URL: <https://knife.media/soviet-woman/> (дата обращения: 01.12.2019).
17. О'Махоуни М. Спорт в СССР: физическая культура – визуальная культура. – М.: НЛО. – 2010. – 296 с.
18. Родченко А. Портреты, 1924 год [Электронный ресурс]. URL: <https://bigpicture.ru/?p=330755> (дата обращения: 01.12.2019).



# СОВРЕМЕННЫЕ ПРАКТИКИ ВИЗУАЛИЗАЦИИ: ПОИСК ФОРМЫ И ДИНАМИКА СОДЕРЖАНИЯ

## **ГЛАВА 1**

---

Политический портрет: методика и практика фотографического искусства

## **ГЛАВА 2**

---

Современные сериалы и политические теории

## **ГЛАВА 3**

---

Избирательный бюллетень как визуальный феномен электоральной политики

## **ГЛАВА 4**

---

Политические значки: функции и типология визуальных практик

## **ГЛАВА 5**

---

Открытка как инструмент предвыборной агитации (по материалам коллекции ГПИБ России)

## **ГЛАВА 6**

---

Образ РПЦ в Рунете: к политической реальности через социальный миф

## **ГЛАВА 7**

---

Power Dressing: женские визуальные образы как политические символы в XX веке и сегодня

## **ГЛАВА 8**

---

Образ женщины-политика в Европе и России

# ПОЛИТИЧЕСКИЙ ПОРТРЕТ: МЕТОДИКА И ПРАКТИКА ФОТОГРАФИЧЕСКОГО ИСКУССТВА

ЧАСТЬ III.  
СОВРЕМЕННЫЕ ПРАКТИКИ  
ВИЗУАЛИЗАЦИИ:  
ПОИСК ФОРМЫ И ДИНАМИКА  
СОДЕРЖАНИЯ

ГЛАВА 1

Существует достаточное количество фотографических портретов политиков разных стран и разных периодов, которые однозначно отнесены к произведениям искусства мирового значения. В качестве примеров можно привести портрет премьер-министра Великобритании Маргарет Тэтчер – фотограф Хельмут Ньютон, портрет премьер-министра Великобритании Уинстона Черчилля – фотограф Юсуф Карш и портрет кубинского революционера Че Гевары – фотограф Альберто Корда (Рисунки 1–3).

Портрет Маргарет Тэтчер выставлен в National Portrait Gallery в Лондоне, присутствует в списках лотов ведущих мировых аукционных домов. Портрет Черчилля стал «культовым» в годы Второй мировой войны. Портрет Че Гевары – одно из самых тиражируемых и коммерчески востребованных изображений в мире.

Оценка этих фотографий показывает, что они, помимо художественных достоинств, которые едва ли поддаются формализации, имеют ряд формальных признаков, которые влияют на их продвижение в политическом пространстве. Во-первых, на фотографиях зафиксированы личности планетарного масштаба, личности, которые на момент создания фотографий уже были в фокусе внимания широкой общественности. Это обуславливает интерес публики, зрителя к ним. Во-вторых, фотографии смогли показать доминирующие свойства личности, раскрыть индивидуальность. Фотографы смогли реализовать свои творческие замыслы. В-третьих, данным фотографиям удалось победить в конкуренции изображений данных персон, выполненных другими фотографами.



Рис. 1. Фотограф Хельмут Ньютон.  
Премьер-министр Великобритании Маргарет Тэтчер

Иными словами, собственно «политического» в данных портретах мало. Фактически нет ничего, кроме известности и статуса. На фотографиях, если абстрагироваться от политического бэкграунда героев, мы видим яркие индивидуальности и сильные характеры, запечатленные талантливыми и признанными художниками. «Политичность» персонажа не является в данном случае характеристикой, придающей фотографии какую-либо дополнительную ценность как произведению искусства. Таким образом, задача любого портретного фотографа, работающего с политиками, – раскрыть именно личность портре-

тируемого, выявить и показать те черты характера, которые позволяют понять, как эти люди могут вершить судьбы мира и народов. В представленных портретах она решена.

Политический портрет, как произведение фотографического искусства, выводит на передний план именно личность, а не должность, статус или регалии портретируемого. Что такое статус премьер-министра для человека, который не связан с политикой и/или чужается её? Для такого человека должность и статус вообще не играют никакой роли. Для него на фотографиях изображены просто люди.



*Рис. 2. Фотограф Юсуф Карш.  
Премьер-министр Великобритании сэр Уинстон Черчилль*



*Рис. 3. Фотограф Альберто Корда.  
Кубинский революционер Че Гевара*

В отличие от официального портрета, снятого в обстановке рабочего кабинета, в присутствии атрибутов власти, включая форму одежды, государственные символы и награды, художественный портрет скорее отрицает властные полномочия и статусность, но подчеркивает черты характера, определяющие суть личности портретируемого, которые и позволили человеку добиться положения в обществе и власти. Произведение фотографического искусства – это «портрет человека, а не должности». При этом, конечно, официальные портреты тоже могут являться произведениями исторического фотографического наследия, но, скорее, как визуальный документ.

Рождение фотографии как произведения искусства во многом является случайным, мало прогнозируемым процессом. Получение художественного портрета в этом отношении ничем не отличается от аналогичных задач в любых других отраслях деятельности. Специализация фотографа, его опыт, умение работать с персоналиями – это общепринятые критерии для отбора автора.

Основа политики – публичность, взаимодействие политика с различными аудиториями, и прежде всего с избирателями. Полем такого информационного взаимодействия является в первую очередь медийное пространство: СМИ и социальные сети. В медийном пространстве, в котором отсутствует непосредственный контакт с аудиторией, идентификация политика через его фотографическое изображение необходима для того, чтобы у аудитории возникло личностное отношение к нему, чтобы с ним начали ассоциироваться определенные черты характера. Фотография должна вызывать эмоции. В конечном итоге аудитория должна по фотографии увидеть, как он принимает решения, какими целями руководствуется. Узнаваемое изображение политика, фотографическая фиксация его действий – основополагающий пласт опосредованной коммуникации.

В силу постоянной тиражируемости и в зависимости от популярности политика многочисленные фотографии разных фотографов постоянно попадают в качестве иллюстраций в медийные материалы. Постепенно, во многом стихийно, образуется своеобразный пул изображений, сопровождающий политика, его «фотографический след». Отбор изображений, присутствующих

в информационном пространстве, конкурентен и субъективен. Можно предположить, что в качестве иллюстраций, в силу специфики работы СМИ, как правило, отбираются две категории изображений: либо наиболее соответствующие устоявшемуся образу политика, либо «выходящие за рамки» стандартного образа, то есть фотографии, на которых запечатлены ситуации и эмоции в конкретный период времени и/или в конкретной ситуации, категорически не свойственные политику. Следует отметить, что с точки зрения медийности наиболее интересны именно «нестандартные» снимки, которые со временем переходят в разряд эталонных. Пример – фотография У. Черчилля, где он зафиксирован без традиционной сигары и с непривычным на то время растерянно-жестким выражением лица. Параметр «необычности, нестандартности» формирует художественную ценность политика, равно как и представителя любого другого рода деятельности. Фотограф, буквально отобравший у премьер-министра Великобритании сигару, осуществил акт искусства – рождение нового образа известнейшего политического деятеля.

На наш взгляд, существует два объективно сложившихся подхода к массовой трансляции изображений: стихийный и осознанный. Стихийный подход складывается сам собой, снимки генерируются разными способами. Это могут быть фотографии с пресс-конференций, случайно сделанные снимки, изображения, взятые из аккаунтов политика в социальных сетях, и т. д. В этом случае фотографии выполняют в большей степени лишь роль документа, не более того. Авторство снимка при таком подходе во многом не имеет принципиального значения. Осознанный подход к генерации изображений предполагает, что политик или его окружение сознательно формируют визуальную политику, с различной степенью жесткости контролируя каналы появления фотографий в медийном пространстве, работая со СМИ по формированию визуального образа, привлекая профессиональных, известных фотохудожников и/или фоторепортеров. При таком подходе имя фотографа, а следовательно, стилистика, эстетичность снимка и адекватность его образу политика или иллюстрируемому сюжету являются значимыми критериями. В том числе потому, что аудитория фотографа является дополнительным фактором в «раскрутке» изображения.

Естественно, что в большинстве случаев оба подхода сочетаются, но в разных пропорциях. «Случайные» снимки в современных условиях запретить невозможно, как и спрятать политика от публики, закрыв его в недоступном месте навсегда. Для появления «случайных» изображений в медийном пространстве не нужны профессиональные фотографы и камеры. Любое появление политика на публике сопровождается фотографированием, в том числе на камеры сотовых телефонов. Другое дело, что кто-то продумывает любой выход на публику, в том числе привлекая «свою камеру», а кто-то довольствуется стихийным, спонтанным визуальным рядом, возникающим из фотографий, сделанных корреспондентами и публикой. При этом практика показывает, что при осознанном подходе к визуализации образа политика шансы на появление качественных популярных фотографий значительно возрастают.

При этом существует закономерность: популярные снимки с течением времени становятся более популярными, переходя в разряд «культовых» и «иконических», т. е. наиболее часто ассоциирующихся с политиком. Другими словами, фотографии, которые максимально соответствуют образу политика среди различных целевых групп, становятся «якорными», наиболее тиражируемыми. Более того, аудитория постепенно начинает оценивать их как художественные. Например, упоминаемый фотопортрет Че Гевары первоначально не был востребован, но стал известным с течением времени, после массовой демонстрации в различных СМИ.

Художественный портрет – штучное произведение, которое так же сложно создать, как, например, живописный шедевр. Но политика не терпит визуальной пустоты, которую призваны заполнить и заполняют в том числе вполне стандартные, массовые портреты политиков всех рангов и взглядов.

Современная политическая деятельность является системной. Построение адекватного образа политика и, как следствие, формирование «фотографического следа» есть также деятельность системная и целерациональная. По своей сути создание визуального образа политика, осознанный подход к визуальной политике – своеобразная, специфическая деятельность команды политика, подобная продюсированию, равная по значимости политическому консультированию и спичрайтерству.

Массовая генерация изображений политиков является технологической частью глобального политического процесса. Следует понимать, что не все политики есть Че Гевара, Маргарет Тэтчер или Уинстон Черчилль. Сложно представить, что фотография муниципального депутата, депутата Государственной Думы или губернатора может быть отнесена к произведению искусства автоматически, по факту создания даже известным фотографом. Тем не менее, раз речь идет о фотографии (фотографическом искусстве, искусстве создания образов, портретов) в принципе, то потенциально каждое изображение имеет шансы быть признанным таковым. Любое потоковое создание изображений (детские съемки, свадебная фотография, репортажи) подразумевает теоретическую возможность получения шедевра. Теоретически любой портрет может оказаться произведением искусства в силу того, что фотографирование есть акт творчества, совершаемый фотографом.

Как уже отмечалось, фотография как произведение искусства отличается от любого другого фотографического изображения силой и глубиной эмоционального воздействия на зрителя. Причем получение «эмоциональной» фотографии, портрета не только не противоречит прагматичным задачам политика, но и во многом их решает. Более эмоциональная, более художественная в этом смысле фотография имеет лучшие шансы выиграть в глобальной конкуренции изображений.

Портрет политика как человека может быть сделан практически в любом месте и практически в любое время: в домашней обстановке, на отдыхе, на работе, среди других людей, на встрече, в самолете или трамвае. По сути, это просто изображение человека. Это изображение становится политическим лишь благодаря профессиональной деятельности изображаемого. Проще говоря, политический портрет – изображение, ассоциированное с политической деятельностью, с борьбой за власть. И это значит, что политический портрет должен подчеркивать те качества «героя», которые и ассоциируются с властью и политикой: харизматичность, способность управлять и вести за собой людей, умение сострадать, ум, понимание проблем простых людей, решительность и т. д.

Параметры необходимого изображения поддаются формализации и часто являются чисто технологическими, поддающимися формулировке на уровне технического задания. Далее дело за фотографом, который должен решить сформулированную задачу: выбрать композиционное решение, световой рисунок и т. д. Итогом творческого и одновременно технологического решения должно стать соответствие изображения представлениям целевых аудиторий, прежде всего – электро- ральных.

Очевидно, что фотографии политиков, а особенно «политические портреты» как особый жанр, востребованы прежде всего в период избирательной кампании. Они являются важнейшей частью наглядной агитации, включены во все визуальные материалы (плакаты, афиши, листовки, календари, значки, буклеты, агитационные издания, газеты). Технологически необходимый пакет «политических портретов» можно описать следующим образом:

А) **ОСНОВНАЯ ФОТОГРАФИЯ КАМПАНИИ, ЯКОРНЫЙ ПОЛИТИЧЕСКИЙ ПОРТРЕТ.** Эта фотография обычно находится на избирательном участке, на информационном стенде. Именно это изображение самое тиражируемое, магистральное, именно оно работает на узнавание и идентификацию политика. Создание якорной фотографии необходимо изначально рассматривать как акт творчества. Она, фотография, может стать решающим эмоциональным аргументом для избирателя во время голосования;

Б) **ФОТОГРАФИИ ДЛЯ АГИТАЦИОННЫХ ГАЗЕТ.** Если планировать три выпуска газеты в ходе кампании по четыре полосы, то на каждую полосу необходимо по одной уникальной фотографии (кроме якорного изображения, одного на издание), в итоге получается 12 различных политических портретов.

Об этих портретах стоит сказать подробнее. Исходя из актуальных требований, технологически необходимы:

**1. Официальные портреты, на которых политик выглядит как представитель власти.** Здесь рекомендованы официальный костюм и галстук. Пуговицы пиджака должны быть застегнуты. Варианты официальных портретов: статичные и динамичные. На динамичных

портретах политик что-то делает. Варианты: стоя и сидя. *Паттерны, которые должны визуально считываться: энергия, деятельность, решимость;*

**2. Официальные портреты во время политической работы.** Например, политик на трибуне произносит речь, или политик приветствует избирателей во время встречи. Варианты: официальный прием за рабочим столом, за рабочим столом без пиджака (работа с документами). Такой портрет – иллюстрация для официального интервью. *Паттерны: сосредоточенность, целеустремленность, ответственность;*

**3. Портрет политика в неофициальной обстановке: без галстука.** Политик решает вопросы за рабочим столом, политик во время неофициального интервью или беседы. *Паттерны: внимательность, сопричастность, эмоциональный контакт;*

**4. Портрет в бытовой обстановке, в семье, с хобби и т. п.** Как правило, в этом случае получают самые эмоциональные фотографии, раскрывающие политика как человека. *Паттерны: любовь, забота, преданность, простота;*

**5. «Репортажные» портреты, на которых политик контактирует, взаимодействует с целевыми аудиториями.** *Паттерны: внимание, готовность к диалогу, решительность;*

**6. Портреты, которые изначально изготавливаются исходя из визуального решения агитационного материала:** композиционного, цветового и т. п.

Отметим существование общего правила при подготовке политического портретного портфолио: фотография должна показывать и подчеркивать свойства личности, характерные для реализуемой политиком социальной роли, ибо в зависимости от пола, возраста, социального статуса любой политик имеет свое уникальное амплуа (аналог уникального торгового предложения).

Этот пакет фотографий является обеспечительным для избирательной кампании. Вместе с тем еще раз подчеркнем, основная сложность – зафиксировать необходимые эмоции политика для каждого технологического портрета, добиться такого эмоционального впечатления от каждой фотогра-

фии, чтобы после визуального контакта появлялось и на максимально длительный срок сохранялось эмоциональное послевкусие.

В процессе подготовки этого текста совместно с ведущим фотографом FAME STUDIO Дмитрием Куниловым в программе set.a.light 3D V2.0 было

смоделировано несколько портретов из описанного выше пакета.

Полученный результат (Рисунки 4–8) демонстрирует следующее: портреты для нужд избирательной кампании и для текущей политической деятельности (официальный портрет, портреты для сайта, для передачи



Рис. 4–8

иным заинтересованным сторонам и СМИ) в подавляющем большинстве случаев не могут претендовать на «художественность», быть решением творческой задачи автора.

Любое особое «видение» фотографа подразумевает наличие обычного для любого произведения искусства конфликта, неоднозначности и недосказанности. В смоделированном же случае необходимо максимально простое и понятное толкование образа для целевых аудиторий, желательно без возможности дополнительных интерпретаций. Фотохудожник должен решить технологические задачи: узнаваемость, «чистота» образа, простые и понятные эмоции. Технологические задачи при создании таких портретов выходят на первый план, доминируя над всеми возможными аспектами художественности. Здесь

важно отсутствие ошибок композиции, ошибок постановки света, стилистических недочетов в одежде и визаже (например, неуместные аксессуары, расслабленный узел галстука, излишние складки на одежде, общая неряшливость, блестящая кожа и т. д. и т. п.).

Решение технологических задач достигается путем использования достаточно простой световой схемы, белого или светло-серого фона. При решении задачи повышения эмоциональности изображения стоит особое внимание уделить работе с самим политиком, добиваясь его «вхождения» в социальную роль. Показать искренность – более приоритетная задача при подготовке пакета, нежели введение в кадр каких-то дополнительных элементов творческого решения. При этом стоит отметить, что взаимодействие человека в кадре с иными объектами «создает историю» политика. Но такая дополнительная нагрузка существенно усложняет работу и автора, и политика. Дополнительные элементы могут, например, как подчеркнуть индивидуальность, так и отвлечь внимание, оказаться неуместными, перегрузить изображение и т. д.

Можно сказать, что творческую часть фотограф реализует через свое умение раскрыть человека. Задача фотографа не столько показать исключительное «я» пор-



Рис. 9–11



третируемого, а, скорее, подстроить образ политика под ожидания аудитории, под существующие стереотипы целевой аудитории.

В портретной фотографии важнейшим инструментом, через который фотограф реализует свой творческий замысел, является световой рисунок. Эмоции, драматизм – всё подчинено той световой схеме, которую выбрал автор изображения. Во многом художественность портрета есть производная от светового рисунка (*Рисунки 9–19*). При этом очевидно, что сложность рисунка и «драматизм», эмоциональность портрета усложняют его «считывание» и восприятие. В ходе кампании простота, легкость восприятия портрета являются критичным, если не решающим фактором отношения к изображению.



*Рис. 12–15*





Рис. 16–19

## ПОЧЕМУ ВАЖЕН СВЕТ?

Во-первых, именно свет «работает» с физическими параметрами – чертами и геометрией лица. Получив портреты с различными световыми решениями, выбор фотографа не всегда может совпадать с требованиями заказчика, кампании. Именно поэтому необходимо разнообразие портретных изображений для выбора, когда заказчик и автор отсеивают часть фотографий и оставляют для дальнейшей работы «выигрышные». При этом «выигрышный» портрет – субъективная оценка, во многом основанная на опыте.

Во-вторых, решая творческую задачу, фотограф управляет светом, который способен создать особую для портрета «атмосферу», раскрывающую внутренний мир героя. Работая со светом, который способен подчеркнуть эмоции героя, фотограф может добиться «художественности» образа исключительно визуальными манипуляциями («драматический» свет, «нуар», «классический голландский портрет»).

При «нарастании художественности» одновременно нарастает сложность восприятия – многозначность, необходимость усилия со стороны зрителя для понимания произведения, знание зрителем бэкграунда персонажа. Всё это требует невизуальной интерпретации, аналогичной критической оценке в рецензии или описанию произведения со стороны специалиста. Портрет в этом случае уже не просто «считывается» зрителем (избирателем), а требует дополнительной интерпретации, объясняющей смысл и суть творческого замысла фотографа при создании портрета.

Предложенный сет показывает, что различные световые решения, претендующие на художественность, кардинально изменяют образ модели. Выбор изображения теперь требует обоснования не только «технологического» качества, но и световой схемы, авторского решения. Стоит отметить и еще одну закономерность: чем более художественным является портрет, чем больше усилий требуется для понимания портрета, тем выше вероятность того, что процесс восприятия портрета потеряет «управляемость». Осознанный подход к визуальной политике, предполагающий стремление к созданию

запоминающегося, оригинального художественного образа, сталкиваясь с неподготовленностью аудитории или неудачами/непрофессионализмом фотохудожника, грозит непониманием или отторжением портрета со стороны целевых групп. Процесс восприятия портрета может превратиться из программируемого в случайный, хаотичный, повышая риски, в том числе избирательного характера.

Ключевая роль в процессе отбора «выигрышных» снимков принадлежит продюсеру съемок и самому фотографу/фотографам. В зону ответственности продюсера прежде всего входит выбор фотографа/фотографов. При этом стоит понимать, что очень важно обеспечить привлеченным специалистам максимально возможную степень свободы творчества. Кроме этого, качественное продюсирование предполагает участие в самой фотосъемке: контроль работы со светом, подбор антуража, работа с политиком во время процесса съемки и т. д., что позволяет добиться большего художественного результата и, как следствие, большего эмоционального отклика у целевых аудиторий. Эффективность работы, а также вероятность получения необходимого результата повышается, если в создании «портфолио» участвуют два-три фотографа. Задачи между ними можно разделить, например, по направлениям: студийная съемка, съемка на локациях (рабочий кабинет, знаковые места территории, на которой проходят выборы), репортажная съемка на встречах с избирателями и на официальных мероприятиях.

Стоит особо подчеркнуть, что за пределами избирательных кампаний каждому политику необходимо участвовать в фотосессиях с разными фотографами. Предсказать, какое изображение станет тем, с которым политик «войдет» в историю, невозможно. Логика политического процесса говорит о том, что поиск должен быть постоянным и не привязанным к избирательным циклам. Во многом «иконическое» фото – следствие случайного стечения обстоятельств: места, времени, ситуации, состояния политика и того, кто фотографирует. Чем больше организуется съемок для политика, тем выше шанс прийти к «своему» портрету как произведению искусства. К портрету, который раскроет личность и обеспечит необходимый уровень эмоционального на-

пряжения для позиционирования в глобальной информационной среде. Получение же иконического «политического портрета» – результат осознанной деятельности путем неоднократной работы с фотографами. Со временем одно или несколько осознанно созданных изображений путем стихийного отбора могут стать для политика «иконическими». Фотограф, совершая акт творчества, создавая произведение фотографического искусства, при каждой новой технологической фотосъемке повышает шансы политика получить конкурентоспособный политический портрет.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1. Рисунок 1.** Фотограф Хельмут Ньютон. Премьер-министр Великобритании Маргарет Тэтчер [Электронный ресурс]. URL: <https://www.christies.com/lotfinder/Lot/helmut-newton-1920-2004-portrait-of-margaret-5433244-details.aspx> (дата обращения: 28.02.2019).
- 2. Рисунок 2.** Портрет премьер-министра Великобритании сэра Уинстона Черчилля // Военный альбом. 11 сентября 2013 г. [Электронный ресурс]. URL: <http://waralbum.ru/168888/> (дата обращения: 28.02.2019).
- 3. Рисунок 3.** Альберто Корда – портрет Эрнесто Че Гевары [Электронный ресурс]. URL: [https://pikabu.ru/story/alberto\\_korda\\_portret\\_yernesto\\_che\\_gevaryi\\_5383122](https://pikabu.ru/story/alberto_korda_portret_yernesto_che_gevaryi_5383122) (дата обращения: 28.02.2019).

# СОВРЕМЕННЫЕ СЕРИАЛЫ И ПОЛИТИЧЕСКИЕ ТЕОРИИ

ЧАСТЬ III.  
СОВРЕМЕННЫЕ ПРАКТИКИ  
ВИЗУАЛИЗАЦИИ: ПОИСК ФОРМЫ  
И ДИНАМИКА СОДЕРЖАНИЯ

ГЛАВА 2

Современные телевизионные и интернет-сериалы, став важным элементом культурной и эмоциональной повседневности современного человека, неизбежно явились предметом обстоятельной аналитической рефлексии [Панфилов 2014; Попова, Ромах 2008; Кушнарёва 2013; Рапопорт 2013; Саламова 2016; Павлов 2013]. Обычно сериалы рассматриваются через призму социологических, культурологических или философско-антропологических вопросов: почему сериалы стали так популярны? кто те люди, которые смотрят сериалы? существуют ли поколенческие различия в сериальной аудитории? выполняют ли сериалы роль инструмента социализации? представляют ли сериалы собой принципиально новый жанр массовой культуры? сериалы выполняют ту же роль, что некогда выполняли большие романы? сериалы заменили собой литературу или кинематограф? как сериалы изменили телевидение и практики потребления телевизионного продукта? И множество других. Существует большое количество попыток детального разбора социальных, идеологических и иных политических элементов в конкретных сериалах [Джеймисон 2013; Жижек 2013; Мартынов 2013; Михеева 2013; Хитров 2013; Ловчев 2014; Gray 2012; Hall 2005; Frankel 2014; Martin 2013; Tudor 2012; Linnemann 2014].

Предлагаемый анализ не претендует на генеральное обобщение всего того, что написано про сериалы, не содержит попытку сформулировать и выдвинуть «теорию сериала». Важнее наметить направление, по которому можно было бы «связать» политическую науку и современные политические сериалы. И в этом отношении существует два взаимосвязанных аспекта. Во-первых, сериалы однозначно являются набором блистательных, говорящих и, главное, воспринимаемых в режиме текущего времени иллюстраций к политическим теориям и концепциям. Во-вторых, что, бесспорно, более сложно и требует перехода на следующий аналитический уровень, материал сериалов может стать источником для развития и разработки политических теорий.

Этот текст – попытка показать, каким образом с помощью аппарата релевантных политических теорий могут быть проанализированы некоторые современные популярные сериалы. Разумеется, в тексте представлен далеко не полный список сериалов, равно как и не конечный набор теорий, которые привлекаются к анализу «сериального» материала. Будет прекрасно, если читатель решит продолжить и/или поспорить в части того, что для какого-то из упоминаемых сериалов более точным аналитическим потенциалом обладает другая, нежели предлагаемая теоретическая концепция.

## «ХОДЯЧИЕ МЕРТВЕЦЫ»: ГОСУДАРСТВО КАК «СТАЦИОНАРНЫЙ БАНДИТ»

В противовес классической теории общественного договора американский экономист Манкур Олсон предложил концепцию, где государство возникает как следствие вынужденных, но выгодных условий существования людей в стародавние времена. «Исторической» мысленной ситуацией Олсона является постапокалиптический мир «Ходячих мертвецов» (Рисунок 1), в котором выжившие люди перемещаются по свету в поисках ресурсов и постоянно рискуют попасться зомби или другим плохим людям. Причем вторая угроза, как неоднократно повторяется в сериале, куда более серьезна, чем первая. И в какой-то момент странник осознает, что выгоднее жить в некоем сообществе, что, впрочем, не избавляет его от повинности искать ресурсы. Ведь наравне с твоим существуют другие сообщества, которые являются кон-

курентами за ресурсы и с радостью от тебя избавятся. В трех последних сезонах создатели сериала показывают, как появляется сообщество («Спасители» во главе с Ниганом), также заинтересованное в том, чтобы грабить странников, но уже не избавляясь от них, а навязывая им сотрудничество по принципу: защита в обмен на ресурсы. Так, рассуждая по Олсону, возникает «стационарный бандит», обращающийся впоследствии в государство, с существованием которого и правом грабить ограбляемый не просто согласен, но даже проявляет к субъекту «грабежа» лояльность.

Рис. 1. Кадр из сериала «Ходячие мертвецы»





Рис. 2. Кадр из сериала «Террор»

## **«ТЕРРОР»: НАЦИЯ КАК ВООБРАЖАЕМОЕ СООБЩЕСТВО**

В середине XIX века совершается арктическая экспедиция с целью нанести на карту последнее черное пятно северного полушария. Два британских судна – «Эребус» и «Террор» – ищут проход между многочисленными островами Гренландии и Канады, замерзают во льдах, их команды в течение нескольких лет оказываются запертыми на краю земли. Сюжет основан на реальных событиях и служит хорошей иллюстрацией концепции британского социолога Бенедикта Андерсона «нация как воображаемое сообщество». Её ключевая идея заключается в том, что нация есть социаль-

ный конструкт, а не примордиалистская, естественная совокупность признаков. Нации воспроизводятся в системе образования, в литературном языке, в прессе и художественных романах – всем том, что позволяет сплавивать массы людей. В «Терроре» (Рисунок 2) продемонстрировано, что нация и империя, а именно Британия, есть там, где есть хотя бы один её солдат. Ничто другое, нежели национальная идентичность, не является скрепляющим основанием этого корабельного коллектива, застрявшего во льдах.

## «ТАБУ»: ИНСТИТУТЫ ИМЕЮТ ЗНАЧЕНИЕ

Очень эстетский и ужасно красивый сериал «Табу» (Рисунок 3) в этой подборке используется для иллюстрации простой мысли Дугласа Норта про институты как правила игры. Действие происходит в XIX веке, сразу после Наполеоновских войн. Мы снова в Британии, но на сей раз в имперской метрополии – Лондоне. В столицу из Африки возвращается главный герой, которого играет один из лучших актеров современности – Том Харди, узнает, что его полусумасшедший отец умер и завещал ему участок земли на самом западе Америки. Большие виды на это наследство имеет Ост-Индийская компания. Она сначала пытается купить его у героя, потом взять силой, наконец, придумывает сложную аферу, в которую вовлекает даже

короля. Герой же из породы храбрых, принципиальных и стратегически глупых, дал слово ничего с этой землей не делать и не делает, рискуя своей жизнью и жизнями антикапиталистически настроенных товарищей. При чем здесь институты? При том, что вся загвоздка – в завещании. У компании есть силы, санкции и ресурсы забрать драгоценную землю себе, поставить условный забор и табличку «частная территория», однако без юридического оформления собственности она этого сделать не может. То есть абсолютно символическая штука – закрючка на листке бумаги, – про которую есть устоявшаяся договоренность, является мощнейшим регулятором отношений между обычным человеком и могущественной структурой. Институты имеют значение.



Рис. 3. Кадр из сериала «Табу»

## «РАССКАЗ СЛУЖАНКИ»: ЭКСТРАКТИВНЫЕ ИНСТИТУТЫ И ПОРЯДКИ ЗАКРЫТОГО ДОСТУПА

Политэкономисты Дарон Аджемоглу и Джеймс Робертсон в 2012 году опубликовали книгу, которая сразу же стала культовой: «Почему одни страны богатые, а другие бедные. Происхождение власти, процветания и нищеты». В научно-популярном формате авторы обобщили экономико-математические аргументы своих статей, используя довольно простую, но хорошо работающую объяснительную модель. Есть инклюзивные экономические институты, которые позволяют если не всем, то большому количеству граждан участвовать в экономике, получать прибыль, а значит, для этого добиваться инклюзивности политических институтов и расширения политического участия. А есть эксклюзивные или экстрактивные экономические институты, которые позволяют элите сосредоточить управление экономикой на себе и самой получать выгоду. Нашумевший

и модный в некоторых кругах «Рассказ служанки» (Рисунок 4) – отличная иллюстрация того, как экстрактивные экономические институты ограничивают возможности входа в политическое управление и в долгосрочной перспективе неэффективны для развития экономики и благосостояния населения. Америка эпохи религиозного тоталитаризма демонстрирует экономическую неэффективность экстрактивной экономики, а закрытость политической системы провоцирует подпольное сопротивление, на подавление которого и без того неэффективная экономика должна тратить силы. Несмотря на то что политическое сопротивление мелочно и безрезультативно, политический аппарат системы всё равно горячо обеспокоен, будучи уверенным, что любое смягчение станет триггером для её распада.



Рис. 4. Кадр из сериала «Рассказ служанки»

## «МОЛОДОЙ ПАПА»: РАЦИОНАЛЬНО-ЛЕГАЛЬНАЯ БЮРОКРАТИЯ МАКСА ВЕБЕРА



«Молодой Папа» (Рисунок 5) – политическая драма в антураже папских тиар, викариев, кардиналов и католических обрядов. Сериал примечателен многим. Хотя бы тем, что Джуд Лоу наконец-то удостоился нормальной, раскрывающей его актерский талант главной роли, и, что важно, злодея, а Паоло Соррентино произвел массовый сериальный продукт. То, что нам показывает итальянский режиссер, представляется удивительно тонкой и точной иллюстрацией к теории бюрократии Макса Вебера. Идея рассматривать церковную организацию в фокусе светской бюрократии не нова, но «Молодой Папа» делает это искусно. Нам показывают не просто бездушную или кафкиански-абсурдистскую машину производства решений для воспроизводства собственной ценности, а именно рациональную бюрократию, как её задумывал Вебер, – доминантной в исполнении государственных функций, но подчиненной определяющей политической воле, рациональной в реализации ресурсов и поиске баланса эффективности, современной (в смысле современной), профессиональной и статичной вне отсутствия внешних стимулов. В сериале интересно показана связь политиков и бюрократов: рационально-легальная бюрократия будет последовательно и эффективно выполнять политический курс, задаваемый политиками, отсюда важный, хотя и простой по форме вывод: какие политики, такие и политические курсы, проводимые бюрократией.

Рис. 5. Кадр из сериала «Молодой Папа»

## «КОРОНА»: АССОРТИ РЕСПУБЛИКАНСКИХ АРГУМЕНТОВ

«Корона» (Рисунок 6) – самый дорогой сериал в истории кинематографа. Красивая, хотя и странная идея – экранизировать каждое десятилетие царствования Елизаветы II. Один сезон – одно десятилетие. На данный момент вышло два сезона. В этом списке он для того, чтобы порассуждать над вопросом, как тяжело быть монархистом в современном мире. Нет никаких адекватных или хоть сколько-нибудь сильных аргументов в пользу этой формы правления. Речь сейчас даже не об абсолютной монархии, а лишь о конституционной, той самой, где монарх – это красивые свадьбы и бесконечно символические церемонии. Сериал, особенно первый сезон, отлично показывает, что роль монарха, вне зависимости от пола или опыта, в политическом процессе Великобритании несколько более сложная институция, чем утверждалось выше. Однако это не отменяет того, что психически здоровый человек должен смотреть его с листом бумаги и ручкой, записывая всё то, чем ненормальна монархия как универсальная форма устрой-

ства политической власти. Перечислять весь список нет смысла, ограничимся одним примером. В первом же сезоне молодая Елизавета II, совсем недавно вступившая на престол, принимает на традиционной еженедельной аудиенции премьер-министра, коим в тот момент является великий Черчилль, победитель нацизма, один из трех архитекторов и властелинов Ялтинско-Потсдамского миропорядка, который лет на 50 старше девочки-королевы. В целях саморазвлечения Черчилль предлагает Елизавете поговорить о внутренней экономике. Елизавета ожидаемо попадает в ловушку и, оказавшись в ней, стремится показать, кто в доме хозяин, неумело ставит старика на место. После этого следует сцена общения Елизаветы с королевой-матерью, в которой первая выкатывает родительнице ворох претензий в неправильности своего образования: вместо того чтобы учить меня этикету, стоило бы учить математике, статистике и гражданскому праву. Лучше и не скажешь, зачем нужен такой глава государства?



Рис. 6. Кадр из сериала «Корона»

## «ШТАММ»: ЛОГИКА ПОЛИТИЧЕСКОГО ВЫЖИВАНИЯ... ВАМПИРОВ

«Штамм» (Рисунок 7) – сериал про вампиров категории В, если не С. Культмассовый треш, который, однако, позволяет поговорить про политэкономия авторитаризма (стоит вспомнить в этой связи Брюса Буэно де Мескита и его соавторов, а также Беатрис Магалони, Сару Бёрч, Адама Пшеворского, Дженнифер Ганди и других) и механизмы устойчивости подлых, в нашем контексте в прямом смысле слова, сосущих кровь населения, диктаторских режимов. В двух последних сезонах «Штамма» в результате интриг и заговоров вампирская корпорация производит взрыв ядерной бомбы недалеко от Нью-Йорка, в результате которого большую часть Западного побережья накрывает пеленой, Солнца не видно – наступает время свободы для вампиров. И что же случается дальше? Казалось бы, вампиры должны начать варварски пожирать всех людей подряд. Нет, мудрое упыриное руководство, понимая, что пожрать всех людей чохом – неэффективно и нерационально, начинает вместо «кнута» предлагать «пряник». Чтобы те осознали выгоду своей жизни в новой вампирской политической реальности: ну да, иногда есть риск, что именно тебя высосут до последней капли, но ведь ровно так же есть возможность получить хорошую работу, зарплату и квартиру. А уж как вампиры мотивируют на сотрудничество с упыриным режимом! Будешь помогать налаживать управление, восстанавливать инфраструктуру после ядерного апокалипсиса – будешь не просто иметь материальные стимулы, но защиту для себя и своей семьи от пожирания. Происходит кооптация.

В определенный момент вампирский кооператив «Озеро» придумывает гениальное решение, которое должно обеспечить его бесконечность пребывания у власти над людьми: свести насилие к минимуму. Создать условия для того, чтобы люди сами сдавали свою кровь, необходимую для выживания правителей. Да, конечно, будут маргиналы из оппозиции, движение сопротивления, но ведь они не будут иметь массовой

поддержки, потому как зачем бороться с режимом, который предлагает хорошие и понятные материальные блага, требуя в обмен всего лишь кровяной лояльности. Тут, правда, уместно вспомнить всё то, что мы уже знаем про долгосрочную неэффективность порядков закрытого доступа и экстрактивных экономических институтов. Они хороши на короткой дистанции, но вот-вот должны начать пробуксовывать и искать новые механизмы манипуляции.



Рис. 7. Кадр из сериала «Штамм»

Сериалы, являющиеся составной и весьма яркой частью визуальной культуры, уже достаточно давно стали повседневностью для большинства стран. В США, Канаде, странах Европы и Латинской Америки, Южной Корее и других странах без сериалов сложно представить и политический ландшафт. Политика влияет на сериалы, сериалы часто определяют политические предпочтения. Не случайным было появление информации о том, что штаб Хиллари Клинтон перед выборами 2016 года стал заказчиком нескольких серий в сериалах, где главными героинями были сильные, образованные, культурные женщины. Украинский сериал «Слуга народа» вообще сыграл огромную роль в победе В. Зеленского на президентских выборах. Соответственно, чем больше сериалы влияют на политическую ментальность россиян, тем

значимее деконструкция сюжетов и концепций, предлагаемых авторами сценариев и режиссерами сериалов. С другой стороны, по некоторым политическим сериалам или даже сериалам с политическим подтекстом сегодня вполне допустимо освоение политических теорий. В России сегодня идет постоянное и очень быстрое освоение наработанного в мире визуального материала сериалов. Соответственно, усваиваются и перерабатываются те культурные коды и те политические теоретические концепты, которые были в них заложены. Более того, можно прогнозировать, что не за горами появление череды и российских политических сериалов. Проблема лишь в одном: какие политические теории станут определяющими для авторов этих сериалов?

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Вебер М. Политика как призвание и профессия [Электронный ресурс]. URL: <http://law.edu.ru/script/cntsource.asp?cntID=100005986> (дата обращения: 01.12.2019).
2. Джеймисон Ф. Реализм и утопия в сериале «Прослушка» // Логос. – 2013. – № 3.
3. Жижек С. Столкновение цивилизаций в одной взятой стране («Прослушка») // Логос. – 2013. – № 3.
4. Кушнарёва И. Как нас приучили к сериалам // Логос. – 2013. – № 3.
5. Ловчев В. М. Популярное явление в современной культуре и его методические возможности (использование сериала и литературного цикла «Игра престолов» в процессе преподавания конфликтологических дисциплин) // Вестник Казанского технологического университета. – 2014. – № 17 (16).
6. Мартынов К. Достоевский едет в Альбукерке. Уолтер Уайт и конец американского супергероя // Логос. – 2013. – № 3.
7. Михеева Л. Реификация романтической любви и новые паттерны интимности в современном ситкоме («Как я встретил вашу маму») // Логос. – 2013. – № 3.
8. Норт Д. К., Уоллис Дж., Вайнгаст Б. Насилие и социальные порядки. Концептуальные рамки для интерпретации письменной истории человечества. – М.: Издательство Института Гайдара, 2011. – 480 с. [Электронный ресурс]. URL: <https://vrn-politstudies.nethouse.ru/static/doc/0000/0000/0134/134203.9nn2kk1r9u.pdf> (дата обращения: 01.12.2019).
9. Олсон М. Диктатура, демократия и развитие // Экономическая политика. – 2010. – № 1.
10. Андерсон Бенедикт. Воображаемые сообщества. – М.: Канон-Пресс-Ц: Кучково поле, 2001 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.hse.ru/data/2016/10/23/1110949768/%D0%90%D0%BD%D0%B4%D0%B5%D1%80%D1%81%D0%BE%D0%BD.%D0%BA%D0%BD%D0%B8%D0%B3%D0%B0.pdf> (дата обращения: 01.12.2019).
11. Павлов А. Телемертвецы: возникновение сериалов про зомби // Логос. – 2013. – № 3.
12. Панфилов Ф. Телемедиализм: «средневековые» сериалы // Philosophical and Literary Journal, 2014. – № 6. – С. 193.
13. Попова Л. О., Ромах О. В. Феномен телевизионных сериалов в современной массовой культуре // Аналитика культурологии. – 2008. – № 12.

- 14.** Рапопорт Е. Логика сериала // Логос. – 2013. – № 3.
- 15. Рисунок 1.** Кадр из сериала «Ходячие мертвецы» [Электронный ресурс]. URL: [https://yandex.ru/images/search?text=%D1%85%D0%BE%D0%B4%D1%8F%D1%87%D0%B8%D0%B5%20%D0%BC%D0%B5%D1%80%D1%82%D0%B2%D0%B5%D1%86%D1%8B%20%D1%81%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%B0%D0%BB&pos=0&img\\_url=https%3A%2F%2Fshowspy.ru%2Fwp-content%2Fuploads%2F2017%2F01%2Fthe-walking-dead-9-sezon-promo.jpg&rpt=simage](https://yandex.ru/images/search?text=%D1%85%D0%BE%D0%B4%D1%8F%D1%87%D0%B8%D0%B5%20%D0%BC%D0%B5%D1%80%D1%82%D0%B2%D0%B5%D1%86%D1%8B%20%D1%81%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%B0%D0%BB&pos=0&img_url=https%3A%2F%2Fshowspy.ru%2Fwp-content%2Fuploads%2F2017%2F01%2Fthe-walking-dead-9-sezon-promo.jpg&rpt=simage) (дата обращения: 01.12.2019).
- 16. Рисунок 2.** Кадр из сериала «Террор» [Электронный ресурс]. URL: [https://yandex.ru/images/search?pos=4&img\\_url=https%3A%2F%2Fvolia.com%2Fuser%2Fimg%2Fpr%2F2018%2FTERROR\\_101.jpg&text=%D1%82%D0%B5%D1%80%D1%80%D0%BE%D1%80%20%D1%81%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%B0%D0%BB&rpt=simage](https://yandex.ru/images/search?pos=4&img_url=https%3A%2F%2Fvolia.com%2Fuser%2Fimg%2Fpr%2F2018%2FTERROR_101.jpg&text=%D1%82%D0%B5%D1%80%D1%80%D0%BE%D1%80%20%D1%81%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%B0%D0%BB&rpt=simage) (дата обращения: 01.12.2019).
- 17. Рисунок 3.** Кадр из сериала «Табу» [Электронный ресурс]. URL: [https://yandex.ru/images/search?pos=49&p=1&img\\_url=https%3A%2F%2Fsm.ign.com%2Fign\\_tr%2Fscreen%2Fdefault%2F220170304165649\\_7jgz.jpg&text=%D1%82%D0%B0%D0%B1%D1%83%20%D1%81%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%B0%D0%BB&rpt=simage](https://yandex.ru/images/search?pos=49&p=1&img_url=https%3A%2F%2Fsm.ign.com%2Fign_tr%2Fscreen%2Fdefault%2F220170304165649_7jgz.jpg&text=%D1%82%D0%B0%D0%B1%D1%83%20%D1%81%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%B0%D0%BB&rpt=simage) (дата обращения: 01.12.2019).
- 18. Рисунок 4.** Кадр из сериала «Рассказ служанки» [Электронный ресурс]. URL: [https://yandex.ru/images/search?pos=45&p=1&img\\_url=https%3A%2F%2Frelease-tv.ru%2Fwp-content%2Fuploads%2F2018%2F06%2F20-6.jpg&text=%D1%80%D0%B0%D1%81%D1%81%D0%BA%D0%B0%D0%B7%20%D1%81%D0%BB%D1%83%D0%B6%D0%B0%D0%BD%D0%BA%D0%B8%20%D1%81%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%B0%D0%BB&rpt=simage](https://yandex.ru/images/search?pos=45&p=1&img_url=https%3A%2F%2Frelease-tv.ru%2Fwp-content%2Fuploads%2F2018%2F06%2F20-6.jpg&text=%D1%80%D0%B0%D1%81%D1%81%D0%BA%D0%B0%D0%B7%20%D1%81%D0%BB%D1%83%D0%B6%D0%B0%D0%BD%D0%BA%D0%B8%20%D1%81%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%B0%D0%BB&rpt=simage) (дата обращения: 01.12.2019).
- 19. Рисунок 5.** Кадр из сериала «Молодой Папа» [Электронный ресурс]. URL: [https://yandex.ru/images/search?pos=11&img\\_url=https%3A%2F%2Fmedia.wmagazine.com%2Fphotos%2F5897fcd201572ef716fb595d%2Fmaster%2Fpass%2F2ad5a6bc5c59cee8c39985fe75ad4ba5c67b9c2c537ec86a0d7e2bf14af088ce084b5c5071f1bf6eb699639e6fe4bc45.jpg&text=%D0%BC%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B4%D0%BE%D0%B9%20%D0%BF%D0%B0%D0%BF%D0%B0%20%D1%81%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%B0%D0%BB&rpt=simage](https://yandex.ru/images/search?pos=11&img_url=https%3A%2F%2Fmedia.wmagazine.com%2Fphotos%2F5897fcd201572ef716fb595d%2Fmaster%2Fpass%2F2ad5a6bc5c59cee8c39985fe75ad4ba5c67b9c2c537ec86a0d7e2bf14af088ce084b5c5071f1bf6eb699639e6fe4bc45.jpg&text=%D0%BC%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B4%D0%BE%D0%B9%20%D0%BF%D0%B0%D0%BF%D0%B0%20%D1%81%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%B0%D0%BB&rpt=simage) (дата обращения: 01.12.2019).
- 20. Рисунок 6.** Кадр из сериала «Корона» [Электронный ресурс]. URL: [https://yandex.ru/images/search?pos=31&img\\_url=https%3A%2F%2Fsubtitlesnet.com%2Fimg%2Foriginal%2Fh6EkFxqmdDHLri36gUdGk8Sarmz.jpg&text=%D0%BA%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%B0%20%D1%81%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%B0%D0%BB&rpt=simage](https://yandex.ru/images/search?pos=31&img_url=https%3A%2F%2Fsubtitlesnet.com%2Fimg%2Foriginal%2Fh6EkFxqmdDHLri36gUdGk8Sarmz.jpg&text=%D0%BA%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%B0%20%D1%81%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%B0%D0%BB&rpt=simage) (дата обращения: 01.12.2019).
- 21. Рисунок 7.** Кадр из сериала «Штамм» [Электронный ресурс]. URL: [https://yandex.ru/images/search?pos=11&img\\_url=https%3A%2F%2Fwww.eastbaytimes.com%2Fwp-content%2Fuploads%2F2016%2F09%2Fstrain.jpg%3Fw%3D1024%26h%3D837&text=%D1%88%D1%82%D0%B0%D0%BC%D0%BC%20%D1%81%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%B0%D0%BB&rpt=simage](https://yandex.ru/images/search?pos=11&img_url=https%3A%2F%2Fwww.eastbaytimes.com%2Fwp-content%2Fuploads%2F2016%2F09%2Fstrain.jpg%3Fw%3D1024%26h%3D837&text=%D1%88%D1%82%D0%B0%D0%BC%D0%BC%20%D1%81%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%B0%D0%BB&rpt=simage) (дата обращения: 01.12.2019).
- 22.** Саламова З. Сериалы: от викторианских романов до видеоигр // Новое литературное обозрение. – 2016. – № 4.
- 23.** Хитров А. «Безумцы» и условность социальных норм // Логос. – 2013. – № 3.
- 24.** Frankel V. E. (2014). Women in Game of thrones: power, conformity and resistance. McFarland.
- 25.** Gray J. (2012). Watching with The Simpsons: Television, parody, and intertextuality. Routledge.
- 26.** Hall J. Homer economicus: Using The Simpsons to teach economics // Journal of Private Enterprise, 2005. № 20(2).
- 27.** Linnemann T., Wall T., & Green E. The walking dead and killing state: Zombification and the normalization of police violence // Theoretical Criminology, 2014. № 18(4), 506–527.
- 28.** Martin B. Difficult men: behind the scenes of a creative revolution: from The Sopranos and The Wire to Mad Men and Breaking Bad. 2013, Penguin.
- 29.** Siverson R., Morrow J. D., de Mesquita B. B., & Smith A. The logic of political survival [Электронный ресурс]. URL: <http://polisci2.ucsd.edu/foundation/documents/02Bueno2003.pdf> (дата обращения: 01.12.2019).
- 30.** Tudor D. Selling nostalgia: Mad Men, postmodernism and neoliberalism // Society, 2012. № 49(4), 333–338.

# ИЗБИРАТЕЛЬНЫЙ БЮЛЛЕТЕНЬ КАК ВИЗУАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН ЭЛЕКТОРАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ

## «ПРЕЗИДЕНТСКИЙ БЮЛЛЕТЕНЬ»: КТО ЗДЕСЬ ГЛАВНЫЙ?

8 февраля 2018 года Центральная избирательная комиссия Российской Федерации (далее – ЦИК) представила избирательный бюллетень, который затем использовался для голосования на президентских выборах 18 марта (Рисунок 1). В общем-то, достаточно рядовое событие для хода избирательной кампании вызвало немалый ажиотаж в СМИ и большое количество комментариев в социальных сетях. Наблюдатели отметили, что «Путин является заметной визуальной доминантой в бюллетене» [Путин оказался... 2018]. При первом взгляде на бюллетень его фамилия визуально выделяется на фоне других кандидатов, бросается в глаза. Происходит это за счет того, что строка с Путиным находится ровно по центру всей композиции бюллетеня. Её содержание максимально лаконично и существенно короче, чем у других кандидатов, что создает эффект «свободного пространства» на общем фоне, плотно заполненном текстом. Именно на это обратили внимание комментаторы, а некоторые даже заподозрили наличие некоего тайного замысла в таком подборе спарринг-партнеров для действующего президента и в его участии в качестве самовыдвиженца. Заголовки негосударственных СМИ достаточно прозрачно намекали на это. Republic: «Семеро и Путин. Избирательный бюллетень как лучшая метафора выборов – 2018» [Семеро и Путин... 2018], Meduza: «ЦИК показал, как будет выглядеть бюллетень на выборах президента. Кто-то на нем слегка выделя-

ЧАСТЬ III.  
СОВРЕМЕННЫЕ ПРАКТИКИ  
ВИЗУАЛИЗАЦИИ: ПОИСК ФОРМЫ И  
ДИНАМИКА СОДЕРЖАНИЯ

### ГЛАВА 3

ется» [ЦИК показал ... 2018], Радио Свобода: «“Путин и пустота”: президент выделяется в бюллетене» [Путин и пустота]... 2018].

Вот только некоторые из комментариев на эту тему в социальных сетях [ЦИК показал ... 2018; «Путин и пустота»... 2018 и др.]:

– Мария Катасонова, @KatasonovaMaria: *ЦИК утвердил избирательный бюллетень. Вместо тысячи слов* ;) [15:05 – 8 февр. 2018 г. <https://goo.gl/BxvAh9>];

– Евгений Марковцев, @evg\_mark: В ответ @KatasonovaMaria: *Но в глаза бросается сразу нужная строчка! Мерчендайзинг 90 LvL!* [3:13 – 8 февр. 2018 г. [https://twitter.com/evg\\_mark/status/961558584571170817](https://twitter.com/evg_mark/status/961558584571170817)];

– Alexey Navalny, @navalny: *Даже просто внешний вид бюллетеня и его верстка еще одна причина не ходить на выборы. Это же просто стыд. Перевыборы Путина. Не участвуйте в этом. #Бойкот. #Забастовка избирателей* [13:49 – 8 февр. 2018 г. <https://goo.gl/yD8zZd>];

– Яйца Пашот, @pashkaru: В ответ @navalny: *и путин как бы невзначай выделен малым количеством текста) шоб не промахнулись!* [1:12 – 8 февр. 2018 г. <https://twitter.com/pashkaru/status/961528257190522881>];

– Матвеев Ян @IanMatweew: *Когда подобрал спойлеров так, чтобы встать четко посередине. А вот пустая строка описания кандидата – это правильно. Скрывать пустоту #Putin не может даже бюллетень! #Забастовка* [13:44 – 8 февр. 2018 г. <https://goo.gl/m2y91X>];

– Алексей Проворов @provorov: Если идея самовыдвижения была ради того, чтобы Путин визуально выделялся в бюллетене, то это гениально [13:50 – 8 февр. 2018 г. <https://twitter.com/provorov/status/961522626798682112>].

Не удержался от комментария и «Твиттер» Михаила Ходорковского. Ходорковский.ru @khodorkovsky: Избирательный бюллетень предстоящих «выборов» – это, конечно, «шедевр» официальной типографики. Посмотрите, как организовано пространство на бумаге. Элочка, у вас ус отклеился ;) [<https://goo.gl/4XxW91>].

Помимо конспирологических теорий и очередного доказательства для критиков нечестности президентских выборов, внешний вид бюллетеня также вызвал различные шутки («Путин и пустота», «Сразу видно, кто тут "I'm the boss"» и т. п.) и породил «фотожабы» (Рисунки 2 и 3), которые как бы доводили логику получившегося бюллетеня до полной ясности [В соцсетях предлагают... 2018].

На ситуацию пришлось реагировать лично председателю ЦИК Элле Памфиловой, которой пришлось объяснить, что: «У него [Путина] должность короткая, коротко называется. Так и получилось – больше нечего написать. Год рождения и должность. Никаких отклонений. Все очень строго. Не дай бог никаких отклонений» [Путин оказался... 2018; ЦИК показал... 2018]. Примерно в той же формальной логике в комментариях к постам критиков реагировали их оппоненты (например, Александр Тугушев @Tugushev\_A в ответ @Ходорковский @max\_katz: В соответствии с законом (шрифт, размещение и содержание). Претензии к ЦИК из разряда «столб, чего ты здесь стоишь?» [<https://goo.gl/Kbebwc>]).

Действительно, формально ЦИК поступила в полном соответствии с российским избирательным законодательством. Федеральные законы №67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» (далее – № 67-ФЗ и/или «Об основных гарантиях...») и № 19-ФЗ «О выборах Президента Российской Федерации» однозначно устанавливают, что кандидаты располагаются в бюллетене по алфавиту, а также достаточно подробно регламентируют те сведения, которые размещаются в нем вместе с их Ф. И. О.

<b>ИЗБИРАТЕЛЬНЫЙ БЮЛЛЕТЕНЬ</b> для голосования на выборах Президента Российской Федерации		(Место для размещения специального знака (марки), подписей двух членов участковой избирательной комиссии с правом решающего голоса и печати участковой избирательной комиссии)
18 марта 2018 года		
<b>РАЗЪЯСНЕНИЕ О ПОРЯДКЕ ЗАПОЛНЕНИЯ ИЗБИРАТЕЛЬНОГО БЮЛЛЕТЕНЯ</b>		
Поставьте любой знак в пустом квадрате справа от фамилии только одного зарегистрированного кандидата, в пользу которого сделали выбор. Избирательный бюллетень, в котором любой знак (знаки) проставлен (проставлены) более чем в одном квадрате либо не проставлен ни в одном из них, считается недействительным.		
Избирательный бюллетень, изготовленный неофициально, либо не заверенный подписями двух членов участковой избирательной комиссии с правом решающего голоса и печатью участковой избирательной комиссии, либо не содержащий специального знака (марки), признается бюллетенем нестандартной формы и при подсчете голосов не учитывается.		
В случае использования прозрачных лицевых для голосования, в целях защиты тайны голосования избирателя, избирательный бюллетень складывается лицевой стороной внутрь.		
<b>БАБУРИН Сергей Николаевич</b>	1959 года рождения; место жительства – город Москва, федеральное государственное бюджетное учреждение науки «Институт социально-политических исследований Российской академии наук», главный научный сотрудник; выдвинут политической партией «ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ – ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПАРТИЯ «РОССИЙСКИЙ ОБЩЕНАРОДНЫЙ СОЮЗ»	<input type="checkbox"/>
<b>ГРУДИНИН Павел Николаевич</b>	1960 года рождения; место жительства – Московская область, Ленинский район, пос. совхоза им. Ленина; закрытое акционерное общество «Совхоз имени Ленина», директор; депутат Совета депутатов муниципального образования городское поселение Видное Ленинского муниципального района Московской области на постоянной основе; выдвинут политической партией «Политическая партия «КОММУНИСТИЧЕСКАЯ ПАРТИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»	<input type="checkbox"/>
<b>ЖИРИНОВСКИЙ Владимир Вольфович</b>	1946 года рождения; место жительства – город Москва; Государственная Дума Федерального Собрания Российской Федерации, депутат, руководитель фракции политической партии ЛДПР – Либерально-демократической партии России; выдвинут политической партией «Политическая партия России»; член политической партии «Политическая партия ЛДПР – Либерально-демократическая партия России»; Руководитель Высшего Совета партии, Председатель партии	<input type="checkbox"/>
<b>ПУТИН Владимир Владимирович</b>	1952 года рождения; место жительства – город Москва; Президент Российской Федерации; самовыдвижение	<input type="checkbox"/>
<b>СОБЧАК Ксения Анатольевна</b>	1981 года рождения; место жительства – город Москва; общество с ограниченной ответственностью «Телеканал «Дождь»; ведущий программы в Службе информационного вещания Родадина; выдвинута политической партией «Всероссийская политическая партия «Гражданская инициатива»; член политической партии «Всероссийская политическая партия «Гражданская инициатива»; член Политического Совета партии	<input type="checkbox"/>
<b>СУРАЙКИН Максим Александрович</b>	1978 года рождения, место жительства – город Москва; политическая партия «Политическая партия КОММУНИСТИЧЕСКАЯ ПАРТИЯ КОММУНИСТЫ РОССИИ», Председатель Центрального Комитета; выдвинут политической партией «Политическая партия КОММУНИСТИЧЕСКАЯ ПАРТИЯ КОММУНИСТЫ РОССИИ»; член политической партии «Политическая партия КОММУНИСТИЧЕСКАЯ ПАРТИЯ КОММУНИСТЫ РОССИИ»; Председатель Центрального Комитета партии	<input type="checkbox"/>
<b>ТИТОВ Борис Юрьевич</b>	1960 года рождения; место жительства – город Москва; Уполномоченный при Президенте Российской Федерации по защите прав предпринимателей; выдвинут политической партией «Всероссийская политическая партия «ПАРТИЯ РОСТА»; член политической партии «Всероссийская политическая партия «ПАРТИЯ РОСТА»; Председатель партии	<input type="checkbox"/>
<b>ЯВЛИНСКИЙ Григорий Алексеевич</b>	1952 года рождения; место жительства – город Москва; политическая партия «Политическая партия «Российская объединенная демократическая партия «ЯБЛОКО»; Председатель Федерального Политического комитета; выдвинут политической партией «Политическая партия «Российская объединенная демократическая партия «ЯБЛОКО»; член политической партии «Политическая партия «Российская объединенная демократическая партия «ЯБЛОКО»; Председатель Федерального Политического комитета партии	<input type="checkbox"/>

» ТАСС, 2018

Рис. 1. Образец бюллетеня на выборах президента РФ 2018 года

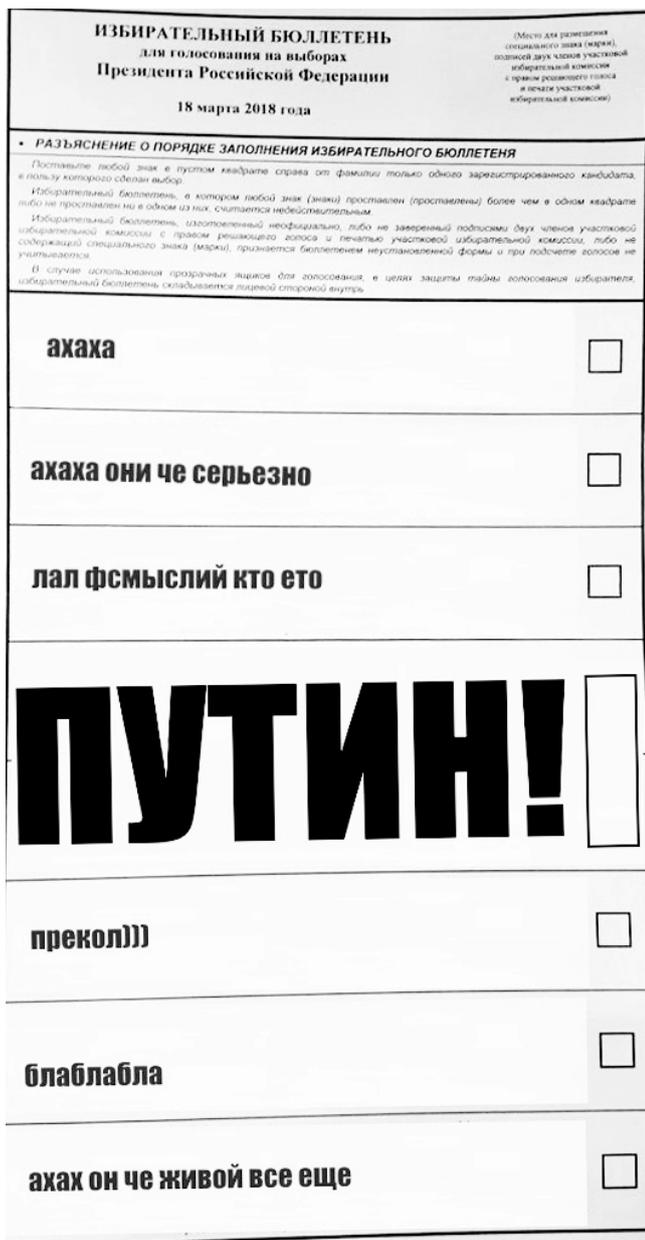


Рис. 2. Фотожаба на бланк бюллетеня на выборах президента РФ 2018 года. Twitter-аккаунт «Я дико извиняюсь»

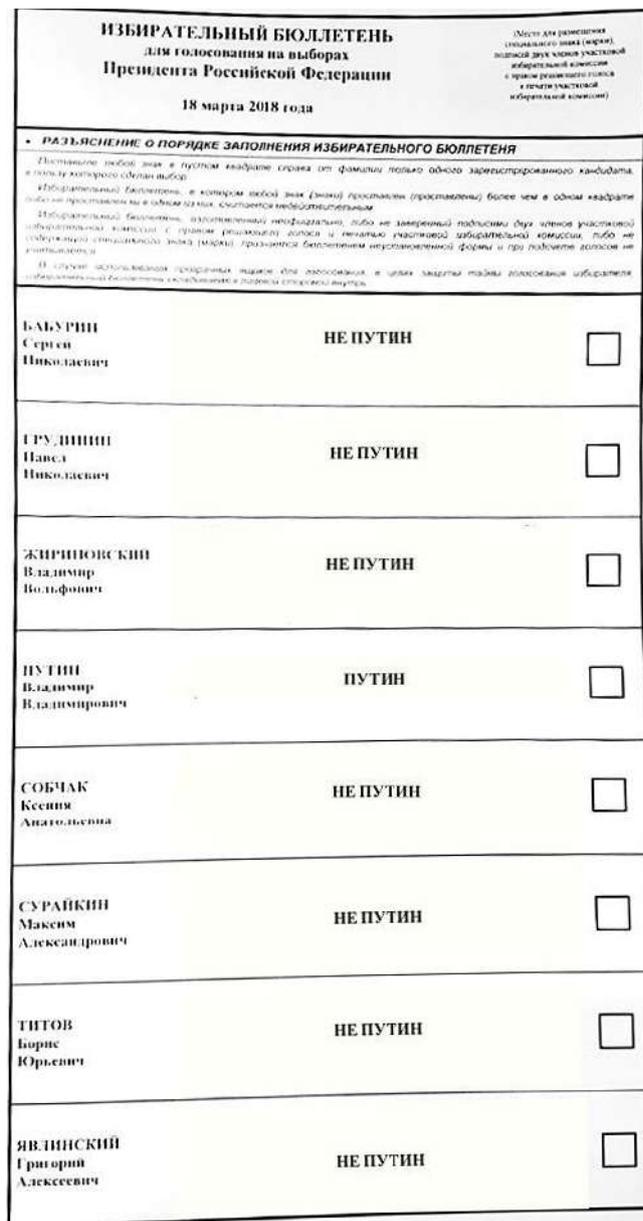


Рис. 3. Фотожаба «настоящий бюллетень»

Согласно п. 5 ст. 63 № 67-ФЗ избирательный бюллетень должен содержать: год рождения; наименование субъекта Российской Федерации, района, города, иного населенного пункта, где находится место жительства кандидата (некоторые комментаторы в социальных сетях отметили, что все кандидаты в президенты «москвичи»); основное место работы (например, у Ксении Собчак было указано, что она «ведущий программы» на телеканале «Дождь») или службы; занимаемая должность (как, например, «Президент Российской Федерации» у Владимира Путина) или род занятий; если кандидат является депутатом, то это указывается одновременно с наименованием представительного органа (как, например, у Владимира Жириновского – депутат Государственной Думы или у Павла Грудина – депутат в поселении Видное Московской области); если кандидат выдвинут избирательным объединением – указать наименование соответствующей политической партии (как у семи из восьми кандидатов, причем у некоторых из них название одной и той же партии указывалось по три раза); если кандидат сам выдвинул свою кандидатуру, то указывается слово «самовыдвижение» (как, собственно, и произошло в случае с Владимиром Путиным); в случае необходимости указывается наличие судимости, в т. ч. снятой или погашенной (таких кандидатов на президентских выборах не было) [«Об основных гарантиях...»]. Если кандидат-самовыдвиженец указал в заявлении о согласии баллотироваться свою принадлежность к политической партии или иному общественному объединению, то в бюллетене указывается их наименование и статус кандидата в них (как известно, Путин не стал выдвигаться от «Единой России» и формально эта партия не принимала участие в выборах).

Независимые эксперты Андрей Бузин из движения «Голос» и Александр Кынев из Комитета гражданских инициатив (КГИ) также прокомментировали, что ЦИК России технически «строго следовала указанию закона» и что «формально придаться не к чему», а за кандидатом сохраняется право сообщить о себе то, что он считает нужным. Тем не менее они отметили, что в таком виде бюллетень выглядел «помогающим выбрать одного кандидата» (Александр Кынев), а «в администрации президента могли заранее подумать об этом, собирая Путина соперников» (Андрей Бузин) [Путин оказался... 2018].

Так или иначе, случай с бюллетенем на президентских выборах 2018 года наглядно продемонстрировал, что избирательный бюллетень может восприниматься не только как официальный документ, в котором фиксируется волеизъявление избирателя, но и как способ визуального предъявления кандидатов своим избирателям, а также как метафора (символ) всей государственной электоральной политики. Конечно, в данном смысле речь идет об избирательном бюллетене далеко не с каждых выборов, но зачастую именно знаковые, показательные выборы рождают «символические бюллетени». Но и на «обычных», «рядовых» российских выборах периодически проявляются или откатываются те или иные приемы выделения кандидатов и партий в избирательных бюллетенях, которые визуализируют как конкретные избирательные технологии, так и направление электоральной политики в целом.

Следует отметить, что сам по себе кейс с «президентским бюллетенем» не является чем-то исключительным для российской политики и не вызвал большого удивления в профессиональной среде, которая занимается российскими выборами. Он вполне вписывается в ту электоральную практику, которая сложилась в новой России и которая предписывает её участникам не пренебрегать даже самыми незначительными возможностями, чтобы выделить «своего» или «правильного» кандидата (партию) среди прочих, а равно не допустить аналогичного выделения своих конкурентов.

Еще в 2003 году Парамонов и Кириченко в своей работе «Методы фальсификации» выборов писали о том, что визуально «запрограммированный бюллетень» «является самым распространенным и... используется практически повсеместно в России». Он используется ангажированными членами избирательных комиссий и является достаточно безопасным, поскольку ответственность можно возложить на типографию или технический персонал. Бюллетень «утверждается таким образом, что один из кандидатов получает существенное визуальное преимущество перед другими кандидатами»: его данные выделяются другим шрифтом, большим кеглем или определенным цветом. При восприятии избирательный бюллетень содержит только одного кандидата, остальные кандидаты воспринимаются как «технический текст» [Парамонов, Кириченко 2003].

Метод «запрограммированного бюллетеня», наряду с размещением в бюллетене так называемых «двойников», широко упоминается в различных справочниках и пособиях по избирательным технологиям и считается весьма эффективным [Швайгерт]. Если есть возможность хоть каким-то

образом в избирательном бюллетене дополнительно обратить на себя внимание избирателя, визуально выделить «правильного» кандидата (партию), подсказать, за кого следует проголосовать, то этим, конечно, рекомендуется воспользоваться.

## НЕМНОГО ИСТОРИИ И ПРАКТИКИ

Если обращаться к международному опыту, то на сегодняшний день в большинстве стран мира продолжают применяться различные виды бумажных избирательных бюллетеней (по подсчетам О. С. Морозовой, в более чем 85 % стран мира [Морозова 2014]). В ряде стран активно внедряются электронные (безбумажные) формы голосования (например, Эстония – интернет-голосование, США – электронные машины прямого голосования (DRE), в таких странах, как Индия, Венесуэла, Бразилия, Сингапур и др., – различные виды электронных машин [Морозова 2014]). Но представляется, что бумажные избирательные бюллетени еще долго будут оставаться основным способом голосования. В Германии после некоторых экспериментов с использованием электронных систем было решено отказаться от их использования.

Тот тип бюллетеня, который применяется на современных российских выборах и в котором избирателю предлагается сделать свой выбор на основе составленного организаторами списка кандидатов или партий, принято называть «австралийским». Считается, что впервые «австралийский бюллетень» был использован на выборах в штате Виктория в 1857 году [Морозова 2014]. В конце XIX века он получил распространение в США, а затем и в Европе. Такие бюллетени, как правило, готовятся избирательными комиссиями или иными организаторами выборов, печатаются за государственный счет, являются официальным документом строгой отчетности, их форма и содержание достаточно подробно регламентированы законодательством. Закон также строго регулирует их оборот в ходе избирательной кампании.

Российская досоветская практика голосования не имела опыта использования формы «австралийского бюллетеня». Первоначально она рассматривала пись-

менную форму голосования как некое исключение в случае невозможности лично присутствовать при выборе кандидатур. Ведущую роль продолжало играть либо устное голосование, либо голосование «референдумного» типа, выраженное в баллотировке шарами «за» или «против» того или иного кандидата [Минникес 2006]. И только на выборах в Учредительное собрание 1917 года она развилась в общеобязательную процедуру голосования избирателей посредством письменно составленных кандидатских списков, а фактически – «партийных бюллетеней». Причем за избирателями и кандидатами, несмотря на наличие определенных требований к внешнему виду таких списков, сохранялась определенная свобода в их изготовлении и самостоятельном распространении. Фактически они были одним из средств предвыборной агитации, которое можно было получить на митинге, вместе с агитационной листовкой и газетой. Избиратель шел на участок уже практически со сделанным выбором: либо с уже имеющимся на руках нужным списком кандидатов, либо рассчитывая получить его в самой комиссии. На самом участке ему нужно было пройти регистрацию и получить особый конверт для сохранения тайны голосования. Никаких письменных отметок в самом бюллетене, т. е. привычного нам способа голосования, не предусматривалось [Минникес 2006]. При этом требования к форме и содержанию бюллетеня были достаточно просты, бюллетень не имел статуса государственной бумаги и не предусматривал никакой специальной защиты от подделок.

Именно такой способ голосования до сих пор сохраняется в ряде стран, например во Франции, где избиратель может самостоятельно изготовить очень простой по форме бюллетень и проголосовать им. Во Франции

и некоторых других странах кандидат или политическая партия по образцу, установленному избирательной комиссией, могут сами изготовить избирательные бюллетени, снабдить ими каждый избирательный участок. Избирательная комиссия выдает избирателю специальный конверт с отметкой комиссии, а избиратель выбирает из набора бюллетеней и вкладывает в кабине для

голосования бюллетень, изготовленный кандидатом, в пользу которого избиратель голосует, сохраняя при этом тайну голосования (Рисунки 4-5).

В Норвегии партии могут получить нужное количество «своих» бюллетеней или самостоятельно их распечатать и раздавать на улицах, и даже в день голосования поблизости от избирательных участков (Рисунок 6).



Рис. 4-5. Бюллетени и конверты для голосования на президентских выборах во Франции 2018 года

Рис. 6. Агитаторы раздают бюллетени перед избирательным участком на парламентских выборах в Норвегии 2013 года

На первых всероссийских парламентских выборах 12 декабря 1993 года внешний вид трех использованных бюллетеней еще не был унифицирован и носил вынужденно экспериментальный характер. В связи с большим количеством участников выборов 1993 года, единственный раз в новой российской истории использовались бюллетени, которые допускали размещение текста на их оборотной стороне. Избирательные бюллетени печатались на бумаге форматом 420 × 297 (А3) и в изготовленном виде бюллетень складывался пополам в виде брошюры из четырех страниц. На первой странице бюллетеня размещалась титульная часть, на развороте страниц два и три, а также на оборотной, четвертой странице печатались наименования избирательных объединений и фамилии, имена, отчества кандидатов в депутаты. В правом верхнем углу бюллетеня располагалось место для его заверения печатью комиссии или подписями двух её членов [Тихонова 2014].

В 1995–1996 годах в специальных постановлениях ЦИК РФ окончательно была закреплена форма «австралийского бюллетеня», где текст в виде списка кандидатов размещался только на одной его стороне. В таком виде избирательный бюллетень использовался уже на президентских выборах 1996 года. С 1998-го избирательный бюллетень стал цветным. Цветной фон, цветная защитная сетка, плотная цветная бумага с водяным знаком, затем цветной микрошрифт стали способами технической защиты бюллетеней от подделок при помощи копировальной техники [Тихонова 2014]. В 2008 году на думских выборах к ним добавилась специальная марка. В настоящее время содержание текста и технические характеристики изготовления избирательных бюллетеней достаточно подробно изложены в российском законодательстве, в частности в статье 63. Бюллетень № 67-ФЗ «Об основных гарантиях прав избирателей...».

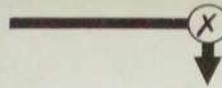
Таким образом, постепенно российский избирательный бюллетень внешне всё более и более приобретал черты ценной государственной или коммерческой бумаги, которая требовала к себе соответствующего отношения, даже пиетета, прежде всего со стороны избирателей.

В целом в мировой практике различают два принципиально разных подхода к избирательным бюллетеням: официальные бюллетени, напечатанные исключительно

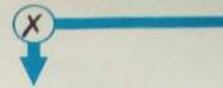
государством, и неофициальные бюллетени, которые также могут печататься и распространяться баллотирующимися кандидатами или партиями или даже самими избирателями (например, как во Франции). В первом случае, в том числе и в России, государство берет на себя полную ответственность за изготовление, распространение, использование и учет бюллетеней во время выборов. Бюллетени рассматриваются как государственные официальные документы строгой отчетности. Соответственно, как правило, их форма и содержание утверждаются публичными органами (избиркомами), носят единый универсальный и стандартный характер. Бюллетени, как ценные государственные бумаги, имеют несколько степеней защиты от подделок. Считается, что доступ к бюллетеням может иметь только ограниченный круг лиц (члены избирательных комиссий), а сами избиратели получают их в свои руки лишь на короткое время в сам момент голосования на избирательном участке. Незаконные манипуляции с избирательными бюллетенями (их подделка и/или нарушение процедур учета, хранения и выдачи избирателям) рассматриваются как серьезные правонарушения. Именно по такому наиболее жесткому пути пошло российское законодательство, которое фактически запрещает притрагиваться к бюллетеням любым лицам, кроме членов комиссий с правом решающего голоса и избирателей, после того, как они распишутся в списке избирателей за их получение. Для сравнения: на парламентских выборах в Германии в сентябре 2017 года председатель одной из участковых избирательных комиссий в ответ на просьбу о получении образца бюллетеня просто перечеркнул один из них, написал на бюллетене Muster (образец) и передал в коллекцию автора (*Рисунок 7*).

Можно предположить, что в условиях весьма специфической российской политико-правовой культуры и электоральной практики именно такое крайне щепетильное и формализованное отношение к избирательному бюллетеню с приданием ему исключительной значимости в рамках избирательного процесса в том числе и стало одной из причин появления различных способов и приемов манипуляций с его дизайном. Классическая «австралийская» форма российского бюллетеня также отчасти способствовала различным играм с визуализацией информации о кандидатах и партиях.

## Sie haben 2 Stimmen



**hier 1 Stimme**  
für die Wahl  
eines/einer Wahlkreisabgeordneten



**hier 1 Stimme**  
für die Wahl  
einer Landesliste (Partei)

- maßgebende Stimme für die Verteilung der  
Sitze insgesamt auf die einzelnen Parteien -

### Erststimme

### Zweitstimme

1	<b>Gröhler, Klaus-Dieter</b> <small>Jurist, Bezirksstadtrat a.D./MdB Berlin</small>	<b>CDU</b> <small>Christlich Demokratische Union Deutschlands</small>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<b>Christlich Demokratische Union Deutschlands</b> <small>Monika Grütters, Kai Wegner, Dr. Jan-Marco Luczak, Thomas Heilmann, Dr. Gottfried Ludewig</small>
2	<b>Renner, Tim</b> <small>Musikproduzent/ Kulturstaatssekretär a.D. Berlin</small>	<b>SPD</b> <small>Sozialdemokratische Partei Deutschlands</small>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<b>Sozialdemokratische Partei Deutschlands</b> <small>Dr. Eva Högl, Swen Schulz, Cansel Kiziltepe, Klaus Mindrup, Mechthild Rawert</small>
3	<b>Benda, Friederike</b> <small>Angestellte Berlin</small>	<b>DIE LINKE</b> <small>DIE LINKE</small>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<b>DIE LINKE</b> <small>Petra Felber, Stefan Liebich, Dr. Gesine Lötzsch, Rascal Meiser, Evrim Sommer</small>
4	<b>Paus, Lisa</b> <small>Diplom-Volkswirtin/MdB Berlin</small>	<b>GRÜNE</b> <small>BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN</small>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<b>GRÜNE</b> <small>Lisa Paus, Stefan Geibhaar, Renate Könast, Özcan Mutlu, Dr. Laura Dornheim</small>
5	<b>Dr. Fest, Nicolaus</b> <small>Publizist Berlin</small>	<b>AfD</b> <small>Alternative für Deutschland</small>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<b>Alternative für Deutschland</b> <small>Beatrix von Storch, Dr. Gottfried Curio, Dr. Götz Frömming, Dr. Birgit Malsack-Winkemann, Dr. Nicolaus Fest</small>
				<input type="radio"/>	<b>Piratenpartei Deutschland</b> <small>Dr. Martin Haase, Ute Laack, Dr. Franz Josef Schmitt, Simon Kowalewski, Alexander Spies</small>
7	<b>Meyer, Christoph</b> <small>Rechtsanwalt/ leitender Angestellter Berlin</small>	<b>FDP</b> <small>Freie Demokratische Partei</small>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<b>Freie Demokratische Partei</b> <small>Christoph Meyer, Daniela Kluckart, Hartmut Ebbing, Juliane Hüttel, Roman-Francesco Rogai</small>
	<b>Blickendorf, Lothar (Lo Graf von Blickendorf)</b> <small>Künstler, Autor Berlin</small>	<b>Die PARTEI</b> <small>Partei für Arbeit, Rechtsstaat, Tierschutz, Elitenförderung und basisdemokratische Initiative</small>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<b>Partei für Arbeit, Rechtsstaat, Tierschutz, Elitenförderung und basisdemokratische Initiative</b> <small>Nico Semmsrott, Bärbel Stolz, Lea Joy Friedel, Christoph Voigt, Thomas Sachse</small>
				<input type="radio"/>	<b>FREIE WÄHLER</b>

Рис. 7. Фрагмент избирательного бюллетеня на парламентских выборах в Германии 2017 года

## ПОДСКАЗЫВАТЬ, НО НЕ АГИТИРОВАТЬ

Избирательный бюллетень, его роль и место в политических процессах вполне могут быть рассмотрены в свете государственной электоральной политики. Она «реализуется посредством специфических органов управления – избирательных комиссий, обеспечивается нормативно-правовым регулированием в рамках особой подотрасли права – избирательного права, предполагает уникальные политические стратегии и управленческие технологии» [Гришин 2014, 72]. По поводу формы, содержания и дизайна бюллетеня принимаются соответствующие управленческие решения, что, в свою очередь, нередко становится частью политических технологий. В одних политических условиях их вектор может быть направлен на удержание власти, в других – на обеспечение её сменяемости и максимальное широкое и осознанное участие граждан в голосовании. Отсюда и роль избирательного бюллетеня в электоральной политике будет отличаться: в первом случае она не прочь использовать бюллетень в качестве «помощника» для «правильного выбора» избирателя, в другом – стремится к максимальной политической нейтральности бюллетеня, чтобы минимизировать его влияние на выбор избирателя.

В российской науке избирательные бюллетени были в основном предметом исследования для специалистов по теории и истории государственного (конституционного) права, где в основном рассматривались проблемы правового статуса бюллетеня как официального документа (в том числе и вопрос о праве избирателя выносить его с участка или распоряжаться им по своему усмотрению каким-то иным образом), его технической и юридической защиты.

Обычно правоведы выделяют следующие основные государственно-правовые функции избирательных бюллетеней: а) информационная (избиратель из содержания бюллетеня получает сведения, необходимые для голосования, прежде всего о баллотирующихся кандидатах и партиях, помимо этого, в нем содержится информация о виде и уровне выборов, наименовании органа,

который их проводит); б) функция гарантии тайного голосования (универсальная форма без возможности идентифицировать избирателя по бюллетеню); в) функция средства, позволяющего устанавливать волеизъявление избирателя (избиратель заявляет о своем выборе из нескольких возможных вариантов путем проставления отметки в бюллетене или выбора самого бюллетеня) [Игнатенко 1999, 45]. Кроме того, прохождение действительных бюллетеней через все стадии избирательного процесса подтверждает законность совершенных электоральных действий и процедур. Само содержание бюллетеней выполняет инструментальную функцию, однозначно определяя круг претендентов на властные позиции. Правила заполнения бюллетеня конкретизируют, какие именно действия должен совершить избиратель, чтобы его волеизъявление было учтено. Наконец, в рамках организационной функции упорядочивается сама процедура голосования на избирательном участке [Гетьман 2011]. В конечном счете совершение предусмотренных законом формальных действий с избирательными бюллетенями является одним из механизмов легализации и легитимации результатов выборов.

Однако такой формально-юридический подход упускает собственно политическую сторону голосования. Находясь в кабинке для тайного голосования, избиратель остается один на один с бюллетенем, в котором в самом концентрированном виде, какой только может быть, наглядно представлена политическая ситуация, сложившаяся к данным выборам. Избирательный бюллетень – это наглядное и концентрированное воплощение актуальной политики: от состава участников (а также тех, кто по каким-то причинам в него не попал), со всеми их выпячиваемыми или скрывааемыми регалиями и статусами, до попыток каким-то образом визуально выделиться на общем фоне кандидатов. Либо, напротив, это наглядная демонстрация намерений организаторов выборов пресекать любые из таких возможных выделений.

Дизайн бюллетеня может как содержать подсказки для избирателей, выделяя одних кандидатов из общей массы, так и запутывать голосующих, пряча опасных соперников за спинами «спойлеров» и «техников». Выгодный дизайн бюллетеня считается одной из политехнологических задач, стоящих перед предвыборным штабом кандидата, политической партии, а иногда и самих государственных организаторов выборов. Как официальный документ бюллетень визуализирует государственную политику, является одним из инструментов электоральной и социальной инженерии. В крайних случаях он способен использоваться как средство прямой агитации. В качестве яркого примера такого навязываемого властями выбора («запрограммированного бюллетеня») часто приводят бюллетень референдума по аншлюсу Австрии 1938 года (Рисунок 8), дизайн которого недвусмысленно подсказывал, какой выбор ожидается от избирателя.

В российской электоральной практике бюллетень рассматривается как важное средство визуальной коммуникации кандидата со своими потенциальными избирателями, а не только как способ информирования и фиксации волеизъявления последних. Такое отношение было заложено самими российским законодателями, которые еще в 90-е годы решили, что сам бюллетень должен содержать весьма подробную информацию о баллотирующихся кандидатах и партиях. Избирательные комиссии формируют информацию о кандидатах на основе получаемых от них данных. Соответственно, у администраторов выборов, кандидатов и их предвыборных штабов появилась возможность как манипулировать самой биографической информацией об участниках выборов (стремиться, чтобы была указана та информация, которая представляет своего кандидата в положительном ракурсе, а конкурента в отрицатель-



Рис. 8. Бюллетень для голосования за аншлюс Австрии 1938 года

ном), так и влиять на внешнюю, визуальную форму подачи этой информации. В таком виде бюллетень становится одним и последним из каналов коммуникации, через который осуществляется передача агитационного сообщения к потенциальному избирателю.

Однако существовал риск, что этот процесс можно выпустить из-под контроля самой избирательной системы, превратить бюллетень в инструмент наглядной агитации. Постепенно, к середине 2000-х, в судебной практике был сформулирован запрет на содержание агитации в избирательном бюллетене, на том основании, что законодательство запрещает проведение предвыборной агитации в день голосования в помещениях для голосования (например, в Калининградской области в 2006 году «Народная партия» пыталась добиться упоминания одного из своих кандидатов в названиях каждой из регио-

нальных групп, которые указывались в соответствующих бюллетенях). Суд установил, что наличие агитационных материалов в избирательном бюллетене для голосования недопустимо [Определение... 2006]. В другом Определении, от 9 марта 2006 г. по делу № 32-Г06-2, Верховный суд отказал заявителю в требовании внести в избирательный бюллетень в качестве рода его занятий фразу «борьба с коррупцией», поскольку она имеет признаки предвыборной агитации [Гетьман 2012, 26.]. Тем не менее сохраняется практика, когда кандидаты незадолго до выборов «меняют» основное место работы или занимающую должность, чтобы информация об этом в бюллетене выглядела более благозвучно или солидно. Некоторые кандидаты, путем графического выделения, пытаются обратить внимание избирателей на название тех компаний или фирм, в которых они работают и ко-

Nr		Stryk
1.	<input type="checkbox"/> Finn Henrik Friis Larsen f. 1951, Lørenskog kommune	<input type="checkbox"/>
2.	<input type="checkbox"/> Liv Reidunn Finnseth f. 1954, Bydel Nordre Aker	<input type="checkbox"/>
3.	<input type="checkbox"/> Nils Heggemsnes f. 1930, Bydel Frogner	<input type="checkbox"/>
4.	<input type="checkbox"/> Bernt Mellestrand f. 1969, Hå kommune	<input type="checkbox"/>

Рис. 9. Фрагмент бюллетеня на парламентских выборах в Норвегии 2013 года

торые могут являться значимыми для избирателя: либо как для работников этих предприятий, либо как градообразующее предприятие на данной территории, либо как связь с предвыборной агитацией, которая шла под брендом предприятия. Выделить в бюллетене заглавными буквами название предприятия – один из способов оставить подсказку, указать на «своих» кандидатов.

Отметим, что во многих странах объем данных о кандидатах, содержащийся в бюллетенях, весьма ограничен и даже скуп. Например, в Норвегии это Ф. И. О., год рождения и место/район регистрации (Рисунок 9). В Германии в левой, «мажоритарной части» единого бюллетеня под именем кандидата указывается лишь род его деятельности – «юрист», «адвокат», «служащий», «публицист» – и, не всегда, должность – «старший сотрудник». Примерно такая же ситуация в Великобритании: имя, место жительства и субъект выдвижения. Естественно, что каким-то образом содержательно или визуально манипулировать такой ограниченной информацией практически невозможно. Иногда дополнительная информация о кандидатах и вовсе отсутствует. Российский же избирательный бюллетень предоставляет весьма широкие возможности политтехнологического творчества в этом направлении.

Коммуникация, как известно, осуществляется в обоих направлениях. Поэтому определенной категорией избирателей бюллетень также может быть избран в качестве средства обратной связи. Это весьма распространенная и известная практика оставления избирателями на бюллетенях различных надписей: с требованиями, обращениями и жалобами к властям; с оскорблениями в адрес кандидатов, партий, чиновников или политиков; с выражением протеста по отношению к существующему режиму; с выражениями и рисунками сатирического характера; с провозглашением определенных лозунгов и призывов и т. п. На президентских выборах 2018 года надписи на бюллетенях фактически выполняли функцию политической и предвыборной контрагитации (Рисунок 10).

Подобные надписи визуализируют политическую ситуацию в стране и реакцию избирателей на государственную политику и представляют исследовательский интерес. Однако систематическое изучение данных

надписей затруднено, поскольку их публикация в сети Интернет происходит в инициативном порядке либо самими авторами надписей, либо членами комиссий и наблюдателями, проявившими к ним интерес на избирательном участке. По завершении подсчета голосов все бюллетени, в том числе и с надписями, упаковываются, печатаются и сдаются в архив территориальной комиссии. И с этого момента получить к ним доступ возможно только по решению вышестоящих комиссий или суда при наличии достаточно серьезных оснований. Через год вся архивная документация с прошедших выборов, в том числе и бюллетени, уничтожаются.

Бюллетень в определенной степени может задавать и визуальный ряд предвыборной агитации. Одним из самых распространенных приемов является использование в ней знака «галочки» как символа голосования

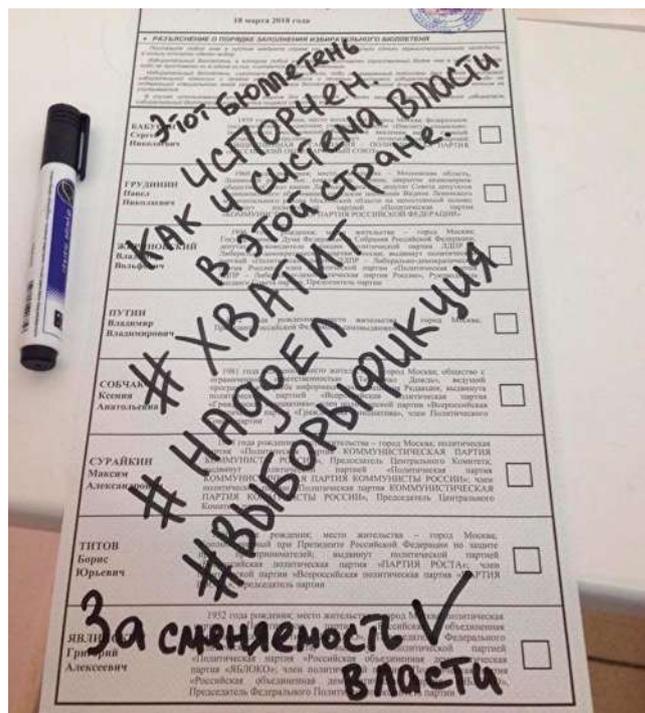


Рис. 10. Надпись на избирательном бюллетене на выборах президента РФ 2018 года

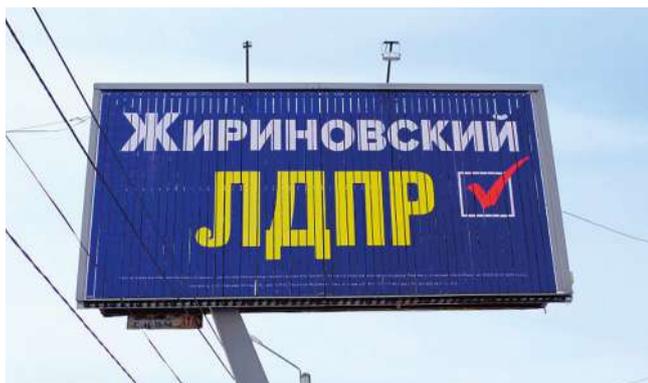
«за» кандидата (партию), как обозначение электоральной поддержки. Например, такой простой прием в сочетании с короткими и резкими лозунгами последовательно используется на самых различных выборах ЛДПР (Рисунки 11–14).

Бюллетень и знак голосования могут использоваться и в качестве символа самого участия в голосовании в информационных материалах организаторов выборов. Уместным такое изображение является только в тех избирательных системах, где предусмотрен именно такой способ голосования. В России согласно п. 7 ст. 64 № 67-ФЗ «Об основных гарантиях...» как раз установлено, что голосование проводится путем нанесения избирателем в бюллетене любого знака в квадрате (квадратах), относящемся (относящихся) к кандидату (кандидатам) или

к списку кандидатов, в пользу которого (которых) сделан выбор. Указанная норма обеспечивает единую унифицированную, понятную и привычную для всех избирателей процедуру голосования на выборах всех уровней, при которой голосование может осуществляться только путем внесения в избирательный бюллетень любого знака. Это создает стандартную возможность для ее бесконечного обыгрывания в предвыборной агитации. Подробнее о различных способах голосования детально пишет в своей статье член ЦИК РФ Сиябшах Шапиев [Шапиев 2016]. В иных случаях, где используются другие способы голосования, вряд ли есть смысл такую символику широко применять. Например, в Финляндии избиратель в бюллетене просто указывает номер партии, которую он поддерживает (Рисунок 15).



Рис. 11–14. Агитационные плакаты ЛДПР



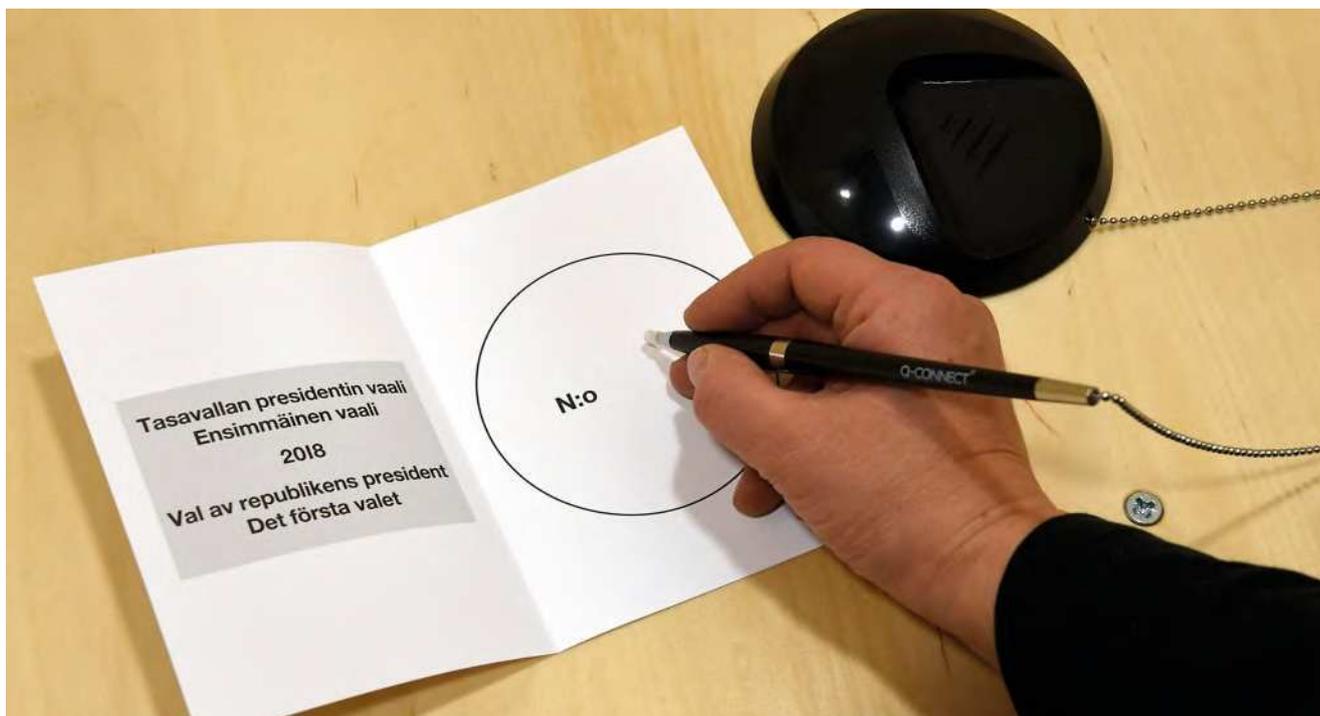


Рис. 15. Избирательный бюллетень на выборах президента Финляндии

## КОГДА РАЗМЕР И МЕСТО ИМЕЮТ ЗНАЧЕНИЕ?

Можно говорить о том, что, помимо своих основных функций избирательный бюллетень, его дизайн, отражает, визуализирует базовые принципы и направленность электоральной политики, которая имеет место в том или ином политическом режиме. Направленность электоральной политики, в частности, проявляется в соблюдении или несоблюдении базовых для любых выборов принципов равенства прав кандидатов (партий) и честности конкуренции между ними.

Если в целом политическая и избирательная системы настроены на создание преимуществ одним политиче-

ским акторам в ущерб другим, то это в том числе найдет свое воплощение в дизайне избирательного бюллетеня. В некоторых, крайних случаях это может являться символической демонстрацией абсолютного политического доминирования, когда власть (или один из иных акторов) настолько уверена в себе, что не опасается негативной реакции оппозиции, общественности, СМИ при всем очевидном неравенстве конкурентов, продемонстрированном в избирательном бюллетене. Например, в бюллетенях на выборах президента Венесуэлы 2013 и 2018 годов Мадуро изображен на бюллетене такое



Рис. 16. Образец избирательного бюллетеня на выборах президента Венесуэлы 2013 года

количество раз, сколько объединений его выдвинуло в качестве кандидата на пост президента (Рисунки 16 и 17) [В Венесуэле... 2018].

Более распространена ситуация, когда визуальное выделение «нужного» кандидата (партии) обосновывается формальным или легистским образом, отсутствием тех или иных запретов или ограничений в действующем законодательстве, что в свою очередь, как правило, заранее просчитывается. Организаторы выборов (избиркомы), ссылаясь на формальные нормы, своими решениями легализуют подобные выделения. В дальнейшем, под влиянием критики, такие лазейки через соответствующие поправки в законодательство закрываются, но обнаруживаются другие. В целом вектор электоральной политики, направленный на создание различных предпочтений, в том числе и визуальных, одним кандидатам (партиям) в ущерб другим, сохраняется.

Напротив, демократические и соревновательные политические режимы стремятся избегать любых намеков на нарушение принципов равенства и честной конкуренции. Считается, что текст избирательного бюллетеня должен быть нейтральным по отношению ко всем кандидатам и избирательным объединениям, указанным в нем. Он не может и не должен влиять на волеизъявление избирателя, содержать какие-то подсказки, особо выделять кого-то из кандидатов. Так, например, в Финляндии при распределении (жеребьевке) мест среди партий, участвующих в выборах, отсутствует № 1, чтобы это никак нельзя было обыгрывать в предвыборной агитации, в том числе и использованием изображения бюллетеня (Рисунок 18).



Рис. 17. Образец избирательного бюллетеня на выборах президента Венесуэлы 2018 года



Рис. 18. Агитационные стенды в Финляндии, где нумерация участвующих партий начинается с № 2

В ряде стран (например, в Германии) место партии в бюллетене строго зависит от результатов последних выборов, что исключает какие-либо манипуляции с этим. В Норвегии и других странах, где используются «партийные бюллетени» (имеется свой бюллетень для каждой партии), которые выставлены в специальных ячейках в кабинках для голосования, члены комиссии обязаны регулярно пополнять ячейки так, чтобы визуально было сложно определить, бюллетени какой партии пользуются большим спросом (Рисунок 19).

Неоднократно в ходе различных российских выборов форма, расположение текста и другие внешние атрибуты избирательного бюллетеня становились предметом судебных разбирательств. Что говорит о чувствительности кандидатов и партий к этому вопросу, особенно в условиях конкурентной борьбы. В целом Конституционный суд РФ придерживается позиции, что положения федеральных законов, устанавливающие требования к форме избирательного бюллетеня, сами по себе не затрагивают конституционные права граждан. В решениях Верховного суда РФ претензии кандидатов и партий к оформлению бюллетеней или к содержанию в них ошибочной информации, как правило, оцениваются как несущественные, поскольку нельзя однозначно утверждать, что они повлияли на результаты голосования [Гетьман 2012, 26–27].

В правоприменительной практике оппоненты усматривали нарушение равенства кандидатов в различных обстоятельствах, имевших отношение к дизайну бюллетеня. Например, кандидат в депутаты Госсовета Республики Марий Эл в 2004 году обратил внимание, что расстояние, выделенное для информации о нем, более чем в два раза меньше, чем расстояние, выделенное для информации о другом кандидате. Свое мнение он обосновывал тем, что «избиратели, не знакомые с предвыборными платформами кандидатов, могут сделать выбор в пользу кандидата, который выглядит более солидно с точки зрения объема занимаемого в избирательном бюллетене места» и ссылался на соответствующее заключение специалиста-психолога. Верховный суд РФ отказал заявителю на том основании, что нормы избирательных законов не содержат требования о том, «чтобы расстояния, выделенные для информации о кандидате в депутаты, были равными», что само «право за-

явителя на информацию о нем в равной степени с другими кандидатами не нарушено», а «площадь полей для отображения сведений о кандидатах в депутаты носит технический характер и не определяет волеизъявление избирателей» [Определение Верховного Суда... 2004].

Впоследствии Верховному суду РФ еще неоднократно по другим делам приходилось возвращаться к вопросу о площади полей для отображения сведений о кандидатах и повторять, что их размер носит технический характер и не влияет на волеизъявление избирателей. Что говорит о чувствительности кандидатов к тому, какой объем пространства они или их конкуренты визуально занимают в избирательном бюллетене. Безусловно, социопсихологические установки трактуют большую территорию, занимаемую одним из конкурентов, как демонстрацию его большего влияния и как способ выделения, т. е. нарушения равновесия. Суд же руководствуется исключительно соображениями наличия или отсутствия соответствующих запретов или разрешений и крайне редко соотносится с принципами, которые лежат в основе этих норм.

Конкуренты не менее чувствительны и к тому, как в бюллетене графически представлены наименования избирательных объединений (партий), от которых выдвинуты кандидаты, или фамилии самих кандидатов. Не нарушаются ли равные условия их представления вследствие выделения этих сведений жирным шрифтом или заглавными буквами, не напечатаны ли наименования политических партий в избирательном бюллетене различными по размеру буквами (прописными или строчными)?



Рис. 19. Кабинки для голосования с бюллетенями в ячейках, используемые на выборах в Норвегии

Судебные разбирательства по этому поводу были распространены в середине 2000-х годов. Например, в 2008-м семь кандидатов от КПРФ по мажоритарным округам на выборах в депутаты Законодательного Собрания Забайкальского края подали коллективный иск к окружным избирательным комиссиям на том основании, что они нарушили принцип равенства, напечатав бюллетени, в которых наименование партии «Единая Россия» было выполнено заглавными буквами и жирным шрифтом, а партии «Справедливая Россия» – заглавными буквами. Наименование же партии КПРФ без каких-либо выделений. Тем самым, по мнению заявителей, «наименования партий графически изложены не на равных условиях». Они полагали, что данный формат избирательного бюллетеня ставит в более выгодную по-

зицию кандидатов от партии «Единая Россия», так как только её название бросается в глаза с первого взгляда, уже во вторую очередь – кандидатов от «Справедливой России»: а «кандидаты в депутаты от иных избирательных объединений и самовыдвиженцы ставятся тем самым в неравные условия в сравнении с кандидатами от двух названных партий» [Определение Верховного Суда... 2008]. Аналогичные случаи графического выделения в бюллетенях наименований партий были и на других выборах (Рисунки 20 и 21).

Суд отказал заявителям на том основании, что, в соответствии с нормами федерального и регионального законов, в текстах бюллетеней для голосования наименования политических партий графически приведены так, как это отражено в уставах этих политических



Рис. 20. Избирательный бюллетень на выборах президента России 2008 года

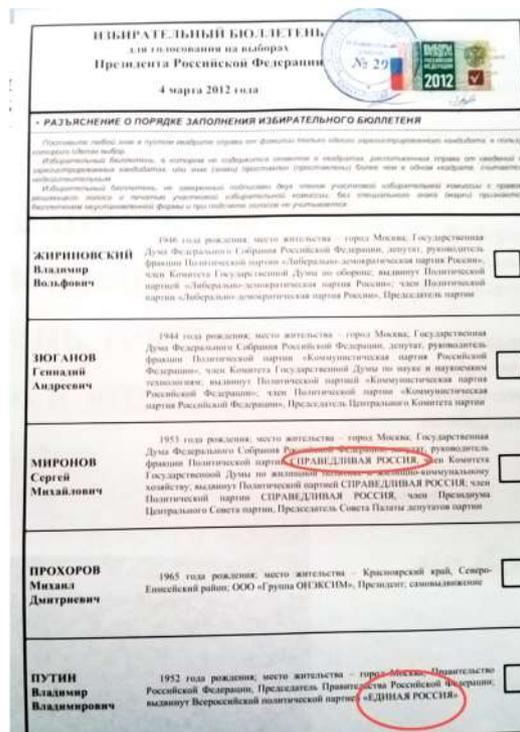


Рис. 21. Избирательный бюллетень на выборах президента России 2012 года

партий. Кроме того, суд указал, что выделение в тексте избирательного бюллетеня в сведениях о кандидате по одномандатному округу наименования какой-либо политической партии либо месте его работы не нарушает принципы равенства кандидатов, достоверности информации о них. Выделение наименования политической партии не может расцениваться в качестве прямого либо скрытого призыва голосовать за того или иного кандидата. Все избирательные объединения воспользовались правом на отражение своих наименований в избирательных бюллетенях в соответствии с уставами партий, в том числе и КПРФ [Определение Верховного Суда... 2008]. Фактически суд намекал на то, что другие партии вовремя не побеспокоились, чтобы графически выделить свое наименование в собственном уставе.

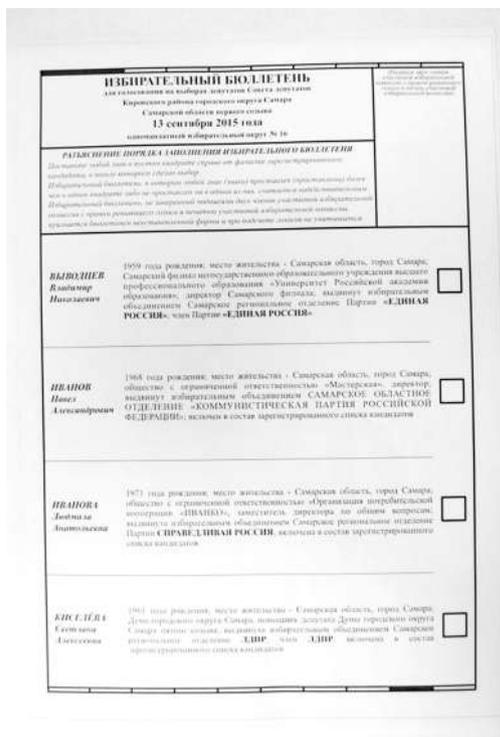


Рис. 22. Избирательный бюллетень на выборах депутатов Совета депутатов Кировского района Самары, округ №16, 13 сентября 2015 года

Что, собственно, вскоре и произошло. В скором времени почти все ведущие политические партии внесли поправки в свои уставы, в которых графически выделили наименование своих партий. Если обратить внимание на бюллетени последних лет, то наименования партий представлены единообразно – заглавными буквами и жирным шрифтом. Хотя на местных выборах иногда происходят «случайные» отступления от этого правила. Например, в 2015 году на выборах в районных советах Самары (Рисунок 22) [В Самаре... 2015].

Аналогичные претензии о нарушении принципа равенства при графическом изображении их наименований высказывались партиями и на федеральных выборах. Так, КПРФ на выборах в Госдуму в 2007 году заявила, что «наименования политических партий и их эмблемы были размещены в избирательном бюллетене с нарушением принципа равенства всех участников избирательного процесса». Партия также оспаривала, что изображение её эмблемы на бюллетене графически было меньшим, чем у других партий [Решение Верховного Суда... 2008]. Решение Верховного Суда по делу об оспаривании результатов выборов в Госдуму 2007 года также указывало на то, что наименования политических партий в избирательном бюллетене изложены различными по размеру буквами (прописными или строчными) в строгом соответствии с представленными политическими партиями уставными документами и законодательством.

Далеко не все исследователи и электоральные специалисты согласны с таким формальным подходом российских избиркомов и судов. Политтехнологи продолжают советовать своим подопечным стараться любым доступным способом обратить на себя внимание в избирательном бюллетене, поскольку различия в начертании наименований избирательных объединений и сведений о кандидатах в избирательных бюллетенях способны привлечь внимание части избирателей. Они вполне «могут подсознательно сориентировать в день голосования избирателей поставить соответствующий знак в пользу того избирательного объединения, наименование которого выглядит более солидно и красочно в бюллетене» [Гетьман 2012, 27].

При этом следует отметить, что состав ЦИК РФ, возглавляемый до марта 2017 года Александром Вешняковым, был склонен скорее соглашаться с мнением тех кандидатов и партий, которые считали, что «размер имеет значение», имеется в виду размер шрифта и интенсивность начертания названия партии. В своем постановлении от 14 февраля 2007 года № 198/1239-4 ЦИК согласился с доводами жалобы представителей нескольких политических партий на действия Избирательной комиссии Санкт-Петербурга. Последняя утвердила форму бюллетеня, где фамилии, имена и отчества кандидатов «исполнялись шрифтом, отличным по размеру и по насыщенности начертания шрифта» [Постановление... 2007]. ЦИК указала, что при решении вопроса об утверждении формы и текста бюллетеня, безусловно, следует исходить из общего принципа равноправия кандидатов. С учетом этого избирательные комиссии и должны решать вопрос о размере и насыщенности начертания шрифта при печатании сведений о кандидатах [Постановление... 2007]. Новый состав ЦИК РФ во главе с Владимиром Чуровым (Председатель ЦИК в 2007–2016 годах) придерживался более формального подхода и, как правило, не видел в выделении в бюллетене каких-то партий и кандидатов отступление от принципов равенства и честной конкуренции.

Наименование кандидата и политической партии служит при голосовании первичным ориентиром для избирателя, отсылающим его к неким знаниям о биографии кандидата или программе партии, их предвыборной агитации, обещаниям, если, конечно, такие знания у избирателя вообще имеются. Соответственно, важно, чтобы эта связь, эти воспоминания актуализировались у избирателя в момент голосования, в момент заполнения бюллетеня. Именно в этот момент у кандидата или партии есть последняя возможность напомнить о себе избирателю. Однако при декларировании либо действительной реализации политическим режимом равных и честных выборов избирательный бюллетень должен быть визуально нейтральным, чтобы сохранить свой политический нейтралитет. Избирательный бюллетень не должен предоставлять каких-либо предпочтений кому-то из тех, кто в нем перечислен. Режимам, имитирующим конкурентные выборы, такой нейтралитет бюл-

летеня не выгоден. Отсюда в законодательстве появляются различные лазейки, позволяющие «правильным» кандидатам или партиям выделиться в избирательном бюллетене. Зачастую такие лазейки бывают временными, конъюнктурными, которые срабатывают один или несколько раз, пока декларируемое формально равенство не позволяет воспользоваться ими широкому кругу участников выборов. Тогда они перестают работать как преимущество одних над другими, и лазейка закрывается, поскольку расхождение с декларируемыми принципами равенства становится слишком очевидным, либо издержки, связанные с её использованием, непропорционально возрастают. Именно так произошло с графически выделенным отображением в бюллетене официального наименования политической партии, которое должно было выполнять дополнительную функцию привлечения внимания избирателя. Манипуляциями с графическими выделениями в бюллетенях наименований партии и имен кандидатов в первую очередь воспользовались партия «Единая Россия» и её выдвиженцы.

Однако критика со стороны экспертов и оппозиции заставила администраторов российских выборов достаточно быстро отказаться от игр с графическим выделением в бюллетене нужных участников. Более того, в конце 2000-х появились различные предложения во избежание дальнейших «экспериментов» с отображением партийных наименований внести поправки в законодательство, чтобы стандартизировать регистр букв и насыщенность начертания шрифта, которым печатаются наименования кандидатов и партий [см., например, Митин 2010].

К сожалению, на сегодняшний день отсутствуют сколько-нибудь фундированные конкретными данными исследования, которые оценивали бы степень влияния графического выделения в бюллетене тех или иных данных о кандидатах или партиях на смещение в распределении голосов избирателей. Тем не менее многие российские политтехнологи советуют не пренебрегать такой возможностью.

Однако гораздо более значимой дополнительной преференцией для кандидата или партии считается занятие ими более выгодного места в избирательном бюллетене по сравнению со своими соперниками.

Существует устойчивое мнение, что первое место в списке кандидатов в избирательном бюллетене обладает безусловным преимуществом перед всеми остальными (т. н. “*primacy bias*” – «смещение первенства»), когда кандидат, занимающий первое место в списке по неким правилам, случайным образом или по алфавиту (т. н. “*positional or alphabetical biases*” – «позиционное или алфавитное смещение голосования»), получает немотивированно большую поддержку избирателей. Кандидаты и партии прилагают определенные усилия для того, чтобы самим занять первое место в избирательном бюллетене или не дать возможность занять его своим наиболее опасным конкурентам. По мнению различных российских политтехнологов, например Игоря Минтусова из «Никколо М», до 1–2 % неопределившихся избирателей способны проголосовать за первый номер в бюллетене [Рубин 2015].

В западной политической науке данное явление исследуется достаточно активно. Например, анализ результатов 118 различных выборов 1992 года в американском штате Огайо показал преимущество первого кандидата в 48 % случаев. Причем кандидаты первые в списке в среднем получили на 2,5 % больше голосов по сравнению с другими [Miller, Krosnick 1998]. В других странах этот эффект смещения первого места тоже отмечен.

По мнению ряда исследователей, причины такого смещения имеют когнитивную природу. Исследования по когнитивной психологии утверждают, что ранние элементы того или иного списка имеют большее значение, поскольку они используются в качестве когнитивных маркеров для сравнений с последующими элементами списка. Как следствие, эти ранние предметы получают более сложную обработку, и это приводит к увеличению их значимости [Henson 1998]. Другие исследователи предположили, что преимущество первого кандидата при голосовании основывается на изначально конформистском подходе избирателя к кандидатам. Этот процесс включает в себя то, что избиратели последовательно положительно оценивают каждого кандидата, чтобы определить причины для выбора этого кандидата. По мере того, как избиратели просматривают список, они выделяют всё меньше ресурсов каждому кандида-

ту из-за когнитивной усталости. Как следствие, большее число положительных оценок достается для кандидатов в начале списка, увеличивая вероятность их избрания, а кандидаты внизу списка не будут избраны из-за накопления «усталости» избирателя и растраты им положительных оценок [Krosnick 1991]. Но при этом эвристическая логика протестно настроенного избирателя вполне может быть обратной [Miller, Krosnick 1998].

В любом случае речь идет прежде всего о тех избирателях, которые полностью или частично определяются со своим выбором непосредственно на избирательном участке. Брокингтон утверждал, что политически неосведомленные люди, которые голосуют в силу гражданской привычки, испытывают высокий уровень когнитивной усталости, обусловленной неопределенностью выбора кандидата. Эти люди не могут полагаться на свою политическую идентичность, свои политические знания или опросы общественного мнения и, следовательно, когнитивно перегружены проблемой выбора. Этот тупик в принятии решений, наряду с ограниченными знаниями о кандидатах, способствует использованию решения, основанного на внешних позициях, то есть без существенной информации о кандидатах, которая могла бы помочь при отборе. В результате на часть избирателей влияет позиция в бюллетене, на которой располагаются кандидаты [Brockington 2003]. Однако необходимо уточнить, что речь не идет об избирателях, у которых совершенно отсутствуют какие-либо представления о кандидатах или партиях и для которых единственной стратегией голосования становится простое угадывание.

Эксперименты, проведенные британскими исследователями, показали, что на совершенно неинформированных избирателей скорее оказывает влияние преимущество более раннего места кандидата (партии) (A, B, C) в алфавите (“*alphabetical bias*”), а не его позиции (1, 2, 3) в списке кандидатов (“*positional bias*”) [Johnson, Miles 2011]. Более того, существует смещение в пользу средних мест в списке кандидатов в ущерб первой и последней позиций. Но тем не менее эффект алфавита и позиции в целом присутствует. И эти эффекты пропадают, как только у избирателя появляется более значимая информация о кандидатах (партиях), чем ничего «не говорящие» (не несущие содержательной инфор-

мации) наименования. Однако эффект первого места может оказывать влияние на местных выборах, когда знания о кандидатах и партиях неполны или когда избирателю предлагается множественный выбор (многومانдатные округа). Например, когда избиратель определенно с предпочтением той или иной партии, но недостаточно знаком с её конкретными кандидатами, и будет готов голосовать за «первого попавшегося» среди них [Johnson, Miles 2011].

В целом можно утверждать, что эффект первого места оказывает влияние прежде всего на избирателей, недостаточно осведомленных о кандидатах и партиях, участвующих в данных выборах, пришедших на выборы скорее в силу привычки, чем в силу политической идентификации. А ослабление данных элементарных мотиваций для выбора происходит в результате «политического просвещения» избирателей, после введения мотивов более высокого порядка, то есть политического знания.

Данное предположение было фактически подтверждено исследованием, проведенным другой группой британских ученых на основе анализа базы данных о результатах голосования за более чем 5000 кандидатов от трех ведущих политических партий на местных выборах 2010 года в так называемом «Большом Лондоне» [Wood... 2011]. Оно показало, что среди членов одной партии чаще всего избираются кандидаты, занимавшие в бюллетене первые места среди однопартийцев, чем кандидаты, занявшие второе или третье место (кандидаты от всех партий расположены в бюллетене по алфавиту, избиратель имел три голоса, которые он мог отдать любым кандидатам) (Рисунок 23) [Фото из Wood... 2011]. Результаты статистического анализа с помощью разработанной методики визуализации данных показали, что происходит достаточно значительное смещение голосов в пользу кандидатов, занимающих первую по алфавиту позицию (избираются примерно в 6 раз чаще) [Wood... 2011]. Таким образом, применяемая на британских местных выборах форма бюллетеня и порядок голосования оказываются недостаточно политически нейтральными и могут влиять на выбор избирателя и персональный состав представительного органа.

VOTE FOR NO MORE THAN THREE CANDIDATES

1	<b>AARON</b> Lawrence Aaron 17 Newington Road, London N1 6FG Liberal Democrats	
2	<b>CHADWELL</b> Gertrude Chadwell 22 Some St, London N1 2AB UK Independence Party	
3	<b>CROUSE</b> Justin Crouse (Address in constituency) The Labour Party Candidate	
4	<b>DEBOSE</b> Joanne Debose 16 Acer Avenue, London NW4 8XT Green Party	
5	<b>HANDY</b> William Handy (Address in constituency) The Labour Party Candidate	
6	<b>HOOPER</b> Malcolm Hooper (Address in constituency) The Conservative Party Candidate	
7	<b>KOZLOWSKI</b> Michael Kozlowski (Address in constituency) The Conservative Party Candidate	
8	<b>NOOR</b> Anjit Noor (Address in constituency) The Labour Party Candidate	
9	<b>PFEIFFER</b> Dale Pfeiffer 103 Elephant Way, London NW1 8RH Liberal Democrats	
10	<b>TALLY</b> Deborah Tally (Address in constituency) The Conservative Party Candidate	
11	<b>WHITFIELD</b> Sarah Whitfield 45 Kingham Place, London N1 6SL Liberal Democrats	
12	<b>YILMAZ</b> Shaquil Yilmaz 4 Pocklington Walk, London N1 5DS Independent Candidate	

Рис. 23. Фрагмент бюллетеня на местных выборах в «Большом Лондоне» 2010 г.

В России масштабных исследований, посвященных эффекту смещения первого места, к сожалению, не проводилось. Оценить его эффективность достаточно сложно. Однако есть характерные примеры. В 2003 году на выборах в Госдуму «Концептуальная партия «Единение», получившая первую строчку в бюллетене, набрала больше 1 % голосов, хотя никто не знал ни её лидеров, ни её программы. «Сыграли роль два фактора: её могли спутать с «Единой Россией», и она была первой в бюллетене», – считал эксперт КГИ Аркадий Любарев [Рубин, Ульянова 2015].

В любом случае наблюдается устойчивое стремление российских партий и кандидатов занять первую строчку в избирательном бюллетене. На выборах в 2000–2010-х годах в этом особо преуспела партия «Единая Россия». На выборах по пропорциональной системе места в бюллетене среди партий распределяются в результате жеребьевки, которую проводят члены избирательных комиссий. Согласно подсчетам, которые провели эксперты Комитета гражданских инициатив (КГИ), если собрать все результаты жеребьевок на выборах региональных парламентов с марта 2006 по сентябрь 2018 года, то у «Единой России» 86 первых мест из 230 избирательных кампаний, или 37 %. Вероятность такого события при случайном характере жеребьевок оценивается числом с 18 нулями после запятой. По результатам жеребьевок на выборах представительных органов региональных центров за 2006–2018 годы у «Единой России» из 124 кампаний первое место в бюллетене в 53 (43 %). По мнению экспертов, «Все эти данные в совокупности заставляют усомниться в случайном характере жеребьевок» [Аналитический доклад № 4... 2018, 7].

В 2014 году на выборах региональных парламентов «Единая Россия» получила первое место в бюллетенях в 5 регионах из 11, вероятность такого события при честном проведении жеребьевок составляет 1/103. Аналогичная ситуация и на выборах в горсоветы региональных центров. Однако специалисты отмечают, что «этим странности при жеребьевках не исчерпываются. Так, партия “Против всех” за период с сентября 2013 года зарегистрировала всего три списка: в 2013 году на выборах Ивановской областной Думы, а в 2015-м – на выборах Костромской областной Думы и Ивановской

городской Думы. И во всех трех случаях у нее первое место в бюллетене. При этом число партий в бюллетене на момент проведения жеребьевок было соответственно 20, 14 и 13. Вероятность такого везения – 1/3640» [Аналитический доклад № 5... 2015, 9].

В 2016–2017 годах ситуация с жеребьевками по размещению наименования партий в избирательном бюллетене заметно улучшилась. Однако в 2018 году частота получения «Единой Россией» первого номера в бюллетене опять стала вызывать подозрения. Партия получила первый номер на выборах в 5 из 16 региональных парламентов (в республиках Башкортостан, Калмыкия и Хакасия, Смоленской и Ярославской областях). Вероятность такого исхода при случайном характере жеребьевок можно оценить примерно как одну двадцатую. [Аналитический доклад № 4... 2018, 7].

Кроме того, эксперты обратили внимание «на иррациональное сходство результатов жеребьевок на выборах Верховного Совета Республики Хакасия 2013 и 2018 годов. В обеих кампаниях у «Единой России» первое место, у «Коммунистов России» – второе, у КПРФ – четвертое, у «Справедливой России» – пятое» [Там же]. Правда, как мы уже знаем, это не особо помогло «партии власти» и она потеряла большинство в парламенте республики (КПРФ – около 3,1 %, ЕР – 25,5 %, ЛДПР – 21 %, «Коммунисты России» – 8 %, СР – 7 %). Возможно, это еще раз подтверждает закономерность, что порядок мест влияет скорее на конформистски настроенных и на неподготовленных избирателей, но не оказывает существенного влияния при протестном голосовании, когда доминирует мотивация более высокого порядка.

Ряд политтехнологов, регулярно работающих на местных выборах, ответили в экспертных интервью с ними, что стараются подобрать такого «технического» кандидата или спойлера, чтобы он занял первое по алфавиту место в бюллетене в том случае, если есть угроза, что это место займет их основной соперник. На конкурентных местных выборах, где при небольшом количестве избирателей и низкой явке победителя от проигравших могут отделять от нескольких единиц до нескольких десятков голосов, на результат борьбы могут оказывать влияние самые незначительные факторы. Нередко для

избирательного бюллетеня используется целый пакет технологических приемов, чтобы запутать не слишком искусственного избирателя.

Другим весьма распространенным приемом является появление в бюллетене «двойников» – кандидатов-однофамильцев основного соперника, чтобы ввести его потенциальных избирателей в заблуждение и заставить их ошибиться. Примеров таких великое множество. Политтехнолог Алексей Швайгерт оценивал, что, «по статистике, за счет механической ошибки избирателя при голосовании однофамилец конкурента может оттянуть на себя в среднем от 10 до 30 % его сторонников» [Швайгерт].

Весьма показательная картинка сложилась 9 сентября 2017 года на довыборах в городскую Думу по округу № 1 Соликамска Пермского края, где до дня голосования дошли четыре Власова и два Шилова, а еще один двойник не был зарегистрирован. На этих довыборах решалось, чья команда установит контроль за гордумой. В результате три Власова отобрали у Светланы Власовой, действующего депутата и директора школы, 10 % голосов. Причем «первая Власова» и первый кандидат в списке, 62-летняя контролер-приемщик одного из местных заводов лишь со школьным образованием, набрала 3 % голосов (Рисунок 24).

14	Власова Александра Ивановна	41
15	Власова Елена Аркадьевна	15
16	Власова Елена Станиславовна	10
17	Власова Светлана Ивановна	602
18	Георгиев Олег Борисович	51
19	Усов Алексей Михайлович	13
20	Ушакова Дина Николаевна	15
21	Чемезов Евгений Евгеньевич	39
22	Шестаков Андрей Александрович	253
23	Шилов Сергей Викторович	298
24	Шилов Юрий Николаевич	27

Рис. 24. Фрагмент протокола из системы ГАС «Выборы»

## БЮЛЛЕТЕНЬ КАК СИМВОЛ ЭЛЕКТОРАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ

Одним из базовых принципов всеобщего избирательного права является обеспечение тайны голосования, которая гарантирует свободу волеизъявления избирателей и неподконтрольность их участия. К середине XX века обеспечение тайны голосования стало важнейшей задачей избирательной системы в демократических режимах, неотъемлемой частью политической культуры западных стран.

Естественно, что избирательный бюллетень, в котором результат этого тайного голосования заключен,

должен своей формой каким-то образом защитить от вольного или невольного разглашения этой тайны. Для этого используются различные способы: голосование в конвертах, когда перед опусканием в избирательную урну бюллетень вкладывается в специальный конверт (Рисунок 25); бюллетени-книжечки, которые содержат информацию о выборе избирателя только на их внутренней поверхности и обязательно закрываются, складываются перед опусканием в ящик для голосования (Рисунок 26).



Рис. 25. Конверты для бюллетеней в Армении и Грузии

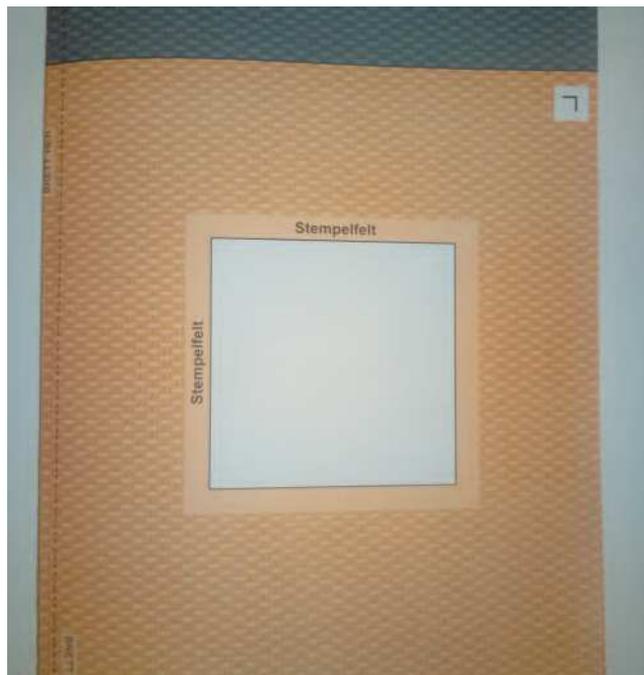


Рис. 26. Сложенный бюллетень в Норвегии

В тех случаях, когда используются классические бюллетени в виде листа бумаги со списком кандидатов или партий на одной из его сторон, как правило, избирателям предписывается их обязательно сложить пополам или в несколько раз. Так, чтобы никто не смог, вольно или не вольно, узнать о выборе избирателя. Либо щель в урне для голосования делается такой, чтобы бюллетень можно было просунуть только в сложенном виде. Причем сами ящики для голосования, как правило, непрозрачные. Автору несколько раз (в Германии и Норвегии) довелось лично быть свидетелем, когда члены комиссий останавливали избирателей, которые, выходя из кабинки для голосования, забывали сложить свой бюллетень, и можно было заметить, за кого они голосуют. Этот бюллетень изымали у избирателя, уничтожали при нем, просили взять другой, чтобы повторить процедуру

голосования, но уже по всем правилам, с полным соблюдением тайны голосования.

Тем более недопустимым является такое поведение, которое демонстрировали многие российские избиратели, когда они фотографировались и делали селфи с бюллетенем в руках, фактически демонстрируя свою лояльность режиму, а нередко и свой выбор (*Рисунки 27 и 28*). С другой стороны, например в Великобритании, категорически запрещено делать любые фотографии на избирательном участке.

Практика публичной демонстрации своего выбора во время голосования весьма характерна для авторитарных или гибридных режимов, где по отношению к избирателям активно используются административно-мобилизационные технологии, где само участие в голосовании (явка) и/или выбор избирателя контролируются.



Рис. 27. Селфи с бюллетенем на выборах президента России 2018 года



Рис. 28. Фото с бюллетенем на избирательном участке

Соблюдение тайны голосования здесь является весьма условным и формальным, а возможность её публичного разглашения, даже на самом избирательном участке, объявляется «личным правом» избирателя, которому якобы нельзя воспрепятствовать. Для самих избирателей тайна голосования не является большой ценностью. Голосование рассматривается не столько как личный выбор, сколько как подтверждение лояльности режиму, власти, корпорации, патрону, роду, клану и пр.

Весьма интересна и показательна практика голосования в одной из крупнейших электоральных демократий мира, в Индии [Даймонд 1999], где широко используется безбумажное голосование при помощи специальных переносных электронных машин (Рисунки 29 и 30), а на местных выборах – бумажные бюллетени. Заходя на избирательный участок, избиратель, особенно из

низших социальных групп, зачастую уже имеет на руках талон, полученный от агитаторов, с указанием того кандидата или партии, за кого ему предстоит проголосовать. Поскольку значительная часть избирателей Индии неграмотна или знает только свой родной язык, то на агитационных листовках изображается символ партии/ кандидата, который достался им при жеребьевке и который также изображен напротив названия партии на машинке для голосования или в бюллетене. Более того, нередко избиратели с разными талонами фактически распределяются на избирательном участке на разные потоки и голосуют в отдельных частях помещения для голосования (Рисунок 31) [Самодуров 2015]. Таким образом, соблюдение тайны голосования в таких обстоятельствах весьма условно, наличие электронных машин никак этому не способствует. Результат выборов зависит



Рис. 29. Голосующая избирательница на выборах в Индии

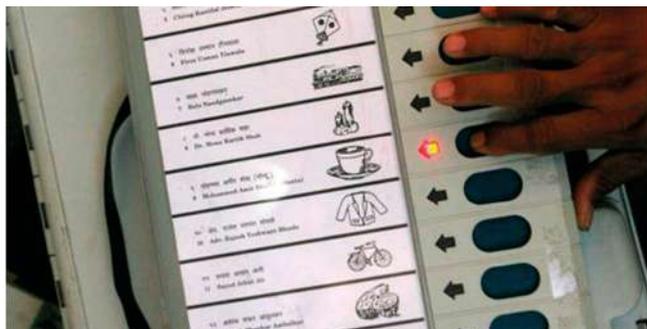


Рис. 30. Электронная машинка для голосования в Индии



Рис. 31 Индия. Агитационный листок с эмблемой кандидата

от способности обеспечить нужное количество мобилизованных и подконтрольных избирателей.

Избирательный бюллетень также вполне может отражать состояние политической культуры той или иной страны, а также уровень развития образования среди её избирателей.

В ряде стран, особенно в странах Востока и Африки, где есть проблемы с грамотностью голосующих, бюллетень визуально оказывает существенную помощь избирателю в идентификации кандидатов. На нем изображаются портреты кандидатов (Рисунок 32) и символика, связанная с ними (Рисунок 33).



Рис. 32. Бюллетень на президентских выборах в Сирии

Для сравнения: только высокий уровень гражданского и политического образования жителей Германии позволил в некоторых землях на местных выборах перейти к очень сложной избирательной системе, где избирателю предоставляется возможность распорядиться значительным числом голосов, причем распределить их можно между кандидатами из разных партий. В землях Баварии избиратель имеет столько голосов, сколько мест в муниципальном совете. В данном случае применяются кумулятивное голосование и панаширование. В результате получившийся избирательный бюллетень предъявляет достаточно серьезные требования к избирателю,

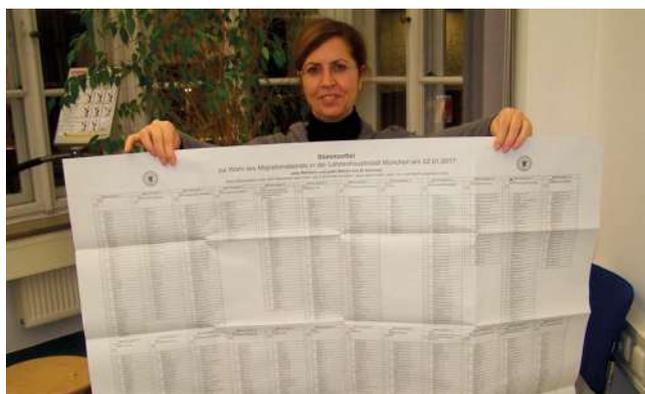


Рис. 34. Бюллетень на выборах в совет Мюнхена, где избиратель имеет 80 голосов



Рис. 33. Бюллетень на парламентских выборах в Афганистане 2018 года



Рис. 35. Подготовка избирателя ко дню голосования на местных выборах в Германии

требует от него весьма существенной подготовки ко дню голосования и наглядно демонстрирует всю сложность и ответственность предстоящего выбора (*Рисунки 34 и 35*).

Таким образом, избирательный бюллетень можно рассматривать не только как текст, содержащий сведения о кандидатах и партиях, но и как визуальный образ проходящих выборов, в конечном счете – как визуальный феномен реализуемой государственной электоральной политики. В последнее десятилетие наблюдается тенденция к усложнению используемых на выборах избирательных систем. Избирателю приходится совершать всё более сложный многокомпонентный выбор. Избирательные технологии становятся всё более продвинутыми, изощренными и таргетированными. Партии и политики приобретают и осваивают современные технологии предвыборной агитации, где большое внимание уделяется визуальным эффектам, визуализации данных. Современный массовый избиратель уже в значительной степени потребитель визуальной информации. Отсюда возрастает общая чувствительность к таким, казалось бы, ранее малозначительным элементам или аспектам выборов, как дизайн избирательного бюллетеня, способы и приемы визуализации в нем данных об участниках выборов. Общественное и экспертное внимание к информации, содержащейся в избирательном бюллетене, к способу её наглядного представления и к его форме также будет неуклонно возрастать. Неконкурентные режимы, как правило, тяготеют к упрощению избирательных систем и сокращению возможностей выбора, стремятся «упростить» выбор избирателя, в том числе и через визуальное выделение нужных кандидатов в так называемых «запрограммированных», «подсказывающих бюллетенях». Конкурентные политические режимы, напротив, стремятся к тому, чтобы избирательный бюллетень был максимально политически нейтральным, чтобы минимизировать его визуальное влияние на выбор избирателя. Опыт ряда постсоветских стран (например, Грузии и Армении) показывает, что изменение формы и структуры бюллетеня, механизмов его обращения и способа голосования было составной частью избирательных реформ, которые способствовали демократизации политического процесса и избавлению от ряда административных технологий.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Аналитический доклад № 4 по Мониторингу выборов 09.09.2018. Споры по итогам регистрации кандидатов и партийных списков, жеребьевки мест в бюллетенях и особенности состава партийных списков на российских выборах 2018 года / сост. А. В. Кынев, А. Е. Любарев, А. Н. Максимов. Фонд «Либеральная миссия». – М., 2018.
2. Аналитический доклад № 5 по долгосрочному наблюдению выборов 13.09.2015. Процессы, связанные с регистрацией кандидатов и партийных списков; предвыборная агитация / сост. А. В. Кынев, А. Е. Любарев, А. Н. Максимов. Комитет гражданских инициатив. – М., 2015.
3. Бобраков-Тимошкин А. «Путин и пустота»: президент выделяется в бюллетене [Электронный ресурс] // Радио Свобода. 08.02.2018. URL: <https://www.svoboda.org/a/29027461.html> (дата обращения: 20.01.2019).
4. В Венесуэле на бюллетене для выборов Мадуро изображены десять раз [Электронный ресурс]//РИАНовости. 04.05.2018. URL: <https://ria.ru/201180504/1519940331.html> (дата обращения: 20.01.2019).
5. В Самаре в избирательных бюллетенях только КПРФ не выделена жирным шрифтом [Электронный ресурс] // ИА REGNUM. 03.09.2015. URL: <https://regnum.ru/news/polit/1962205.html> (дата обращения: 20.01.2019).
6. В соцсетях предлагают варианты «правильного» бюллетеня для голосования на выборах президента России [Электронный ресурс] // Росбалт Like. 08.02.2018. URL: <http://www.rosbalt.ru/like/2018/02/08/1680887.html> (дата обращения: 20.01.2019).
7. Гетьман Л. С. Функции избирательных документов в правовом регулировании избирательных отношений // Избирательное право. – 2011. – № 1 (13). – С. 9–15.
8. Гетьман Л. С. Основные проблемы практики применения избирательного законодательства, регулирующего создание и использование избирательного бюллетеня // Избирательное право. – 2012. – № 2. – С. 24–34.

9. Гришин Н. В. Государственная электоральная политика: предметная область нового научного направления // Каспийский регион: политика, экономика, культура. – Астрахань, 2014. – № 3. – С. 71–82.
10. Даймонд Л. Прошла ли «третья волна» демократизации? [Электронный ресурс] // Полис («Политические исследования»). 1999. № 1. URL: [http://www.polisportal.ru/index.php?page\\_id=51&id=131](http://www.polisportal.ru/index.php?page_id=51&id=131) (дата обращения: 20.01.2019).
11. Игнатенко В. В., Штурнев А. Е. Словарь-справочник по избирательному праву. – Иркутск, 1999.
12. Минникес И. В. Избирательный бюллетень как документ: историко-правовой очерк // Избирательное право. – 2006. – № 1. – С. 67–73.
13. Митин Г. Н. Особенности правового регулирования наименования избирательного объединения и его отбраковки // Конституционное и муниципальное право. – М.: Юрист, 2010. – № 3. – С. 29–32.
14. Морозова О. С. Бюллетени для голосования как инструмент избирательной инженерии // Каспийский регион: политика, экономика, культура. – 2014. – № 1 (38). – С. 72–78.
15. Немчанинова Е. Н. Специфика избирательного бюллетеня как вида документа // Молодежь и выборы: материалы VII межрегионального форума / Отв. ред. Игошина Ю. В., Костин А. А. – 2017. – С. 106–112.
16. Определение Верховного Суда Российской Федерации от 9 марта 2006 г. по делу № 71-Г06-10 [Электронный ресурс] // Электронная библиотека «Судебная система Российской Федерации». URL: [http://www.sudbiblioteka.ru/vs/text\\_big2/verhsud\\_big\\_34128.htm](http://www.sudbiblioteka.ru/vs/text_big2/verhsud_big_34128.htm) (дата обращения: 20.01.2019).
17. Определение Верховного Суда Российской Федерации от 16 октября 2008 г. по делу № 72-Г08-12 [Электронный ресурс] // Электронная библиотека «Судебная система Российской Федерации». URL: [http://sudbiblioteka.ru/vs/text\\_big2/verhsud\\_big\\_40680.htm](http://sudbiblioteka.ru/vs/text_big2/verhsud_big_40680.htm) (дата обращения: 20.01.2019).
18. Определение Верховного Суда Российской Федерации от 8 октября 2004 г. по делу № 12-Г04-8 [Электронный ресурс] // Электронная библиотека «Судебная система Российской Федерации». URL: [http://sudbiblioteka.ru/vs/text\\_big2/verhsud\\_big\\_30783.htm](http://sudbiblioteka.ru/vs/text_big2/verhsud_big_30783.htm) (дата обращения: 20.01.2019).
19. Парамонов Д. О., Кириченко В. В. Методы фальсификации выборов. Южно-Российский институт информационных технологий [Электронный ресурс] // ЛитМир: электронная библиотека. URL: <https://www.litmir.me/bgr/?b=14225&p=1> (дата обращения: 20.01.2019).
20. Постановление Центральной избирательной комиссии Российской Федерации от 14 февраля 2007 г. № 198/1239-4 [Электронный ресурс] // Вестник ЦИК РФ. 2007. № 2. URL: [http://vestnik.cikrf.ru/vestnik/documents/decreed\\_of\\_cec/23682.html](http://vestnik.cikrf.ru/vestnik/documents/decreed_of_cec/23682.html) (дата обращения: 20.01.2019).
21. Путин оказался самым заметным кандидатом в бюллетене на выборах [Электронный ресурс] // Би-би-си. Русская служба. [bbc.com. 08.02.2018.](http://bbc.com/russian/news-42988090) URL: <https://www.bbc.com/russian/news-42988090> (дата обращения: 20.01.2019).
22. Пушкарев И. «Сколько можно?». Как избиратели портили бюллетени на выборах президента-2018 [Электронный ресурс] // Информационное агентство Знак. 18.03.2018. URL: [https://www.znak.com/2018-03-18/kak\\_izbirateli\\_portili\\_byulleteni\\_na\\_vyborah\\_prezidenta\\_2018](https://www.znak.com/2018-03-18/kak_izbirateli_portili_byulleteni_na_vyborah_prezidenta_2018) (дата обращения: 20.01.2019).
23. Решение Верховного Суда Российской Федерации от 16 июля 2008 г. № ГКПИ08-1403 [Электронный ресурс] // Электронная библиотека «Судебная система Российской Федерации». URL: [http://sudbiblioteka.ru/vs/text\\_big2/verhsud\\_big\\_40157.htm](http://sudbiblioteka.ru/vs/text_big2/verhsud_big_40157.htm) (дата обращения: 20.01.2019).
24. Рисунок 1. Образец бюллетеня на выборах президента РФ 2018 года [Электронный ресурс]. URL: <https://tass.ru/politika/4940797> (дата обращения: 20.01.2019).
25. Рисунок 2. Фотожаба на бланк бюллетеня на выборах президента РФ 2018 года. Twitter-аккаунт «Я дико извиняюсь» [Электронный ресурс]. URL: <https://goo.gl/WVCFUk> (дата обращения: 20.01.2019).
26. Рисунок 3. Фотожаба «настоящий бюллетень». Twitter-аккаунт Bob Vaumann, @AltePute: «Это черновик. Вот настоящий бюллетень». URL: <https://goo.gl/Y2dLra> (дата обращения: 20.01.2019).

- 27. Рисунок 4.** Бюллетени на избирательном участке на президентских выборах во Франции 2018 года [Электронный ресурс]. URL: <https://goo.gl/Azn1Mf> (дата обращения: 20.01.2019).
- 28. Рисунок 5.** Бюллетени и конверты для голосования на президентских выборах во Франции 2018 года [Электронный ресурс]. URL: <https://goo.gl/2VgYvM> (дата обращения: 20.01.2019).
- 29. Рисунок 8.** Бюллетень для голосования за аншлюс Австрии 1938 года [Электронный ресурс]. URL: <https://goo.gl/TZzru8> (дата обращения: 20.01.2019).
- 30. Рисунок 10.** Надпись на избирательном бюллетене на выборах президента РФ 2018 года [Электронный ресурс]. URL: [https://www.znak.com/2018-03-18/kak\\_izbirateli\\_portili\\_byulleteni\\_na\\_vyborah\\_prezidenta\\_2018](https://www.znak.com/2018-03-18/kak_izbirateli_portili_byulleteni_na_vyborah_prezidenta_2018) (дата обращения: 20.01.2019).
- 31. Рисунки 11–14.** Агитационные плакаты ЛДПР [Электронный ресурс]. URL: [http://www.belnovosti.ru/files/nnews/titles/kartinka\\_ldpr\\_k\\_tekstu\\_0.jpg](http://www.belnovosti.ru/files/nnews/titles/kartinka_ldpr_k_tekstu_0.jpg), <https://goo.gl/aA2VMd>, <http://ldpr-rb.ru/news/7731.html>, <http://ldpr-rb.ru/news/2698.html> (дата обращения: 20.01.2019).
- 32. Рисунок 15.** Избирательный бюллетень на выборах президента Финляндии [Электронный ресурс]. URL: <https://www.mtvuutiset.fi/artikkeli/um-presidentinvaalien-ennakkoaanestyksessa-tehtiin-ulkomailla-ennatys/6746082> (дата обращения: 20.01.2019).
- 33. Рисунок 16.** Образец избирательного бюллетеня на выборах президента Венесуэлы 2013 года [Электронный ресурс]. URL: <https://redsearch.org/images/p/carpiles.tv#images-12> (дата обращения: 20.01.2019).
- 34. Рисунок 17.** Образец избирательного бюллетеня на выборах президента Венесуэлы 2018 года [Электронный ресурс]. URL: <https://goo.gl/giZaZo> (дата обращения: 20.01.2019).
- 35. Рисунок 18.** Агитационные стенды в Финляндии, где нумерация участвующих партий начинается с № 2 [Электронный ресурс]. URL: <https://nation-news.ru/uploads/2018/01/28/orig-1517123595bbae3f6abc1643cc918efc02b39fd091.jpeg> (дата обращения: 20.01.2019).
- 36. Рисунок 20.** Избирательный бюллетень на выборах президента России 2008 года [Электронный ресурс]. URL: <https://goo.gl/UVWfoL> (дата обращения: 20.01.2019).
- 37. Рисунок 21.** Избирательный бюллетень на выборах президента России 2012 года [Электронный ресурс]. URL: <https://goo.gl/g7hrgez> (дата обращения: 20.01.2019).
- 38. Рисунок 22.** Избирательный бюллетень на выборах депутатов Совета депутатов Кировского района г. Самара, округ № 16, 13 сентября 2015 года [Электронный ресурс]. URL: [pbs.twimg.com/media](https://pbs.twimg.com/media) (дата обращения: 20.01.2019).
- 39. Рисунок 23.** Фрагмент бюллетеня на местных выборах в «Большом Лондоне» 2010 года [Электронный ресурс]. URL: <https://goo.gl/YLKxW2> (дата обращения: 20.01.2019).
- 40. Рисунок 24.** Фрагмент протокола из системы ГАС «Выборы» [Электронный ресурс]. URL: <https://goo.gl/YhnHx2> (дата обращения: 20.01.2019).
- 41. Рисунок 27.** Селфи с бюллетенем на выборах президента России 2018 года [Электронный ресурс]. URL: <http://fedpress.ru/news/45/policy/1990938> (дата обращения: 20.01.2019).
- 42. Рисунок 28.** Фото с бюллетенем на избирательном участке [Электронный ресурс]. URL: <https://goo.gl/wH8kcd> (дата обращения: 20.01.2019).
- 43. Рисунок 29.** Голосующая избирательница на выборах в Индии [Электронный ресурс]. URL: [BigPicture.ru https://bigpicture.ru/?p=780](https://bigpicture.ru/?p=780) (дата обращения: 20.01.2019).
- 44. Рисунок 30.** Электронная машинка для голосования в Индии [Электронный ресурс]. URL: [BigPicture.ru https://bigpicture.ru/?p=792](https://bigpicture.ru/?p=792) (дата обращения: 20.01.2019).
- 45. Рисунок 31.** Индия. Агитационный листок с эмблемой кандидата [Электронный ресурс]. URL: <https://www.golosinfo.org/ru/articles/1440> (дата обращения: 20.01.2019).
- 46. Рисунок 32.** Бюллетень на президентских выборах в Сирии [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kp.ru/online/news/1753603/> (дата обращения: 20.01.2019).
- 47. Рисунок 33.** Бюллетень на парламентских выборах в Афганистане 2018 года [Электронный ресурс]. URL: <https://www.reuters.com/article/us-afghanistan-election/>

preliminary-results-of-fraud-tainted-kabul-vote-announced-idUSKCN1P825J (дата обращения: 20.01.2019).

**48. Рисунок 34.** Бюллетень на выборах в совет Мюнхена, где избиратель имеет 80 голосов [Электронный ресурс]. URL: <https://www.hallo-muenchen.de/muenchen/suedwest/wahl-migrationsbeirats-muenchen-steht-7208584.html> (дата обращения: 20.01.2019).

**49. Рисунок 35.** Подготовка избирателя ко дню голосования на местных выборах в Германии [Электронный ресурс]. URL: <https://www.augsburger-allgemeine.de/bayern/Waehlen-aber-richtig-id29191432.html> (дата обращения: 20.01.2019).

**50.** Рубин М., Ульянова Ж. «Единая Россия» заняла места в бюллетенях вопреки теории вероятности [Электронный ресурс] // РБК. 24.08.2015. URL: <https://www.rbc.ru/politics/24/08/2015/55dae9ab9a7947b33a1c8a2b> (дата обращения: 20.01.2019).

**51.** Самодуров К. Каста выбирает кошельком. Как проходит маленькое голосование в «самой большой демократии мира» – Индии [Электронный ресурс] // Сайт движения «Голос». 17.02.2015. URL: <https://www.golosinfo.org/ru/articles/1440> (дата обращения: 20.01.2019).

**52.** Семеро и Путин. Избирательный бюллетень как лучшая метафора выборов-2018 [Электронный ресурс] // Republic. 08.02. 2018. URL: [https://republic.ru/posts/89407?fbclid=iwar2583qx6u20cb-pi-vbrwo7zhx6ppzqfOgmmgx9vk\\_cdsnx68aicv5b74a](https://republic.ru/posts/89407?fbclid=iwar2583qx6u20cb-pi-vbrwo7zhx6ppzqfOgmmgx9vk_cdsnx68aicv5b74a) (дата обращения: 20.01.2019).

**53.** Тихонова Л. Е. Изменения в системе защиты избирательного бюллетеня в Российской Федерации (1990–2000-е годы) // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2014. – № 1-1(57). – С. 99–103.

**54.** Федеральный закон от 12.06.2002 N 67-ФЗ (ред. от 27.12.2018) «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации [Электронный ресурс] // Справочная система «КонсультантПлюс». URL: <https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=314857&fld=134&dst=1000000001,0&rnd=0.40514346228849685#06727646051620049> (дата обращения: 20.01.2019).

**55.** ЦИК показал, как будет выглядеть бюллетень на выборах президента. Кто-то на нем слегка выделяется [Электронный ресурс] // Meduza. 08.02. 2018. URL: <https://meduza.io/shapito/2018/02/08/tsik-pokazal-kak-budet-vyglyadet-byulleten-na-vyborah-prezidenta-kto-to-na-nem-slegka-vydelyaetsya> (дата обращения: 20.01.2019).

**56.** Шапиев С. М. «Любой знак» в избирательном бюллетене: российский опыт и мировая практика // Избирательное законодательство и практика. – 2016. – № 2. – С. 25–34.

**57.** Швайгерт А. Политтехнологии: ТОП-10 «верняков» на выборах [Электронный ресурс] // Политтехнолог.ру. URL: <https://www.polittechnolog.ru/polittehologii-top-10> (дата обращения: 20.01.2019).

**58.** Brockington D. A Low Information Theory of Ballot Position Effect. *Political Behaviour*, 2003, 25(1). P. 1–27.

**59.** Henson R. N. A. Short-term memory for serial order: The start-end model. *Cognitive Psychology*, 1998. 36. P. 73–137.

**60.** Johnson A. J., Miles C. Order Effects of Ballot Position without Information-Induced Confirmatory Bias // *British Politics*. December 2011, Volume 6, Issue 4, P. 479–490.

**61.** Krosnick J. A. Response strategies for coping with the cognitive demands of attitude measures in surveys. *Applied Cognitive Psychology*, 1991. 5. P. 213–236.

**62.** Miller J. M., and Krosnick J. A. The impact of candidate name order on election outcomes // *Political Opinion Quarterly*, 1998, 62. P. 291–330.

**63.** Wood J., Badawood D., Dykes J., Slingsby A. BallotMaps: Detecting name bias in alphabetically ordered ballot papers. *IEEE Transactions on Visualization and Computer Graphics*, 2011. 17(12). P. 2384–2391.

# ПОЛИТИЧЕСКИЕ ЗНАЧКИ: ФУНКЦИИ И ТИПОЛОГИЯ ВИЗУАЛЬНЫХ ПРАКТИК

ЧАСТЬ III.  
СОВРЕМЕННЫЕ ПРАКТИКИ  
ВИЗУАЛИЗАЦИИ: ПОИСК ФОРМЫ  
И ДИНАМИКА СОДЕРЖАНИЯ

ГЛАВА 4

Политическое визуальное настолько многообразно и настолько часто представлено в городской среде, что мы часто его просто не замечаем. Мы привыкаем к политическому в архитектуре, начиная со стилистики и заканчивая малыми архитектурными формами. Мы воспринимаем памятники В. Ленину, Я. Свердлову или С. Кирову как элементы повседневного городского пейзажа. Государственные символы (гербы, флаги, штандарты и т. д.) часто становятся просто элементами декора, и глаз просто скользит по ним, сознание «не пробуждается». Изображение просто откладывается в копилку бессознательного. В период избирательных кампаний

перегруженность городского пространства различными визуальными формами настолько велика, что они перестают выполнять свои рекламные функции. Особенно в том случае, если они сделаны по стандартным лекалам. Часто и после окончания выборной кампании баннеры, растяжки и иные масштабные рекламные формы месяцами продолжают «радовать» глаз избирателя, который их просто игнорирует. Например, четыре желтые буквы «ЛДПР» на синем фоне давно стали просто частью ландшафта во многих городах, они не только не вызывают эмоций, но даже не «расшифровываются».

## ВЫБОР РЕКЛАМНОГО ОБЪЕКТА МАЛОЙ ФОРМЫ

Чем больше избиратель привыкает к крупным рекламным формам, используемым в открытом городском публичном пространстве, тем важнее оказываются малые формы, применяемые для политической репрезентации. Таких форм огромное количество. Более того, каждый год кандидаты, партии, технологи и консультанты изобретают что-то новое. Ручки, блокноты, пакеты, магниты на холодильник, часы, зажигалки стали нормой. В крупных кампаниях в ход идут футболки, бейсболки, куртки, дождевики, шарфы и т. д. В межэлекторальный период избиратели могут получить именные водку, сигареты, шампунь, моющие средства и т. д. Соответственно, перед кандидатом всегда стоит вопрос выбора малых объектов, на которых стоит размещать свою рекламу (*Рисунки 1–4*).

Итак, каковы критерии выбора рекламного объекта? Какие факторы влияют на выбор объекта малой формы для визуальной политической репрезентации? Представляется, что можно выделить как минимум следующие основания выбора:

– цена. Это, пожалуй, самый важный фактор. Отсутствие денег отменяет сам выбор. Их избыток логично приводит к тому, что используются все возможные для размещения рекламы объекты;

– соответствие требованиям законодательства. Использование далеко не всех малых форм в электоральный период допускается законодательством. Например, средство для мытья посуды с эмблемой кандидата и/или избирательного объединения будет однозначно считаться подкупом избирателей (*Рисунок 5*);



Рис. 1. Рекламный брелок  
 Рис. 2. Часы с рекламой «Единая Россия»  
 Рис. 3. Рекламные ручки  
 Рис. 4. Зажигалка с рекламой ОПС «Уралмаш»  
 Рис. 5. Средство для мытья посуды с рекламой фонда Е. Зяблицева



– технологическая доступность. Выбранный объект должен быть доступен для быстрого изготовления и доставки. Условно говоря, на муниципальных выборах в отдаленных территориях сложно не только изготовить, например, именные зажигалки, но и напечатать простейшие магниты;

– степень востребованности/полезности. Конечно, чем чаще предмет с электоральной символикой попадает на глаза избирателю, тем лучше. Соответственно, чем

чаще избиратель пользуется таким предметом, тем выгоднее для кандидата или избирательного объединения, изготовившего такой объект;

– соответствие имиджу. Объект для размещения политической рекламы должен коррелировать с образом, стилем, бэкграундом кандидата и/или избирательного объединения. Если, например, В. Жириновскому можно рекламироваться на водке или сигаретах, то Г. Явлинскому это запрещено.

## КЛАССИФИКАЦИЯ РЕКЛАМНЫХ ОБЪЕКТОВ МАЛОЙ ФОРМЫ

Все объекты малых форм, «пригодные» для визуальной репрезентации политического, можно классифицировать следующим образом:

– **элементы одежды** (футболки, кепки, куртки, дождевики, шарфы и т. п.). Основные признаки этой группы объектов: полезность, предназначенность как агитаторам, так и избирателям, долговременность использования, относительно высокая цена;

– **папки, блокноты, ручки, тетради, школьные дневники и т. п.** Основные признаки группы: относительно быстрая расходимость, полезность, относительная дешевизна, высокая частотность использования;

– **часы, браслеты, магниты, брелоки, кружки, зажигалки и т. д.** Основные признаки группы: полезность, отно-

сительная долговременность использования, высокая частотность использования, умеренная цена;

– **упаковка** (пакеты, скотч и т. п.). Основные признаки группы: полезность, разовость использования, дешевизна;

– **нестандартные объекты** (сигареты, одеколон, водка, брендовые телефоны и т. п.). Основные признаки группы: полезность, относительно высокая цена, имиджевые ограничения, связанные с тем, что подобные «подарки» часто не соответствуют имиджу кандидата и/или партии.

Наконец, в особую группу стоит выделить объекты традиционной политической репрезентации. Одним из самых распространенных объектов этой группы, наряду с флажками и флагами, являются значки.

## ПРОБЛЕМА ПРОИСХОЖДЕНИЯ ПОЛИТИЧЕСКИХ ЗНАЧКОВ

Любопытно, но, несмотря на широчайшее распространение, коллекционную привлекательность, включенность в исторический контекст, единой версии происхождения значков не существует. Более того, нет и единого понимания того, что такое значок.

Одни исследователи утверждают, что современный значок ведет свое происхождение от знаков отличия, а точнее знаков социальной дифференциации,

используемых в первобытном обществе. Таких как, например, когти, зубы, бусы, перья и пр. Близи к этой версии и те исследователи, которые считают прообразом современных значков знаки, визуальное обозначающие принадлежность к более поздним структурированным социальным образованиям. Таких как ремесленные гильдии, религиозные ордена, паломнические миссии и т. д.

Другие придерживаются более «формальной» этатистской версии, согласно которой значки появились в связи с необходимостью официальной визуальной социальной дифференциации, узаконенной государством. Например, именно в Риме появились металлургические бляхи – «фалеры», использовавшиеся в том числе в качестве знаков отличия, наград. Аналогичные знаки имелись в Греции, Индии и других древних государственных образованиях.

На наш взгляд, все эти знаки отличия (гильдий, орден, воинской доблести и т. д.) едва ли можно назвать собственно значками. Современный значок имеет одно свойство, которое едва ли присуще упомянутым знакам. Это свойство – тиражируемость, а потому реальная или потенциальная массовидность, которая обуславливает более низкий статус значка, в отличие от фалеры, наградного знака, медали или ордена. Знаки отличия в Древнем мире и в Средние века, конечно, тоже могли изготавливаться более или менее крупными партиями: от нескольких десятков до тысяч. Но, во-первых, эти знаки отличия либо имели природное происхождение (клыки, раковины и т. п.), либо изготавливались вручную или с помощью относительно примитивных механизмов (чеканка и т. п.), во-вторых, эти партии никогда не могли быть практически беспредельно тиражируемыми. Кроме того, статус знаков отличия был много выше, чем у простых значков. Наконец, функции знаков отличия были всё же иными, чем у современных значков, и сводились фактически лишь к трем: наградной, идентификационной и эстетической. Для современных значков, например, наградная функция становится факультативной и присуща лишь некоторым видам значков.

Технологии достаточно дешевого тиражирования изображений на металле появились лишь во второй половине XIX века и связаны с изобретением тинтитапа (ферротипии), запатентованного Гамильтоном Смитом в США в 1856 году.

Практически сразу же в США появились и первые политические значки в виде медальонов с фотографическими изображениями кандидатов в президенты и вице-президенты Авраама Линкольна и Ганнибала Гэмлина (Рисунок 6 [Political Medallions...]). Причем значки с изображением А. Линкольна были чрезвычайно популярны

в южных штатах у афроамериканцев, которые носили их в качестве натальных иконок несмотря на угрозы и страх наказания [Шустов]. Конечно, не использование рекламных значков привело А. Линкольна к победе, но электоральная технология была «запатентована».

Справедливости ради стоит сказать: некоторые исследователи отмечают, что значки появились на американских выборах много раньше. В частности, Я. Шустов считает, что «первые американские политические значки появились еще при Джордже Вашингтоне и выглядели как мундирные пуговицы. Обычно они изготавливались из олова и носились в петлице. Изображались на них символические рисунки, девизы и фамилии кандидатов. Первый такой значок датируется 1789 годом. На нем отштампован вензель GW и девиз “Да здравствует президент”» [Шустов]. Но едва ли такие изделия можно назвать именно значками, это именно пуговицы, выполняющие дополнительные функции. В данном случае – функцию политической идентификации. Пуговицы-идентификаторы хорошо известны историкам и коллекционерам. Различие пуговиц купечества и дворянства, пуговиц с дворянскими гербами и иные вопросы исследовались достаточно детально, буквально по каждой сохранившейся разновидности [см., например: Шкода].

В дальнейшем, уточняет Я. Шустов, пуговицы были заменены значками на булавах в виде медалей или звезд с различными сюжетами. Иногда в узорчатую рамку значка «вклеивались бумажные портретики кандидата



Рис. 6.  
А. Линкольн  
и Г. Гэмлин

в президенты» [Шустов]. И вновь понятно, что о сколько-нибудь массовом производстве латунных рамок с бумажными портретами речь не идет. Всё это лишь прообраз, предтеча описанной выше технологии А. Линкольна и Г. Эмлина. Именно с их «подачи» политические значки стали нормой, выполняя в политическом пространстве самые разные функции.

## РАЗНОВИДНОСТИ ПОЛИТИЧЕСКИХ ЗНАЧКОВ

Проявления политического на значках могут реализовываться в самых разных формах и разными способами. Например, иногда достаточно изображения, аббревиатуры, цифры или портрета. Выбор формы, типа значка зависит от традиции, цели и предполагаемой к реализации функции. Политические значки весьма разнообразны, но все же примерную типологизацию наиболее часто встречающихся значков провести возможно. Политические значки различаются по форме, характеру изображения, отношению к формальным правилам и т. д.

Форма политического значка, впрочем, как и любого иного, продиктована прежде всего особенностями технологии изготовления. Самой простейшей с точки зрения простоты изготовления металлических значков является круглая форма. Именно поэтому круглые значки встречаются чаще всего. Второе место по распространенности – все виды прямоугольных и квадратных значков. Достаточно часто встречаются политические значки в форме флага. Остальные формы (щиты, звезды, овалы и т. д.) на фоне массы круглых и прямоугольных значков выглядят как некий эстетический изыск.

Кроме того, говоря о форме значка, стоит выделить бинарные и гаплоидные (простые, одинарные) значки. Например, распространены значки с флагами двух государств или в федеративных государствах с флагами федерации и субъекта федерации (Рисунок 7).

По субъекту изготовления можно выделить официальные и инициативные (частные) значки. Официальные значки изготавливаются по заказу какой-либо государственной или муниципальной институции, политической партии или организации. К официальным относятся любые значки, удостоверяющие статус его носителя/получателя, например депутатские значки. Значитель-

Следующим шагом в технологии массового производства значков стал целлулоид, изобретенный в 1855 году и зарегистрированный в качестве торговой марки в 1870-м. Благодаря этим двум изобретениям – тинтайпу и целлулоиду – фактически и появились первые, первоначально немногочисленные, а затем всё более массовые партии значков, в том числе политических.

ную долю официальных значков составляют членские значки, выдаваемые членам или сторонникам партии, общественно-политической организации (Рисунок 8). Но подавляющая часть официальных значков изготавливается во время выборов. Эти электоральные значки можно отнести к официальным, так как их производство оплачивается из избирательных фондов, они регистрируются в установленном порядке соответствующей избирательной комиссией. Более того, на некоторых значках прямо указываются заказчик, изготовитель, дата заказа и иные данные, обозначенные в законодательстве РФ и субъектов РФ.



Рис. 7. Бинарные и гаплоидные значки



Рис. 8. Значки сторонника партии «Единая Россия» и члена ОНФ

Инициативные значки могут изготавливаться любым субъектом. Любое физическое лицо или организация вправе изготавливать практически любые значки с политическим содержанием. И таких значков становится всё больше. Причем они более популярны, так как инициатор их производства в данном случае не ограничен ничем, кроме своей фантазии. Например, в 2008 году в Екатеринбурге была изготовлена партия значков с надписями «Я плачу зарплату президенту» и «02.03.08. Последний день Путина». Примерно в это же время аналогичный значок был изготовлен в США. Только надпись была иной: «01.20.09. Bush's Last Day». Соответственно, даты были связаны с президентскими выборами в России, в которых не участвовал В. Путин, и вступлением в должность нового президента США, которым стал Б. Обама (Рисунок 9).

Широко распространены инициативные значки в протестной среде. Часто значки изготавливаются в связи с теми или иными событиями. Например, в Екатеринбурге во время защиты прямых выборов сильного главы города в 2010 году был образован общественный комитет «Право выбора», который выпустил свой значок (Рисунок 10). Другой пример: в Перми защитники прямых выборов главы Перми провели исследование,

которое выявило, что 79 % пермяков выступают за сохранение прямых выборов. В итоге появился значок «Я из 79 %» (Рисунок 11).

Всё большее распространение получают **наградные** значки. Впрочем, значками можно было награждать уже давно. Значки свидетельствовали о каких-либо достижениях. Значки получали отличники в школах, ударники труда на заводах, спортсмены и физкультурники, сдавшие нормы ГТО, и многие другие.

Иногда наградные значки называют знаками, медалями, но по факту это именно значки (Рисунки 12-13). Они могут быть официальными, если учреждены органами местного самоуправления, партиями или политическими организациями, но могут быть и инициативными, когда они изготавливаются волей частного субъекта, не имеющего какого-либо официального статуса в политической системе. Между тем произошла серьезная девальвация такого рода знаков, которые теперь действительно воспринимаются исключительно как значки. Тем более что достаточно часто они вручаются лишь за определенный «спонсорский» взнос или тем, кто занимает определенную должность. Известны случаи, когда политические организации специально под выборы выпускали наградные значки, которые кандидаты, поддер-



Рис. 9. Инициативные значки



Рис. 10. Инициативный значок комитета «Право выбора». Екатеринбург



Рис. 11. Значок защитников прямых выборов. Пермь

живаемые этими организациями, вручали избирателям в период агитационной кампании.

С точки зрения того, что изображено на значке, можно выделить **портретные, эмблемные и текстовые значки**. Соответственно, ключевым элементом портретного значка будет изображение политика. Понятно, что портретные значки используются прежде всего известными политиками, в отношении которых не нужно объяснять, кто они такие (Рисунок 14). На эмблемных значках основное – эмблема партии, организации или кандидата. В этом случае действует правило, аналогичное использованию портрета: эмблема должна быть узнаваемой. Например, изображение слона или осла на рекламных значках в США избирателями автома-

тически связывается, соответственно, с республиканской и демократической партиями. И никто не путает. Не каждый может воспроизвести историю этих символов, но соотношение с одной из двух партий происходит однозначное. И не нужно никаких текстовых пояснений (Рисунок 15). На текстовых значках ключевое значение имеет текст. Естественно, что все эти элементы могут сочетаться и часто сочетаются. Например, на агитационном значке, изготовленном командой М. Прохорова под президентские выборы 2012 года, значение имеют как портрет кандидата, так и подпись, претендующая на оригинальность и привлекающая внимание: «Миша – Мой Президент» (Рисунок 16).



Рис. 12. Партийные наградные значки



Рис. 13. Муниципальные наградные значки (медали)



Рис. 14. В. Жириновский. Портретный зеркальный значок



Рис. 15. Эмблемные значки



Рис. 16. М. Прохоров. Агитационный значок

Наконец, распространены памятные и юбилейные политические значки, посвященные, соответственно, памятным или юбилейным датам. Памятные значки изготавливаются под какое-либо событие или посвящаются какому-либо выдающемуся политическому деятелю. Соответственно, тематика юбилейных значков связана с разнообразными знаменательными годовщинами политических событий.

## ФУНКЦИИ ПОЛИТИЧЕСКИХ ЗНАЧКОВ

Можно выделить как минимум четыре основные функции, которые могут выполнять политические значки.

### ФУНКЦИЯ ИДЕНТИФИКАЦИИ

Любой носимый политический значок тем или иным образом идентифицирует носителя. Если на лацкане пиджака значок «ЛДПР», то едва ли владелец пиджака состоит в «Единой России» или КПРФ. Таким образом, существуют значки, которые указывают на:

- партийную принадлежность, шире – принадлежность к той или иной политической или общественной организации. Причем такие значки могут также дифференцироваться. Например, небольшие по размерам значки просто указывают на принадлежность к партии или организации, тогда как крупные значки, помимо указания на партийность, выполняют еще и рекламную/агитационную функцию, прежде всего в электоральный период. В «мирное время» крупные по размеру значки обычно не носят (*Рисунки 17-18*);

- статус в этой политической или общественной организации. Например, известны значки «Единой России», изготовленные не из обычного металла (меди, алюминия или сплавов), но из серебра и золота (*Рисунок 19*). Соответственно, такие значки подчеркивают статус их носителя, выделяют его из общей массы партийцев, говорят о занимаемой должности, наличии влияния и денег;



Рис. 17. Партийные значки разных размеров

- наличие официального политического статуса в органах государственной власти или местного самоуправления. Такими являются, например, депутатские значки. Причем эти значки не обязательно могут быть официальными. Иногда партии сами изготавливают значки, которые совмещают в себе указание и на депутатский статус, и на партийную принадлежность (*Рисунок 20*);

- идеологическую ориентацию. Например, значки с числом «31» отсылают нас к сторонникам «Стратегии-31», которая объединила различные правозащитные организации в защите свободы собраний, гарантированной статьей 31 Конституции РФ. Аналогичную правозащитную идеологическую направленность имеет надпись на значке «Свободу политзаключенным!» (*Рисунок 21*). О коммунистической идеологической ориентации говорят, например, достаточно распространенные значки с изображениями И. Сталина и В. Ленина;

- территориальную принадлежность (идентичность) носителя значка. Существуют значки, указывающие на принадлежность или симпатии их носителя к стране, области, городу или району (*Рисунок 22*).



Рис. 18. Партийные значки



Рис. 19. Серебряный партийный значок



Рис. 20. Официальный и партийный депутатские значки



Рис. 21. Значки с идеологической нагрузкой



Рис. 22. Значки, отражающие территориальную идентичность

### ИНФОРМАЦИОННАЯ ФУНКЦИЯ

Предполагает размещение на значке информации о факте, событии или процессе. Очень часто встречаются политические значки, информирующие о том, что их владелец является членом какой-либо конференции или съезда (Рисунок 23).

### РЕКЛАМНАЯ (АГИТАЦИОННАЯ) ФУНКЦИЯ

Это, пожалуй, основная функция политических значков. Встречаются текстовые, портретные, эмблемные (значки с изображением эмблемы партии, кампании или кандидата) и иные агитационные значки. Кроме того, с помощью значков можно агитировать как «за» кандидата или партию, так и «против» (Рисунки 24-25). По нашим наблюдениям, в политических кампаниях в России именно «негативные» значки пользуются большей популярностью, чем агитирующие «за». Условно говоря, если бы в бюллетенях сохранилась графа «против всех», и были бы выпущены значки с таким призывом, то именно эти значки кратно обогнали бы все остальные по востребованности. Это наблюдение подтверждает

и тот факт, что именно протестные значки гораздо чаще изготавливаются инициативно частными лицами и организациями, занимающимися реализацией сувенирной продукции. Так было, например, во время протестов в защиту сквера около театра драмы в Екатеринбурге в мае 2019 года (Рисунок 26). В это время защитники сквера буквально «узнавали друг друга по значкам».

Сувенирную функцию могут выполнять практически любые значки. В качестве сувенира вручаются партийные, электоральные и иные политические значки.

### БИФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ЗНАЧКИ

Естественно, что любой изготовитель/заказчик значков ставит перед собой задачу максимальной эффективности. В этой связи приходится делать выбор между двумя решениями: изготовить значок, максимально реализующий одну из функций (партийной идентификации, рекламы и т. п.), или попробовать сочетать в значке двойной или тройной функционал. Так, статусный партийный значок небольшого размера, изготовленный из драгоценного металла и предназначенный для но-



Рис. 23. Значки участников конференций



Рис. 24. Значки, агитирующие «за» кандидатов



Рис. 25. Значки, агитирующие «против» кандидатов

шения в большинстве случаев с официальным костюмом, выполняет прежде всего функцию идентификации владельца. Подобный значок – свидетельство того, что его «хозяин» принадлежит или хотел бы принадлежать к партийной верхушке, к людям со статусом в партийной иерархии. Для такого значка иные функции исключительно вторичны.

Другой пример – значок наблюдателя. Он не предназначен для постоянно ношения. Он живет один день. И в нем сочетать различные функции позволительно. Известно, что многие избиратели делают выбор непосредственно на участке для голосования. Именно поэтому агитация на участках запрещена. Но некоторые партии и кандидаты обходили этот запрет именно с помощью значков, на которых было крупно написано название партии или кандидата и статус носителя значка: «наблюдатель». Таким образом, значок одновременно информировал, определял статус носителя и агитировал (Рисунок 27).



Рис. 26. Значки защитников сквера. Екатеринбург



Рис. 27. Значок наблюдателя с двойной функцией

## ПОЧЕМУ ПОЛИТИЧЕСКИЕ ЗНАЧКИ НОСЯТ РЕДКО?

В последние годы ношение политических значков выглядит как моветон. Встретить человека со значком партии или кандидата достаточно трудно. Значки носят депутаты, агитаторы в период избирательной кампании, наблюдатели на участках в качестве «опознавательных знаков», партийные функционеры. Все остальные случаи ношения значков, скорее, являются исключением, чем правилом. Основная причина, на наш взгляд, – сознательное устранение властью людей из политики, с одной стороны, и стремление отстраниться от политики со стороны самих людей – с другой. Именно поэтому значки чаще всего можно встретить на лацканах, шапках и сумках у тех, кто находится на стороне протеста. Причем любого протеста, как политического, так и гражданского. В этом случае значок – и идентификатор, и проявление смелости, и сознательный эпатаж. Человек со значком «Единой России» или «Общероссийского народного фронта» принадлежит официальному кабинету. Человек со значком «Это мой город» или «Скверу быть» принадлежит улице. Если первый затянут в пиджак, то второй свободен в выборе одежды и аксессуаров. Это, естественно, накладывает

отпечаток на форму и содержание значка. В первом случае значки строгие, во втором зависят только от фантазии.

При этом отметим, что такое отношение к политическим значкам было не всегда. Например, в 60-е годы прошлого века весьма популярными были крупные, яркие значки (беджи) с политическими слоганами. И эта мода держалась несколько десятилетий, периодически затухая, то вновь «разгораясь». Естественно, что каждый старался выделиться наиболее остроумной надписью. Известны значки, например, с такими надписями, как «Рок против расизма», «Вегетарианцы против нацистов», «Работа, а не бомбы», «Власть – цветам», «Женщины делают политику, а не кофе», и многими иными. Сегодня мы наблюдаем примерно то же самое. Например, стоило в Екатеринбурге родиться мемам «Город бесов» и «Город храбрых», как тут же появился соответствующий мерч, включая значки. Представляется оправданной гипотеза, что значки вновь станут модными, как только в Россию вернется конкурентная политика, которая приведет к тому, что политическая идентификация станет нормой.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Шкода Р. Времеvские пуговицы [Электронный ресурс]. URL: <http://xn--80aqp2ad9a.xn--p1ai/social/watch/628-vremevskie-pugovicy.html> (дата обращения: 01.12.2019).
2. Шустов Я. Наглядная агитация в американских выборах. URL: [http://conjuncture.ru/shustov\\_29-02-2012/](http://conjuncture.ru/shustov_29-02-2012/) (дата обращения: 01.12.2019).

3. Political Medallions, depicting ferrotypes of Abraham Lincoln and Hannibal Hamlin. URL: <https://digital.library.illinois.edu/items/e498c5a0-0d92-0135-23f6-0050569601ca-8#?c=0&m=0&s=0&cv=0&r=0&xywh=-136%2C56%2C1646%2C630> (дата обращения: 01.12.2019).

# ОТКРЫТКА КАК ИНСТРУМЕНТ ПРЕДВЫБОРНОЙ АГИТАЦИИ

## ПО МАТЕРИАЛАМ КОЛЛЕКЦИИ ГПИБ РОССИИ

ЧАСТЬ III.  
СОВРЕМЕННЫЕ ПРАКТИКИ  
ВИЗУАЛИЗАЦИИ: ПОИСК ФОРМЫ  
И ДИНАМИКА СОДЕРЖАНИЯ

### ГЛАВА 5

Формирование Коллекции современных политических документов ГПИБ России началось в 1989 году. В состав фонда входят малотиражные книги, брошюры, периодическая печать, агитационные материалы и неопубликованные документы политических организаций, отражающие широкий спектр современной российской многопартийности.

Важное место в нашей работе занимает формирование фонда документов федеральных и региональных избирательных кампаний, проходивших на протяжении последних тридцати лет. На данный момент Коллекция содержит материалы практически из всех регионов, причем наиболее широко представлены Москва, Санкт-Петербург, Пермский край, а также области Центрального и Северо-Западных федеральных округов.

Осуществляя систематизацию документов политических партий и материалов предвыборных кампаний, мы встречали немало обращений политиков к своим потенциальным избирателям, часть из которых печаталась на открытках. Сотрудничество с пермским коллекционером Сергеем Филатовым в рамках подготовки к выставке «Губернаторская открытка» (прошла в ГПИБ в 2011 г.) и ряду других проектов позволило по-новому взглянуть на этот визуальный творческий жанр.

Очевидно, что основной целью выпуска подобных открыток является агитация. Причем агитационная деятельность может осуществляться как в рамках предвыборной кампании (в этих случаях на открытках, как

правило, присутствует информация об оплате тиража из избирательного фонда партии или кандидата на выборную должность), так и в межэлекторальный период.

Рассмотрим открытки, не связанные напрямую с выборами. Такой вариант агитации характерен для ведущих политических партий, представленных в Государственной Думе и имеющих свой постоянный электорат.

Рекордсменом по массовому выпуску поздравительных открыток является ЛДПР, практикующая подобную форму диалога с избирателями уже более 25 лет. Первая подобная открытка в нашей коллекции датирована 1994 годом – это поздравление с Рождеством Христовым. Если до середины 2000-х гг. ЛДПР выпускала открытки от случая к случаю, то начиная с 2007 г. партия поставила их выпуск «на поток»: практически ни одного государственного праздника не обходится без поздравления В. В. Жириновского. Более того, в 2009 г. наметилась тенденция к расширению поводов для выпуска открыток. Председатель ЛДПР поздравляет отдельные категории военнослужащих: «За тех, кто в море!» (с Днем ВМФ); «За тех, кто в стропах!» (с Днем ВДВ); «С Днем пограничника!» и т. д. В 2010 г. лидер либерал-демократов порадовал своих сторонников сериями открыток – «ВВЖ без купюр» и «Я люблю тебя, жизнь!».

Другой политической силой, успешно освоившей выпуск поздравительных открыток, является КПРФ. Сравнивая открытки двух парламентских партий, можно выявить несколько отличий. Судя по материалам нашей

коллекции, которая содержит достаточно много образцов поздравлений партии с конца 2000-х гг., фотографии лидера Г. А. Зюганова на них практически отсутствуют. Напротив, большинство открыток ЛДПР не обходится без изображения В. В. Жириновского.

Интересно и содержание открыток: если ЛДПР ограничивается только зрительным рядом (лидер партии на фоне праздничной атрибутики), то важное место в открытках компартии занимает текст поздравления Председателя ЦК КПРФ. Все эти различия вполне объяснимы с учетом позиционирования КПРФ в качестве идеологической, а не вождистской партии, каковой по сути является ЛДПР.

Отличаются и названия праздников, с которыми партии поздравляют избирателей. Если ЛДПР предпочитает не акцентировать внимание на политической стороне событий (на открытках помещается короткое поздравление: «С Днем защитника Отечества!», «С праздником 8 Марта, дорогие женщины!» и т. д.), то КПРФ, наоборот, подчеркивает идеологический аспект «красных дней календаря» («С Днем Советской Армии и Военно-Морского Флота!», «С Международным женским днем!» и т. д.). Это проявляется даже в поздравлениях, выпущенных к такому всенародному празднику, как 9 Мая. На открытках КПРФ мы всегда увидим крупным планом красное Знамя Победы, тогда как ЛДПР «ограничивается» георгиевской ленточкой.

Большим количеством открыток порадовали своих поклонников коммунисты к юбилейным датам – столетию революции (2017 г.) и ВЛКСМ (2018 г.). В отличие от ЛДПР, где открытки печатаются большими тиражами в Москве и рассылаются по стране, региональные отделения КПРФ, как правило, макетируют и выпускают открытки на местах, причем их оформление и текст могут заметно отличаться.

Между тем вполне можно говорить о схожем способе распространения открыток ЛДПР и КПРФ. Обе партии выпускают их сравнительно небольшим тиражом (который зачастую даже не указывается) и раздают, как правило, исключительно своим активистам на праздничных мероприятиях. Таким образом, можно предположить, что открытки выпускаются ЛДПР и КПРФ, скорее, с целью вознаграждения избирателей за лояльность к опре-

деленной партии (по примеру атрибутики спортивных клубов). Говорить о заметном пропагандистском эффекте в данном случае затруднительно. Возможно, поэтому остальные зарегистрированные партии, включая «Единую Россию», используют открытки в значительной мере как средство предвыборной агитации.

Исключение составляют некоторые состоятельные депутаты-одномандатники, которые могут себе позволить поздравить избирателей своего округа без очевидной привязки к предстоящим выборам. Однако и здесь наблюдается интересная тенденция: количество подобных открыток существенно увеличивается примерно за год до момента истечения срока полномочий депутата, планирующего продолжить политическую карьеру.

Чаще всего для этой цели практикуются адресные новогодние поздравления, рассылаемые по почтовым ящикам. Избиратели, как правило не избалованные вниманием народных избранников, с удовольствием принимают подобные «знаки внимания». С одной стороны, такие открытки не теряются в массе другой предвыборной печатной продукции. С другой – поздравление, присланное хотя бы за несколько месяцев до дня голосования, далеко не всегда воспринимается в качестве агитационного материала. В результате у многих избирателей невольно зарождается симпатия к автору поздравления, что, несомненно, добавляет ему голосов на выборах.

Переходя к теме использования открыток в предвыборной кампании, попробуем на материалах нашей коллекции проследить эволюцию этого жанра. Наиболее ранний источник, хранящийся в библиотеке, относится к первым альтернативным выборам народных депутатов СССР 1989 года. Это типовая советская открытка с видами Кремля, на которую в типографии был впечатан текст «26 марта все на выборы! Голосуйте за П. С. Сурова – Председателя Московского строительного комитета» (*Рисунок 1*) [26 марта все на выборы! 1989]. На оборотной стороне открытки имеется календарь на 1989 год с заключенной в красную рамку датой голосования и выходными данными. Указанный тираж 100 000 экземпляров позволяет предположить, что открытки предназначались практически каждой семье, проживающей на территории избирательного округа.



Рис. 1

С учетом реалий 1989 года здесь можно говорить о мощной поддержке кандидата со стороны государственного аппарата и его внушительных персональных возможностях, обусловленных занимаемой должностью.

Безусловно, приведенный пример нельзя назвать типичным, о чем косвенно свидетельствует отсутствие в нашей коллекции других подобных открыток среди

материалов избирательных кампаний 1989 и 1990 гг., за исключением приглашений на выборы, выпускаемых государством миллионными тиражами. Видимо, это было связано как с большими затратами на изготовление печатной продукции такого рода, так и с проблемами доступа оппозиционных кандидатов к полиграфической базе.



Рис. 2

Началом следующего этапа можно считать выборы депутатов Государственной Думы первого созыва 12 декабря 1993 года. Тогда по всей России распространялась изданная тиражом пять миллионов экземпляров открытка с призывом «Выбор России – Ельцин! Выбор России – подтвердим!» (Рисунок 2) [Выбор России – Ельцин!.. 1993], на которой было запечатлено рукопожатие Президента Б. Н. Ельцина и лидера избирательного блока «Выбор России» Е. Т. Гайдара. Впервые открытка в качестве агитационного материала издавалась беспрецедентным по масштабу тиражом и обошла всю страну. Здесь сказались наличие немалых финансовых ресурсов у блока, которому, по замыслу Кремля, надлежало стать «партией власти». Однако достаточно низкие результаты, продемонстрированные на выборах, не позволяют в данном случае говорить об эффективном использовании в качестве одного из инструментов предвыборной кампании большого количества разнообразных печатных материалов.

На президентских выборах 1996 г. в рамках кампании в поддержку Б. Н. Ельцина «Голосуй, или проиграешь!», построенной на противопоставлении «капиталистического рая» и «казарменного социализма», открыт-



Рис. 3

ки обрели достойное место. Выпущенные фирмой «Премьер-СВ», они символизировали реальные и мнимые достижения нового строя: полные прилавки магазинов, свободу слова и выезда за границу и т. д. (Рисунок 3) [Голосуй, или проиграешь... 1996]. Интересно, что тираж на открытках этой серии не указывался, что, по-видимому, объяснялось непрозрачным финансированием кампании.

Если до конца 1990-х гг. открытки не рассматривались в качестве полноценного агитационного материала, а их выпуск имел единичный характер, то с началом XXI века ситуация стала постепенно меняться: открытка прочно заняла свое место в избирательных кампаниях всех уровней – от федерального до муниципального. На это повлияло несколько причин:

- 1) существенное увеличение предвыборных бюджетов партий и кандидатов-одномандатников;
- 2) внедрение современных технологий и рост конкуренции на рынке полиграфических услуг, что позволило заметно снизить себестоимость открыток;
- 3) повышение качества выпускаемой продукции, сделавшее открытки привлекательными для избирателей.



Рис. 4

В середине 2000-х гг. дальнейшее распространение этой разновидности агитационных печатных материалов (АПМ) столкнулось с объективными трудностями. Переход к пропорциональной системе на выборах в Государственную Думу, уменьшение мажоритарной составляющей на региональных и муниципальных выборах, да и в целом снижение числа конкурентных избирательных кампаний не способствовали «открыточному многообразию».

Как ни странно, на это повлияло даже введение в 2012 г. единого дня голосования: перенос выборов на сентябрь оставил только один повод для поздравлений избирателей – 1 сентября. Кстати, представители правящей партии успешно этим пользуются, посещая подшефные школы и радуя учителей красочными открытками – поздравлениями с Днем знаний. Они таким образом ненавязчиво напоминают о необходимости сохранения политической стабильности. При этом о незавидной участи педагогических работников, работающих в избирательных комиссиях, вышло уже немало публикаций [И снова о честном имени учителя... 2012].

Возврат к смешанной системе на выборах в Государственную Думу седьмого созыва и наметившаяся в последнее время тенденция на повышение значимости личного фактора в предвыборных баталиях возродили некоторый интерес к использованию открыток в качестве АПМ. Среди 1030 образцов всевозможных материалов по парламентским выборам 2016 г. из коллекции ГПИБ на их долю приходится примерно 3% (27 штук). Естественно, говорить о массовом распространении открыток в избирательной кампании федерального уровня не приходится, но по сравнению с предыдущими парламентскими выборами можно отметить определенный прогресс в использовании этой разновидности АПМ.

Расскажем о наиболее типичных примерах открыток, поступивших в нашу коллекцию за 2016–2018 гг. По-прежнему распространенными остаются поздравительные открытки. Здесь для агитации мог подойти любой повод, например 432-летие столицы Республики Марий Эл, с которым жителей поздравляет лидер местной «Справедливой России» (Рисунок 4) [Я [люблю] Йошкар-Олу... 2016].



Рис. 5

НПЧ-603

**ЛДПР**

ГПИБ России  
1134327

**ИСТОРИЯ ПОКАЗЫВАЕТ,  
КТО БЫЛ ПРАВ!**

**ПРИХОДИ НА ИЗБИРАТЕЛЬНЫЙ УЧАСТОК  
ПРОГОЛОСУЙ!**

The poster has a dark blue background. In the top left, there is a white rectangular box with the handwritten number 'НПЧ-603'. In the top center, the letters 'ЛДПР' are written in large, bold, yellow font. In the top right, there is a white rectangular box containing a barcode and the text 'ГПИБ России' above the number '1134327'. The main text 'ИСТОРИЯ ПОКАЗЫВАЕТ, КТО БЫЛ ПРАВ!' is in red, bold, sans-serif font. At the bottom, the text 'ПРИХОДИ НА ИЗБИРАТЕЛЬНЫЙ УЧАСТОК' is in white, bold, sans-serif font, and 'ПРОГОЛОСУЙ!' is in large, bold, yellow font.

Рис. 6

Достаточно любопытно взглянуть на поздравление П. Н. Грудина с женским праздником, который в 2018 г. пришелся как раз на самый разгар избирательной кампании. Здесь кандидат на должность президента не акцентирует внимание на выдвинувшей его партии, а просто преподносит женщинам красивый букет (Рисунок 5) [Любимые, будьте счастливы!.. 2018].

Гораздо большую идеологическую направленность имеет агитационная продукция ЛДПР. На открытке, изданной тиражом в один миллион экземпляров перед парламентскими выборами, мы видим вполне конкретное сообщение избирателям (Рисунок 6) [История показывает, кто был прав!.. 2016]. Примечательно, что эти открытки, скорее всего, дошли до самых отдаленных уголков российской глубинки, где раздавались вместе с другими партийными сувенирами. Судя по результатам голосования, ставка либерал-демократов оказалась успешной.

С той же целью электоральной мобилизации штабом кандидата на должность мэра Москвы С. С. Собянина, идущего на второй срок, была выпущена серия открыток, насчитывающая как минимум 23 разновидности (столько их имеется в нашей коллекции). На фоне красивых городских видов акцентируется внимание на достижениях мэра, о которых можно судить по названиям открыток: «Москва еще...»: безопаснее, ближе, душевнее, зеленее, прекраснее, спортивнее, успешнее, чище. Например, одна из них рекламирует существующую в Москве с 2013 г. систему городского велопроката (Рисунок 7) [Москва еще спортивнее... 2018].



Рис. 7

Избирательные кампании последних лет дают следователям и немало примеров использования открыток-календарей. Так, Саратовский обком КПРФ с помощью подобного материала уже в сентябре 2016 года напомнил о предстоящем столетии Октябрьской революции (*Рисунок 8*) [*Мы вернемся!.. 2016*]. Однако, похоже, изображение бравого революционно-го матроса на фоне крейсера «Аврора» не вдохновило жителей Саратова, т. к. лидер коммунистов Ольга Алимова тогда проиграла выборы по одномандатному округу № 165, став депутатом по нему только через два года на довыборах без серьезных конкурентов.

В отличие от своих оппонентов с левого фланга, представители партии «Единая Россия», как правило, не акцентируют внимание на идеологических моментах. Напротив, серия открыток-календарей кандидата по одномандатному округу № 114 Николая Борцова знакомит избирателей с красотами родного региона и даже не содержит партийной символики (*Рисунок 9*) [*Я горжусь Липецкой областью... 2016*]. Здесь, скорее, можно говорить о желании сохранить эффект присутствия депутата (а Н. И. Борцов работает в Госдуме с 2003 года) в жизни избирателя. Видимо, мало у кого появилось желание выкинуть эти красивые открытки,



Рис. 8

к тому же и календарь на обороте оказался полезным сразу же, так как им можно было пользоваться с августа 2016 года. Как бы то ни было, большинство липецких избирателей решило сохранить своего депутата, переизбрав его на новый пятилетний срок.

Далеко не predetermined казалась победа выдвиженцев правящей партии в столице. Учитывая существенную долю протестного электората, в условиях жесткой политической конкуренции завоевать симпатии московских избирателей было не так и просто. Для этого потребовалось проведение высокотехнологичной избирательной кампании, в которой нашлось место

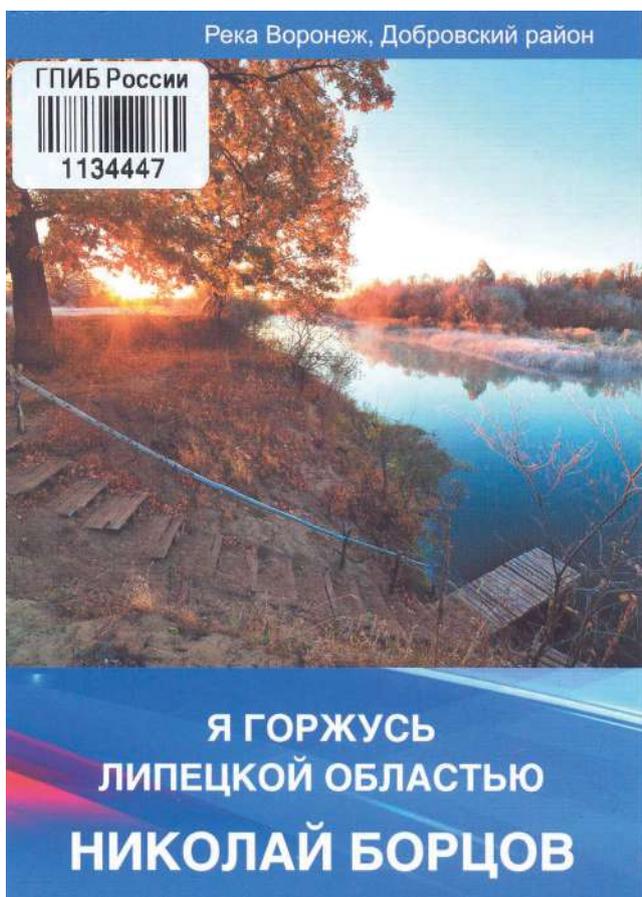


Рис. 9

и для открыток. К примеру, кандидат в депутаты Госдумы по округу № 197 представитель Общероссийского народного фронта Вячеслав Лысаков размещает на открытке проникновенное обращение к избирателям, заканчивающееся словами «Я вас не подведу!» (Рисунок 10) [Избирателю... 2016]. Около трети жителей Западного округа Москвы поверили известному защитнику прав автомобилистов, что в условиях распыления голосов среди нескольких оппозиционных кандидатов оказалось достаточным для победы В. И. Лысакова.

В коллекции ГПИБ присутствуют не только открытки, выпущенные многотысячным тиражом, но и довольно редкие авторские экземпляры. В качестве примера можно привести работу художника из Ярославской области – открытое письмо одного из лидеров Партии народной свободы с достаточно радикальными лозунгами (Рисунок 11) [Вячеслав Мальцев 2016]. В выходных данных указано: «Предвыборная листовка партии ПАРНАС. Издание А. Орлеанского, Рыбинск, 2016 г.». Такие открытки выпускались минимальным тиражом и предназначались скорее для коллекционеров, чем для простых избирателей.

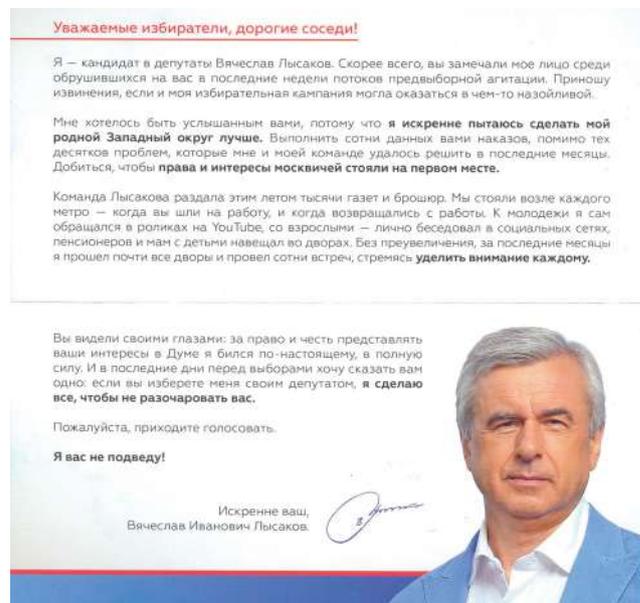
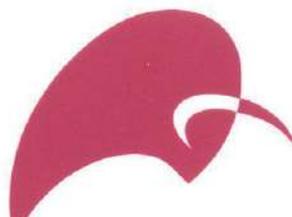
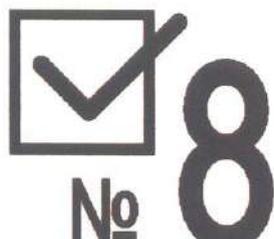


Рис. 10

# ВЯЧЕСЛАВ ЖАЛЬЦЕВ

18 СЕНТЯБРЯ 2016 Г. ВЫБОРЫ В ГД РФ

- Немедленное отстранение от власти Путина и возврат награбленного.
- Отмена антинародных законов.
- Мир с Украиной и со всем Миром.
- Списание долгов населению.



ПАРТИЯ НАРОДНОЙ СВОБОДЫ  
**ПАРНАС**



Рис. 11

В заключение этого краткого обзора представим открытку, выпущенную Московской городской избирательной комиссией. Она рассчитана на молодежную аудиторию и призывает в 14:00 сходить на выборы в Госдуму, а в 20:00 посетить гала-концерт звезд эстрады на Поклонной горе (Рисунок 12) [Я выбираю будущее!.. 2016]. Кстати, необходимо отметить, что печатные материалы, выпускаемые избиркомами всех уровней для информирования граждан, перед последними парламентскими и президентскими выборами стали более информативными и креативными.

На основе рассмотренных примеров попробуем спрогнозировать дальнейшее место открытки в избирательных кампаниях. С одной стороны, вал низкопробной агитационной продукции, захлестнувший

российскую глубинку в 1990-е и 2000-е гг., и разочарование людей в политике делают малоэффективными прежние формы агитации (в том числе листовки и информационные бюллетени), а значит, жизнь диктует необходимость поиска новых подходов в борьбе за избирателя.

Представляется, что в сложившейся ситуации для многих избирателей, не имеющих ярко выраженных политических пристрастий, форма подачи АПМ будет не менее значимой, чем их содержание. В связи с этим красивая открытка имеет намного меньше шансов оказаться в мусорной корзине вместе с надоевшими людям листовками, буклетами, газетами и т. д., а значит, она будет продолжать работать на партию или кандидата и дальше, вплоть до дня голосования.

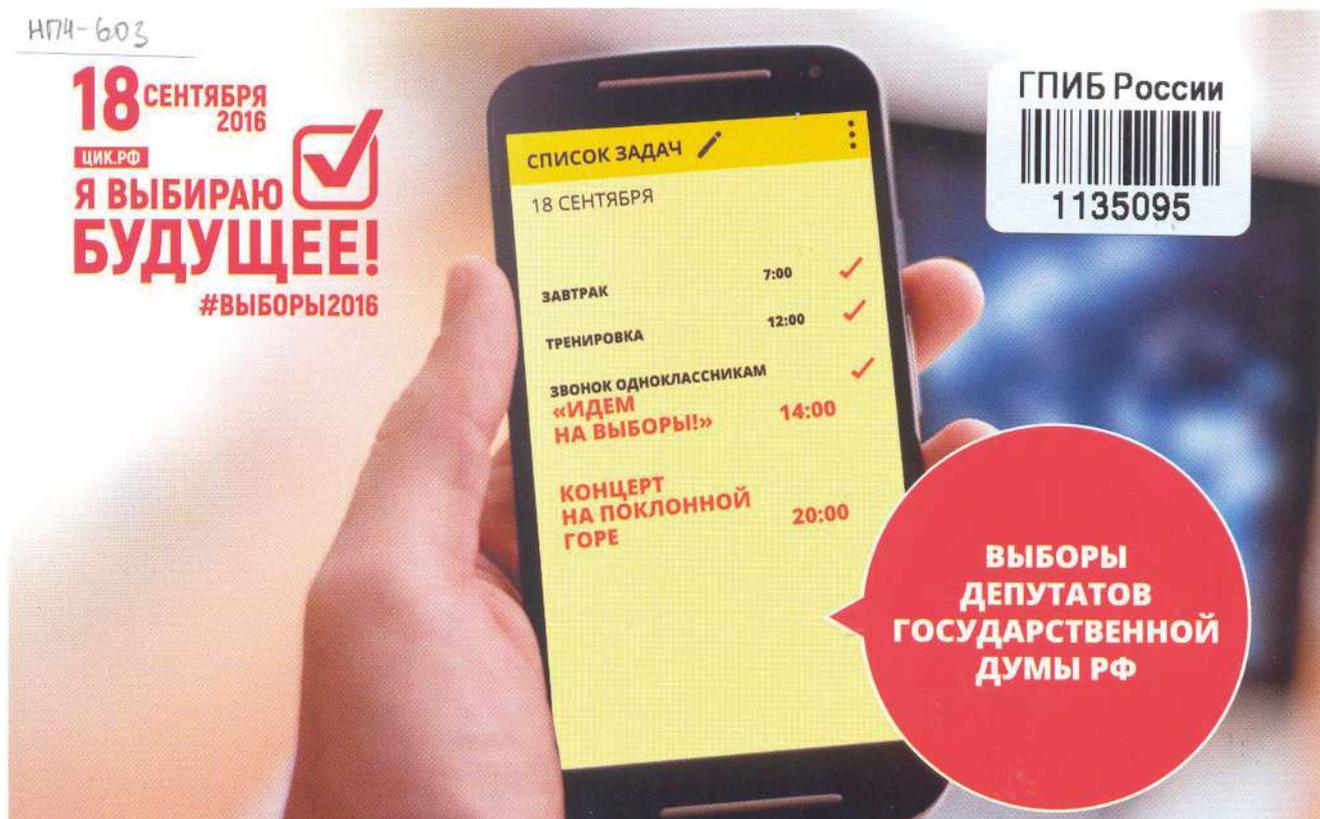


Рис. 12

Безусловно, рассчитывать на то, что с помощью открытки удастся изменить предпочтения избирателей с устоявшимися политическими взглядами, нет оснований. Однако, учитывая, что процент избирателей, определяющихся в своем выборе в последний момент, составляет по результатам различных исследований никак не менее 10 %, обращение с помощью открытки к этой электоральной группе кажется достаточно перспективным.

Кроме того, открытка, в отличие от большинства других видов АПМ, обладает характеристиками личности, интимности. Кандидаты или партии с помощью открыток, которые воспринимаются в качестве персонального обращения к конкретному избирателю, как бы «пробивают» стену политической официальности. Этот эффект кратно усиливается, если открытки «подписыва-

ются», содержат конкретное персональное обращение: «Уважаемый Иван Иванович!» или аналогичные.

С другой стороны, трудно ожидать, что в силу значительной стоимости открыток их выпуск станет массовым явлением. Скорее всего, он останется «изюминкой» отдельных избирательных кампаний.

Таким образом, можно сделать вывод, что за прошедшие годы открытка как инструмент предвыборной агитации доказала свое право на существование и имеет неплохие перспективы на будущее.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Кучанов И. И снова о честном имени учителя // Учительская газета [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ug.ru/insight/220> (дата обращения: 05.04.2019).
2. 26 марта все на выборы! Голосуйте за П. С. Сурова – председателя Московского строительного комитета! [Открытка]. М., 1989. 1 л., 11×16 см. ГПИБ, шифр НП 4/273, инв. № 1065112.
3. Выбор России – Ельцин! Выбор России – подтвердим! [Открытка]. М., 1993. 1 л., 9×14 см. ГПИБ, шифр НП 4/422, инв. № 1073218.
4. Голосуй, или проиграешь: [Открытка]. Б. м., 1996. 1 л., 10×15 см. ГПИБ, шифр НП 4/280, инв. № 10005027.
5. Я [люблю] Йошкар-Олу. 432 года. Дорогие земляки! От всей души поздравляю вас с замечательным праздником – с Днем нашего города. Наталия Глущенко: [Открытка]. Йошкар-Ола, 2016. 1 л., 9×20 см. ГПИБ, шифр НП 4/603, инв. № 1129052.
6. Любимые, будьте счастливы! Грудинин: [Открытка]. М., 2018. 1 л., 10×21 см. ГПИБ, шифр НП 4/617, инв. № 1141323.
7. ЛДПР. История показывает, кто был прав! [Открытка]. М., 2016. 1 л., 10×15 см. ГПИБ, шифр НП 4/603, инв. № 1134327.
8. Москва еще спортивнее. Мэр Собянин: [Открытка]. Подольск, 2018. 1 л., 10×15 см. ГПИБ, шифр НП 4/319, инв. № 1141332.
9. 1917–2017. Мы вернемся! [календарь с фото О. Н. Алимовой]: [Открытка]. Саратов, 2016. 1 л., 10×15 см. ГПИБ, шифр НП 4/603, инв. № 1134826.
10. Я горжусь Липецкой областью. Николай Борцов. Река Воронеж, Добровский район: [Открытка]. Липецк, 2016. 1 л., 15×10 см. ГПИБ, шифр НП 4/603, инв. № 1134447.
11. Избирателю. Обращение Вячеслава Лысакова: [Открытка]. Подольск, 2016. 1 л., 20×20 см. ГПИБ, шифр НП 4/603, инв. № 1133929.
12. Вячеслав Мальцев. № 8. Партия народной свободы. Открытое письмо: [Открытка]. Рыбинск, 2016. 1 л., 9×14 см. ГПИБ, шифр НП 4/603, инв. № 1134211.
13. Я выбираю будущее! Приглашение. 18 сентября на Поклонной горе состоится гала-концерт звезд эстрады: [Открытка]. М., 2016. 1 л., 10×15 см. ГПИБ, шифр НП 4/603, инв. № 1135095.

# ОБРАЗ РПЦ В РУНЕТЕ: К ПОЛИТИЧЕСКОЙ РЕАЛЬНОСТИ ЧЕРЕЗ СОЦИАЛЬНЫЙ МИФ

ЧАСТЬ III.  
СОВРЕМЕННЫЕ ПРАКТИКИ  
ВИЗУАЛИЗАЦИИ: ПОИСК ФОРМЫ И  
ДИНАМИКА СОДЕРЖАНИЯ

ГЛАВА 6

Современная индустриальная культура несмотря на декларируемый светский характер содержит в себе, в скрытой или явной форме, элементы мифологического и/или религиозного мировосприятия. Генерированные религией символические и образные ряды, даже будучи выхолощенными и утратившими исходный посыл учения, успешно дополняются мифологическими конструктами. Механизмы ремифологизации индивидуального и коллективного сознания позволяют использовать миф как инструмент транслирования и последующего закрепления желательной информации. Чаще всего этим инструментарием пользуются субъекты, претендующие на исполнение роли влиятельного политического актора. Яркий пример такого рода – стратегия социально-политического позиционирования Русской православной церкви Московского патриархата, стремящейся заявить о себе как об одном из определяющих игроков на площадке внутри- и внешнеполитических отношений, что предполагает возвращение и закрепление желаемой для РПЦ МП идентичности – представления об отечественном православии как исконной вере большинства населения, тесно связанной с этничностью, являющейся неотъемлемой составляющей исторического наследия и необходимой частью сегодняшней культурной жизни.

Для реализации выбранной стратегии визуальные практики являются удобными и эффективными сразу по нескольким позициям. Во-первых, визуальное продолжает воспроизводство сложившейся традиции почитания иконы как визуального образа. Во-вторых, визуальность вводит отечественное православие, склонное к традиционализму, в поле современных социокультурных веяний. В-третьих, именно визуальные практики выполняют функцию постоянного напоминания индивиду о самой церкви. Благодаря визуальному церковью ока-

зывается приближенной к повседневности. Фактически мы имеем дело с «новым» визуальным в деятельности церкви. При этом «новизна» в данном случае является условной, прежде всего связанной с современными способами передачи информации. Определенное каноническое и догматическими нормами содержание визуальных образов, наоборот, по всем признакам претендует на максимальное сохранение закрепившихся в среде верующих представлений об «истинной церкви».

Визуальная самопрезентация церкви происходит и через представленность в физическом пространстве вполне материальных объектов (церковных зданий, рекламных конструкций и т. д.), и через акционизм (шествия, открытые молебны и т. п.). При этом всё больше внимания церковь уделяет своему присутствию в виртуальном пространстве. Если акционизм, реклама, реконструкция старых и строительство новых зданий религиозного назначения требуют значительных материальных затрат и «унизительных» поисков спонсоров, то виртуальное пространство дает больше возможностей для маневрирования, предполагает меньший объем физических усилий, а также отличается по аудитории, которая явно моложе традиционной аудитории церкви. Именно поэтому деятельность РПЦ МП в качестве участника интернет-пространства всё больше становится одной из предпочтительных стратегий визуальной самопрезентации.

В рамках настоящей главы предлагается рассмотреть варианты и способы самопрезентации отечественной православной церкви, которые санкционированы руководством церкви (сайт <http://www.patriarchia.ru/>) и являются продуктом деятельности соответствующих пресс-служб. Тем самым текст акцентирует внимание на той части образа РПЦ МП, которая является официальной. Это важно отметить, так как одно и то же изо-

бражение может восприниматься по-разному в зависимости от разных причин и условий его трансляции, ровно так же, как любая «фотография изменяется в зависимости от контекста, в котором она рассматривается» [Штомпка 98].

Фотография, по сравнению с другими способами выражения связанных с религией явлений (живопись, памятники религиозного характера, кино, разного рода телепрограммы и т. д.), в наибольшей мере обладает претензиями на иконическое. Несмотря на принципиально иные, по сравнению с иконой, принципы организации изобразительного пространства (прямая перспектива вместо обратной), она точно так же останавливает ход времени, делает незначительными происходящие изменения и обращает на себя внимание неподвижностью изображенного субъекта. В современном мире икону и фотографию сближает еще и возможность тиражирования, в настоящее время обеспеченная типографской деятельностью. С другой стороны, фотография не ограничена канонами, допускает вариативность ракурсов и контекстов, ретушь и коррекцию, что в значительной мере повышает потенциал её восприятия. В отличие от иконы, определенной каноническими нормами и формально лишенной авторства, фотографический образ всегда отобран [Савчук 32] по замыслу автора или идеологическому заказу, что одновременно позволяет в этом выборе отойти от канона для решения какой-либо задачи. Это не мешает при использовании фотографии привлекать традиционно связываемые с религией знаки и символы, как с целью смысловой маркировки визуального сигнала, так и для того, чтобы привлечь внимание традиционно мыслящей паствы. В результате удачная фотография религиозного субъекта/субъектов совмещает в себе функции иконы и агиографического текста, а также становится эффективным инструментом пиара. В этом случае речь идет именно о фотографии высокого качества, в которой были реализованы как художественные, так и идеологические задачи.

В этом отношении официальная фотохроника представляет собой особый случай. Её изначальная задача – подать изображаемый объект в максимально выгодном свете, донести до зрителя именно те идеи, которые связаны с желаемым результатом трансляции, проще гово-

ря, «если фото сделано не исследователем, то оно всегда демонстрирует интересы снимающего» [Захарова 159]. С другой стороны, при анализе официальной хроники личная позиция автора и его амбиции отступают на второй план, а на первый выходит ситуация, которую и фотограф, и публикующие хотели «зафиксировать в визуальном образе» [Попова 112]. Другими словами, подчиненность поставленным задачам определяет природу официальной фотографии. В результате очень часто многие предлагаемые официальным сайтом фотографические сюжеты являются постановочными, абсолютно искусственными, не допускающими случайных элементов.

Другое дело, что даже в официальных фотографиях помимо набора предлагаемых смыслов содержатся еще и те, чье присутствие стало результатом обращения к ним воспринимающего субъекта. Таким образом, смысловая нагрузка каждого фото складывается из двух конструктов – задуманного автором и/или публикующим и созданного в процессе восприятия зрителем: снимок сделан кем-то, что-то представляет и кому-то адресован [Штомпка 78]. Таким образом, анализ официальной фотохроники московской патриархии должен складываться из двух составляющих – анализа задуманного к представлению и исследования получившегося, в том числе с учетом категорий воспринимающих и режима просмотра фото [Штомпка 99]. При этом очевидно, что оба аналитических компонента могут полностью или частично совмещаться.

Анализ официального контента официального сайта показывает, что при помощи визуального РПЦ МП прежде всего стремится максимально противопоставить себя своим реальным и потенциальным конкурентам в пространстве религиозного. В качестве содержательного агитационного приема ею выбрана акцентуация на воспроизводстве традиции, которая проявлена в визуальном через внешнее, так как имманентное сложнее, а иногда и невозможно фиксировать и транслировать в виде визуальных образов. Точкой приложения усилий, таким образом, становится сохранение устоявшихся форм внешнего вида, принципов поведения в обществе, особенностей участия в социальной жизни.

К таким визуальным традициям РПЦ МП может быть отнесена, как это ни парадоксально, демонстрация роскоши богослужений, одеяний и т. п. Более того, даже на фоне снижающегося уровня жизни православная церковь не только не отказывается, но концентрирует внимание наблюдателя на роскоши, возможно, рассчитывая за счет контраста с внешне скромными службами протестантов и представителей иных конфессий заявить о своей значимости. Вероятно, делается расчет на то, что торжественность визуального легче воспринимается так называемыми «захожанами», ибо не требует длительного осознания, активного отношения к объекту веры.

Именно поэтому в официальной фотохронике значительный объем занимают снимки, посвященные торжественным богослужениям по разным поводам (Рисунок 1). Примечательно то, что на них размещены по большей части сами священнослужители, в редких слу-

чаях – представители светской власти, почти никогда – рядовые прихожане. С одной стороны, это можно трактовать как стремление разделить сакральное и мирское, подчеркнуть значимость сакрального. С другой – явное указание на смысловые акценты, которые РПЦ МП привыкла расставлять в отношениях с паствой, трактуемой как примыкающей к клиру.

В условиях пусть и слабой, но всё же конкуренции с другими вероучительными системами этот акцент озадачивает и заставляет задуматься о том, насколько церковное руководство адекватно оценивает сложившуюся ситуацию на условном рынке «религиозных услуг». Не очень удачно такого рода фотографии сочетаются и с высказываниями ряда клириков о необходимости финансовой помощи церкви, как со стороны отдельных прихожан, так и крупных спонсоров. Анкетные опросы и фокус-группы показали, что несоответствие декла-



Рис. 1. Патриаршая служба в КСХС. Божественная литургия

рируемых принципов приоритета духовных богатств перед материальными является ведущим мотивом не только для снижения рейтинга православия в глазах ряда мирян, но и противопоставления религии и церкви [Рязанова 2014, 36].

Имеющиеся исследования показывают, что будничное участие большинства православных верующих в религиозной жизни рудиментарно, осуществляется по остаточному принципу, а стремление быть причастным к сакральному актуализируется большей частью в выходные и праздничные дни [Коначева 2001; Митрохин, Сибирева 2007; Рязанова 2018; Филатов, Лункин 2005]. Зафиксированные социологами и органами внутренних дел цифры неудобны для руководства церкви, до сих пор пытающегося разыграть карту реституции и доказывающего, что большинству городов не хватает православных храмов для нормального функционирования

приходской жизни. В противовес социологическим выкладкам пресс-служба московского патриархата представляет отечественную православную церковь как многолюдную, готовую к общей соборности в нужный момент (Рисунок 2).

Особое внимание в фотохронике уделяется тем сюжетам, которые представляют готовность обращения к церкви невоцерковленных, особенно молодежи. В этом случае акцент на массовые формы абсолютизируется, поскольку выступает в качестве наиболее очевидного аргумента востребованности церкви как социального института (Рисунок 3). Однако даже в этих случаях паства – реальная и потенциальная – не помещена в центр официальной церковной фотохроники.

Несмотря на то что для православного канона нехарактерно представление о какой-либо личности как исключительном представителе Бога на земле и пред-



Рис. 2. Совместное служение предстоятелей и иерархов поместных православных церквей на Минском замчище по случаю 1025-летия Крещения Руси

почтение отдается Собору как воплощению всеединства христианского сообщества, такой персонаж присутствует. Это правящий патриарх Кирилл, чья фигура становится точкой приложения пиар-усилий пресс-службы патриархии.

Помещение любого актора в пространство социально-политической жизни должно начинаться с узнавания – отсюда и череда портретов предстоятеля, которые составляют преобладающее большинство снимков на сайте московской патриархии. Представляется, что презентация патриарха необходима уже потому, что далеко не все верующие, идентифицирующие себя как православные, отчетливо представляют себе как местных архиереев, так и высшее руководство церкви<sup>1</sup>. Примечательно, что официальная хроника патриархии почти не включает в поле своего внимания местных архиереев. Они в небольшом числе присутствуют на локальных сайтах,

не всегда качественно выполненных и плохо обновляемых. РПЦ МП фактически использует своеобразную визуальную синекдоху: патриарх представляется как воплощение самой церкви. Патриарх и церковь визуально отождествляются. Более того, стратегическим посылом большинства фотографий церковной хроники является представление о том, что патриарх – необходимая часть жизни общества и государства. Прежде всего, этот посыл связывается со стремлением показать созидательную роль главы церкви, который готов активно участвовать в восстановлении православного сообщества, пострадавшего в советский период, в материальном и нематериальном аспектах. Поэтому неотъемлемой частью фотобиографии становится обозначение причастности патриарха к храмовому строительству (Рисунок 4). Зритель понимает, что самому патриарху нет необходимости лично воздвигать стены и восстанавливать колокола,



Рис. 3. Выступление патриарха Кирилла перед студентами высших учебных заведений Санкт-Петербурга в Ледовом дворце



Рис. 4. Утреннее великопостное богослужение и установка «Большого» колокола на колокольню Свято-Данилова монастыря

<sup>1</sup> Из неопубликованных интервью (личный архив автора).

достаточно обозначить сам факт своего присутствия, придать физическим манипуляциям сакральную природу. При этом исчезает граница между священным и профанным действиями, которые сливаются в мифологической реальности.

Однако указаний только на восстановление сети храмов по стране явно недостаточно для доказательства важности и нужности православия в общественной жизни. Поэтому особое внимание уделяется случаям патриаршего участия в нерелигиозных событиях. Это присутствие в границах фотохроники приобретает два варианта реализации: патриарх как необходимое звено в управлении государством и глава церкви как неотъемлемая часть самых важных процессов и проектов социальной жизни.

Управленческая ипостась чаще всего реализуется в сюжетах встречи руководства Русской православной церкви с президентом Российской Федерации и высокопоставленными представителями других государств. Большинство таких фотографий подчиняется требованиям официального протокола, постановочно выверено и не дает своим персонажам возможностей для поведенческого маневра. Но и в рамках протокола достаточно успешно реализуется замысел пиар-менеджеров РПЦ МП по утверждению высокого статуса её

главы по отношению к светским правящим структурам (Рисунки 5 и 6).

Особое внимание следует обратить на фотографии, на которых патриарх Кирилл выступает как собеседник, во-первых, стоящий на равных с высокопоставленными персонами, во-вторых, если смотреть в заданном ракурсе, обладающий неким объемом ценной информации, из-за которой с ним ведут доверительные беседы президенты и премьер-министры. Фотографы умело выбирают точку съемки, из которой изображение приобретает элемент доверительности и даже интимности, создает ощущение дружественно-покровительственной атмосферы вокруг главы РПЦ МП (Рисунки 7–9).

В некоторых случаях к сакральной нагруженности самой фигуры патриарха добавляется inferнально-хтонический контекст, который требует вмешательства священного начала для своего преодоления. Как правило, это памятные мероприятия, посвященные катастрофам разного масштаба и проводимые на государственном уровне. В этом случае светские нормоценностные критерии совпадают с религиозными интенциями и подкрепляются мифологической уверенностью, что сам факт присутствия священного является достаточным для преодоления хаоса – политического, социального, экологического (Рисунок 10).



Рис. 5. Поздравление Президентом России В. В. Путиным патриарха Кирилла с годовщиной интронизации



Рис. 6. Встреча патриарха Кирилла с председателем Палестинской национальной администрации М. Аббасом



*Рис. 7. Благодарственный молебен в Благовещенском соборе Кремля по случаю вступления в должность Президента России В. В. Путина*



*Рис. 8. Встреча патриарха Кирилла с белорусским президентом А. Г. Лукашенко в рамках патриаршего визита в Республику Беларусь*



*Рис. 9. Встреча патриарха Кирилла с Президентом США Б. Обамой*



*Рис. 10. Первосвященнический визит на Украину. Посещение зоны отчуждения Чернобыльской АЭС*

Вообще, всеприсутствие предстоятеля Русской православной церкви имеет множество вариантов воплощения. Среди них, помимо упомянутых, можно выделить несколько стратегически важных для репрезентации патриарха, поэтому постоянно эксплуатируемых в качестве сюжетов для официальной хроники.

**Во-первых**, с некоторого времени точкой приложения усилий РПЦ МП становятся образование и наука. Если в образовательном процессе в настоящее время победила концепция внедрения «Основ русской культуры и светской этики» в пику сторонникам обязательного для всех изучения «Основ православной культуры», то в науке сложилась двойственная ситуация. С одной стороны, представители православия – в качестве клира – не могут вносить свой вклад в приращение научного знания. С другой – патриархии было бы опроретливо упустить столь значимую часть социокультурного пространства. Итогом становится поведение, которое можно определить как иконическое: глава церкви присутствует в научной и околонукавной среде (*Рисунки 11–12*).

**Во-вторых**, нахождение предстоятеля РПЦ МП в образовательной среде тоже встречается, хотя и достаточно редко, поскольку нарушает закон о светском образовании и чаще всего касается образовательных учреждений, связанных с силовыми структурами (*Рисунок 13*).



Рис. 11. Посещение патриархом Кириллом торжественного акта, посвященного 50-летию Российского научного центра хирургии

**В-третьих**, нужно отметить повышенное внимание патриарха к силовым структурам, для которых он, если судить по официальным фотографиям, необходим и желателен. Владыка выступает в этих сюжетах как центральный персонаж проводимого мероприятия, значимость которого подкрепляется присутствующей свитой. Композиция построена таким образом, что светские действующие лица поданы как вспомогательные, дополняющие тот импульс действия, который внесен в сценарий события патриархом. В глаза бросается еще один момент: обращение Кирилла к присутствующим военнослужащим охватывает всех находящихся в строю и не предполагает предварительного опроса по поводу их вероисповедания. Это обстоятельство должно наталкивать зрителя на мысль о том, что индивидуальное волеизъявление не столь важно по сравнению с приоритетным окормлением вооруженных сил со стороны православной церкви. Тем самым предлагаемые фотографии становятся еще одним способом наглядно доказать актуальность утверждения «русский – значит православный», в котором национальное выступает как синоним общегражданского (*Рисунки 14–15*).

**В-четвертых**, представляется, что те же акценты, что обозначены выше, подразумеваются при отражении в фотохронике участия патриарха в разного рода спор-



Рис. 12. Встреча патриарха Кирилла с преподавателями и студентами МИФИ



*Рис. 13. Посещение патриархом Кириллом Тюменского президентского кадетского училища во время патриаршего визита в Тобольскую митрополию*



*Рис. 14. Посещение патриархом Кириллом предприятия ОАО «Севмаш»*



*Рис. 15. Посещение патриархом Кириллом расположения 76-й гвардейской десантно-штурмовой дивизии в рамках первосвятительского визита в Псковскую епархию*

тивных мероприятиях. Обращает на себя внимание выстраивание композиции: на них либо почти не видны основные участники мероприятия, ради которых оно проводится, либо иногда фотограф «заботливо» помещает в фотографию только затылки присутствующих. Случается и такое, что спортсмены и зрители вообще на фотографиях, посвященных спорту, отсутствуют. Зато предстоятель церкви точно помещен в центр, что заставляет говорить об использовании мифологического по своей природе инструментария, для которого центр – самое сакральное место, а периферия тяготеет к профанности (Рисунок 16–17).



Рис. 16. Вручение патриархом Кириллом наград участникам мини-турнира по хоккею с мячом на Красной площади



Рис. 17. Первосвященнический визит патриарха Кирилла в Донецкую и Харьковскую епархии. Посещение стадиона «Донбасс Арена» в Донецке



Рис. 18. Посещение патриархом Кириллом рудника АО «Апатит». Кировск, Мурманская область



Рис. 19. Посещение патриархом Кириллом Центра подготовки космонавтов им. Ю. А. Гагарина

с русской православной традицией связаны не только история и культура, она современна, соответствует духу времени и поддерживает существование страны в её крайних точках пространства. В некоторых случаях окормляемый объект удален не только пространственно, но и цивилизационно, что не отменяет возможности пастырского воздействия на него (Рисунок 22).



Рис. 20. Посещение патриархом Кириллом российской антарктической станции «Беллинсгаузен»



Рис. 21. Патриарх Кирилл на острове Ратманова во время визита в Анадырскую епархию

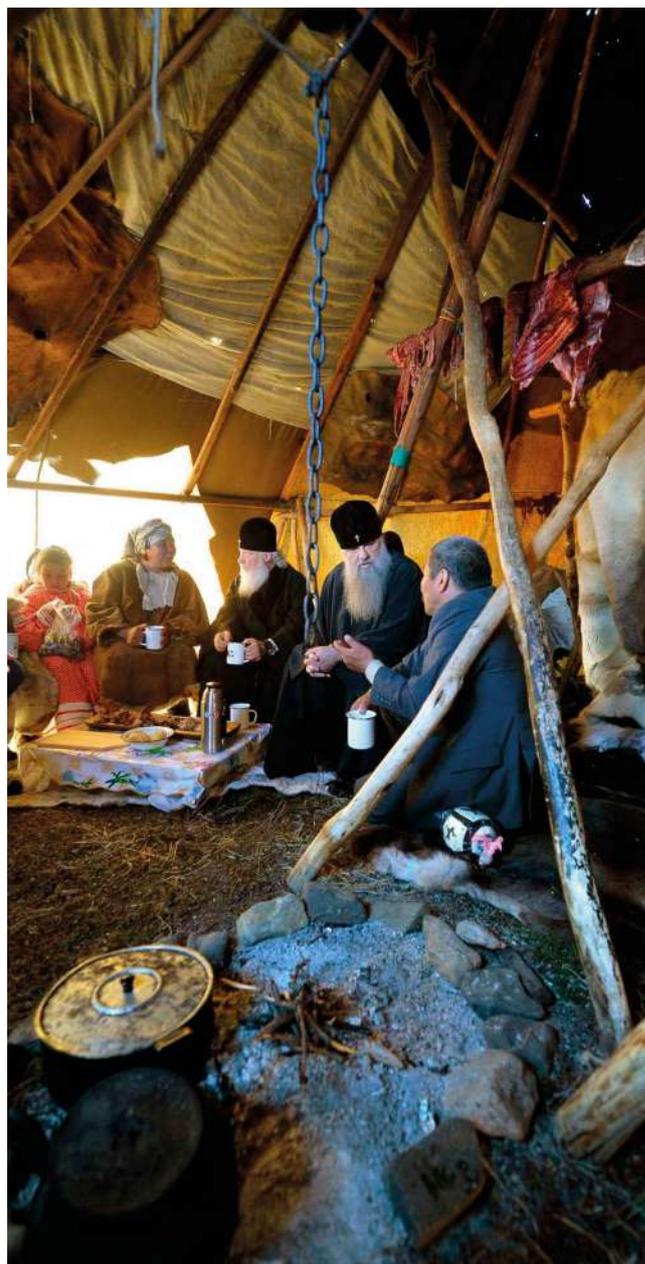


Рис. 22. Посещение патриархом Кириллом оленеводческой бригады в Канчаланском районе Чукотки

Итак, большинство фотографий официальной хроники всегда сюжетно построено одинаково: патриарх обязательно в центре внимания и действия, остальные присутствующие поданы как свита, а в изображении непременно присутствуют предметы или обстоятельства, указывающие на силу и мощь (физическую, механическую, мускульную). Они не принадлежат самому главе церкви, но в границах снимка очень органично с ним сочетаются, добавляя метафизическому багажу РПЦ МП вполне материальный вес. Исключения составляют фото, на которых предстоятель общается с детьми, чем-то напоминающие семейную хронику и отчасти снимающие проблему дистанции между высшим руководством церкви и мирянами (Рисунок 23).

В предлагаемом верующим и неверующим имидже патриарха как представителя православной церкви от религии остается только набор реквизитов: одеяния, литургические предметы, названия и имена. Все используемые для популяризации образа РПЦ МП приемы воспроизводят архаические принципы в формировании представлений о Космосе, чьи границы сакральны, а за их пределами находится Хаос. Пограничная зона в этих обстоятельствах выступает как точка для обязательного приложения усилий, в том числе и со стороны руководства Русской православной церкви. Представления о реальной роли русского православия в социокультурном пространстве страны, еще требующие значительных усилий со стороны исследователей, пресс-службой патриархии для массового зрителя заменяются социально-маркетинговым мифом, где роль действий политического характера играют формальное участие в общественно-политических мероприятиях, посещательно-присутственная активность и заверения в тесных связях с действительно значимыми политическими акторами.

Представленный видеоряд, разумеется, не охватывает весь набор связанных с православием сюжетов и персонажей, которые представлены в сети Интернет. В настоящее время по популярности с хроникой патриархии успешно соседствуют разного рода критические проекты, ставящие перед собой задачу акцентировать внимание массового зрителя на наиболее неприглядных сторонах жизни православного клира. Чаще всего

объектом внимания в них становятся либо чрезмерно полные священники, либо держащие в руках оружие (что запрещено каноном), либо позирующие в неприемлемых для обывателя обстоятельствах (Рисунки 24, 25).

Поскольку сам по себе снимок не дает возможности восстановить контекст его создания, предысторию возникновения сюжета, наблюдатель делает для себя наиболее очевидные выводы, портящие репутацию РПЦ МП в глазах части верующих, особенно слабоцерковленных, не представляющих себе ряд реалий приходской жизни. Православный клир и связанные с ним СМИ, конечно же, пытаются компенсировать негативный образ фотографиями неформального характера, с положительным настроением (Рисунок 26).



Рис. 23. Посещение патриархом Кириллом рождественского праздника в Государственном Кремлевском дворце



*Рис. 24. «Божественная зарплата: священнослужители получают больше, чем тюменские чиновники»*



*Рис. 25. Священник с пистолетом*



*Рис. 26. Представители церкви и снеговик, роль которого – очеловечивание официальной церкви*

При этом встречаются примеры использования откровенно рекламных стратегий, позволяющих воздействовать на мирян в формировании образа церкви более агрессивно (Рисунок 27).

Доля подобных «апологетических» материалов невелика, они размещены чаще всего на малоизвестных ресурсах или в закрытых группах, поэтому нет оснований утверждать, что они охватывают большую аудиторию и определяют параметры восприятия РПЦ МП. Впрочем, нельзя утверждать и то, что большинство православных верующих регулярно просматривает сайт патриархии и знакомится с его фотохроникой.

Стоит признать, что создаваемые дружественными по отношению к РПЦ МП средствами массовой информации мифоконструкты претендуют на широкомасштабное распространение, но в реальности могут воздействовать лишь на достаточно узкую социальную группу и пока не могут считаться значимыми в пространстве

конкурирующих между собой идей, идеологий и мифологем. Активное использование в религиозно-социальной рекламе приемов мифологического формирования представления о церкви и её руководстве как феномене ориентировано на повышение социально-политического статуса отечественного православия, пусть и на уровне декларации. За всем многообразием предлагаемых сюжетов, ситуаций и образов выстраивается, по словам Э. Гофмана, единая «ритуальная идиома» [Цит по: Штомпка 100], нацеленная на сведение общественного развития к единственной стратегии и унифицированному образцу, из которого недопустимо исключить православие как компонент. Восстановление идентичности россиян, задуманное к осуществлению на религиозных основаниях, фактически осуществляется на мифологическом базисе, который снова и снова разворачивает процессы самоосознания общества вспять.



Рис. 27. Рекламная фотография

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Захарова Н. Ю. Визуальная социология: фотография как объект социологического анализа // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2008. – Т. XI. – № 1. – С. 147–161.
2. Коначева С. А. Религиозная ситуация в постсоветской России: особенности процесса секуляризации // Трансформация идентификационных структур в современной России / Под ред. Т. Г. Стефаненко. – М.: Московский общественный научный фонд, 2001. – С. 82–105.
3. Митрохин Н., Сибирева О. «Не бойся, малое стадо!» Об оценке численности православных верующих на материале полевых исследований в Рязанской области // Неприкосновенный запас. – 2007. – № 1 (51). – С. 243–258.
4. Попова О. В. Фотография как объект политологического анализа // Вестник Санкт-Петербургского университета. – Сер. 6. – Вып. 1. – 2010. – С. 101–112.
5. **Рисунок 1.** Патриаршая служба в КСХС. Божественная литургия [Электронный ресурс]. URL: <http://www.patriarchia.ru/> (дата обращения: 01.12.2019).
6. **Рисунок 2.** Совместное служение предстоятелей и иерархов поместных православных церквей на Минском замчище по случаю 1025-летия Крещения Руси [Электронный ресурс]. URL: <http://www.patriarchia.ru/> (дата обращения: 01.12.2019).
7. **Рисунок 3.** Выступление патриарха Кирилла перед студентами высших учебных заведений Санкт-Петербурга в Ледовом дворце [Электронный ресурс]. URL: <http://www.patriarchia.ru/> (дата обращения: 01.12.2019).
8. **Рисунок 4.** Утреннее великопостное богослужение и установка «Большого» колокола на колокольню Свято-Данилова монастыря [Электронный ресурс]. URL: <http://www.patriarchia.ru/> (дата обращения: 01.12.2019).
9. **Рисунок 5.** Поздравление Президентом России В. В. Путиным патриарха Кирилла с годовщиной интронизации [Электронный ресурс]. URL: <http://www.patriarchia.ru/> (дата обращения: 01.12.2019).
10. **Рисунок 6.** Встреча патриарха Кирилла с председателем Палестинской национальной администрации М. Аббасом [Электронный ресурс]. URL: <http://www.patriarchia.ru/> (дата обращения: 01.12.2019).
11. **Рисунок 7.** Благодарственный молебен в Благовещенском соборе Кремля по случаю вступления в должность Президента России В. В. Путина [Электронный ресурс]. URL: <http://www.patriarchia.ru/> (дата обращения: 01.12.2019).
12. **Рисунок 8.** Встреча патриарха Кирилла с белорусским президентом А. Г. Лукашенко в рамках патриаршего визита в Республику Беларусь [Электронный ресурс]. URL: <http://www.patriarchia.ru/> (дата обращения: 01.12.2019).
13. **Рисунок 9.** Встреча патриарха Кирилла с президентом США Б. Обамой [Электронный ресурс]. URL: <http://www.patriarchia.ru/> (дата обращения: 01.12.2019).
14. **Рисунок 10.** Первосвященнический визит на Украину. Посещение зоны отчуждения Чернобыльской АЭС [Электронный ресурс]. URL: <http://www.patriarchia.ru/> (дата обращения: 01.12.2019).
15. **Рисунок 11.** Посещение патриархом Кириллом торжественного акта, посвященного 50-летию Российского научного центра хирургии [Электронный ресурс]. URL: <http://www.patriarchia.ru/> (дата обращения: 01.12.2019).
16. **Рисунок 12.** Встреча патриарха Кирилла с преподавателями и студентами МИФИ [Электронный ресурс]. URL: <http://www.patriarchia.ru/> (дата обращения: 01.12.2019).
17. **Рисунок 13.** Посещение патриархом Кириллом Тюменского президентского кадетского училища во время патриаршего визита в Тобольскую митрополию [Электронный ресурс]. URL: <http://www.patriarchia.ru/> (дата обращения: 01.12.2019).
18. **Рисунок 14.** Посещение патриархом Кириллом предприятия ОАО «Севмаш» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.patriarchia.ru/> (дата обращения: 01.12.2019).

- 19. Рисунок 15.** Посещение патриархом Кириллом расположения 76-й гвардейской десантно-штурмовой дивизии в рамках первосвятительского визита в Псковскую епархию [Электронный ресурс]. URL: <http://www.patriarchia.ru/> (дата обращения: 01.12.2019).
- 20. Рисунок 16.** Вручение патриархом Кириллом наград участникам мини-турнира по хоккею с мячом на Красной площади [Электронный ресурс]. URL: <http://www.patriarchia.ru/> (дата обращения: 01.12.2019).
- 21. Рисунок 17.** Первосвятительский визит патриарха Кирилла в Донецкую и Харьковскую епархии. Посещение стадиона «Донбасс Арена» в Донецке [Электронный ресурс]. URL: <http://www.patriarchia.ru/> (дата обращения: 01.12.2019).
- 22. Рисунок 18.** Посещение патриархом Кириллом рудника АО «Апатит». Кировск, Мурманская область [Электронный ресурс]. URL: <http://www.patriarchia.ru/> (дата обращения: 01.12.2019).
- 23. Рисунок 19.** Посещение патриархом Кириллом Центра подготовки космонавтов им. Ю. А. Гагарина [Электронный ресурс]. URL: <http://www.patriarchia.ru/> (дата обращения: 01.12.2019).
- 24. Рисунок 20.** Посещение патриархом Кириллом российской антарктической станции «Беллинсгаузен» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.patriarchia.ru/> (дата обращения: 01.12.2019).
- 25. Рисунок 21.** Патриарх Кирилл на острове Ратманова во время визита в Анадырскую епархию [Электронный ресурс]. URL: <http://www.patriarchia.ru/> (дата обращения: 01.12.2019).
- 26. Рисунок 22.** Посещение патриархом Кириллом оленеводческой бригады в Канчаланском районе Чукотки [Электронный ресурс]. URL: <http://www.patriarchia.ru/> (дата обращения: 01.12.2019).
- 27. Рисунок 23.** Посещение патриархом Кириллом рождественского праздника в Государственном Кремлевском дворце [Электронный ресурс]. URL: <http://www.patriarchia.ru/> (дата обращения: 01.12.2019).
- 28. Рисунок 24.** «Божественная зарплата: священнослужители получают больше, чем тюменские чиновники» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.tumenpro.ru/2019/04/15/bozhestvennaya-zarplata-svyashhennosluzhiteli-poluchayut-bolshe-chem-tyumenskie-chinovniki/> (дата обращения: 01.12.2019).
- 29. Рисунок 25** [Электронный ресурс]. URL: [https://syla.news/wp-content/uploads/2018/02/Syla\\_News\\_Vasyl\\_Melnychenko\\_Bratva.jpg](https://syla.news/wp-content/uploads/2018/02/Syla_News_Vasyl_Melnychenko_Bratva.jpg) (дата обращения: 01.12.2019).
- 30. Рисунок 26** [Электронный ресурс]. URL: <https://static.elitsy.ru/media/cache/3c/d8/3cd8107fe1ab2f4e34a8c587d351e599.jpg> (дата обращения: 01.12.2019).
- 31. Рисунок 27** [Электронный ресурс]. URL: [http://www.otsy.ru/upload/UserFiles/Otmotiv035\(1\).jpg](http://www.otsy.ru/upload/UserFiles/Otmotiv035(1).jpg) (дата обращения: 01.12.2019).
- 32.** Рязанова С. В. «Вот люди-то там стоят, а ты не можешь»: посещение церкви в современном пермском православном сообществе. – Пермь: Изд-во ПГИК, 2018. – 172 с.
- 33.** Рязанова С. В. Русское православие в современном обществе // Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения Российской академии наук. – 2014. – Т. 14. – Вып. 4. – С. 35–49.
- 34.** Савчук В. В. Философия фотографии. – СПб.: Изд-во СПб. ун-та, 2005. – 256 с.
- 35.** Филатов С. Б., Лункин Р. Н. Статистика российской религиозности: магия цифр и неоднозначная реальность // Социологические исследования. – 2005. – № 6. – С. 35–45.
- 36.** Штопка П. Визуальная социология. Фотография как метод исследования. – М.: Логос, 2007. – 168 с.



## ГЕНДЕР И ВИЗУАЛЬНЫЕ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Особое внимание к визуальной составляющей в политической борьбе, как считается, заложила избирательная кампания 1960 г. в США. Тогда впервые по телевизору демонстрировались предвыборные дебаты кандидатов в президенты, в ходе которых молодой и хорошо выглядящий Джон Кеннеди обыграл потеющего на камеру Ричарда Никсона [Greenberg 2009]. Безусловно, речевой фактор также сыграл немаловажную роль в победе Кеннеди, который умело провел дебаты, но именно на выборах 1960 г. внешний вид кандидата в президенты США вдруг сработал в качестве условия успеха или поражения (Рисунок 2).

Исследования визуальных репрезентаций, проводимые с тех пор, позволили говорить о «визуальном повороте» в гуманитарном знании. Благодаря ему внимание

ученых оказалось сосредоточено на символическом измерении власти, в котором визуальные знаки анализируются как посыл, несущий в себе любое политическое высказывание, будь оно в речевой или визуальной форме.

Важно при этом, что любое визуальное сообщение гендеризировано, иными словами, имеет гендерное измерение. Еще в середине XX в. американский исследователь И. Гофман сформулировал теорию гендерного дисплея, согласно которой внешний вид, мимика, жесты, одежда – всё это элементы сценария, реализуемого в процессе коммуникации и идентификации субъекта в качестве мужчины или женщины [Гофман 2001]. К. Уэст и Д. Зиммерман в статье «Создание гендера» обращали внимание на то, что успешная категоризация себе-



Рис. 2. The Kennedy-Nixon Debates in Public History

седника по признаку пола является первым условием эффективной коммуникации и описывали случай, когда коммуникация не состоялась в условиях невозможности определить пол собеседника [Уэст, Зиммерман 1997].

На основе теории И. Гофмана американский философ Дж. Батлер выдвинула теорию гендерного перформанса. Описывая гендер не как раз и навсегда данную идентичность, а как процессуальное явление – спектакль, автором которого является каждый человек, стремящийся предьявить обществу свою маскулинность или феминность, Батлер отказывала полу в додискурсивном характере и утверждала, что пол воссоздается человеком в процессе коммуникации [Батлер 2000].

Эти теоретические поля позволяют очертить значимость визуальных репрезентаций для женщин-политиков и задаться вопросом о том, как они разбираются с собственной принадлежностью к женскому полу и как репрезентируют её в своих визуальных образах. В теориях Гофмана и Батлер гендерный дисплей и гендерный перформанс не являются спектаклем, полностью самостоятельно конструируемым индивидом, поскольку общество ждет от него конформности и следования идеалам мужественности и женственности. В этом смысле гендерный перформанс женщины-политика позволяет увидеть зазор (если он есть) между ожидаемым со стороны общества образом и тем, как политик женского пола понимает свою гендерную идентичность и придает ли ей значимость в контексте собственной политической деятельности. Иными словами, можно задать вопрос: обращаются ли к собственному полу женщины-политики как важному политическому ресурсу или, напротив, дистанцируются от связи с ним, маркируя и подчеркивая свою (кажущуюся) нефеминность?

Дополнительную проблематизацию нашему анализу придает теория гегемонной маскулинности, согласно которой сила и власть в обществе традиционно сопрягаются с мужественностью, мужским началом, в то время как женское начало организовано «как адаптация к мужской власти и как подчеркнутое согласие с ней» [Коннелл 2015, 256]. Политика как «неженское» дело ставит участвующих в ней женщин в положение маргинала, оказавшегося не на своем месте, но нуждающегося в легитимации, в том числе визуальными средствами.

## **ФЕМИНИЗМ И ЖЕНСКИЕ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ: ВНЕШНИЙ ВИД КАК ПОЛИТИЧЕСКИЙ ВЫБОР**

Традиционная невидимость женщин (в прямом и переносном смысле) стала отправной точкой для активисток женского движения в их борьбе за равные права. Неудивительно, что в таких условиях внешний облик становился неким политическим символом: к началу XX в., когда суфражистское движение в Британии и США достигает своего пика, визуальные образы начинают восприниматься активистками борьбы за равные избирательные права как важный инструмент пропаганды. И, хотя митинги и демонстрации проводились феминистками с момента зарождения движения в середине XIX в., именно в начале XX в. их организация вышла на новый уровень, позволивший исследователям говорить о «женском спектакле» [Tickner 1987].

Так, активистки милитантского Женского социально-политического союза, возникшего в 1903 г. в британском Манчестере, превратили демонстрации в шоу, придавая им красочность и эффектность: на всех акциях суфражетки (так называли сторонниц союза) носили одежду алого (символ достоинства), белого (символ чистоты) и зеленого (символ надежды) цветов. Кроме костюмов известных женщин, среди них были также популярны национальные костюмы, флаги и символы (шотландки, ирландские вольники), рабочая одежда (фабричных работниц, врачей, учительниц), одежда заключенных.

Не отставали от своих заокеанских соратниц и американские суфражистки. Во время своих демонстраций они не только использовали костюмы Жанны д'Арк, Сапфо и других ярких героинь истории, но



*Puc. 3. Liberty and her Attendants in Front of Treasury Bldg. March 3, 1913*



*Puc. 4. Rothman L., Ronk L., Dullaway S. Colorized Photos from Early Suffrage Marches Bring Women's History to Life*



*Puc. 5. Zillman C. This Is Why Hillary Clinton Supporters Are Wearing White to Vote*

и создавали образы Свободы, Справедливости, Надежды и иных значимых для американского народа идей (Рисунок 3).

Американские активистки первой волны феминизма так же, как британки, использовали в своей одежде разные символические цвета, однако особенно активно одевались в платья белого цвета, символизовавшего женскую чистоту и искренность помыслов (Рисунок 4).

В этом плане логично, что белый цвет стал для американских женщин-политиков тем инструментом, кото-



*Рис. 6. Holland B. Woman in White: Hillary Clinton's Suffragette Tribute*



*Рис. 7. Spedding E. The significance of the white pant suit Hillary Clinton wore to accept her presidential nomination*

рый позволяет им почти столетие спустя отдавать дань своим предшественницам, добившимся предоставления женщинам США избирательного права. Когда в 1969 г. в Конгресс США впервые попала афроамериканка Ширли Чисхолм, она надела именно белое платье на празднование своей победы (Рисунок 5).

Через 15 лет первая женщина – кандидат в вице-президенты от одной из двух ключевых американских партий Джеральдин Ферраро также отдала дань белому цвету суфражисток (Рисунок 6).

Апелляцию к суфражистскому движению увидели и в одежде Хиллари Клинтон, когда в 2016 г. и на конвенции Демократической партии (Рисунок 7), и на третьих президентских дебатах она решила появиться в белых брючных костюмах (Рисунок 8). Не менее символично было то, что Клинтон появилась в белом и на инаугурации своего противника Дональда Трампа, что вызвало широкую волну критики со стороны женского сообщества за сексизм и антифеминистскую повестку.

Впрочем, в случае Клинтон символическим жестом является не только выбор цвета одежды, но и решение надеть брюки, которое она приняла с момента начала собственной политической карьеры и которому не изменяет почти 20 лет.



*Рис. 8. Caplan-Bricker N. Clinton Has Gotten Better at Baiting Trump with Every Debate*

Известно, что основоположница американского женского движения в XIX в. Элизабет Кэди Стэнтон уделяла серьезное внимание вопросу внешнего вида и одежды женщин и поддерживала движение за реформу женского платья, начатое Амелией Блумер. По имени последней были названы блумерсы – турецкие шаровары, которые феминистки середины XIX в. пропагандировали как удобную одежду, освобождающую женщину от сковывающих её движения викторианских юбок (*Рисунок 9*).

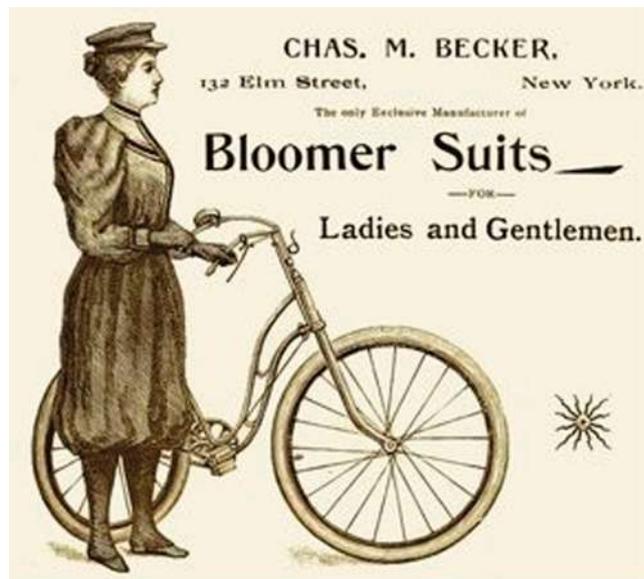
В 1850-х гг. блумерсы вызвали резкое неприятие общества, однако уже на рубеже веков стали неотъемлемой частью образа женщины-велосипедистки [Marks 2015], которая сама по себе была символом «новой женщины», не готовой безмолвно следовать доктрине сепаратных сфер и замыкаться в стенах дома (*Рисунок 10*). К этому моменту критику викторианского женского платья усилили медицинскими аргументами о его вреде женскому здоровью, однако большинство историков соглашаются, что движение за реформу женского платья всё же потерпело неудачу, так как действительные изменения в повседневной женской одежде начались не ранее 1920-х гг.



*Рис. 9. Bloomerism – An American Custom*

По аналогии с активистками первой волны феминизма участницы движения за женское освобождение 1960–1970-х гг. уделяли значительное внимание проблемам индустрии красоты и моды как инструменту патриархатного угнетения женщин. Известно, что одной из первых массовых акций американских феминисток второй волны стал протест против конкурса «Мисс Америка» в 1968 г., в ходе которого особое неприятие активисток вызвали одежда, обувь, макияж, названные инструментами женского угнетения. Описывая события 7 сентября 1968 г., журналисты сформировали миф о том, как феминистки сжигали бюстгалтеры [Dow 2003, 131], однако сами организаторы протеста оспорили эти утверждения впоследствии и заявили, что для предотвращения стычек с полицией отказались от идеи сжигать вещи и лишь бросали их (туфли на высоких каблуках, бюстгалтеры, швабры, пояса, кастрюли, сковородки и журналы Playboy) в большую мусорную корзину (*Рисунок 11*).

Таким образом, с момента своего возрождения в 1960-х гг. феминизм вновь стал подвергаться резкому осуждению индустрию моды, подчеркивающую зависи-



*Рис. 10. The Bicycle – Vintage Ads & Map*



Рис. 11. Freedom Trash Can, Miss America protest, Atlantic City, 1968



Рис. 12. Cochrane L. The Margaret Thatcher look: from the pearls to the handbag

мую женственность. Феминистки 1970-х гг. пошли еще дальше в критике требований к внешнему виду женщин: А.Дворкин писала, что и ношение западными женщинами каблучков, и китайский обычай бинтования ног есть инструменты универсальной системы мужского доминирования, в которой ограничивается физическая свобода женщины [Дворкин 2000, 26].

## ОТ БЕЛЫХ КОСТЮМОВ ДО ЛЕОПАРДОВЫХ ТУФЕЛЬ: ВИЗУАЛЬНЫЕ ОБРАЗЫ ЖЕНЩИН-ПОЛИТИКОВ В КОНЦЕ XX – НАЧАЛЕ XXI ВЕКА

Итак, феминистки второй волны (1960–1970-х гг.) полагали, что навязываемые модной индустрией женственные образы доказывали универсальный характер патриархата, и развенчивали «миф о красоте», выражаясь словами Н. Вульф [Вульф 2015]. При этом под влиянием феминизма всё большее число женщин начинали заниматься политикой и продвигались на значимые политические позиции, однако сталкивались не только с предубеждениями, но и с усиленным вниманием прессы к тому, как и во что они одевались.

Неслучайно поэтому женщины-политики во второй половине XX в. зачастую выбирали стиль одежды, маскирующий их принадлежность к женскому полу. Таким стилем стал стиль, получивший название *power dressing*, – стиль успешной женщины, которая предпочитает деловые костюмы, как бы стирающие её сексуальность для окружающих мужчин и, наоборот, подчеркивающие её профессионализм и целеустремленность.

Иконой и фактически родоначальницей этого стиля считается Маргарет Тэтчер, одежда которой стала каноническим примером *power dressing*. Надевая пиджак, являющийся изначально элементом мужского гардероба, Тэтчер, впрочем, всегда сопровождала его юбкой, призванной быть напоминанием о принадлежности премьер-министра к женскому полу (Рисунок 12).



Рис. 13. Body talk: You put your left leg in...

Исследователи отмечают, что выбор юбок, а также блузок и жемчужных ожерелий был сделан Тэтчер сознательно и преследовал цель смягчить её образ «железной леди», добавив к нему образ «домохозяйки» [Conway 2016]. Так или иначе, именно Маргарет Тэтчер заложила основы делового стиля, которым во многом пользуются женщины-политики и сегодня. Правда, в отличие от Тэтчер, значимые женщины-политики начала XXI в. (к примеру, Ангела Меркель и Хиллари Клинтон) предпочитают брючные костюмы, которые позволяют полностью сместить акценты с их внешности на их идеи (Рисунок 13).

Об этом пишет в своей книге 2017 г. Хиллари Клинтон, отмечая, что выбрала брючные костюмы в том числе потому, что они вынуждают людей (и прежде всего освещающих её компанию журналистов) сконцентрироваться на том, что она говорит, вместо обсуждения того, как она выглядит [Clinton 2017]. Впрочем, и такой стиль Клинтон вызвал задолго до президентской гонки 2016 г. бурю обсуждений и критики политика в недостаточной женственности, высокой стоимости одежды или неуместно ярких цветах. К примеру, в 2011 г. представитель модной индустрии Т. Ганн обвинил Клинтон в том, что она не может определиться со своей гендерной принадлежностью [Tim...], а Washington Post посвятила целую статью в 2007 г. костюмам Клинтон, иронизируя над их яркими цветами [Givhan 2007].

Обострение внимания к одежде Хиллари Клинтон предсказуемо произошло во время президентской гонки 2016 г., когда сторонники кандидата в президенты США создали группу в фейсбуке с более чем 2,5 миллионами подписчиков [Pantsuit ...], провели флешмоб на улицах Нью-Йорка и призвали голосовать за Хиллари, приходя на избирательные участки в брючных костюмах (Рисунок 14).

История с выборами 2016 г. убедительно демонстрирует, что брючный костюм Хиллари стал больше, чем выбор в сфере моды; он превратился в политический жест солидарности с женщинами, рискующими включиться в политическую игру и стать объектами критики за свой визуальный образ.

Клинтон формулирует в книге еще одну важную идею, объясняющую основное предназначение power

dressings: этот стиль призван продемонстрировать, что женщина, участвующая в политической гонке, и похожа на мужчин, и в то же время отличается от них (именно поэтому политики женского пола, к примеру, позволяют себе деловые костюмы более ярких цветов, чем мужчины) [Clinton 2017].

В то же время именно это стремление минимизировать внимание к факту принадлежности политика к женскому полу стало еще одним аспектом критики Клинтон, поскольку такой выбор можно расценивать как стремление подстроиться под стандарты визуальных образов, существующие в мужском политическом пространстве. В отличие от 70-летней Клинтон, многие более молодые политики женского пола предпочитают отстаивать свое право заниматься политикой – и не отказываться от своей женственности, или даже играть с ней.

Вопрос о том, можно ли быть политиком и не скрывать свою принадлежность к женскому полу, решается многими молодыми политиками совсем иначе: они отстаивают свое право на любовь к красной помаде, ярким волосам, коротким юбкам и высоким каблукам. Так, самая молодая избранная в Конгресс США представительница Демократической партии Александрия Окасио-Кортес (ей 29 лет) еще во время избирательной кампании отстаивала свое право вести себя и выглядеть так, как удобно ей. Она использует красную помаду, надевает дизайнерские наряды и даже приняла участие в фотосессии для интервью в костюме за три тысячи долларов (Рисунок 15), чем регулярно вызывает волны критики со стороны консервативных журналистов и политиков, обвиняющих её как политика с социалистическими взглядами в лицемерии.



Рис. 14. Kimble L. 'Pantsuit Power': Hundreds of Dancers Don Their Best Coordinates to Flash Mob



Рис. 15. A no-nonsense conversation between Alexandria Ocasio-Cortez and Kerry Washington



Рис. 16. Smith M. Theresa May vows to 'build a better Britain' in her first speech as Prime Minister, 2016

Впрочем, и среди политиков старшего поколения можно найти тех, кто отстаивает право женщины, включенной в политическую борьбу, интересоваться модой и одеваться не в соответствии с требованиями имиджмейкеров, а на основе собственных пристрастий. Самым ярким примером является Тереза Мэй, известная своими дизайнерскими нарядами и яркой обувью (Рисунок 16), которая заявила еще в 2015 г., что женщина может быть умной и любить наряды, что не должно мешать её карьере ["I am..."].

## ВЫВОДЫ

Итак, проблема визуального образа и в начале XXI в. стоит для женщин-политиков гораздо острее, чем для их коллег мужского пола. Представительницы женского пола неизбежно вынуждены вырабатывать свое отношение к тому, как выражать себя в публичном пространстве, в том числе в визуальной форме. Многие предпочитают стиль power dressing как вариант минимизации внимания к собственной гендерной принадлежности, однако влияние феминизма, как представляется, приводит к осмыслению женщинами-политиками их права быть самими собой и не уступать обществу в его желании обсуждать лишь внешний вид женщины-политика, а также заявлять о том, что визуальный образ – это собственный выбор женщины, который не может подвергаться сомнению или критике.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Батлер Дж. Гендерное беспокойство // Антология гендерных исследований: сб. пер. / сост. и коммент. Е. И. Гаповой и А. Р. Усмановой. – Минск, 2000. – С. 297–346.
2. Вульф Н. Миф о красоте: Стереотипы против женщин.– М., 2015.
3. Гофман И. Гендерный дисплей // Введение в гендерные исследования. Часть 2: Учебное пособие / Под ред. С. Жеребкина. – Харьков: ХЦГИ; СПб.: Алетейя, 2001. – С. 306–335.
4. Дворкин А. Гиноцид, или Китайское бинтование ног // Антология гендерных исследований: сб. пер. / сост. и коммент. Е. И. Гаповой и А. Р. Усмановой. – Минск, 2000. – С. 7–29.
5. Коннелл Р. Гендер и власть: Общество, личность и гендерная политика. – М.: Новое литературное обозрение, 2015.
6. **Рисунок 1.** Tuesday's Sun front page: Heel, boys [Электронный ресурс]. URL: [https://twitter.com/suttonnick/status/752616479032545281/photo/1?ref\\_src=twsrc%5Etfw](https://twitter.com/suttonnick/status/752616479032545281/photo/1?ref_src=twsrc%5Etfw) (дата обращения: 15.01.2019).
7. **Рисунок 2.** The Kennedy-Nixon Debates in Public History [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cla.purdue.edu/history/course/debate/kennedynixon/publchistory.html> (дата обращения: 15.01.2019).
8. **Рисунок 3.** Liberty and her Attendants (Suffragette's Tableau) in Front of Treasury Bldg. March 3, 1913. Washington, D. C. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.loc.gov/resource/mnwp.276006> (дата обращения: 15.01.2019).
9. **Рисунок 4.** Rothman L., Ronk L., Dullaway S. Colorized Photos from Early Suffrage Marches Bring Women's History to Life // Time. 2017. 8 March [Электронный ресурс] URL: <http://time.com/4643297/colorized-suffrage-photos/> (дата обращения: 15.01.2019).
10. **Рисунок 5.** Zillman C. This Is Why Hillary Clinton Supporters Are Wearing White to Vote [Электронный ресурс]. URL: <http://fortune.com/2016/11/07/hillary-clinton-vote-white/> (дата обращения: 15.01.2019).
11. **Рисунок 6.** Holland B. Woman in White: Hillary Clinton's Suffragette Tribute [Электронный ресурс]. URL: <https://www.history.com/news/woman-in-white-hillary-clintons-suffragette-tribute> (дата обращения: 15.01.2019).
12. **Рисунок 7.** Spedding E. The significance of the white pant suit Hillary Clinton wore to accept her presidential nomination // The Telegraph. 2016. 29 July [Электронный ресурс]. URL: <https://www.telegraph.co.uk/fashion/people/the-significance-of-the-white-pant-suit-hillary-clinton-wore-to/> (дата обращения: 15.01.2019).
13. **Рисунок 8.** Caplan-Bricker N. Clinton Has Gotten Better at Baiting Trump with Every Debate // Slate. 2016. 20 October [Электронный ресурс]. URL: <https://slate.com/human-interest/2016/10/at-third-presidential-debate-clinton-is-better-than-ever-at-baiting-trump.html> (дата обращения: 15.01.2019).
14. **Рисунок 9.** Bloomerism – An American Custom // The Punch. 1851. July – December [Электронный ресурс]. URL: <http://www.victorianlondon.org/punch/cartoon17.htm> (дата обращения: 15.01.2019).
15. **Рисунок 10.** The Bicycle – Vintage Ads & Map [Электронный ресурс]. URL: <https://www.abradeering.com/blog/2017/11/9/the-bicycle-vintage-ads-map> (дата обращения: 15.01.2019).
16. **Рисунок 11.** Freedom Trash Can, Miss America protest, Atlantic City, 1968 [Электронный ресурс]. URL: <https://repository.duke.edu/dc/wlmpc/maddc07063> (дата обращения: 15.01.2019).
17. **Рисунок 12.** Cochrane L. The Margaret Thatcher look: from the pearls to the handbag [Электронный ресурс].

URL: <https://www.theguardian.com/fashion/fashion-blog/2013/apr/08/margaret-thatcher-look-pearls-handbag> (дата обращения: 15.01.2019).

**18. Рисунок 13.** Body talk: You put your left leg in... [Электронный ресурс]. URL: <https://www.dailymail.co.uk/home/you/article-1236134/Body-talk-You-left-leg-in.html> (дата обращения: 15.01.2019).

**19. Рисунок 14.** Kimble L. 'Pantsuit Power': Hundreds of Dancers Don Their Best Coordinates to Flash Mob [Электронный ресурс]. URL: <https://people.com/politics/hillary-clinton-pantsuit-flash-mob-nyц/> (дата обращения: 15.01.2019).

**20. Рисунок 15.** A no-nonsense conversation between Alexandria Ocasio-Cortez and Kerry Washington [Электронный ресурс]. URL: <https://www.interviewmagazine.com/culture/a-no-nonsense-conversation-between-alexandria-ocasio-cortez-and-kerry-washington> (дата обращения: 15.01.2019).

**21. Рисунок 16.** Smith M. Theresa May vows to 'build a better Britain' in her first speech as Prime Minister // Daily Mirror. 2016. 13 July [Электронный ресурс]. URL: <https://www.mirror.co.uk/news/uk-news/theresa-vows-build-better-britain-8414680> (дата обращения: 15.01.2019).

**22.** Уэст К., Зиммерман Д. Создание гендера // Гендерные тетради. – 1997. – С. 94–124.

**23.** «Я Тереза Мэй, и я лучший кандидат на пост премьер-министра». Главой Консервативной партии Великобритании станет женщина // Коммерсант. 2016. 8 июля [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3035036> (дата обращения: 15.01.2019).

**24.** Clinton H.R. What Happened. New York: Simon and Schuster, 2017 [Электронный ресурс]. URL: [https://books.google.ru/books?id=ZgOXDgAAQBAJ&pg=PT116&lpg=PT116&dq=When+I+ran+for+Senate+in+2000+and+President+in+2008,+I+basically+had+a+uniform:+a+simple+pantsuit,+often+black,+with+a+colorful+shell+underneath&source=bl&ots=eARwIXnq7D&sig=0TyNTH2tW1yox8I2sKXuPEKHguc&hl=ru&sa=X&ved=2ahUKEwjg8\\_qi-97fAhUKliwKHb2FAZUQ6AEwA3oECACQAQ#v=onepage&q&f=false](https://books.google.ru/books?id=ZgOXDgAAQBAJ&pg=PT116&lpg=PT116&dq=When+I+ran+for+Senate+in+2000+and+President+in+2008,+I+basically+had+a+uniform:+a+simple+pantsuit,+often+black,+with+a+colorful+shell+underneath&source=bl&ots=eARwIXnq7D&sig=0TyNTH2tW1yox8I2sKXuPEKHguc&hl=ru&sa=X&ved=2ahUKEwjg8_qi-97fAhUKliwKHb2FAZUQ6AEwA3oECACQAQ#v=onepage&q&f=false) (дата обращения: 15.01.2019).

**25.** Conway D. Margaret Thatcher, Dress and the Politics of Fashion // The International Politics of Fashion:

Being Fab in a Dangerous World / Ed. by A. Behnke. London – New York: Routledge, 2016 [Электронный ресурс]. URL: [https://www.academia.edu/17645299/Margaret\\_Thatcher\\_Dress\\_and\\_the\\_Politics\\_of\\_Fashion](https://www.academia.edu/17645299/Margaret_Thatcher_Dress_and_the_Politics_of_Fashion) (дата обращения: 15.01.2019).

**26.** Dow B. J. Feminism, Miss America, and Media Mythology // Rhetoric & Public Affairs. 2003. Vol. 6. № 1. P. 131.

**27.** Givhan R. Wearing the Pants // Washington Post. 2007. 9 December [Электронный ресурс]. URL: <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2007/12/08/AR2007120801502.html> (дата обращения: 15.01.2019).

**28.** Greenberg D. Torchlight Parades for the Television Age: The Presidential Debates as Political Ritual // Daedalus. 2009. Vol. 138. № 2. P. 6–19.

**29.** “I am a woman and I like clothes and shoes”: Power-dressing Theresa May tells women they can have a career AND look good [Электронный ресурс]. URL: <https://www.dailymail.co.uk/news/article-3266372/I-woman-like-clothes-shoes-Power-dressing-Theresa-tells-women-career-look-good.html> (дата обращения: 15.01.2019).

**30.** Making Reputations. Power, Persuasion and the Individual in Modern British Politics / Ed. by Toye, R. and J. Gottlieb. London – New York: IB Tauris, 2005.

**31.** Marks P. Bicycles, Bangs, and Bloomers: The New Woman in the Popular Press. Lexington: University Press of Kentucky, 2015.

**32.** Pantsuit Nation [Электронный ресурс]. URL: <https://facebook.com/pantsuitnation11.8/> (дата обращения: 15.01.2019).

**33.** Tickner L. The Spectacle of Women. Imagery of the Suffrage Campaign, 1907-14. London, 1987.

**34.** Tim Gunn: Hillary Clinton dresses like she's 'confused about her gender' [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nydailynews.com/life-style/fashion/tim-gunn-hillary-clinton-dresses-confused-gender-article-1.161995> (дата обращения: 15.01.2019).

# ОБРАЗ ЖЕНЩИНЫ-ПОЛИТИКА В ЕВРОПЕ И РОССИИ

ЧАСТЬ III.  
СОВРЕМЕННЫЕ ПРАКТИКИ  
ВИЗУАЛИЗАЦИИ: ПОИСК ФОРМЫ  
И ДИНАМИКА СОДЕРЖАНИЯ

## ГЛАВА 8

Визуализация образа женщины в политике по-прежнему требует от женщины больше, чем от мужчины: нужно быть политиком, всё же оставаясь женщиной, – такова основная гипотеза этого небольшого исследования. Соответственно, для проверки гипотезы необходимо подтвердить или опровергнуть предположение, что в Европе с её политикой «бархатного треугольника» и *gender mainstreaming* внешность женщин-политиков имеет меньшее значение, особенно в её фемининной части, т. е. подчеркивании женственности, по сравнению с российскими женщинами-политиками. С другой стороны, подлежит доказыванию или опровержению мнение о том, действительно ли для российского избирателя важнейшее качество женщины-политика – внешние данные. На такое предположение наталкивает анализ различных российских сетевых ресурсов, которые пестрят фотографиями «самых красивых» и «самых сексуальных» женщин-политиков или же убеждают пользователей, что женщины-политики в Европе «страшные».

Для подтверждения или опровержения гипотезы было выбрано по 20 известных европейских и российских женщин-политиков. В их образах были выделены следующие параметры: наличие косметики, украшений и характеристики одежды (женственная, умеренно женственная или «унисекс»). При этом были проанализированы все фото, доступные в Сети (как правило, несколько десятков фотографий).

Баланс среди российских женщин-политиков выглядит следующим образом: 6 из 20 не пользуются косметикой; 5 из 20 не носят украшений; 5 одеваются в стиле унисекс.

При этом стоит отметить, что три женщины, полностью отказавшиеся от женской атрибутики, – это депутатки и космонавтки, «возрастные» В. Терешкова и С. Савицкая, а также губернатор Ханты-Мансийского округа Наталья Комарова. Не использует украшения и придерживается очень строгого стиля в одежде также депутатка Госдумы, бывшая прокурор Крыма Н. Поклонская.

Среди европейских женщин-политиков характеристики распределились следующим образом: из 20 только 2 не пользуются косметикой, одна пользуется, но умеренно; две не носят украшений, у одной они почти не заметны, три одеваются в стиле «унисекс»; у четырех одежда скромная, но подчеркивающая женственность. Среди европейских женщин полностью отказалась от всей женской атрибутики министр обороны Норвегии А.-Г. Стрем-Эриксен.

Как видим, европейские женщины-политики, как и российские, также не отказываются от своих женских атрибутов. И совсем не случайно, что и европейские женщины-политики, и российские постоянно попадают в списки «самых красивых» [например, Самые красивые...] и «самых сексуальных» женщин-политиков. Например, Колинда Грабар-Китарович, президент Хорватии, снимки которой в бикини стали достоянием общественности, часто заслуженно оказывается на первом месте в такого рода рейтингах, как по статусу, так и по внешним данным. С другой стороны, итальянская депутатка, вице-президент палаты депутатов Мария Розария Карфанья, хотя работала ранее в качестве фото-модели, но в парламентской деятельности, тем не менее использует свои внешние данные весьма умеренно, не подчеркивая их броской одеждой.

Особое внимание стоит обратить на женщин, занимающих ключевые позиции в мировой политике: канцлерин Германии Ангелу Меркель и премьер-министра Великобритании Терезу Мэй. Проанализируем, как выстраиваются образы этих наиболее влиятельных европейских женщин-политиков.

Стиль Ангелы Меркель подчеркнуто деловой. Она почти всегда в брюках, которые практически всегда сочетает с длинным одноцветным ярким жакетом. При этом А. Меркель всегда использует минимум украшений: бусы или цепочку. Косметику применяет очень дозированно (Рисунки 1 и 2).

Рис. 1. Ангела Меркель на саммите G20



Рис. 2. Ангела Меркель на саммите ЕС



Тереза Мэй не чурается ярких крупных аксессуаров. В её «арсенале» также бусы, ожерелья, платки. Она подчеркнуто броско одевается, пользуется яркой косметикой. Как отмечает специалист в области моды Ольга Трухина: «Одним из любимых цветов Т. Мэй является красный, и зачастую, собираясь на собрания Консервативной партии, она выбирает обувь именно этого цвета (в то время как официальным цветом партии тори является синий). Как признается сама Т. Мэй, это её невербальный способ противопоставить себя закостенелой политике своей партии» [Трухина] (Рисунок 3).

Рис. 3. Президент США Дональд Трамп приветствует Терезу Мэй в Белом доме, 27 января 2017 г.



Политики и все россияне, интересующиеся политической, также могли оценить невербальный язык британского лидера: «Для своей первой встречи в качестве премьер-министра с Президентом России Владимиром Путиным госпожа Мэй выбрала ярко-красный костюм и дополнила его дизайнерскими черными туфлями с красной вышивкой (Рисунок 4). Британская пресса тут же разгадала сообщение премьер-министра российскому лидеру: «Лучше вам со мной не связываться».

Аналогично на собрании партии, посвященном вопросу по выходу Великобритании из ЕС, премьер-министр

Рис. 4. Встреча Терезы Мэй с Президентом РФ Владимиром Путиным в Китае, 5 сентября 2016 г.



отдала предпочтение черным слипонам со стальными носками, как бы давая понять, что она не собирается менять собственных решений. По оценкам, в гардеробе Терезы Мэй насчитывается около 80 пар разной обуви (Рисунок 5), так что вскоре мы наверняка сможем составить подробный словарь её «политико-обувного языка» [Трухина].

И А. Меркель, и Т. Мэй, находясь на ключевых должностях в странах с мощными экономиками, которые оказывают влияние на ситуацию во всем мире, вынуждены коммуницировать главным образом с «мужским миром» – миром политики, бизнеса, оружия и военных. И в этом мире они сознательно тем или иным образом (через сдержанность в одежде или, наоборот, с помощью недоступных мужчинам ярких аксессуаров, бросающихся в глаза элементов одежды и обуви, оригинального стиля) подчеркивают женственность в своем облике. Внешний вид женщин-политиков – целая совокупность сигналов:

- я не стесняюсь быть женщиной и подчеркиваю это;
- я предлагаю заранее «прочитать» характер будущей коммуникации (переговоров, встречи, совместного брифинга и т. п.);
- для меня важнее то, как меня воспримут избиратели, а не партнер по встрече.

Рис. 5. Туфли Терезы Мэй



Список самых красивых российских женщин-политиков, судя по самым различным сетевым «конкурсам», как правило, традиционен. Отклонения в персоналиях значительными не являются. Из тех, кто является завсегдатаем конкурсного подиума [Ремизова], в перечень для сравнительного анализа были включены Татьяна Голикова, Валентина Матвиенко (Рисунок 6), Тамара Плетнева, Наталья Поклонская (Рисунок 7), Ольга Баталина, Ирина Яровая. При этом, по мнению специалистов, подчеркнуто женственно и стильно, а также в соответствии с современной модой выглядят В. Матвиенко, О. Баталина, И. Яровая. Кроме упомянутых женщин-политиков, были изучены образы и тех женщин-политиков, которые, во-первых, выступали в интернет-сообществе в качестве противоположности эталонам вкуса, меры и красоты, во-вторых, не обладают административным, депутатским или иным статусом, но могут быть отнесены к политической элите.



Рис. 6. Валентина Матвиенко на заседании комитета в Совете Федерации

Такие исключения и вполне допустимы, и необходимы. Дело в том, что, как правило, в интернет-конкурсы обычно включаются женщины, находящиеся у или при власти, то есть имеющие те или иные статусные позиции в правительстве или Федеральном Собрании Российской Федерации. Например, Ксению Собчак (Рисунок 8) вы на этих виртуальных конкурсах не увидите или увидите в единичных случаях, хотя она, несомненно, может быть названа эталоном хорошего женственного стиля и вкуса. Дело в том, что К. Собчак, во-первых, не имеет формального политического статуса, во-вторых, больше ассоциируется с миром шоу-бизнеса, чем с политикой, несмотря на её участие в выборах Президента РФ. Еще в меньшей степени эти «конкурсы» касаются женщин-политиков регионального уровня.

Среди женщин-политиков, вызывающих критику сатирического характера, – член Совета Федерации ФС РФ



Рис. 7. Наталья Поклонская на заседании Государственной Думы

Валентина Петренко, несмотря на возраст отличающаяся нестандартной прической, яркой косметикой, одеждой и обилием украшений (Рисунок 9).

С целью формализации сравнительного анализа визуального образа женщин-политиков были выделены следующие традиционно применяемые для создания образа «техники», которые были сведены в две таблицы (российские и европейские женщины-политики):

- использование косметики;
- наличие украшений (иных аксессуаров);
- стиль одежды.

Если первые две техники являются «измеряемыми», их можно визуально фиксировать, то показатель «стиль одежды» требует пояснений. Под стилем одежды для целей исследования и формализации будет пониматься «стремление подчеркнуть женственность». Например, В. Петренко, несмотря на всю спорность её образа, всё же сознательно стремится выглядеть женствен-

но. Правда, её женственность особого рода, но самого факта стремления подчеркнуть феминность это не отменяет. С другой стороны, постоянный участник виртуальных «конкурсов красоты» Н. Поклонская обнаруживает такое стремление гораздо в меньшей степени. Приверженность прокурорской форме, растрепанные волосы на грани отсутствия причёски, строгие цвета и т. д. – это всё Н. Поклонская. Возможно, это просто-напросто связано с молодостью и наличием по-женски привлекательного естественного образа, но по степени того, насколько эти женщины-политики уделяют внимание феминным чертам в своем образе, они являются во многом противоположностями.



Рис. 8. Ксения Собчак, кандидат в президенты



Рис. 9. Валентина Петренко на заседании Совета Федерации

# СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ВИЗУАЛЬНОГО ОБРАЗА РОССИЙСКИХ ЖЕНЩИН-ПОЛИТИКОВ

● - да    ○ - нет    Таблица 1

Фамилия, имя	Должность	Использование косметики	Наличие украшений	Женственный стиль в одежде
<b>Валентина Матвиенко</b>	Председатель Совета Федерации	●	●	●
<b>Татьяна Голикова</b>	Заместитель председателя правительства по социальным вопросам	○	●	●
<b>Эльвира Набиуллина</b>	Председатель Центрального банка России	●	●	●
<b>Вероника Скворцова</b>	Министр здравоохранения	●	●	○
<b>Ольга Васильева</b>	Министр просвещения	●	●	●
<b>Наталья Комарова</b>	Губернатор ХМАО	○	○	○
<b>Светлана Орлова</b>	Губернатор Владимирской области	●	●	●
<b>Марина Ковтун</b>	Губернатор Мурманской области	●	○	●
<b>Людмила Нарусова</b>	Член Совета Федерации	●	●	●
<b>Валентина Петренко</b>	Член Совета Федерации	●	●	●
<b>Ольга Баталина</b>	Депутат Государственной Думы	●	●	●
<b>Елена Драпеко</b>	Депутат Государственной Думы	●	●	●
<b>Елена Мизулина</b>	Депутат Государственной Думы	○	●	●
<b>Тамара Плетнева</b>	Депутат Государственной Думы	●	●	●
<b>Наталья Поклонская</b>	Депутат Государственной Думы	●	○	○
<b>Ирина Роднина</b>	Депутат Государственной Думы	○	●	●
<b>Светлана Савицкая</b>	Депутат Государственной Думы	○	○	○
<b>Валентина Терешкова</b>	Депутат Государственной Думы	○	○	○
<b>Ирина Яровая</b>	Депутат Государственной Думы	●	●	●
<b>Ксения Собчак</b>	Кандидат в Президенты РФ	●	●	●

# СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ВИЗУАЛЬНОГО ОБРАЗА ЕВРОПЕЙСКИХ ЖЕНЩИН-ПОЛИТИКОВ

● - да ○ - нет Таблица 2

Фамилия, имя	Страна, должность	Использование косметики	Наличие украшений	Женственный стиль в одежде
Ангела Меркель	Германия, канцлерин	●●	●	●
Тереза Мэй	Великобритания, премьер-министр	●	●	●
Кристин Лагард	Франция, директор-распорядитель Международного валютного фонда	●	●	●●
Федерика Могерини	Верховный представитель Европейского союза по иностранным делам и политике безопасности в Комиссии Юнкера	●	●	●
Кэтрин Эштон	Великобритания, первый Верховный представитель Европейского союза по иностранным делам и политике безопасности	○	●	●
Колинда Грабар-Китарович	Хорватия, президент (Рисунок 10)	●	●	●
Керсти Кальюлайд	Эстония, президент	●●	○	●●
Аленка Братушек	Премьер-министр Словении	●	●	●●
Даля Грибаускайте	Литва, комиссар Еврокомиссии по вопросам образования и культуры, бывший президент	●	●	○
Урсула фон дер Ляйен	Германия, министр обороны	●	●●	○
Жанин Хеннис-Плассхарт	Голландия, министр обороны	●	●	●●
Анне-Грет Стрем-Эриксен	Норвегия, министр обороны	○	○	○
Карин Энстрем	Швеция, министр обороны	●	●	○
Марин Ле Пен	Франция, депутат, лидер партии «Национальный фронт», депутат Национального собрания	●	●	●
Сара Вагенкнехт	Германия, депутат Бундестага, председатель партии «Левые»	●	●	●
Роберта Пинотти	Италия, сенатор, министр обороны	●	●	●●
Магдалена Огурек	Польша, депутат Сейма	●	●	●
Мара Карфанья	Италия, вице-президент Палаты депутатов	●	●	●●
Эрна Сульберг	Норвегия, премьер-министр	●	●	●
Эва Копач	Польша, депутат Сейма, бывший премьер-министр (2014–2015)	●●	●	●●

Как видим, несмотря на существенную разницу в подходах в отношении гендерного равенства в реальной политике, основные стили репрезентации образов женщин-политиков в России и Европе в принципе похожи и призваны подчеркнуть, что женщины-политики используют свою женственность как политический ресурс. Причем при сравнении стилистики гендерных репрезентаций бросается в глаза то, что стили женской репрезентации более актуализированы, чем стили репрезентации мужской.

Деконструкция патриархатных принципов и ролей [Гендерная реконструкция...], доминировавших в Европе практически до начала укрепления институтов Европейского Союза, позволяла зафиксировать наличие и в Европе гендерного разрыва, аналогичного тому, что существует сегодня в России. Последующее преодоление существующей дискриминации женщин [Обеспечение равенства...] привело к замене так называемой «стратегии Марса», которая актуализировала такие принципы, как, например, конкурентоспособность

[Abels, Mushhaben], что характерно для «клуба богатых мужчин-промышленников» [The Gender Politics...], на «стратегию Венеры», которая предполагает совершенствование персональных отношений и социальную инклюзию. Причем «стратегия Венеры» совсем необязательно касается только женщин-политиков, их признания, включения в существующие институты, но связана с общим изменением характера политического, которое стало иным, более ориентированным на договор, на медиацию, на коммуникацию.

Таким изменениям во многом способствовали новые принципы принятия решений в ЕС: многоуровневость, стремление к достижению консенсуса и, конечно, создание новых институциональных позиций, на которые женщинам было пробиться проще, чем в парламенты и правительства собственных стран. На смену «железному треугольнику» (политики, бюрократы, бизнес) пришел «бархатный треугольник», основанный на инклюзии, взаимопомощи и трансформации политического дискурса [Abels, Mushhaben].

Рис. 10. Колинда Грабар-Китарович (президент, Хорватия)



Это изменение характера политического способствовало увеличению числа женщин в национальных парламентах до 30 %, что считается критической массой, позволяющей эффективно добиваться гендерного равенства. Сегодня во многих странах Европы действуют национальные механизмы обеспечения гендерного равенства (министерства, советы), на предприятиях и в организациях есть уполномоченные по правам женщин, во многих партиях и в управлении крупным бизнесом есть женские квоты. Результатом стал серьезный рост числа женщин-политиков не только в органах представительной власти, но и во власти исполнительной. Сегодня женщины, занимающие должности глав государств, министров обороны, – европейская норма.

Растет представительство женщин во многих значимых европейских структурах. Более того, изменение политической реальности в гендерном отношении получило закрепление в международном праве. Так, в 1996 году были приняты основные принципы гендерной политики (gender mainstreaming) и рекомендация Европейского Совета «сбалансировать участие мужчин и женщин», а в 2000-м – антидискриминационные директивы. В итоге Европейский Союз превратился в прогрессивного лидера гендерного равенства, причем демонстрирующего, что нормативная деятельность ЕС обычно опережает национальные практики [Liebert, Siff].

В России пока ситуация иная. Здесь не создано ни одного институционального механизма, призванного хотя бы сгладить гендерное неравенство в политике. Программа поддержки женщин, принятая правительством в 2017 году, имеет декларативный характер, а потому не может быть выполнена. Более того, принимаются политические решения, способствующие усилению дискриминации: от декриминализации семейного насилия до ограничения репродуктивных прав (например, неделя тишины перед проведением операции прерывания беременности). Усиление традиционных религиозных конфессий с их дискриминационными практиками по гендерному признаку – также значимый фактор, обуславливающий периферийное положение женщин в российской политике. Отсюда низкая представленность женщин в политике. В настоящее время в Феде-

ральном Собрании Российской Федерации всего примерно 15 % женщин. Примерно такая же пропорция и в исполнительной власти федерального уровня.

Несмотря на такую существенную разницу в политических реалиях, образы женщин-политиков в Европе и России практически не различаются. Причин, скорее всего, несколько. Назовем две.

Во-первых, в Европе избиратели ожидают от женщин-политиков не только профессионализма, но и традиционных женских характеристик, которые ассоциируются с ролью матери, заботящейся о своих «детях» – избирателях. И женщинам-политикам необходимо с этим считаться. Такая гипотеза кажется оправданной в условиях роста патерналистских, левых, популистских настроений в европейской политике. С другой стороны, в России с её гендерным неравенством от женщин-политиков избиратели, наоборот, требуют не мягкости и женственности, а профессиональных, «мужских» качеств. В итоге и в продвинутой с точки зрения гендерных отношений Европе, и в «отсталой» в этом отношении России в образах женщин-политиков обнаруживается своеобразный баланс профессионализма и женских качеств. Вот только основания стремления к этому балансу различны.

Во-вторых, унификации образов способствует сам характер визуальной составляющей политической деятельности, которая может быть описана как совокупность публичных (презентационных, коммуникативных) актов. Проще говоря, там, где существует визуальная политика, там есть универсальные технологии визуальной репрезентации образов, в том числе образов женщин-политиков. В этом смысле появление политики, буквально первых проявлений демократии и публичности, а соответственно, и женщин-политиков в странах с традиционалистской культурой (таких как, например, Масуме Эбтекар в Иране, Исату Ньие-Саиди в Гамбии или Амаль Абдалла Аль-Кубейси в Объединенных Арабских Эмиратах), приводит к тому, что в их образах проявляется стремление к достижению баланса между профессионализмом и женственностью.

# БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Гендерная реконструкция политических систем / Ред.-сост. Н. М. Степанова, Е. В. Кочкина. – СПб., 2004.
2. Обеспечение равенства полов: политика стран Западной Европы: сб. ст. – М., 2000.
3. Ремизова М. Самые стильные женщины в российской политике [Электронный ресурс] // Комсомольская правда. Екатеринбург. 07.03.2017. URL: <https://www.ural.kp.ru/daily/26651.3/3670706/> (дата обращения: 28.02.2019).
4. **Рисунок 1.** [Электронный ресурс]. URL: <http://ivona.bigmir.net/beauty/news/453100-Den-rozhdenija-Angely-Merkel-stil-kanclera-Germanii> (дата обращения: 28.02.2019).
5. **Рисунок 2.** [Электронный ресурс]. URL: <https://fakty.com.ua/ru/svit/20170620-merkel-vystupyla-proty-izolyatsiyi-trampa-na-samiti-g20/> (дата обращения: 28.02.2019).
6. **Рисунок 3.** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.mirror.co.uk/news/politics/theresa-says-donald-trump-being-10063898> (дата обращения: 28.02.2019).
7. **Рисунок 4.** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bbc.com/russian/features-37275433> (дата обращения: 28.02.2019).
8. **Рисунок 5.** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.marieclaire.ru/karera/jenschinyi-v-politike-ot-zhenskoi-logiki-k-diplomatii-sumochki/> (дата обращения: 28.02.2019).
9. **Рисунок 6.** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nsk.kp.ru/daily/26651.3/3670706/> (дата обращения: 28.02.2019).
10. **Рисунок 7.** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gosrf.ru/news/37393/> (дата обращения: 28.02.2019).
11. **Рисунок 8.** [Электронный ресурс]. URL: [https://cs8.pikabu.ru/post\\_img/2017/11/16/7/og\\_g\\_1510827092243831921.jpg](https://cs8.pikabu.ru/post_img/2017/11/16/7/og_g_1510827092243831921.jpg) (дата обращения: 28.02.2019).
12. **Рисунок 9.** [Электронный ресурс]. URL: <https://rb.ru/article/evolyutsiya-pricheski-senatora-valentiny-petrenko-glazami-imidj-stilista/7470647.html> (дата обращения: 28.02.2019).
13. **Рисунок 10.** [Электронный ресурс]. URL: <https://lifeo.ru/wp-content/uploads/foto-prezidenta-horvatii-v-kupalnike-naplyazhe-27.jpg> (дата обращения: 28.02.2019).
14. Самые красивые женщины-политики [Электронный ресурс]. URL: <https://fishki.net/1788468-samye-krasivye-zhenwiny-politiki.html> (дата обращения: 28.02.2019).
15. Трухина О. Дипломатия сумочки: женщины в большой политике [Электронный ресурс] // Marie Claire – женский онлайн-журнал. URL: <http://www.marieclaire.ru/karera/jenschinyi-v-politike-ot-zhenskoi-logiki-k-diplomatii-sumochki/> (дата обращения: 28.02.2019).
16. Abels G., Mushhaben JV (ed.) Gendering in the European Union: new approaches and the old democratic deficits. Palgrave Macmillan, London. 2012.
17. Liebert U., Sifft S. Gendering Europeisation. Brussels: Petr Lang, 2003.
18. The Gender Politics of the EU/ Liebert U., Wolff J. (Hrsg.) Interdisziplinäre Europastudien. Wiesbaden: Springer VS, 2015. P. 309–322.

4

ТВОЯ ИЛЛЮЗИЯ

# ТВОЯ ИЛЛЮЗИЯ

*В рамках форума в мае 2018 года в Центре городской культуры был представлен широкой публике выставочный проект #ТвояИллюзия. Инициатором и куратором выставки выступил Дмитрий Москвин (Екатеринбург), координатором – Евгений Кутергин.*

*Выставка #ТвояИллюзия исследовала и представила зрителю визуальные аспекты формирования образов политиков в эпоху постправды. В центре внимания оказались участники регулярных соревновательных выборов из стран классической демократии.*

*На выставке были представлены работы художников: Алексея Илькаева, Леонида Ирхина, Кирилла Креста, Славы ПТРК, Егора Цветкова, Эллины Геннадьевны.*

*В сборе материалов и подготовке содержания выставки также приняли участие Виталий Ковин, Галина Козлова, Вячеслав Логинов, Павел Лузин, Марина Соколовская, Семен Суворов, Василий Туганов, Вячеслав Шубин.*

*Выставка была бы невозможна без вдохновившего на исследование Олега Борисовича Подвинцева, памяти которого был посвящен этот проект.*

В 2016 году Оксфордский словарь назвал «постправда» словом года. Термин этот настолько же медийный, насколько и глубоко интеллектуальный. В 2017-м британский словарь Коллинза выбрал «фейковые новости» в качестве словосочетания года. Мы оказались в мире, где факт может быть одновременно истинным и ложным, и, как утверждают исследователи, свыше 60 % читающих новости в социальных сетях не способны отделить фейк от правдивой информации. Неразличимость иллюзий и реальности вдохновляет художников, пугает обывателей и дает поводы политикам перестраивать свои отношения с гражданами.

Началом исследования выбран 2008 год, когда президентом США был избран Барак Обама. Его предвыборная кампания считается новаторской по насыщенности творческими решениями и применению

современных визуальных технологий. Тогда казалось, что политический мир претерпит изменения: власть станет прозрачной, политики будут больше времени уделять прямым онлайн-контактам с людьми, политтехнологи освоят язык дизайнера, а селфи политического деятеля в Instagram станет важнее протокольной съемки. В короткий срок уместились ожидание Twitter-революций в авторитарных странах и появление во главе мировой державы человека, регулярно позволяющего резкие высказывания в виде коротких твитов.

Социология фиксирует нарастающее в 2010-х годах разочарование в системе политического делегирования, усталость граждан от осторожных и изменчивых политиков. Интернет породил социальные сети, которые мгновенно мобилизуют и консолидируют большие массы людей. На место громоздких политических декла-

раций и партийных программ пришли емкие, звучные хештеги. И политики ищут способы, как адаптироваться к этой стремительно меняющейся реальности: научиться использовать её, не замечать или вмешаться и регулировать. И, казалось бы, ситуация в политике, в обществе постправды изменится кардинально. Но мир политики не развернулся на 180 градусов. Выставка показывает, что «мирная революция Обамы» в политических технологиях не стала мейнстримом. Скорее, очень небольшое число политиков готово следовать по этому пути и расширять список возможного.

И все же изменения налицо. Например, сегодня абсолютно точно можно сказать, причем с еще большей уверенностью, чем вчера, что завершение выборов больше не означает передышки. Политик обязан быть онлайн 24/7, превращаясь в героя сериального сюжета. Более того, сами сериалы, где постправда и реальность перемешаны часто до неразличимости, создают свой мир, который вполне пригоден для тестирования реальности в качестве некоего эталонного стереотипа. Например, мир американской политики вокруг выдуманного Фрэнка Андервуда из сериала «Карточный домик» может послужить основанием для анализа той политики, которую продолжают именовать реальной.

Сегодня новый дизайн носков премьер-министра Канады Джастина Трюдо обязательно будет запечатлен фотокамерой, и эти кадры будут волновать людей в разных странах больше, чем осторожные политические высказывания самого премьер-министра. И где мы найдем реального Трюдо? В его заявлениях или в стиле одежды? Шляпка Елизаветы II будут обсуждаться дольше, чем её заявления политического характера, а съемки свадьбы представителей королевской фамилии точно наберут больше лайков и просмотров, чем протокольные видеозаписи официальных приемов. Именно поэтому выставка не превращается в очередной музей «великих политиков», а ставит вопрос, что кроме слов и распечатанных из Instagram фотографий может быть архивировано после завершения политической карьеры политиков самых разных масштабов?

Сегодня мы можем сказать, что политики всё более иллюзорны и живут по законам стихийно формирующегося медийного жанра. Помогли ли нам 6,5 миллионов

цифровых фотоснимков, сделанных Питом Соузой за кулисами Белого дома, понять что-то о личности президента Барака Обамы и способах, благодаря которым он принимал то или иное политическое решение? Так ли нам важно знать, какую жизнь ведет депутат и может ли он широко улыбаться? Прозрачность и доступность власти, доверие к политикам и проводимому курсу остаются на периферии, уступая место тотальности иллюзорных конструктов, фейкам и манипуляции ценностями демократии. Иллюзии и реальность, видимость и истина: как их различить? Действительно ли миру является реальность или множасьее визуальное реальность лишь вуалирует?

И самое главное, в эпоху постправды вновь очень жестко встает извечная сложнейшая дилемма между моральным и политическим. Более того, она, судя по всему, приобретает новое звучание. Глобальный мир политиков – а теперь любой человек, вступающий в борьбу за власть, видим из любой части Земли, – не предлагает очевидных моральных лидеров, которыми оказался богат конец XX века. Новые правила политической игры формируются спонтанно, следом за развитием средств коммуникации. Несостоявшаяся революция откровенности, несмотря на визуальные прорывы в политике, позволяет задать главный вопрос: может быть, новая генерация политиков сейчас формируется на «глобальной улице»?

**Д. МОСКВИН,  
Л. ОРЛОВА**

15 МАЯ

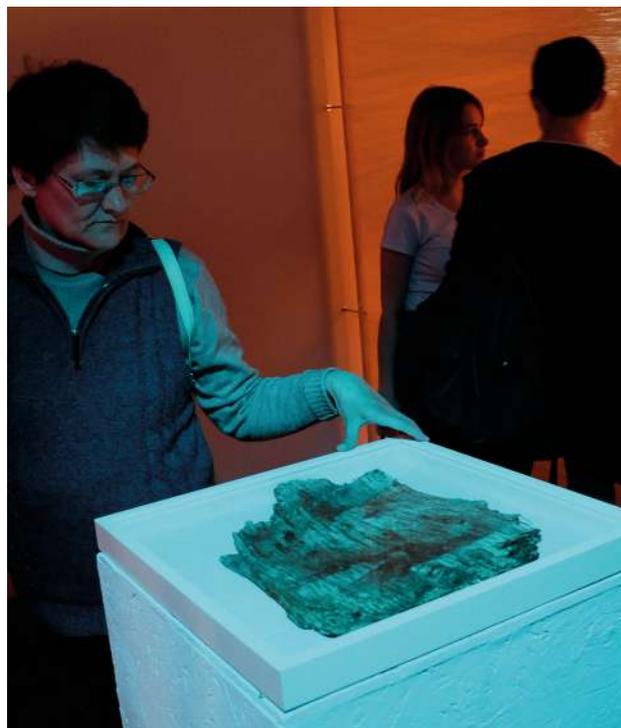
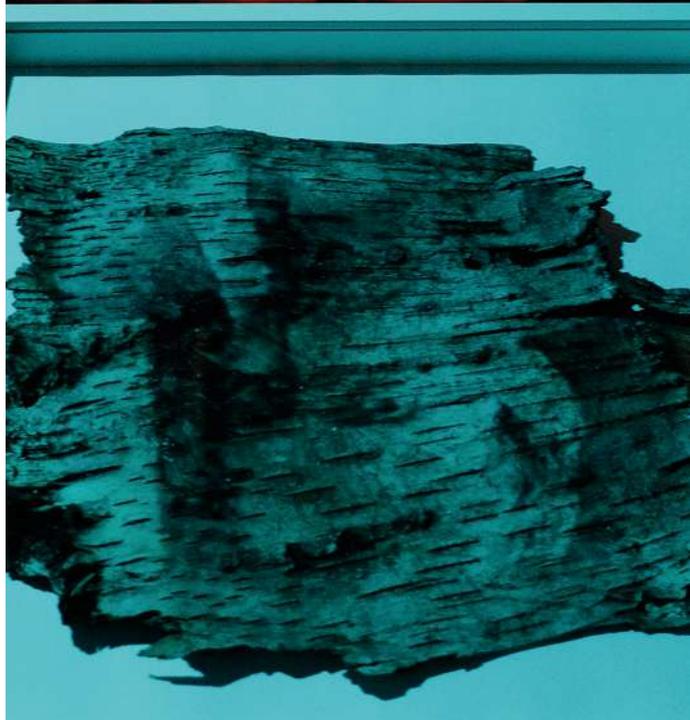
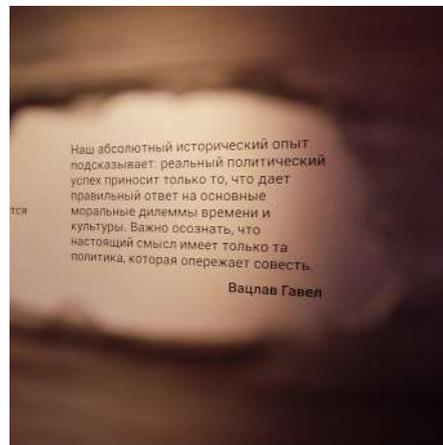
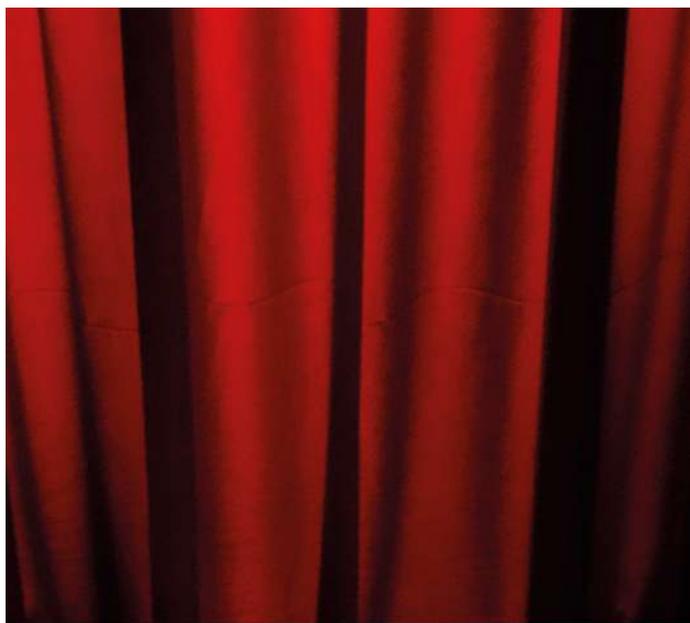
#ТВОЯИЛЛЮЗИЯ

5 ИЮНЯ

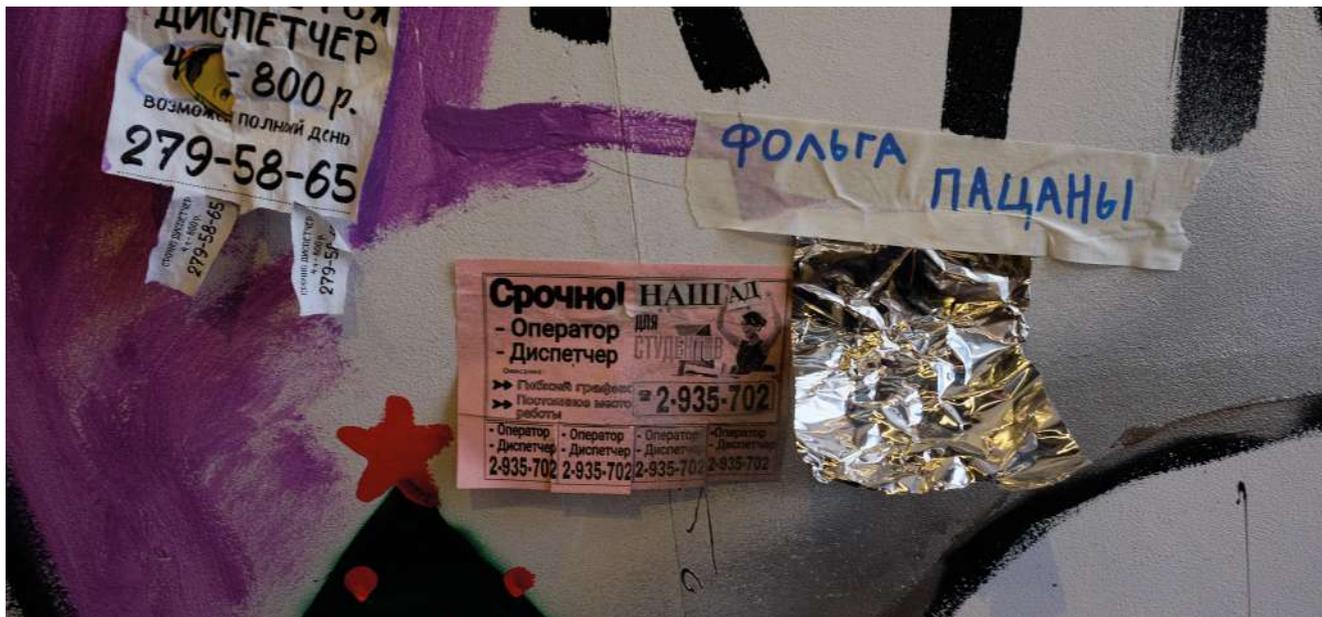














# ПОСЛЕСЛОВИЕ

Визуализация стала одной из важных характеристик современной культуры. Без создания зрительных образов, удобных для восприятия и понимания смотрящего, уже не обходится ни одна сфера человеческой деятельности, а не только художественное искусство, «зона ответственности» которого эта задача традиционно считалась. Примерам несть числа. В настоящее время приемы и методы визуализации широко используются в самых разных науках для зримого человеческому глазу представления изучаемых ими явлений или полученных числовых данных. Сегодня без детальной визуализации пространств и интерьеров практически невозможно представить на суд публики ни один архитектурный или градостроительный проект. Визуализация активно завоевывает всё большее место в журналистике, особенно в журналистике расследовательской, а также в журналистике, оперирующей большими данными. Текст всё чаще становится лишь пояснением к аккумулированным в картинке и предъявленным читателям разнообразным данным. С развитием информационных технологий наглядность стала универсальной педагогической методикой передачи социального опыта и знания. Компьютерная графика и современные технологии изменили культуру потребления, позволяя виртуально и визуально «примерить» практически любой товар перед его покупкой, от кухонного гарнитура до блузки. Визуализация эмоций и настроений стала неотъемлемой частью онлайн-коммуникаций. Визуализация стала широко используемым приемом «упаковки» и доведения до «широкой общественности» принимаемых властями управленческих решений, будь то «перевод на народный язык» городского бюджета или демонстрация приоритетов внешнеполитического курса страны.

От этой своего рода всеобщей визуализации не осталась в стороне и политическая сфера. Изучению визуальных проявлений политического и была посвящена эта монография. Материалы и результаты исследований, представленные в ней, позволяют различить несколько отличающихся аспектов визуализации политического или политической визуализации.

Во-первых, это своего рода «естественная», или «классическая», политическая визуализация, т. е. привычные и устоявшиеся способы наглядной репрезентации политических акторов, их идей и решений, свойственные давно сложившейся политической практике. К ним, например, могут относиться партийная и идеологическая символика, сформированный и растиражированный в предвыборной агитации образ кандидата, сама наглядная предвыборная агитация, политическая карикатура и многое другое. Всё это изначально создавалось с ориентацией именно на зрительное восприятие потенциальных потребителей: сторонников, противников, неопределившихся. Со временем менялись лишь технологии и способы визуализации политических посланий.

Во-вторых, это своего рода «инструментальная», или «технологическая», визуализация, где зрительный образ используется как удачный политехнологический прием или находка для более эффективной подачи политически и общественно значимой информации, традиционно представлявшейся в иных формах. Это могут быть, условно говоря, «программа партии в картинках», графическое выделение названия партии или имени кандидата в бюллетене, демонстративное облачение политика в одежду, отличающую его от политических конкурентов или презентующую какую-либо идею или ценность. Очевидно, что современный тип массо-

вой культуры и потребления информации стимулирует изобретение всё новых и новых визуальных приемов донесения политического послания до своего потенциального адресата: будь то власть, элита или рядовой избиратель.

Эти два аспекта представляют собой собственно политическую визуализацию, визуализацию политического как политическую практику, т. е. создание зрительных образов политиками и в политических целях. При этом существуют проявления визуализации политического и в самих политических исследованиях. Во-первых, с момента своего появления сами визуальные образы, созданные политическим акторами, их вариации и эволюция стали подвергаться исследовательскому истолкованию, стали предметом научных изысканий. Поскольку политика и политическое имеют свойство проникать во все сферы человеческой деятельности, в той или иной степени политизировать их, то политическое сравнительно легко обнаруживается не только в сугубо политических, но и в самых разнообразных иных визуальных социокультурных явлениях (монументальной архитектуре, мемориальных досках, спортивных значках и даже в популярных сериалах).

Во-вторых, визуализация может выступать методом проведения и презентации результатов политических исследований. Полученный или сконструированный исследователем визуальный образ (модель, схема, диаграмма и т. п.) является способом объяснения того или иного политического феномена или процесса. Такая «аналитическая», или «объяснительная», визуализация политического, с одной стороны, есть продукт политологического или иного социокультурного исследования, политической экспертизы и аналитики, но, с другой сто-

роны, она сама становится составной частью современной политики и способна оказывать влияние на практику визуализации политического.

Такого подхода неизменно придерживался инициатор форумов «Визуализация выбора» и «Визуализация политического» профессор Олег Борисович Подвинцев, который весьма успешно сочетал академический и политтехнологический виды деятельности, используя в политической практике как результаты научных исследований, собственных и своих коллег, так и актуальные визуальные решения. Авторский коллектив данной монографии надеется, что представленные результаты исследования различных аспектов феномена визуализации политического будут способствовать дальнейшему развитию прогрессивных практик в этой области.

*Игорь Кирьянов,  
доктор исторических наук, доцент, заведующий  
отделом по исследованию политических институтов  
и процессов Пермского федерального  
исследовательского центра Уральского отделения РАН*

*Константин Киселев,  
кандидат философских наук, доцент,  
депутат Екатеринбургской городской Думы*

*Виталий Ковин,  
кандидат исторических наук, старший научный  
сотрудник отдела по исследованию политических  
институтов и процессов Пермского федерального  
исследовательского центра Уральского отделения РАН*

# БЛАГОДАРНОСТИ

Издание монографии было бы невозможно без поддержки:

**НАДЕЖДЫ АГИШЕВОЙ,  
ФОНДА «НОВАЯ КОЛЛЕКЦИЯ»  
И ЦЕНТРА ГОРОДСКОЙ КУЛЬТУРЫ,**

депутата Пермской городской Думы  
**АЛЕКСАНДРА БУТОРИНА,**

общественного деятеля  
**КОНСТАНТИНА ОКУНЕВА,**

Московского бюро Фонда им. Фридриха  
Науманна

и лично **ГАЛИНЫ КОЗЛОВОЙ**  
(нашего партнера при проведении  
Второго пермского форума «Визуализа-  
ция выбора: политическая агитация как  
наука и искусство», материалы которого  
легли в основу данного издания).

Авторский коллектив также выражает  
благодарность за помощь в подготовке  
монографии доктору политических  
наук **ПЕТРУ ПАНОВУ** и коллекционеру  
**БОРИСУ ГАЛКИНУ.**

# ОБ АВТОРАХ

## **БЕДЕРСОН ВСЕВОЛОД ДМИТРИЕВИЧ**

кандидат политических наук, доцент кафедры политических наук Пермского государственного национально-го исследовательского университета

## **БЕЛОУСОВ АЛЕКСАНДР БОРИСОВИЧ**

кандидат политических наук, научный сотрудник Института философии и права Уральского отделения РАН

## **ВЕРШИНИНА ДАРЬЯ БОРИСОВНА**

кандидат исторических наук, доцент кафедры истории и археологии Пермского государственного национального исследовательского университета

## **КИРЬЯНОВ ИГОРЬ КОНСТАНТИНОВИЧ**

доктор исторических наук, доцент, заведующий отделом по исследованию политических институтов и процессов Пермского федерального исследовательского центра Уральского отделения РАН

## **КИСЕЛЕВ КОНСТАНТИН ВИКТОРОВИЧ**

кандидат философских наук, доцент, председатель Совета Уральской гильдии политических консультантов, депутат Екатеринбургской городской Думы

## **КОВИН ВИТАЛИЙ СЕРГЕЕВИЧ**

кандидат исторических наук, старший научный сотрудник отдела по исследованию политических институтов и процессов Пермского федерального исследовательского центра Уральского отделения РАН

## **КУЧАНОВ ИЛЬЯ СЕМЕНОВИЧ**

кандидат исторических наук, главный библиотекарь Государственной публичной исторической библиотеки России

## **МИХАЛЕВА ГАЛИНА МИХАЙЛОВНА**

доктор философии (Бременского университета), доктор политических наук, профессор факультета истории, политологии и права Российского государственного гуманитарного университета

## **МОСКВИН ДМИТРИЙ ЕВГЕНЬЕВИЧ**

кандидат политических наук, куратор выставки #ТвояИллюзия (2018 год)

## **ОРЛОВА ЛЮБОВЬ АЛЕКСАНДРОВНА**

программный директор Гражданских сезонов «Пермские дни памяти»

## **ПОТАПОВ ЕВГЕНИЙ ВЯЧЕСЛАВОВИЧ**

политический консультант, член Российской ассоциации по связям с общественностью, старший преподаватель Гуманитарного университета (г. Екатеринбург)

## **РУДЕНКО ВИКТОР НИКОЛАЕВИЧ**

доктор юридических наук, профессор, академик РАН. Институт философии и права Уральского отделения РАН

## **РЯБОВА ОКСАНА АЛЕКСАНДРОВНА**

кандидат политических наук, научный сотрудник отдела по исследованию политических институтов и процессов Пермского федерального исследовательского центра Уральского отделения РАН

## **РЯЗАНОВА СВЕТЛАНА ВЛАДИМИРОВНА**

доктор философских наук, доцент, ведущий научный сотрудник отдела по исследованию политических институтов и процессов Пермского федерального исследовательского центра Уральского отделения РАН

## **САЛМИН ЛЕОНИД ЮРЬЕВИЧ**

кандидат искусствоведения, профессор кафедры графического дизайна УралГАХУ, дизайнер, культуролог

## **СКИПЕРСКИХ АЛЕКСАНДР ВЛАДИМИРОВИЧ**

доктор политических наук, профессор кафедры философии и социальных наук ЕГУ им. И. А. Бунина

Уральское отделение Российской академии наук  
Пермский федеральный исследовательский центр УрО РАН  
Фонд поддержки культурных проектов «Новая коллекция»

Научное издание

## **ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО: ФЕНОМЕНЫ, СМЫСЛЫ, ПОТЕНЦИАЛ**

**Под ред. И. К. Кирьянова, К. В. Киселева, В. С. Ковина**

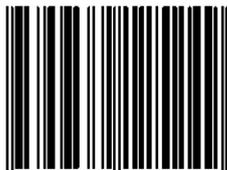
В. Д. Бедерсон – Гл. 2 (Ч. III); А. Б. Белоусов – Гл. 3 (Ч. I); Д. Б. Вершинина – Гл. 7 (Ч. III); И. К. Кирьянов – Гл. 2 (Ч. II), Предисловие, Послесловие; К. В. Киселев – Гл. 4 (Ч. III), Предисловие, Послесловие; В. С. Ковин – Гл. 3 (Ч. III), Предисловие, Послесловие; И. С. Кучанов – Гл. 5 (Ч. II); Г. М. Михалева – Гл. 8 (Ч. III); Д. Е. Москвин – Ч. IV; Л. А. Орлова – Ч. IV; Е. В. Потапов – Гл. 2 (Ч. I), Гл. 1 (Ч. III); В. Н. Руденко – Гл. 1 (Ч. II); О. А. Рябова – Гл. 4 (Ч. II); С. В. Рязанова – Гл. 6 (Ч. III); Л. Ю. Салмин – Гл. 1 (Ч. I); А. В. Скиперских – Гл. 3 (Ч. II).

Рекомендовано к изданию решением  
Объединенного ученого совета УрО РАН по гуманитарным наукам  
и Уральским отделением РАН.

Ответственные редакторы *И. К. Кирьянов, К. В. Киселев, В. С. Ковин*  
Руководители проекта *О. А. Рябова и Л. А. Орлова*  
Координатор *Р. И. Петрова*  
Корректор *С. В. Глотова*  
Дизайн и верстка *А. Н. Кузнецовой*

Подписано в печать 17.12.2019.  
Формат 63 × 82/12. Печать офсетная.  
Тираж 200 экз. Заказ №.  
Отпечатано в типографии «АСТЕР». 614064, г. Пермь, ул. Усольская, 15.

ISBN 978-5-7691-2524-9



9 785769 125249

**«Современный этап развития политики, политической рекламы, политических технологий отчетливо требует новых визуальных решений, в том числе в практиках визуализации идентичности и/или техник современного политического электорального дизайна. Старые визуальные технологии, конечно, будут еще некоторое время доминировать, но новое визуальное уже прокладывает себе дорогу. Так или иначе, простор для развития креативных технологий визуализации политического в современных российских условиях открывается. Ситуация, я уверен, будет меняться. Осмыслить «старые, но добрые» визуальные практики и определить пути для «визуального нового» – наша научная цель».**

*Олег Подвинцев (1962–2018),  
доктор политических наук, профессор*