

## КУЛЬТУРНЫЙ СЛОЙ

КРЕАТИВ

# Искусство политических пигмалионов

*В Музее советского наива работает выставка «Как сделать избирателя»*

Юлия Баталина

Это уже вторая выставка, кураторами которой являются екатеринбуржцы Марина Соколовская и Дмитрий Москвин: первым их детищем в Музее советского наива была ироническая выставка, посвящённая образу Ленина. Как и в тот раз, в нынешней экспозиции реальные образы наглядной предвыборной агитации перемежаются ироническими рефлексиями современных художников на тему выборов и предвыборной борьбы.

**П**о мнению кураторов, нынешние политтехнологи буквально «вяют» своего избирателя, влияя на его образ мыслей. Таким образом, технологии выступают в роли Пигмалиона, а избиратель — это такая Галатея, которую надо сначала слепить, а потом ещё обаять. С этой целью политтехнологи проникают буквально в каждую щель повседневной жизни потенциального избирателя. Первое проникновение происходит через почтовый ящик, поэтому неудивительно, что такой ящик встречает посетителей выставки у входа и затем ещё неоднократно появляется в экспозиции. Кстати, все ящики можно открывать и изучать содержимое.

Пробравшись в квартиру избирателя, политтехнологи расплзаются по всем комнатам. В гостиной, на журнальном столике, оставляют броширы, сборники стихов и даже романы, в телевизоре говорят на разные голоса. В гардеробной присутствуют в виде футболок, бейсболок и ветровок, на кухне оседают в виде самых разнообразных бытовых предметов, а также бесконечных продуктовых наборов и кулинарных рецептов (кураторов выставка очень веселит то, что кулинарный рецепт является самым популярным жанром в предвыборных спецвыпусках газет всех без исключения партий и кандидатов).

Проникают даже в детскую: пермские политтехнологи предоставили для выставки прелестные образцы школь-

ных дневников и азбук для первоклассников.

Кстати, участие действующих технологов — особенность этой выставки. Оказывается, многие из них коллекционируют образы наглядной агитации — как «за», так и «против», а некоторые даже собирают бюллетени! Они тоже присутствуют в экспозиции: благодаря екатеринбургскому технологу Константину Киселёву есть, например, бюллетень легендарного ельцинского референдума за сохранение Советского Союза.

Среди экспонатов чего только нет: тут и проездной от Сергея Южакова, и аптечка от Александра Флегинского, и крышка для домашних консервов от «Единой России», и шоколадка от «дяди Вовы» Плотникова.

Особый раздел выставки посвящён творчеству художников, которые в разные годы были задействованы на выборах. Имена тут на удивление громкие: и всеми любимый Леонид Тишков, автор комикса о Петре Субботине-Пермяке, и Александр Шабуров, половина знаменитого дуэта «Синие носы», и Арсений Сергеев, много работавший с молодыми художниками Перми.

Художники отличились, разумеется, в жанре политической карикатуры. Например, Тишков создал серию шаржей на кандидатов на пост президента, участвовавших в гонке 1996 года, при чём каждому поставил диагноз (по образованию Леонид — врач): например, Бориса Ельцина «беспокоит шум в голове, иногда меньше, иногда больше», а у Геннадия Зюганова «после еды икота, отрыжка, живот пучит, тянет вот здесь».

В экспозиции есть даже перформанс екатеринбургского художника Виктора Давыдова, представленный в видеозаписи. Художник запускал в Иsetь пенопластовые руки, поднятые, как для голосования, к которым были привязаны бутылки водки. Жаждущие прохожие реально бросались вылавливать шкалики, чуть до несчастного случая не дошло! Дмитрий Москвин сожалеет, что не сохранилась запись часовой передачи екатеринбургской телекомпании «ТАУ», целиком посвящённой этому перформансу.

Вообще, креатив 1990-х годов, который, по мнению кураторов выставки, был особо разнозданным и непредсказуемым, плохо сохранился, потому что



не появились ещё цифровые технологии. А нынешний креатив — не чета тогдашнему. В те далёкие годы пиаром, в том числе предвыборным, занимались по-настоящему творческие люди. Пришедшие им на смену современные технологии неожиданностей не любят, предпочитают проверенные методы. Да и избиратель, как показывает практика, лучше реагирует на привычное, чем на неожиданное.

Вопреки мнению о том, что кампании нового века куда скучнее, чем в 1990-е, на стене, на которой выставлены десятки предвыборных листовок 2000-х годов, тоже есть немало забавного. Например, календари из известной кампании Александра Колбина, где креативные технологии (говорят, их консультировал виднейший пермский социолог и культуролог Олег Лейбович) приделывали лицо кандидата персонажам картин русских живописцев-классиков: например, мальчику на картине Фёдора Решетникова «Опять двойка», а также всем бурлакам на картине Ильи Репина. Колбин в тот раз выборы проиграл.

Среди предвыборных плакатов — игривое приглашение молодёжи впервые прийти на выборы от имени Социал-демократической партии. Изображение нежащейся в постели парочки сопровождается слоганом: «Первый раз никогда не забудешь!» Молва приписывает этот креатив Игорю Аверкиеву, который пробовал заниматься политикой, пока не понял, что его истинное призвание — гражданская деятельность.

Есть и «антиреклама». Свердловские плакаты: «А. Чернецкий. Жизнь удалась» — вариация известной композиции, написанной чёрной икрой на фоне из красной икры, а также «Мама! Не голосуй за бандита!» — испуганная девочка заслоняется от невидимой угрозы. Кто этот бандит, понимал весь Екатеринбург — Евгений Ройзман, конечно. Креативщики из ройзмановской команды этот плакат очень любят, поскольку он не помог — Ройзман выиграл выборы мэра в 2013 году.

Пермский «чёрный пиар» представлен, например, легендарным выпуском

газеты «Центр» с красноглазым Павлом Анохиным. Этот безжалостный креатив Ирины Колущинской не спас тогда соперника Анохина Евгения Сапири: Анохин всё равно прошёл в Государственную думу. Впрочем, это не помогло ему выстроить дальнейшую политическую карьеру...

В этом развесёлом окружении прошёл круглый стол «Предвыборная агитация: между креативом и эффективностью» в рамках научного форума «Визуализация выборов», проведённого Пермским научным центром УрО РАН. Модератору — эксперту Центра ГРАНИ Константину Сулимову — повезло: собрались монстры, зубы и аксакалы политтехнологи, подначивать никого не приходилось, участники активно делились и личным практическим опытом, и общими соображениями.

Разговор начали студенты-политологи, поделившиеся анализом знаменитых мэрских выборов в Екатеринбурге в 2013 году. Среди кандидатов была, например, юная Анастасия Бакова. Кампания, придуманная для Анастасии её отцом Антоном Баковым — «демоническим политиком», по словам Дмитрия Москвина, строилась на том, что мэр Екатеринбурга «царствует, но не прав



вит», как английская королева, так почему бы не выбрать прекрасную девушку, у которой к тому же, как у настоящей королевы, есть собачка корги?

В кампании «согласованного кандидата» Якова Силина студенты нашли множество просчётов: претендент на кресло мэра пинал собственную фамилию на листовке, а также поддавался на многочисленные ловушки конкурентов, например в теленовости не смог сформировать две строчки (противником Силина был известный поэт Евгений Ройзман).

В кампании Ройзмана, который был кандидатом от «Гражданской платфор-

