

© 1996 г.

Д. А. ЛЕВЧИК

ПОЛИТИЧЕСКИЙ «ХЭППЕНИНГ»

ЛЕВЧИК Дмитрий Александрович - кандидат исторических наук, старший научный сотрудник кафедры современных политических процессов МГУ им. М.В. Ломоносова.

Митингами, забастовками и даже голодовками уже никого не удивишь. К ним стала «нечувствительна» местная и федеральная администрация. Ими «пресытились» пресса и телевидение. В этих условиях нельзя не заметить появления как бы новой формы политической борьбы - политического хэппенинга, юморины - театрализованного действия с юмористическим сценарием (зачастую - массового). Эта форма политического протеста большинством политологов считается «несерьезной», а потому практически не изучается.

Существуют объективные трудности исследования политических хэппенингов, поскольку источниковая база очень узка и весьма своеобразна. «Серьезная» пресса уделяет им крайне мало внимания (в основном на последней полосе). Правда, «Московские новости», «Россия», «Новая ежедневная газета», «Вятский наблюдатель», «Народная газета» и «Солидарность» не раз помещали о них заметки и даже статьи. Пишут же о хэппенингах склонные к мистификациям откровенно бульварные («Клюква», «Экспресс-газета»), популистско-развлекательные и даже полупорнографические издания («Плейбой», «Махаон»), которые признать достоверными и репрезентативными источниками информации невозможно. Однако, за отсутствием качественной информации, мы вынуждены использовать сведения указанных газет и журналов. Некоторые дополнительные данные использованы нами из интервью и бесед с представителями московского анархистского и леворадикального движения. Итак, перечислим известные нам внепарламентские политические хэппенинги:

«День кашки» - хэппенинг, организованный в 1991 г. в Самаре Обществом дураков (лидер П. Биктеев) после прорыва канализации и сброса в Волгу фекальных масс и нечистот в районе Тольятти. Члены Общества дураков вышли на набережную с лозунгами «встречи» и «провода» фекалий. Хэппенинг носил характер экологического митинга. Было привлечено внимание властей и общественности к проблеме чистоты вод Волги;

возложение венка к памятнику Ленина Обществом дураков в Самаре 22 апреля 1991 г. с надписью «Ленину от дураков». Произошло столкновение «дураков» с ветеранами КПСС, проводившими там же свой митинг. Хэппенинг «дураков» носил характер контрпропагандистского антикоммунистического митинга. В результате был сорван митинг коммунистов, а точнее он превратился в составную часть хэппенинга - потасовку; пикет, организованный в Москве в 1991 г. на пл. Свердлова

членами Инициативы революционных анархистов (ИРЕАН, лидер - В. Дамье) под лозунгом «Сбор средств на канонизацию Бориса Ельцина». Было собрано 1 руб. 74 коп. Реально пикетчики протестовали против популистского возвеличивания Б.Н. Ельцина; ежегодное купание, проводимое 29 сентября (начиная с 1992 г.) в Москве, в фонтане на пл. Пушкина, членов движения «Субтропическая Россия» (лидер - В. Прибыловский), посвященное «чудесному спасению Бориса из вод» (намек на известное падение Б.Н. Ельцина в реку). В последнее время купающимися являются также члены Партии любителей пива, КПСС им. Брежнева, Партии диктатуры плюрализма. Участникам купания присваивается титул «ельциненок» и имя Боря. Хэппенинг также носит характер антипрезидентского митинга; распространение в 1992 г. около Белого дома Единым Блоком Левых Организаций (ЕБЛО) листовок, призывавших к «штурму и обороне Белого дома» как к «почетной обязанности каждого советского человека». Листовки пародировали одновременно призывы движений «Демократическая Россия» и «Трудовая Россия». Попытку высмеять провокационное, ведущее к гражданской войне противостояние митингов демократов и коммунистов нельзя не считать антивоенной акцией; шествие по Арбату в Москве в 1993 г. членов Профсоюза фотомоделей и манекенщиц под лозунгом: «Модели не для постели!». Элементы эротического шоу (супермини юбки, вызывающий макияж и т. п.) не помешали провести правозащитную акцию;

«Второе пришествие Матиаса Руста» - запуск игрушечных самолетиков на Васильевском спуске около Московского Кремля в 1994 г. членами организации «Субтропическая Россия». Участники акции скандировали: «Руст! Прилетай! Грачев тебя заждался!». Хэппенинг принял форму антивоенного митинга; шествие по Москве в 1995 г. членов Партии свободной любви (лидер - О. Кузьмин) под лозунгом «Переплавим милицейские дубинки на презервативы!». Фактически правозащитная демонстрация протеста против милицейского произвола; «Катить бочку на Думу!». Так называлась антидумская акция, организованная Партией любителей пива в 1995 г. Члены партии действительно прикатили к Охотному ряду, д. 1, пустую бочку;

пикетирование в 1995 г. членами Партии любителей пива (Ялта) пивных, где, по мнению членов партии, были завышены цены на пиво. Распространялись листовки с указанием адресов пивбаров, продающих дешевое пиво. Это - явно консьюмеристская акция [1].

Таким образом, в перечисленных выше случаях мы встречаемся формально с юморинами, а фактически с экологическими, антивоенными, антикоммунистическими, правозащитными, антиельцинскими, консьюмеристскими, антипарламентскими акциями, то есть с серьезной политической акцией.

Главный элемент хэппенинга, осуществляющий единство его формы и содержания, - партия с юмористическим названием. Вроде бы, партия (это серьезно), а вроде бы - команда политического КВН (это несерьезно). Юмористический эффект достигается уже самим названием партии: Движение «Субтропическая Россия», ЕБЛО (Единый Блок Левых Организаций), Партия любителей пива, КПСС им. Брежнева, Партия диктатуры плюрализма, Партия свободной любви и т. п.

Наиболее яркий, на наш взгляд, пример - Партия любителей пива им. Авраама Линкольна (Казань). Какой диссонанс: партия, то есть политическое объединение, и вдруг - любителей пива, да к тому же имени выдающегося политического деятеля США, никакого отношения ни к пивоварению, ни к продаже пива, ни к городу Казани не имеющего!

Существование таких партий до 1990 г. нам неизвестно. Однако после октябрьских событий 1993 г. начинается просто «бум» создания такого рода партий. Наряду с упомянутыми заявляют о себе партии любителей бани, пельменей, майонеза, портвейна, рыбьего жира, пружинных постелей, Банановая партия, а также Партия бедноты и Партия соблазненных и покинутых [2].

Аналогов таким партиям на Западе практически нет. Существуют кое-где в Восточной Европе «любители пива» (Украина, Белоруссия, Польша, Чехия), да в Италии две известные порнозвезды М. Поцци и Чиччолина организовали свою партию - Партию любви.

В России «нашествие» на избирателей таких партий началось уже в 1993 г., причем реально, с антипарламентскими программами и лозунгами. В 1993 г. в Университетском избирательном округе Москвы собирались подписи за выдвижение лидера «Субтропической России» В. Прибыловского кандидатом в депутаты Государственной Думы. Программа Прибыловского, в частности, предполагала борьбу за «повышение среднегодовой температуры в России до + 20 градусов и снижение температуры кипения воды до + 50 градусов». Налицо очевидная пародия на предвыборные популистские программы.

Необходимого количества подписей Прибыловский не собрал. Однако в 1994 г. он повторил свою попытку с той же программой в Мытищинском избирательном округе. Результат тот же. Раздосадованный отсутствием юмора у мытищинцев, В. Прибыловский призвал их голосовать за «первого российского предпринимателя Павла Ивановича Чичикова». Вняв призыву лидера «Субтропической России», мытищинцы избрали своим представителем в Думу не менее известного предпринимателя СП. Мавроди [3].

В том же году в Петербурге гораздо большего успеха, нежели «Субтропическая Россия», добилась Антибюрократическая партия (лидер Р. Кагарманов). Партия выдвинула в Городское собрание не одного кандидата, а целый список. Горизбирком зарегистрировать список отказался, т. к. вместо фамилий в нем были указаны клички - Шуруп, Гвоздь, Болт и т. п. «Антибюрократы» заявили, что законодательство не запрещает вносить в список кандидатов политические псевдонимы и это не должно служить поводом для отказа в регистрации. Однако бюрократы горизбиркома не отреагировали на заявление «антибюрократов» [4].

Один из последних примеров электоральной активности «несерьезных партий» - формирование в 1995 г. в Москве инициативной группы по выдвижению в Государственную Думу супермодели Клаудии Шиффер (лидер Ю. Хипов) [5].

Наконец, апогеем предвыборной деятельности «политических юмористов» стало выдвижение трех избирательных объединений и блоков на выборах в Госдуму в 1995 г.:

1. Партия любителей пива (лидер - К. Калачев).
2. Предвыборный блок, включающий руководителей Партии защиты детей (Мира, Добра и Счастья), Партии «Русские женщины», Партии православных (Веры, Надежды, Любви), Народной христианско-монархической партии, Партии за союз

славянских народов, Партии сельских тружеников "Земля-матушка", Партии защиты инвалидов, Партии пострадавших от властей и обездоленных (формальный лидер блока - В. Дикуль. Ниже поясним, почему «формальный»).

3. Предвыборный блок, включающий руководителей Партии защиты пенсионеров и ветеранов, Партии искоренения преступности - законности и порядка, Партии защиты здравоохранения, образования, науки и культуры, Партии защиты молодежи, Объединения свободных профсоюзов, Партии справедливости, Партии охраны природы (формальный лидер блока - Джуна Давиташвили). Последние два блока (для краткости назовем их блоком Дикуля и блоком Джуны) ; достойны занесения в «Книгу рекордов Гиннеса» за наибольшее количество слов в их названиях. Первоначально в составе лидеров этих блоков планировалось присутствие известных комиков: Ю. Никулина (блок Дикуля), Е. Моргунова и Г. Вицина (блок Джуны).

По итогам голосования 17 декабря 1995 г. упомянутые объединения получили (в % от общего числа голосовавших): Партия любителей пива - 0,62; Блок Дикуля - 0,21; Блок Джуны - 0,47.

И это отнюдь не самые низкие результаты. В сравнение приведем результаты голосования по ряду известных и «серьезных» партий: ПРЕС (С. Шахрай) - 0,36; Социал-демократы (Г. Попов) - 0,13; Партия экономической свободы (К. Боровой) - 0,13.

Кроме этих трех «серьезных», юморные партии обогнали еще 5 менее известных, но достаточно «серьезных» объединений, например, Межнациональный союз.

Что же происходит? «Смеховизация», бульваризация политики? Выборы как юморина с участием миллионной массовки из избирателей? Чьи же интересы отражали «несерьезные» партии? Вопросов больше, чем ответов. Полностью наша источниковая база не дает ответа. Однако частично, проанализировав социальный состав федеральной части (первых 12 кандидатов) избирательного списка этих партий, можно ответить на последний из поставленных вопросов.

Итак, Партия любителей пива среди своих лидеров имеет 10 предпринимателей и 3 представителей творческой интеллигенции. Социальный состав лидеров блоков Дикуля и Джуны определять бессмысленно. Оба эти блока, по данным РТВ (см. документальный фильм «Мыльная опера»), сформированы одним человеком - бывшим депутатом Госдумы А.Р. Волковым (седьмой в списке блока Джуны), предпринимателем, против которого возбуждено уголовное дело за обман клиентов в крупных масштабах. Для него депутатский мандат - «сертификат» на неприкосновенность. Кстати, титул кандидата в депутаты позволяет также иметь неприкосновенность на срок проведения выборов, что было использовано А.Р. Волковым, который после неудачи «своих» блоков выдвинул себя кандидатом в Президенты России.

По данным «Собеседника» основной костяк аппарата Партии любителей пива долгое время работал в объединении «Предприниматели за новую Россию» [6]. Неужели «юмористические» партии используются предпринимателями для «прохода» в Госдуму? Однако, если проанализируем весь список членов Партии любителей пива, то увидим, что в нем не только 44 предпринимателя из 112 участников списка, но и 5 представителей властных структур, в том числе два члена правительства Республики Коми (заместитель министра промышленности и транспорта, заместитель министра по делам национальностей) и один член правительства Северной Осетии (заместитель министра жилищно-коммунального хозяйства). В Татарстане Партия любителей пива им. Авраама Линкольна в ходе выборов в местные органы власти в 1993 г. собирала подписи в поддержку кандидатов от блока «За гражданский мир и экономическую стабильность», в состав которого входило немало представителей властной элиты. А лидер Партии любви Е. Кондулайнен, по данным «Экспресс газеты», просила деньги на проведение фестиваля своей партии у министра правительства Москвы В. Ресина и не встретила отказа [7].

Все перечисленное заставляет предположить, что не только предприниматели, но и представители номенклатуры склонны поддерживать «политических юмористов». Почему? Может быть, они считают, что членство в «серьезных» партиях дискредитирует их? Может быть, проводят социальный эксперимент, рассчитанный на вовлечение в электоральный процесс части абсентеистов, называемых в просторечии «пофигистами»? Недаром, наверное, так активно использовался двумя блоками (ЛДПР и Партией любителей пива) в ходе предвыборной кампании сценический образ лидера группы «Дюна» В. Рыбина, эдакого «бодрячка-алкаша-пофигиста». Да и вообще с 1994 г. парламентскую культуру в России невозможно представить без элементов хэппенинга. Здесь и Марычев (ЛДПР) с его бесконечными передеваниями в зале заседаний Думы, и Боровой (ПЭС) с его предвыборными частушками. Можно вспомнить и юмористический клип «ЯБЛоко» («Маню я люблю, а за "ЯБЛоко" голосую», и клип ЛДПР («Без Вас был скучен (подчеркнуто мною - Д.Л.) этот мир, Владимир Вольфович, Вы - мой кумир!»). Мораль: политика ЛДПР, «ЯБЛока», Борового и т. п. - веселая! Даже агрессивный и провокационный «Бросок на Юг!» Жириновского выглядит в этом смысле как часть большого хэппенинга:

Омоем наши ноги
Усталые с дороги.
В Индийском океане!
Нам по пути...

А далее - развеселый припев.

Что за явление предстает перед нами? Использование политического хэппенинга для формирования «юмористических» партий - оборотней, отражающих интересы предпринимателей и номенклатуры? Российский вариант «новых правых»? Но как же тогда классифицировать консьюмеристские, правозащитные, экологические, антипрезидентские и антивоенные, традиционно левые акции - хэппенинги партий-«юмористов»?

В конце концов у нас нет оснований полагать, что все «несерьезные» партии связаны с предпринимательскими и правительственными кругами. Так кто же они? «Новые левые»? А может быть, перед нами совершенно новый уровень политического спектра [8], в который входят «несерьезные» группировки: от условно «новых левых» до условно «новых правых»? На наш взгляд, наиболее адекватно этому явлению соответствует понятие «смеховой» политический спектр. (Термин «смеховой мир» применительно к Древней Руси ввел Д.С. Лихачев. Под ним он понимал народную бытовую карнавальную культуру.) Партаптии «смехового» спектра - «смеховые партии» - как бы своеобразный общественный противовес псевдопартиям номенклатурного спектра (типа «Наш дом Россия»). Термин «партаптия», то есть объединение, порожденное партийной системой, но партией не являющееся, или являющееся ею формально, используется нами сознательно как антоним псевдопартиям, ложным партиям номенклатурного уровня и протопартиям (несформировавшимся партиям неноменклатурного уровня политического спектра). Поясним подробнее.

Появление в российской политической жизни номенклатурных псевдопартий - «партий власти», созданных «сверху» с целью удержания господства нынешними представителями правящих кругов, формирование имитативной идеологии номенклатурных партий, наконец, имитация «двухпартийности» (ПРЕС - «Выбор России» (1993), НДР - блок Рыбкина (1995), на самом деле признак кризиса партогенеза, партотобразования в России.

Общество следовало бы признать безнадежно больным, если бы оно откликнулось на лозунги и призывы номенклатурных псевдопартий. Но практически все они потерпели тактические неудачи. Большинство избирателей так или иначе голосовало

«против начальства». При этом неважно, было ли это «голосование ногами», бойкотирование выборов, голосование «против всех» или голосование за образ какого-либо оппозиционера. Важно то, что конформисты на выборах не победили ни в 1993 г., ни в 1995 г.

Однако наивно предполагать, что российский нонконформизм может принять только форму парламентской оппозиции. Нет! Скорее, на российскую политическую арену в качестве противовеса и оппонента партии-сеньору выйдет партия-буффон. Это явление будет базироваться на русском архетипе балаганного Петрушки – вечном оппоненте балаганного Городового. Именно на этом архетипе построено, например, позитивное общественное восприятие КПСС им. Брежнева (естественно - анекдотического, а не реального!) и тому подобных партий [9].

Номенклатурным псевдопартиям невозможно оппонировать на официальном, номенклатурном и даже парламентском уровне. Отсутствие финансовых средств не позволяет организовать оппозицию в России (не будем же мы считать оппозицией партию правительственного кадрового резерва - КПРФ). Псевдопартия власти может противостоять антивластная партия. Имитативную номенклатурную идеологию «бьет» только «смеховая» политическая декларация. Однако парадокс в том, что успех таких партия неминусом приводит к тому, что часть их ангажируется той же номенклатурной и близкими к ней предпринимательскими кругами.

Изложенное — всего лишь гипотеза о реальном месте «смехового» политического спектра в общественной жизни России. К сожалению, пока мы не можем поставить вопрос ни о генезисе «смеховых» партия, ни о соотношении деятельности этих партия и «карнавальная» юмористическая бытовая культура (или антикультура) народов России, ни о влиянии газетной политической сатиры на лексику и фразеологию «смеховых» политических объединений. Это предмет дальнейших исследований.

Мы всего лишь сформулировали гипотезу о наличии «смехового» российского политического спектра, функционировании в нем партия, которые являются основным стилевым элементом при организации внепарламентского политического хэппенинга - новой формы эффективной политической борьбы. При этом мы признаем периферийным характер этой формы борьбы. Главные же формы политической борьбы все же митинги, забастовки и голодовки. Однако при определенных условиях ситуация в России может сложиться таким образом, что политологам придется анализировать, скажем, «правизну» Партия любви и экстремизм Партия любителей майонеза!

«Расея! Дуровая зыкъ она...» (С. Есенин).

ЛИТЕРАТУРА

1. См.: Мегapolis-экспресс, 1995. №№ 24, 39; Экспресс-газета. 1995. № 20; Новая ежедневная газета. 1994. 12 окт.; Народная газета. 1994. 27 июля; Россия, 1994. 19 сент.; Вятский наблюдатель. 1991. № 8.
2. См.: Мегapolis-экспресс. 1995. № 16; 1996, № 11; Плейбой. 1995. № 3; Клюква. 1995. № 4; Моск. новости. 1994. № 64.
3. См.: Мегapolis-экспресс. 1995. № 24.
4. Голос. 1994. № 23.
5. Солидарность. 1995. № 16.
6. Собеседник. 1994. № 24.
7. Экспресс-газета. 1994. Ноябрь.
8. Левчик Д.А., Заславский С.Е. Особенности партотенеза в России // Вестник Моск. ун-та, Сер. 12. Политические науки. 1995. № 6. С. 47-54.
9. Чернышев А. Современная советская мифология. Тверь, 1992.