

Денисенко Кристиана

Скандалы, интриги, взаимные обвинения – 58-е выборы президента США больше похожи на эпатажное американское телешоу, чем на серьезное политическое мероприятие. Взаимные нападки кандидатов, безусловно, неизменная часть политической культуры «Нового света», но в этот раз представители основных американских партий превзошли самих себя. И не удивительно, в наше время политики все чаще делают упор на «зрелища», забыв, что людям нужен еще и «хлеб». Что показывают выборы 45-го президента Соединенных Штатов, и что остается за кадром политического реалити-шоу?

Общество спектакля: политическая игра

«Panem et circenses!» – эхом доносится до нас известное изречение времен падения Римской империи. Сегодня это выражение, которым поэт-сатирик Ювенал описывал суть политики патрициев и желания римского плебса, вполне может стать девизом американского общества потребления и его государственных деятелей. «Хлеб и зрелища» – вот основа современной массовой культуры. Более того, политика сегодня не просто определяет развлечения для народа, но и сама превращается в настоящее шоу. Американская президентская компания 2016 – яркое тому подтверждение. Скандальные разоблачения, жесткие нападки и тонны компромата – между кандидатами развязывается настоящая война за место в Овальном кабинете. А в войне, как известно, все средства хороши: от привлечения на свою сторону знаменитостей, до публичных обвинений оппонента в антисемитизме за безобидный пост в Twitter. Однако главным оружием в борьбе за электорат остается то, что сегодня называют «политическим имиджем». Успех политика во многом зависит от того, каким сформируется его образ в массовом сознании. Именно поэтому Карли Фиорина стала чаще улыбаться, Франсуа Олланд сменил гардероб, а Юлия Тимошенко избавилась от своей «фирменной» косы. Согласно французскому философу-марксисту Ги Дебору, подобная забота об имидже и стремление к жизни «напоказ» – настоящий бич общества, ориентированного вовне.

Книга Ги Дебора «Общество спектакля», написанная им в 1967 году, пророчески предупреждает о культуре, в которой люди больше озабочены тем, как их воспринимают другие, нежели тем, кто они есть на самом деле. По словам марксистского философа, ориентированность на визуальность, присущая «обществу спектакля», является не только главной его особенностью, но и огромным недостатком. Люди в таком обществе постоянно озадачены лишь транслированием выбранного ими образа, причем содержание этого образа становится несущественным. Все, что имеет значение – это привлекательность формы, а наилучшую площадку для «спектакля» представляют медиа.

Сегодня люди живут в эпоху информационного перенасыщения. Печатные издания и веб-сайты, телеканалы и каналы YouTube, социальные сети и тематические форумы находятся в постоянной борьбе за внимание многомиллионной аудитории, и политические передачи в данном случае – не исключение. Однако насколько эффективна конкуренция информационно-аналитической программы о сбалансированности бюджета государства, скажем, с финальным матчем Евро-2016, или последней серией Игры престолов? Для политической элиты США это был некий сигнал: нужно сделать политику интересней!

Современное общество окружено информационным пространством, где зрелище является проверенным средством для достижения успеха. А так как политические новости практически полностью потребляются гражданами через СМИ, грань между политикой и развлечением постепенно стирается. Тем более, большинство жителей «Нового света» интересуется не столько предвыборная программа кандидатов, сколько пикантные подробности их личной жизни, состояние банковских счетов и что они ели на завтрак. Французский философ Франсуа Дебри объясняет это следующим образом: «американцы не хотят читать или слышать о войне, сексуальном насилии, домашнем терроре или безработице. Они хотят гламурных историй, исключительных событий и громких

скандалов. Короче говоря, они жаждут развлечений». И если изначально предполагалось, что развлечения будут отвлекать граждан от суровых реалий политической жизни, то теперь политика стала некой пародией на саму себя. Тем не менее, именно в таком виде она как нельзя лучше и наиболее четко отражает истину. Несмотря на то, что Дональд Трамп и Хиллари Клинтон могут бесконечно искажать факты, есть некий элемент истины в их лжи. Однако здесь нужно сделать весомую оговорку: американскому обществу не нужна Истина, им достаточно проецируемого изображения того, что они хотят считать истиной. Американцы предпочтут голосовать за политика, воплощающего в себе реальность, в которую они хотят верить, нежели отдадут свой голос кандидату, который на самом деле отражает реальность политики. Как верно подметил Ги Дебор: «В мире, который перевернут с ног на голову, истина – лишь момент лжи».

«Агент Кремля» и поколение демократов

Несмотря на то, что предвыборная гонка в США по скандальности ничем не уступает российской передаче «Пусть говорят», американцам стоит помнить, что они выбирают не победителя телешоу, а президента республики. Быть главой государства – ответственная работа. На кону стоит будущее страны, и американские граждане должны принять серьезное решение: кому доверить свой завтрашний день? Традиционно главными фаворитами битвы за кресло президента являются представители Республиканской и Демократической партий. В 2016 основные политические партии Америки представляют эпатажный миллиардер Дональд Трамп и экс-первая леди США Хиллари Клинтон.

За Дональда «Дона» Трампа голосуют, прежде всего, белые малообразованные мужчины, представители рабочего класса с традиционными, «дедовскими» ценностями, которые не хотят проигрывать меньшинствам ту страну, которую они знают и любят. Тем не менее, как показывают реалии, «белая Америка» осталась в прошлом, и бизнесмен старой закалки Трамп, делающий ставку на традиционный республиканский электорат, выступает не в роли реального претендента на власть (о чем не упускают возможности упомянуть аналитики и эксперты), а в качестве пародийного образа, воплощающего ностальгию американцев по эпохе 1980-х. Однако, как показывают итоги праймериза и последних опросов, именно такой герой Соединенным Штатам сейчас и нужен. Трамп обещает американским гражданам снизить ставки максимального подоходного налога, ввести высокие пошлины на китайские товары и построить стену на границе с Мексикой. Разумеется, все эти действия, согласно видению республиканского кандидата, помогут «вновь сделать Америку великой». Что касается внешней политики, то в этой сфере стратегия Трампа кажется более размытой. Другими словами, у него нет определенной стратегии, скорее можно говорить о наборе интуитивных взглядов, которые включают легкую версию изоляционизма, отказ от превентивной войны и одобрение твердости духа российского президента. Последнее способствовало закреплению за Трампом прозвища «агент Кремля». Впрочем, у Дона Трампа много имен, среди которых немало связанных с Россией: «американский Жириновский», «русский агент», «кандидат Путина», «марионетка Кремля» и т.д.

К слову, нельзя не отметить нездоровую частоту упоминания России в американских СМИ в связи с предстоящими выборами. Мария Захарова, официальный представитель МИД России, подтверждает этот факт: «тема России стала одним из главных трендов предвыборной гонки США». И в этом, пожалуй, еще одна ее особенность. Россия тесно вплетена в политический дискурс американских СМИ в период выборов во многом благодаря старанию Трампа, который использует образ Путина даже в своих предвыборных роликах. Трамп симпатизирует решительности российского президента, признает Крым российским регионом и намерен сделать Россию тактическим партнером против «большого зла», которым республиканский кандидат считает Китай. О чем он, разумеется, не упускает возможности упомянуть, не стесняясь в выражениях. Трамп явно не ограничивает себя рамками политкорректности. Этим он уже успел настроить против себя республиканский истеблишмент, президента США Барака Обаму и даже самого Папу

Римского. Однако именно благодаря этой своей несдержанности «харизматичный Дон» более понятен простому американскому избирателю, который устал от словесных игр и виляния хвостом. Наивно полагать, что миллиардер всегда говорит то, что думает, но его непредсказуемость сдерживается разве что его прагматичностью.

Если американцы выберут эпатажного миллиардера главой государства, Трамп будет первым президентом без военного или правительственного опыта. Ему придется осваивать Белый дом с нуля. В политической элите он чужак, а чужаков, как известно, не любят. Без пяти минут экс-президент США Барак Обама скептически относится к выбору «красного слона». По его мнению, Республиканскую партию представляет не самый надежный человек: «хочется, чтобы кандидатом на выборах от республиканцев был тот, кто справится с работой в случае победы». Другое дело Клинтон, которая не просто знает, как работает вашингтонская машина, но и предстает неким гарантом статус-кво. «Она не собирается быть идеальным президентом, но кто будет?» – говорят сторонники Клинтон, большую часть которых, на удивление, составляет американская молодежь. Как показывают последние обзоры, половина американских избирателей моложе 35 лет отождествляет себя с демократами, и только 20% больше склоняются к республиканцам. Таким образом, слабость Трампа среди молодых избирателей не просто очевидна, но и в своем роде беспрецедентна. Она даже ниже, чем во время эры протестов молодежи против войны во Вьетнаме, когда в 1972 году Ричард Никсон смог заручиться лишь 32% голосов 18-29-ти летних избирателей. Помимо общей тенденции демократизации молодежи, стоит отметить, что некоторые молодые республиканцы также не уверены в своем выборе. Они мечутся между опасениями по поводу Трампа и поддержкой своей стороны.

Кризис доверия и возрастающая мощь третьих сил

Еще одной особенностью американских выборов 2016 года можно назвать высокий антирейтинг главных фаворитов гонки. И Дональд Трамп, и Хиллари Клинтон обладают отрицательным рейтингом, который на данный момент вдвое выше показателей их популярности. Подобное легко объяснить кризисом доверия избирателей к кандидатам. Так история, связанная с использованием экс-госсекретарем США личной почты для отправки конфиденциальных писем, а также тщательно скрывааемые от прессы и избирателей проблемы со здоровьем не прибавляют популярности Хиллари Клинтон. Помимо этого, Клинтон должна убедить своих избирателей, что все еще способна воплотить в жизнь основные пункты своей избирательной программы, а именно: улучшить экономику страны и выстроить успешную стратегию борьбы с терроризмом. Однако с учетом того, что она достаточно долго была частью правительства и не смогла достичь особых результатов, делают эту задачу проблематичной. Что же касается Трампа, то он сам по себе не вызывает доверия своим экстравагантным поведением.

Экс-глава ЦРУ и бывший директор АНБ США генерал Майкл Хейден выразил озабоченность касательно доступа любого из главных фаворитов выборов к государственным тайнам. По его мнению, оба кандидата неспособны с должным уровнем ответственности подойти к сохранности секретной информации. Он признается, что слабо понимает, как Трамп, никогда не имеющий дела с государственными тайнами и говорящий все, что придет ему в голову, будет распоряжаться конфиденциальными сведениями. О Клинтон, которая будучи госсекретарем, вела электронную переписку, он и вовсе отзывался скептически.

Однако это не первый случай, когда оба кандидата от главных партий США столкнулись с отрицательным рейтингом. В 1992 году во время 52-х выборов президента США подобная проблема стояла перед Уильямом Клинтоном и Джорджем Бушем-старшим. Общественность подозревала мужа Хиллари Клинтон Билла в сексуальной связи с другими женщинами, когда он работал в качестве губернатора штата Арканзас и уже был женат. Его противник Дж. Буш-старший также не вызывал доверия у кандидатов, так как согласился на повышение налогов, несмотря на свое заявление, которое он незадолго до этого сделал на съезде республиканцев: «читай по губам, никаких новых

налогов!». Тогда победить на выборах Клинтону отчасти помогло участие независимого кандидата на пост президента Росса Перо, который фактически отобрал 19% голосов у кандидата республиканской партии Дж. Буша-старшего.

Конечно, сегодня глобализация еще не способна сменить укоренившееся чередование республиканцев и демократов, но в наши дни у третьих кандидатов есть хорошая возможность повлиять на исход битвы. Так претендент от партии зеленых Джилл Стайн будет бороться за голоса левых демократов, которые не особо симпатизируют Клинтон. В особенности она будет бороться за свой родной Вермонт и за Массачусетс, тем самым испортив статистику Клинтон в этих штатах. А кандидат в президенты от либертарианской партии Гэри Джонсон, по мнению политических аналитиков, сможет отобрать у экстравагантного миллиардера Трампа значительную часть голосов, так как ориентируется в первую очередь на консервативные штаты. К тому же Джонсон больше нравится республиканским лидерам, чем их собственный претендент на власть Дональд Трамп. И если ему удастся одержать победу в своем штате, а Трамп и Клинтон не смогут набрать нужный порог выборщиков, то республиканцы, которым на сегодняшний день принадлежит большинство мест в парламенте, скорее всего, отдадут предпочтение Джонсону, нежели Трампу. Тем не менее, кандидаты второго эшелона вряд ли смогут забрать себе целый штат, или набрать больше нескольких процентов голосов. Однако у них совсем иная роль в этой политической игре. Третьи силы продолжают отбирать голоса у главных фаворитов гонки, и в чью пользу – еще вопрос.

«South Park»: сэндвич или клизма?

В эру информационных технологий транслировать свой «политический имидж» стало намного проще, как и доносить до потенциальных избирателей нужный посыл. Однако что в действительности формирует общественное мнение о том или ином кандидате? Реклама на билбордах, интервью в солидных изданиях, выступление перед избирателями или участие в популярных телешоу? А может, все гораздо сложнее, и отношение американцев к тому или иному кандидату в президенты формируют... мультфильмы?

В США мультипликационные сериалы смотрят не только дети и подростки, как это принято в России и странах СНГ, но и взрослые, состоятельные люди в возрасте от 30 до 40 лет. Конечно, речь идет не о детских мультиках вроде «Go, Diego!» или «Little People», а о мультфильмах для взрослых, таких как «Симпсоны», «Гриффины» и «Южный Парк». Причем, если говорить о политической принадлежности целевой аудитории, то «Гриффинов» охотней смотрят либералы, «Симпсонам» выражают большую симпатию консерваторы, а либертарианцы отдают свое предпочтение «Южному Парку». В свою очередь, создатели известных сатирических мультсериалов также придерживаются определенных политических взглядов и откровенно подыгрывают кандидатам от той или иной партии, не скрывая своей политической ангажированности и не стесняясь транслировать через своих персонажей откровенную пропаганду.

В разное время ядовитой критике мультипликационных героев подвергались Билл Клинтон, Джон Кэрри, Джордж Буш, Барак Обама и другие представители американского истеблишмента. Однако последние серии столь любимых американцами мультсериалов показывают, что выборы 2016 года, а вместе с ними Хилари Клинтон и Дональд Трамп удостоились особого внимания сатириков. Так первый выпуск юбилейного 20-го сезона американского мультсериала «Южный парк» посвящен самой горячей теме этой осени – выбору президента США. Сюжетная линия серии «Кандидат на выборах» развивается не только вокруг главных героев и их родителей, но и вокруг «сэндвича с фекалиями» и «большой клизмы». Иначе говоря, вокруг кандидата в президенты от демократов Халари Клинтон и радикального учителя мистера Гаррисона, чьим прототипом послужил Трамп.

Сначала создатели сериала Трей Паркер и Мэтт Стоун не воспринимали Дональда Трампа всерьез. В мультсериале даже был эпизод, где его мультяшное альтер-эго изнасиловали и убили, когда тот пытался стать президентом Канады. Но в новом сезоне «маргинальный кандидат» не просто жив и здоров, но еще и значительно опережает

своего оппонента по числу голосов. Тем не менее, у самого Гаррисона это вызывает неподдельное беспокойство, ведь никакой президентской программы у него нет, и мультяшный Трамп не имеет ни малейшего понятия, что делать в случае победы.

Образы «сэндвича» и «клизмы» появлялись еще в 808 эпизоде «Южного парка», который вышел в 2004 году накануне выборов президента США и является их сатирическим отражением. В эпизоде «Douche and Turd» 55-е выборы президента сравниваются с выбором талисмана школьной спортивной команды. И хотя оба варианта откровенно непривлекательны, дети активно за них голосуют. Все, кроме одного мальчика, который отказывается принимать в этом участие. Тогда ему доходчиво объясняют, что такова жизнь: хочет он того, или нет, но ему придется сделать свой выбор. Таким образом, «Южный парк» высмеивает не столько определенных кандидатов и политических деятелей, сколько саму избирательную систему США в целом. И совершенно неважно, кого создатели «Южного Парка» называют «клизмой», а кого – «сэндвичем», мораль остается неизменной: иногда меньшего из зол просто не существует.