

Ю.Д. Михайлова

Премьер-министр Коидзуми Дзюнъитиро в политической карикатуре — к вопросу об особенностях современной японской карикатуры

Статья ставит вопрос о возможности использования политических карикатур как материала для исследований на основе анализа карикатур на бывшего премьер-министра Японии Коидзуми Дзюнъитиро за июль–сентябрь 2005 г., когда он боролся за законопроект о реформе почтовой системы. В статье делается вывод о том, что в отличие от телевидения, которое стремится создать привлекательный образ политиков, политические карикатуры в силу своих жанровых особенностей смотрят на политиков более критически. Однако в послевоенном японском обществе, где преобладают ценностные установки на согласие и конформизм, политические карикатуры утратили функцию сатиры и стали средством развлечения. Их ирония относится только к стилю поведения политиков, но не к сущности проводимой ими политики. В этом смысле японские карикатуры «вписываются» в современный политический стиль «перформанса».

Ключевые слова: японская политическая карикатура, театрализация политики, почтовая реформа, Коидзуми Дзюнъитиро.

Введение

Политические карикатуры редко используются при изучении и исследовании Японии. Тем не менее они порой содержат информацию, которую трудно получить из материалов исторических архивов, оценок экспертов и даже на основе опросов общественного мнения. Через карикатуры можно увидеть мгновенную реакцию на политические события на уровне повседневности, по-новому взглянуть на те или иные исторические и современные процессы.

В последнее время мы наблюдаем такое явление, как изменение политического стиля (*restyling of politics*), и это, как нам представляется, имеет отношение к настоящему и будущему жанра политической карикатуры. Изменение политического стиля видится прежде всего в том, что рациональная аргументация вытесняется эстетизацией, а политические деятели, стремясь завоевать поддержку масс, все активнее заимствуют технологии театрального представления. В этом им охотно помогает телевидение, сосредоточиваясь при показе политического процесса на персоне, личности политика. Последние же принимают стиль поведения, свойственный звездам массовой культуры¹. Это явление воспринимается разными людьми по-разному (Simons, 2003). Одни сетуют на деградацию интеллектуальности и засилье низкопробной культуры. Другие признают, что в наш век, отягощенный информацией, визуальное упрощает процесс познания и люди все чаще и чаще вынуждены мыслить

¹ Считается, что начало участия телевидения в формировании образов политических лидеров приходится на время Р. Рейгана и М. Тэтчер.

образами. Третьи видят в распространении телевизуальности новые возможности для развития демократии. Так, английские исследователи Дж. Корнер и Д. Пелс пишут: «Там, где политика достигает высокого уровня театрализации, предлагая зрителям увлекательные сюжеты и яркие личности, а не идеологическое противостояние... политический интерес и энтузиазм избирателей значительно возрастают» (Corner and Pels, 2003, p. 2).

Политическая карикатура находится как бы на стыке двух культур — массово-развлекательной и интеллектуально-критической. Когда в середине XVIII в. карикатуры стали появляться в газетах, их задача состояла прежде всего в том, чтобы высмеивать власти предрержащие, и нередко они играли роль катализатора политических дискуссий. Достаточно вспомнить, что карикатуры Шарля Филиппона и Оноре Домье на Луи-Филиппа обладали настолько острой сатирической направленностью, что они не только запрещались цензурой, но их авторы подвергались тюремному заключению. В авторитарных государствах политическая карикатура стала важной частью пропаганды, использовалась как средство борьбы с внутренними и внешними врагами. В то же время «смеховой арсенал» карикатуры черпался во многом из массовой культуры балаганов, уличных представлений, повседневных шуток, анекдотов, комических стишков.

В настоящее время некоторые карикатуристы и критики, особенно в США, предостерегают наступление конца века газетных политических карикатур, которые до сих пор были средством выражения политического мнения (Davies, 2004; Danjoux, 2007, p. 245; Hayden, 2005, p. 137). Это отнюдь не означает, что люди перестали любить и ценить карикатуры. Наоборот, они часто считаются самым интересным материалом в газетах. Однако в связи с большим разнообразием средств массовой информации газетам приходится бороться за свое место на рынке СМИ с бесплатным и кабельным телевидением, радио и Интернетом. Молодежь получает сейчас свое первое крещение в политике скорее через Интернет, чем через газеты, как это бывало раньше.

Другая проблема состоит в том, что в связи с коммерциализацией в наши дни всего и вся газеты стали одной из разновидностей «товара», а читатели — «покупателями». Как считает американский карикатурист Мат Дэвис, обладатель высшей журналистской награды — Пулицерской премии за 2004 г., в основе работы хороших профессионалов-карикатуристов всегда лежат гнев и недовольство тем, что происходит (McClure, 2004, p. 11). Другими словами, ирония и сатира должны быть незаменимым оружием карикатуристов. Однако в наш век политической корректности сфера допустимых символов чрезвычайно сузилась. Персонаж карикатуры может указывать на какие-либо недостатки читателей, которые в то же время являются покупателями газет, что может отрицательно сказаться на репутации газеты и числе ее подписчиков. Редакторы предпочитают публиковать «менее обидный и острый материал», особенно когда речь идет о внутренней политике и когда затрагиваются местные проблемы.

Упомянутое выше изменение политического стиля, всеобщая телевизуальность и интернационализация также не могут не влиять на политические карикатуры не только с точки зрения необходимости соревноваться с телевидением или Интернетом, но и с точки зрения изменения самого стиля и содержания карикатур.

Нам уже приходилось писать о становлении жанра политической карикатуры в Японии периода Мэйдзи (1868–1912), когда этот жанр, как и другие культурные явления того времени, вобрал в себя черты развлекательных картинок предшествовавшего периода Эдо (1600–1868) и искусства карикатуры, пришедшего в Японию с Запада (Михайлова, 2009). В первой половине периода Мэйдзи в связи с подъемом

Движения за свободу и народные права карикатуры стояли в оппозиции к правительству, и казалось, что только «острословие и сатира могли говорить людям правду» (Duus, 2001, p. 229). Однако по мере укрепления авторитарной власти карикатуры утратили свой критический пафос и переориентировались на поддержку правительства. Следует подчеркнуть, что иллюстрированные журналы (*гахо дзасси*), где в то время, как и в газетах, обычно публиковались карикатуры, стали оказывать особенно сильное влияние на общество потому, что они использовали новые для Японии технические средства — сначала литографию, потом печатный станок и ротационную печатную машину. Как носители информации, распространявшейся в массах, иллюстрированные журналы были, пожалуй, не менее важны для формирования японского национального государства, чем железные дороги и почтовая система (Mikhailova, 2008, p. 156). В период Тайсе (1912–1925) карикатуры стали неотъемлемой частью японских газет. До Второй мировой войны в Японии, так же как и в Советском Союзе, газетные карикатуры широко использовались в целях официальной пропаганды. Однако были и художники, принадлежавшие к Движению пролетарской культуры, которые продолжали традицию критической карикатуры.

В последнее время в Японии произошло изменение термина, которым обозначаются политические карикатуры. Если раньше они именовались *фусига*, т.е. «сатирическая картинка», то сейчас принято название *сэйдзи манга*, что означает «комическая картинка на политическую тему», причем обычно при этом имеется в виду карикатура, состоящая из одной картинке, — *хитокома манга*. Очевидно, за изменением термина стоит и изменение характера самой карикатуры. Ибараги Масахару, один из немногих исследователей современной политической карикатуры в Японии, задается вопросом, может ли картинка, состоящая из одного черно-белого рисунка с подписью, передать все многообразие современного мира, где параллельно сосуществуют разнообразные ценности (Ибараги, 1997, с. 8).

Попробуем разобраться в том, что представляет собой современная японская политическая карикатура, как она изображает политический мир, существуют ли какие-либо общие свойственные ей характерные черты, какое влияние на нее оказывает усиление позиций массовой культуры, как отражается на ней коммерциализация и господство новых средств массовой информации. Не менее важно посмотреть, какую дополнительную информацию о современной Японии можно получить через политические карикатуры. В центре внимания настоящей статьи находятся карикатуры на японского премьер-министра Коидзуми Дзюньитиро, взятые из трех главных японских газет — «Асахи», «Ёмиури» и «Майнити», за период времени, ограниченный июлем–сентябром 2005 г., когда Коидзуми задался целью провести — и провел — через парламент законопроект о приватизации японской почтовой системы. Чтобы понять, почему мы выбрали именно данный период, нужно совершить некоторый экскурс в политику Коидзуми Дзюньитиро.

Политика Коидзуми: реструктуризация экономики и популизм

Коидзуми Дзюньитиро был незаурядным явлением на японском политическом небосклоне начала XXI в. Занимая должность председателя Либерально-демократической партии (ЛДП), а следовательно, и премьер-министра Японии в период с 2001 по 2006 г., он смог приостановить процесс экономической рецессии, в которой Япония находилась с начала 1990-х годов, в некоторой мере осуществить либерализацию экономической системы, придать большую гибкость рынку труда и повысить поку-

пательский спрос (Рамзес, 2007, с. 22–24). Чтобы осуществить все это, ему понадобилось вступить в борьбу не только с оппозиционной Демократической партией Японии (ДПЯ), но и со своей же партией, где у него было не так уж много сторонников, и постоянно искать себе поддержку со стороны общественного мнения, притом что за 50 с лишним лет господства ЛДП с ее опорой на представителей так называемых «укорененных интересов»² население страны в целом потеряло интерес к политике.

Почтовая реформа

Коидзуми стал премьер-министром в 2001 г., когда на фоне длительной экономической стагнации общественное мнение отвернулось от ЛДП. В последней, отчаянной попытке вернуть былую популярность партия избрала своим председателем Коидзуми, который не принадлежал ни к какой из партийных фракций. У этого амбициозного политика, который к тому времени предпринял уже две неудачные попытки занять место премьер-министра, были и свои цели. Он позиционировал себя как сторонника реструктуризации экономики и изменения ее в сторону большей ориентированности на открытую конкуренцию. К этому его подталкивали и США, заинтересованные в проникновении американских компаний на японский рынок. «Козырной картой» Коидзуми стала приватизация почтовой системы. Надо сказать, что почтовая служба Японии представляет собой довольно уникальное учреждение — наряду с осуществлением обычных функций почты она исполняет роль сберегательных банков и страховых агентств. Так повелось начиная с периода Мэйдзи, когда в условиях первоначального накопления капитала правительство обязало население откладывать сбережения на почтах. Эти средства шли на субсидирование развития промышленности и стали фактически вторым бюджетом страны. Такая практика еще более укрепилась в послевоенный период быстрого экономического роста. Государственная почтовая система стала одним из крупнейших банков мира с активами более 300 трл. иен (3,2 трл. долларов), пользовавшимся в силу своей надежности в качестве государственного учреждения большой популярностью среди населения, особенно сельского. Достаточно сказать, что на почтовые накопления приходится 30% всех личных вкладов и 40% суммы страхования жизни (Finance and Economics, 2007, p. 77). С другой стороны, почтмейстеры, обладающие большим влиянием на местах, являются одной из важных групп поддержки ЛДП. Другими словами, приватизация почтовой системы означала, по замыслам Коидзуми, создание более открытого для конкуренции рынка и нанесение удара по «укорененным интересам» ЛДП.

Разговоры о необходимости приватизации почтовой системы начались в 1990-х годах, как раз когда Коидзуми был министром почт и коммуникаций, но встретили сопротивление со стороны бюрократов из министерства почт и коммуникаций. Однако в 2003 г., учитывая изменившуюся ситуацию на рынке, они решили, что приватизация в некоторой степени может быть им выгодна, хотя они не выражали готовности принять ее полностью (MacLachlan, 2006, p. 1–18). Коидзуми был не тем человеком, который мог пойти на уступки и добиваться согласованности мнений и действий, т.е. следовать укоренившимся в ЛДП обычаям. Ситуация накалилась к лету 2005 г., когда до ухода в отставку Коидзуми оставалось чуть менее полутора лет.

Премьер-министр продемонстрировал полное пренебрежение мнением членов ЛДП, открыто угрожая распустить нижнюю палату парламента, если его законопро-

² В основном это жители сельских районов или «привилегированные компании», которым партия постоянно оказывала финансовую помощь в обмен на их поддержку.

ект о приватизации почтовой системы не будет одобрен. 5 июля 2005 г. законопроект прошел голосование в нижней палате, притом что 37 членов ЛДП выступили против. Однако 8 августа верхняя палата его отвергла при 22 голосах против. В ответ Коидзуми предпринял весьма неординарные действия. Он распустил нижнюю палату и назначил всеобщие выборы в парламент на 11 сентября. Фактически выборы должны были стать общенациональным референдумом по вопросу о приватизации почтовой системы. Более того, премьер-министр отказался поддержать от лица партии тех представителей ЛДП, которые в нижней палате проголосовали против его законопроекта. Вместо них он направил в избирательные округа этих «повстанцев» альтернативных кандидатов, получивших прозвище «киллеров» (*сикаку*). Среди них было несколько женщин, и их стали именовать *ку-но ити*. Так в Японии издавна зовутся «женщины-ниндзя», поскольку черты, составляющие иероглиф «женщина», можно прочесть как состоящие из двух знаков азбуки катакана — *ку* и *но* и иероглифа *ити* (один). Эти кандидаты не имели большого политического опыта, но зато являлись известными в стране личностями. Так, министр окружающей среды Коикэ Юрико некогда работала телеведущей, а Сацуки Катаяма, бюрократ из министерства финансов, была ранее «мисс Токийского университета».

Японские избиратели положительно откликнулись на действия Коидзуми. В голосовании 11 сентября 2005 г. ЛДП одержала беспрецедентную победу и набрала 296 из 480 мест в нижней палате парламента, причем в выборах приняло участие 67,5% избирателей по сравнению с 59,9% на предыдущих (Рамзес, 2007, с. 36). Фактически это означало победу самого Коидзуми. Его противники были вынуждены retirоваться. В октябре парламент одобрил тот самый законопроект, который он отклонил двумя месяцами раньше. Средства массовой информации прозвали такие политические кульбиты «театром Коидзуми», а наиболее циничные из них открыто заявили, что, хотя Коидзуми и хотел осуществить почтовую реформу, больше всего он хотел показать себя «революционером» и поднять рейтинг своей популярности (Kabashima, 2007, p. 83).

Политические технологии

Коидзуми удалось провести желаемую им политику отнюдь не потому, что он откликнулся на требования обыкновенных японцев. Электорат в целом вряд ли хорошо разбирался в сути предлагавшихся им реформ. Считается, что главная причина успеха премьер-министра лежит в образе, который ему создало телевидение. От других политиков Японии Коидзуми отличался специфической внешностью, театральным стилем поведения и умением общаться с массами, используя для этого СМИ, прежде всего телевидение (Envall, 2008, p. 237–238). К формированию своего образа и поддержки со стороны общественного мнения Коидзуми прикладывал немало усилий.

Внешность премьер-министра выгодно подчеркивала его контраст с большинством японских официальных лиц. Достаточно сказать, что прическа Коидзуми — копна длинных завивающихся волос серого цвета — напоминала львиную гриву, за что он и получил прозвище «Лев». Коидзуми одевался обычно в светло-серые костюмы, носил галстук цвета бирюзы, создавая тем самым образ «элегантного премьера». Во время встреч с лидерами зарубежных государств он нередко переодевался в «национальную одежду». Так, во время визита в Иорданию, он катался на верблюде в пустыне, надев на голову арабский головной убор; перед президентом Бушем он выскакивал на лошади в костюме средневекового самурая. В Монголии он упражнялся

в национальном виде спорта, стрельбе из лука. Особый энтузиазм японской публики вызвал выпуск диска с песнями Элвиса Пресли в исполнении самого Коидзуми. Премьера можно было видеть танцующим танго с Ричардом Гиrom или на стадионе среди болельщиков бейсбола, любимого вида спорта японцев, запросто покупающим себе порцию лапши (The curtain draws on...). Все это постоянно транслировалось по телевидению, заполняло страницы глянцевого журналов и Интернет-сайтов, в том числе сайта японского правительства под названием Cabi-netto, где была специальная колонка под названием «Сердце Льва». Журналисты имели свободный вход в резиденцию премьер-министра, он давал интервью массовым газетам, например спортивным, участвовал в телевизионных ток-шоу. За время своего пятилетнего премьерства он провел 174 встречи с жителями городов, посещал малые и средние предприятия.

Особенно важно отметить, что в отличие от предшествующих японских политиков он обладал способностью делать заявления, которые как нельзя лучше соответствовали особенностям телевидения. Как пишет японский исследователь политики Коидзуми — Утияма Ю, «премьер-министр Коидзуми предпочитал пафос логосу; он был тем премьером, который своими популистскими методами взывал к чувствам избирателей. Методы его популистских технологий, а именно упрощенный, понятный и захватывающий чувства каждого человека разговорный стиль, акцентирование противоречий между хорошим и плохим, использование информационных технологий смогли пробудить у многих людей интерес к политике» (Утияма, 2007, с. 210). В свою очередь, и Коидзуми был находкой для СМИ, которые начиная с выборов 2001 г. подчеркивали, что ЛДП нужен свободный от фракционных трений лидер, открытый к общению с народом.

Одним из программных заявлений Коидзуми была фраза о том, что он хочет «изменить ЛДП и изменить [тем самым] Японию». Парадоксально, что действия Коидзуми, пришедшего к власти на волне общественного недовольства ЛДП, невольно стимулировали поддержку этой партии, поскольку он был ее лидером. Здесь, правда, следует учитывать, что перед Коидзуми премьер-министром был Мори Ёсиро, популярность которого упала почти до нуля по причине целого ряда его необдуманных высказываний и действий³.

В целом политический стиль Коидзуми можно определить как своего рода популизм, который направлен против интересов укоренившихся элит и апеллирует непосредственно к «народу», используя в том числе и личную харизму. Способы проведения законопроекта о почтовой реформе как раз и явились наилучшим примером популистской стратегии Коидзуми, где его склонность к театрализации политики раскрылась в высшей степени.

Образ Коидзуми в карикатурах

В общей сложности мною было собрано 97 карикатур, относящихся к выборам 2005 г. и опубликованных в трех главных газетах Японии за период с июля по сентябрь 2005 г. Из них Коидзуми фигурировал в 65 карикатурах (хотя не обязательно как главный персонаж), но для настоящей статьи была отобрана примерно половина

³ Например, на встрече с лидерами синтоистских организаций Мори заявил, что Япония — «страна богов, а император является ее центром», что выглядело как попытка вернуть императору абсолютную власть. А когда в феврале 2001 г. американская подводная лодка потопила японское рыболовное судно «Эхимэ-мару», Мори, получив это известие, продолжал спокойно играть в гольф, что вызвало отрицательный резонанс в стране.



Илл. 1

карикатур, 11 из которых приводятся в иллюстрациях к статье. Мной намеренно не проводилось сопоставление карикатур с газетными статьями, так как в японских газетах, в отличие, например, от американских, карикатуры не являются иллюстрациями к статьям. Были также проведены четыре интервью с художниками-карикатуристами: Накамура Коити, Токоро Юкиёси, Ямада Син и Уно Камакири.

Одной из первых работ на тему «почтовой реформы» летом 2005 г. стала карикатура Хари Сунао «Проба меча на предстоящих выборах», опубликованная в газете «Асахи» (илл. 1). Она появилась 3 июля, т.е. еще до проведения голосования в верхней палате. В центре картинке мы видим Коидзуми, с решительным выражением лица замахивающегося мечом на куклу из соломы. Он изображен в виде самурая, тренирующегося в военных искусствах. На груди у него написано «приватизация почты», а меч называется «мечом роспуска». Здесь присутствует игра слов, поскольку по-японски слова «меч» и «право» (имеется в виду право роспуска парламента) звучат одинаково как *кэн*. Как следует из надписи, кукла из соломы обозначает настроенных против почтовой реформы депутатов парламента — членов ЛДП. В древности соломенные куклы использовались в погребальных обрядах — их укладывали в могилу вместе с умершим. Позднее такие куклы стали выполнять роль заклинаний от болезней и прочих неприятностей. В современных фильмах ужасов они символизируют страх. В дополнение к таким отрицательным коннотациям на данной карикатуре соломенная кукла нарисована стоящей на подставке и выглядит как музейный экспонат. Все вместе, видимо, означает, что партийная система, установленная в Японии в 1955 г. и при которой власть почти неизменно находилась у ЛДП, уже устарела и стала своего рода проклятием для страны, а суть жеста Коидзуми может трактоваться как намерение уничтожить ее.

Рядом с Коидзуми изображен секретарь кабинета министров Хосода Хакуноскэ с небольшим мечом в руках. В старину во время обряда харакири во избежание мучительной смерти самурая его ассистент наносил таким мечом решающий, смертельный удар своему господину. Вдали за действиями премьера с опаской наблюдают депутаты парламента.

Хотя в принципе право премьер-министра распустить нижнюю палату парламента при уведомлении об этом императора гарантировано 7-й статьей конституции, намере-

ние Коидзуми прибегнуть к его осуществлению вызывало далеко не однозначную реакцию в обществе, о чем и свидетельствует метафора меча, использовавшаяся затем и в других карикатурах.

Если на рассмотренной карикатуре газеты «Асахи» Коидзуми выглядит как самурай, как боец, одержимый скорее благородными намерениями и готовый пойти даже на самоубийство ради обновления политической системы, а ЛДП характеризуется как консервативная партия, то на других карикатурах его действия скорее высмеиваются как способные причинить вред ему самому. Так, на карикатуре, опубликованной в «Асахи» 9 августа, т.е. на следующий день после роспуска нижней палаты, Коидзуми ударяет мечом по значку членов парламента, имеющему форму хризантемы. Однако меч загибается и бьет в грудь самого премьер-министра.

На карикатуре того же художника, помещенной в «Асахи» 11 августа, Коидзуми показан как несущийся в стремительном полете вперед кентавр, вооруженный мечом в виде знака почтовой реформы и поражающий им не только противников, но и разрушающий свое собственное тело на две части. Отрубленная задняя часть, очевидно, символизирует ЛДП. На других карикатурах можно было видеть Льва-Коидзуми, бросающего с горы под откос ЛДП, изображенную символически в виде ее логотипа⁴, или самого премьер-министра, катящегося на машине, от которой убежало колесо, в пропасть. Подпись к первой гласила: «Сбросит ли Лев-Коидзуми в пропасть свою любимую партию» (Яку, 2005, с. 3), а подпись ко второй поясняла: «Убежавших-то не жалко, но, к сожалению, нет замены» (Ямада, 2005, с. 3). Отвалившееся колесо обозначает здесь депутатов, проголосовавших против законопроекта о приватизации почты. Таким образом, карикатуры как бы выражали опасение, что Коидзуми рубит сук, на котором сидит, и спрашивали: может ли политик существовать без поддержки партии, не слишком ли это опрометчиво? Художники явно иронизировали над действиями премьер-министра.

На карикатуре Нисимура Коити, опубликованной в газете «Майнити» за 9 августа, критика Коидзуми выражена более остро при использовании той же метафоры меча. Называется она «Умопомешанный Его Высочество занимается фехтованием на мечах» (илл. 2). Здесь Коидзуми изображен как даймё, т.е. феодальный князь периода Токугава, размахивающий мечом и требующий в неистовом крике «роспуск нижней палаты парламента!». Однако мы видим, что лезвие меча поломалось, сам даймё изнурен тяжелой борьбой и истекает потом, а взор его помутился. Карикатура утверждает, что действия премьера привели к расколу партии, образовался вакуум власти и в результате скопилось множество других более важных, чем почтовая реформа, законопроектов. Из здания парламента выбегают обеспокоенные депутаты, крича: «Он сошел с ума! Он поступает опрометчиво!» Нисимура Коити осуждает такие действия премьер-министра, как осуждали их в действительности многие политики и бюрократы, несогласные с неолиберальными планами Коидзуми (Mare, 2005). Как объяснил сам художник в интервью автору данной статьи, он хотел показать, что политика Коидзуми завела его в тупик и выход из этого затруднительного положения он нашел только в такой крайней мере, как роспуск парламента⁵. Уже упоминавшийся выше Ибараги Масахару также полагает, что изображение «Умопомешанного Его Высочества» выражает критику Коидзуми за его неспособность или нежелание учитывать мнения других (Ибараки, 2007, с. 172–173).

⁴ Логотип ЛДП трактуется как изображение людей, наслаждающихся свободной жизнью в лучах солнца.

⁵ Интервью с Нисимура Коити 15 октября 2005 г.



Илл. 2

В газетных статьях и карикатурах роспуск нижней палаты также сравнивался с «репрессиями годов Ансэй (1854–1859), *ансэй-но тайгоку*», т.е. преследованиями со стороны *родзю*⁶ Ии Наоскэ тех даймё, которые были против подписанного им договора с Америкой об открытии страны без одобрения на то императора. Хотя такая историческая параллель интересна для историков Японии, большинство современных японцев хоть и знают выражение *ансэй-но тайгоку*, но не могут конкретно объяснить его смысл, поэтому, возможно, что метафора была мимо цели.

Иронию над действиями Коидзуми в вышеприведенных карикатурах можно, по-видимому, объяснить существующими в Японии представлениями о функциях премьер-министра, среди которых важной считается умение достичь согласия между различными политическими группировками. Коидзуми же продемонстрировал склонность к самостоятельной политике и конфронтации с ЛДП, что впоследствии в научных кругах было названо тенденцией к «президентализации власти» (Krauss and Nyblade, 2005). Именно эти черты, с одной стороны, делали его отличным от других политиков и могли привлекать к нему обыкновенных избирателей. С другой стороны, в японском обществе преобладают общественные ценности, основывающиеся на согласии и гармонии, и мир ценится гораздо больше, чем трения и раскол. Поэтому склонность Коидзуми к реформам и новациям, его явная самогероизация не обязательно должны были восприниматься положительно, а могли вызывать и осуждение.

Другие карикатуры высмеивали «перформативность», театральность действий премьер-министра. Например, Яку Мицуру изобразил Коидзуми и Катаяма Тораноскэ,

⁶ В номенклатуре периода Эдо *родзю* был вторым по важности лицом после сёгуна. Именно в руках *родзю* часто находилось реальное управление страной.



Илл. 3



Илл. 4

генерального секретаря секции ЛДП в парламенте, как бы стоящими на сцене в луче прожектора (илл. 3). Коидзуми одет в летнее кимоно, расписанное узором в виде знака почты. Он обмахивается веером, на котором написано слово «приватизация», и поет популярную песню «Цикада, цикада, лети ко мне, тут вода слаще, там вода горче!», а рядом с ним стоит коробочка, в которой уже бьется несколько цикад. Подпись гласит, что таким образом Коидзуми увлекает «промежуточные слои». Эта сценка напоминает часто проводимые в Японии, особенно в праздничные дни, каким и является праздник *о-бон* в середине августа, концерты, на которых исполняются так называемые *инака ута*, японский аналог российским «старым песням о главном». Вероятно, среди слушателей «концерта» немало таких, кто откладывал свои сбережения на почте в течение многих лет — их-то и старается завлечь премьер, они-то и названы здесь несколько иронично «промежуточными слоями».

Карикатуры газеты «Ёмиури», где одним из художников-карикатуристов является Уно Камакири, создавали совсем другой образ Коидзуми. Так, на карикатуре, опубликованной 10 августа, т.е. через 2 дня после эпохального решения о роспуске нижней палаты, Коидзуми был изображен в виде разъяренного рычащего льва, возлежащего поверх трех иероглифов, обозначающих ЛДП, а надпись гласила: «Шатается, шатается» (илл. 4). Здесь, как нам кажется, показаны сила и мощь премьера, его умение подмять под себя противников. На карикатуре без названия от 17 августа, где Коидзуми склонился над доской в *сёги* (японские шахматы), премьер-министр нарисован как умудренный опытом стратег, тщательно просчитывающий политические ходы (илл. 5). Карикатура появилась как раз в те дни, когда Коидзуми «засылал» альтернативных кандидатов-«киллеров». Одни фигуры на доске *сёги* выглядят как почтовый знак, а другие обозначены иероглифом «сопротивление», причем по количеству первых больше, чем вторых. Премьер-министр как будто замышляет очередную комбинацию, рассчитанную на увеличение числа своих сторонников. Образ Коидзуми производит здесь несколько мрачное, если не зловещее впечатление.

31 августа, когда предвыборная кампания достигла большого накала, на карикатуре под названием «Опасный момент — победа или поражение» Коидзуми был изображен как бы закидывающим лассо, петля которого выглядит как значок членов парла-



Илл. 5



Илл. 6

мента, т.е. хризантема (илл. 6). В другой руке он держит знак почты. Коидзуми окружен своими противниками: старейшинами ЛДП Камэи Сидзука и Ватанабэ Тамискэ, а также Окада Кацуя, который в то время был главой ДПЯ. На сей раз это он, кто держит меч под названием «пенсионная реформа», являющуюся насущной политической проблемой, выдвинутой Окада в качестве основного пункта своего предвыборного манифеста. Странники премьер-министра — Коикэ Юрико, ставшая одним из «киллеров»-ниндзя, и генеральный секретарь ЛДП Такэбэ Цутому ретировались на задний план. Сложившаяся ситуация кажется опасной и напряженной. Коидзуми выглядит озабоченным, но не теряющим чувство достоинства; его лицо прорезали глубокие морщины, глаза полужакрыты, а фигура кажется массивной и тяжелой. Здесь он вовсе не молодой и резвый лев-боец, бросающийся в необдуманную атаку, а скорее стратег, принимающий решение.

Завораживает своим таинственным видом образ Коидзуми на карикатуре «Магия Коидзуми» (илл. 7). Она появилась 6 сентября, за пять дней до выборов. Коидзуми изображен как фокусник в мантии и шапке из двух хризантем, которые, как уже указывалось, являются значками членов парламента. Фокусник шурует на сковородке, сделанной в виде почтового знака, выпекая избирательные бюллетени. Причем в иероглифе хё (избирательный бюллетень) нарочито выделена та часть, которая по начертанию совпадает с почтовым символом.

Таким образом, в отличие от карикатур «Асахи», где Коидзуми изображался как молодой, энергичный и дерзновенный боец, в «Ёмиури» он выглядит искусным и умудренным опытом стратегом, мастером политической интриги. Его образ таинственен и многозначителен. Однако невольно встает вопрос: а не смеется ли художник над такой величием?

В моем интервью с Уно Камакири художник уклонился от прямого ответа на вопрос о том, каким он хотел показать Коидзуми, сказав: «Образ таков, каким он видится читателям», но все же пояснил следующее: он считает всех политиков выдающимися личностями, ибо, по его мнению, только выдающиеся люди могут быть политиками;



Илл. 7



Илл. 8

он убежден, что политики занимают положение, которое дает им возможность «управлять миром»⁷. Пожалуй, такая точка зрения наиболее четко выражена в карикатуре от 2 августа 2005 г., где Коидзуми изображен в костюме космонавта, парящим над миром и с высоты полета наблюдающим за мирской суетой. Образ космонавта здесь, по-видимому, был навеян тем, что 25 июля Ногуты Сокити, пятый по счету космонавт Японии, отправился в космический полет.

Обратимся теперь к газете «Майнити». В этой газете многие карикатуры публикуются в рубрике под названием *кэйсэйсай миндзюцу*, которая выходит по субботам. Такое название заимствовано из китайских классических книг и означает: «Управляя страной, помогай народу». Рубрика появилась в газете в 1998 г. стараниями художника, члена редакции «Майнити» района Кансай, Ёкота Сиги, который выступил с инициативой публиковать карикатуры профессиональных карикатуристов на экономические и социальные темы. Новаторским здесь было обращение именно к экономической тематике (Asono, 2008). Раздел, судя по откликам читателей Интернета, где карикатуры тоже публикуются, пользуется популярностью (Кэйсэйсай миндзюцу). 13 августа 2005 г. в этой рубрике была помещена карикатура под названием «Борьба без чести и гуманности» (илл. 8). Название происходит от фильма режиссера Фукасака Киндзи, сделанного на основе романа Иибоси Коити и рассказывающего про вражду между группировками якудзы (японской мафии) в послевоенной Хиросиме. Фильм был выпущен в 1973 г. и пользовался большой популярностью, так что его даже прозвали «японским крестным отцом» по аналогии со знаменитым американским фильмом. В отличие от многих предшествующих фильмов о якудза, которым было свойственно изображать японских мафиози как рыцарей, помогающих бедным людям, данный фильм показывал мрачный и циничный мир мафии, где борьба между кланами,

⁷ Интервью с Уно Камакира по электронной почте от 24 октября 2010 г.



Илл. 9

казалось, не имеет конца. На карикатуре мы видим Коидзуми в центральной роли, целящегося из пистолета и вопрошающего: «Ты за или против». Разумеется, имеется в виду почтовая реформа. В виде кадров старой киноленты изображены лица как яростных противников премьера по ЛДП, вроде Камэи Сидзука и Ватануки Тамискэ, которые в процессе предвыборной кампании организовали даже новую партию Кокумин синто, и лидера оппозиционной ДПЯ Окада Кацуя, так и более нейтральные фигуры типа Аоки Микию, длительное время занимавшего пост секретаря фракции ЛДП в палате советников, и даже сторонника Коидзуми Танабэ Цутому. Художник как бы хочет сказать, что для Коидзуми существует одно мерило ценностей — отношение к почтовой реформе. В верхней части карикатуры помещена рекламная надпись «2005.09.11. Скоро на экранах!», т.е. день национальных выборов в нижнюю палату парламента рекламируется как кинофильм. К тому же бросается в глаза совпадение по датам с атакой террористов на торговый центр в Нью-Йорке. Может быть, в последнем сравнении и была некоторая доля преувеличения, но сопоставление предвыборной борьбы с некогда популярным фильмом представляется довольно удачным приемом.

Интересной частью карикатуры является на первый взгляд не очень заметная надпись на пиджаке премьера, которая по-японски звучит как *куурубидзу* (от англ. cool business). Дело в том, что летом 2005 г. министерство окружающей среды, стремясь к сокращению отрицательных эффектов глобального потепления, объявило кампанию под вышеуказанным лозунгом. Служащим кампаний предписывалось ходить в учреждения в легкой одежде без галстуков для того, чтобы им было прохладно (cool), а температуру кондиционеров запрещалось поднимать выше 28 градусов охлаждающего режима. Поэтому на карикатуре сам Коидзуми нарисован без галстука. Такое «ново-



Илл. 10



Илл. 11

введение» (а само это слово и по-английски, и по-японски звучит как *cool*) широко обсуждалось в обществе, но не принесло ожидаемых результатов, хотя бы потому, что деньги на рекламу кампании превысили сэкономленные от понижения температуры, все служащие должны были потратиться на новую одежду, к тому же многие еще и заболели. Если учесть, что министром окружающей среды была Коикэ Юрико, ставшая по указанию Коидзуми «киллером», то не трудно догадаться, что вся компания по приватизации почтовой системы также оценивается на карикатуре как дело шумное, но малоперспективное.

Другим примером карикатур «Майнити» является картинка под названием «Театр Коидзуми», помещенная в той же рубрике «Управляя страной, помогай народу» (илл. 9). Здесь высмеиваются практически все участники представления, развернувшегося в стране в августе–сентябре 2005 г. Сам Коидзуми с непреклонным выражением лица катит коляску под названием «почтовая приватизация». По пятам за ним следует некто Хориэмон. В действительности это Хориэ Такафуми, возглавлявший в то время Интернет-кампанию Live Door. Он выделялся своей прической ёжиком и весьма нахальным взглядом, а прозван был Хориэмоном за схожесть с персонажем детских манга, толстым котом Дораэмоном. Хотя во время выборов 2005 г. Хориэ формально был независимым кандидатом, он всецело поддерживал Коидзуми и противостоял ветерану ЛДП Камэи. Возможно, нарисованная здесь детская коляска намекает на возраст Хориэ. В верхней части карикатуры мы видим пять женщин-индзя, о которых уже упоминалось не раз. Такэбэ Цутому, нарисованный в центре картинки, размышляет, станет ли он «киллером» (*сикаку*) или провалится (*сиккаку*). Игра слов создает дополнительный комический эффект. Окада, председатель ДПЯ,

озабочен, какая роль ему достанется — главная или второстепенная, а уже упомянутые Камэи и Ватануки недоумевают, являются они положительными или отрицательными персонажами. Зритель на переднем плане предупреждает: «Оценка будет в день голосования».

Еще одной находкой «Майнити» является публикация комических рисунков, как бы ограниченных рамкой телеэкрана и соответственно называющихся «Телевидение в одну картинку». По структуре они во многом похожи на описанную выше карикатуру «Театр Коидзуми».

Следует, однако, отметить, что осмеянию в японских карикатурах подвергалось в основном поведение и способ действий политических деятелей, но вопросы сущности политики как таковой почти не ставились. Так, практически во всех из рассмотренных нами карикатурах фигурировал знак почты, что являлось подтруниванием над одержимостью Коидзуми одной единственной идеей — приватизацией почтовой системы. Тем не менее карикатуры никогда не задавались вопросом о том, нужна ли сама эта реформа. Некоторым исключением из общего правила является работа Ямада Син, где Коидзуми изображен прикованным железной цепью к огромной гире, на которой стоит надпись «Государственный долг в 780 триллионов», а из уст премьера раздается все та же песенка «приватизация-приватизация», что по-японски звучит как *мин-мин-минэйка*. Тем самым художник вопрошает, может ли приватизация почты помочь Японии сократить государственный долг, являющийся самым большим в мире, но ответ на этот вопрос повисает в воздухе (илл. 10).

Возможно, в «эпоху Коидзуми» обыкновенные японцы и стали проявлять больший интерес к политике, но, безусловно, и политики осознали важность создания собственного образа, о чем остроумно заметил Токоро Юкиёси в одной из своих карикатур (илл. 11). 16 сентября 2005 г., когда Коидзуми имел все основания праздновать победу, появилась его карикатура, на которой премьер был изображен стремительно летящим в небе на метле, тогда как проигравшие члены ДПЯ, включая нынешнего премьера Кан Наото, сгребают мусор, приговаривая: «Надо бы очиститься от тех образов, которые стали причиной нашего поражения».

Заключение

Из рассмотренных в статье карикатур видно, что, во-первых, политика Коидзуми, а точнее, его способ проведения реформы почтовой системы вызывал далеко не однозначно положительную реакцию со стороны японского общества. Многим она виделась как покушение на те ценности, на которых покоятся современное благополучие и спокойная жизнь японцев. Во-вторых, если телевидение пыталось представить Коидзуми как популярного в массах и заботящегося о народе премьера, то на карикатурах видно, что главным объектом его внимания были другие политики и отношения с ними, а также собственная персона премьера. В-третьих, карикатуры показывали, что стиль поведения политика действительно значит сейчас больше, чем ее суть.

Таким образом, если следовать логике о том, что «персонализация» и эстетизация составляют сущность современного политического стиля, все более принимающего форму перформанса, а политики превращаются в актеров, то следует прежде всего отметить, что личность политика всегда занимала главное место в политических карикатурах. В этом смысле скорее телевидение может «поучиться» у политической карикатуры. Однако в отличие от телевидения, которое стремится представить политиков как привлекательных личностей, особенности жанра политической карика-

туры состоят в обратном, т.е. в том, чтобы обнаружить недостатки тех, кто вершит политику, и показать ту или иную проблему под новым, критическим углом зрения, используя для этого средства гротеска, иронии и сатиры. В этом смысле жанр карикатуры в принципе находится в противоречии с тенденцией к эстетизации, к сглаживанию противоречий.

Думается, что изображение Коидзуми в качестве самурая, мафиози или стратега развенчивает его как «супергероя» — прием, свойственный карикатурам вообще. Однако делается это японскими карикатуристами скорее с легкой иронией, чем со злым сарказмом. Только отдельные работы, такие как «Умопомешанный Его Превосходительство» или «Борьба без чести и гуманности», несут запал истинной сатиры. Процесс телевизиации политики также не остался незамеченным карикатуристами, что видно из работ, в которых политический процесс уподоблялся телевизионному шоу. Но и здесь ирония не доходит до гротеска, она не режет словно «бритва обоюдоострая», как это имеет место в американских или английских карикатурах. По-видимому, в этом также проявляется тенденция к конформизму и согласию, свойственным японцам.

В связи с этим небезынтересны наблюдения ряда исследователей о том, что «японцы — это люди, которые задают вопрос „как“, но не „почему“». Вопрос „почему“ считается антиобщественным и может создать неловкую ситуацию... Поэтому политики не чувствуют ни стыда, ни вины за процветание коррупции, а ищут только *технические возможности* [выделено мной. — Ю.М.] продлить свою жизнь в политике» (Тамамото, 2003, р. 201, 203). Вместе с тем в Японии, так же как и во всем мире со времени окончания холодной войны, присутствует стремление уйти от идеологии в сторону развлечений и игры, поэтому и японские карикатуры, как выразился хороший знаток их истории Симидзу Исао, хотя бы больше позабавить и рассмешить, чем высмеять (Симидзу, 1991, с. iii). Но такая тенденция проявилась в японских карикатурах не без влияния особенностей послевоенной истории, в том числе и нежелания задумываться над прошлым.

Наиболее интересными нам кажутся те карикатуры, в которых политические сюжеты обыгрываются посредством обращения к образам поп-культуры, в частности таким, как женщина-ниндзя, часто появляющаяся в анимации и манга, к кинофильмам или явлениям повседневной жизни, вроде уподобления деятельности Коидзуми бесполезной по сути кампании *кууру бидзу*. И наоборот, изображения предвыборной кампании в виде спортивных поединков лидеров партий, будь то борьба сумо или бокс, или тонущего в воде проигравшего политика являются довольно затасканными метафорами, которые вряд ли могут привлечь читателя, поэтому мы и не стали приводить их в качестве примеров. Совершенно очевидно, что сейчас, как и всегда, поп-культура обогащает карикатуры и делает их более смешными.

С точки зрения изобразительных средств можно сказать, что в современных японских карикатурах присутствуют две тенденции. Одна выражена в стремлении художников довести до совершенства и многозначности *хитокома манга*, используя в том числе жанр *нигао-э* (букв. «похожие лица»), оставляя рисунок без подписи. Трудности этого приема состоят в необходимости объяснить в одной картинке сложный политический контекст просто и понятно. Однако, по мнению Токоро Юкиёси, именно рисунки в жанре *нигао-э* могут дать возможность «раскрыть черты характера человека, обладающего властью»⁸. Такую тенденцию можно наблюдать в приведенных выше рисунках Уно Камакири. По мнению других художников, сейчас

⁸ Интервью с Токоро Юкиёси 15 октября 2005 г.

более перспективны политические карикатуры, состоящие не из одного, а из целой серии рисунков, снабженных притом пояснительным текстом⁹. Недавно такие карикатуры Нисимура Коити появились на страницах влиятельного общественно-политического журнала «Сэйрон», выпускающегося издательством Кэйдзай симбунся. В этом случае политическая карикатура приближается к столь популярным в Японии комиксам¹⁰.

Японские карикатуристы признают, что в принципе все преимущества у телевидения, но пока среди них нет безработных; карикатуры публикуются в центральных и префектуральных газетах на одной из первых страниц, регулярно проводятся выставки работ художников. Вместе с тем Интернет открывает новые возможности для популяризации карикатур, когда художник может непосредственно вступать в контакт со зрителем без посредничества газет. Однако индивидуальных сайтов профессиональных художников-карикатуристов в Японии пока немного. Возможно, все это косвенно говорит о востребованности жанра политической карикатуры в современном японском обществе в том виде как он есть, и без этого популярного жанра трудно представить себе мир политики.

Список литературы

- Михайлова Ю. Политическая карикатура Японии периода Мэйдзи: к проблеме формирования канона. Японская мозаика. СПб., 2009. С. 148–166.
- Рамзес В. Коидзуми завершает свою миссию // Япония эпохи Коидзуми. Оценки и перспективы. М., 2007. С. 19–80.
- Asono Akihiko. «Кэйсэйсай миндзюцу» Ёкота Сиги. Maimai kurabu ([Рубрика] Ёкота Сиги «Управляя страной, помогай народу. Клуб Майнити симбун»). [https://my-mai.mainichi.co.jp/mymai/modules/weblog_isono108/details.php?blog_id=927] (доступ 31 октября 2010 г.).
- Ибараги Масахару. Мэдэа-но нака-но манга (Манга в средствах массовой информации). Киото, 2007.
- Ибараги Масахару. Сэйдзи манга-но сэйдзи бунсэки (Политический анализ политических карикатур). Токио, 1997.
- Кэйсэйсай миндзюцу (Управляя страной, помогай народу). [<http://mainichi.jp/select/biz/keiseisaimin/>]
- Минна-но сэйдзи (Политика для всех). [<http://seiji.yahoo.co.jp/guide/manga/top.html>]
- Утияма Ю. Коидзуми сэйкэн. «Патосу-но сюсё» ва нани-о каэта-но ка? (Правление Коидзуми. Что изменил «пафосный премьер-министр?»). Токио, 2007.
- Яку Мицуру. Соситэ Коидзуми район ва айсуру то «тихино-но тани»-ни цукиотосу но ка (Сбросит ли Лев Коидзуми в пропасть свою любимую партию? // Асахи симбун. 07.08.2005. С. 3.
- Ямада Син. «Сакэта тайя» ня мирэн-га най га, кавари-но най но га дзяку-но танэ (Негодную шину не жалко, но другой, к сожалению, нет). Асахи симбун. 20.08.2005. С. 3.
- Corner J., Pels D. Introduction // Media and the Restyling of Politics: Consumerism, Celebrity and Cynicism. L., 2003.
- Danjoux I. Reconsidering the Decline of the Editorial Cartoon // Political Science & Politics. 2007. Vol. 40, No 2, April. P. 245–248.
- Davies M. Are We Witnessing the Dusk of a Cartooning Era? // Nieman Reports. 2004. Vol. 58, No 4, Winter. P. 6–8.
- Duus P. Presidential Address: Weapons of the Weak, Weapons of the Strong — The Development of the Japanese Political Cartoon // The Journal of Asian Studies. 2001. Vol. 60, No 4, November. P. 65–997.

⁹ Интервью с Нисимура Коити 15 октября 2005 г.

¹⁰ Примеры комиксов на политические темы можно найти на Интернет-странице: Минна-но сэйдзи (Минна-но сэйдзи).

- Enval H.D.P.* Exceptions That Make the Rule? Koizumi Junichiro and Political Leadership in Japan // *Japanese Studies*. 2008. Vol. 28, No 2, September. P. 227–242.
- Finance and Economics: Return to Sender; Japan's Failed Postal Privatization // *The Economist*. L., 2010. Vol. 395, No 8676, April 3. P. 77.
- Kabashima I., Steele G.* The Koizumi Revolution // *Political Science and Politics*. 2007. Vol. 40, January. P. 79–84.
- Hayden J.* A Review of Drawn to Extremes: The Use and Abuse of Editorial Cartoons by Chris Lamb // *Newspaper Research Journal*. 2005. Vol. 26, No 2/3, Spring. P. 137–138.
- Krauss E.S.; Nyblade B.* 'Presidentialization' in Japan? The Prime Minister, Media and Elections in Japan // *British Journal of Political Science*. 2005. No. 35. P. 357–368.
- MacLachlan P.* Storming the Castle: The Battle for Postal Reform in Japan // *Social Science Japan Journal*. 2006. Vol. 9, No 1. P. 1–18.
- Mare J.* Japan: Koizumi Goes Postal // *Green Left Weekly*. 2007. September 7. [<http://www.greenleft.org.au/node/36114>]
- McClure L.* The Cartoonist's Edge // *Career World*. 2004. Vol. 33, No 2, October. P. 11–12.
- Simons J.* Popular Culture and Mediated Politics: Intellectuals, Elites and Democracy // *Media and the Restyling of Politics: Consumerism, Celebrity and Cynicism*. L., 2003. P. 171–189.
- Tamamoto M.* Ambiguous Japan: Japanese National Identity at Century's End // *International Relations Theory and the Asia Pacific*. N. Y., 2003. P. 191–212.
- The Curtain Draws on "Koizumi Theatre". [<http://www.orange.mu/kinews/afp/people/136088/the-curtain-draws-on-koizumi-theater.html>] (доступ 6 ноября 2010 г.).

Summary

Yulia Mikhailova

Prime Minister Koizumi Junichiro in Political Cartoons: On Characteristic Features of Contemporary Japanese Cartoons

The article claims the usefulness of political cartoons as an object of research. It is based on cartoons mocking the former Japanese prime minister Koizumi Junichiro which appeared in newspapers during July–September 2005 when he struggled for the bill on the postal reform. The article examines the characteristic features of contemporary Japanese political cartoons arguing that in contrast to television which aims to create attractive images of politicians, cartoons, by virtue of the genre itself, look at them more critically. However, in the post-war Japanese society where consensus and conformism prevail, political cartoons have lost their function of satire and serve as a means of entertainment. Their sarcasm refers only to the behaviour of politicians, but not to the essence of politics. In this sense, Japanese political cartoons fit well into the contemporary political style characterised by performance and attention to persona.