

Шершавым языком плаката: оппозиционный дискурс на протестных акциях

Александра Архипова, Антон Сомин, Александра Шевелева

Кого мы описываем, когда говорим: на митинг вышли рассерженные горожане? Что за голос креативного класса мы слышим? Взял ли участник митинга в руки распечатанный плакат с текстом Мы за честные выборы или держал вместе с другими растяжку Вы нас даже не представляете (ил. XXX на с. XXX), а, может, весь вечер накануне делал лозунг-перформанс, привязывая презервативы к бадминтонной ракетке (ил. XXX на с. XXX), или прямо на шествии прикрепил к пиджаку белую ленточку - все это означает, что он не просто пришел с высказыванием, но желает получить социальный отклик, используя для этого все возможные способы. Именно такие стратегии стали объектом нашего исследования: как, с кем и о чем на самом деле разговаривают протестующие?

База лозунгов

Забывтое общественное явление – многолюдные протестные митинги и акции оппозиционно настроенной части общества со своеобразным визуальным рядом, понятными для участников культурными кодами и объединяющими символами стали предметом исследования социологов, антропологов, фольклористов и лингвистов, которые объединились в исследовательскую группу – Facebook-сообщество «Фольклор снежной революции». Одним из результатов работы этого сообщества стало создание базы фотоматериалов по митингам и акциям в Москве и регионах, которые выкладывались на созданном В.Ф. Лурье специально для этих целей сайте <http://24december.visantrop.ru> (в середине 2013 года в базе, согласно данным ее создателя, было учтено более 7 тыс. фотографий с различных митингов). В отличие от журналистских подборок, исследователи пытались сфотографировать

подряд плакаты и знаки протеста, попадавшие в сферу внимания группы исследователей.

Список митингов, шествий и акций, материалы которых были отобраны для исследования, приводится ниже (в скобках показано количество плакатов, используемых в базе). Следует отметить, что в исследовании отбирались лозунги только с антиправительственных митингов, поскольку, разбирая фотографии с митингов в поддержку Владимира Путина, исследователи столкнулись с невысоким количеством самодельных плакатов.

- 10.12.11 – Болотная площадь, Москва (150)
- 10.12.11 – Пионерская площадь, Санкт-Петербург (27)
- 24.12.11 – Проспект Сахарова, Москва (364)
- 04.02.12 – Якиманка – Болотная площадь, Москва (310)
- 04.02.12 – Конюшенная площадь, Санкт-Петербург (25)
- 04.02.12 – Митинг в Томске (17)
- 04.02.12 – Митинг в Казани (10)
- 26.02.12 – Акция Белый круг в Москве (24)
- 26.02.12 – Владимирская площадь, Санкт-Петербург (73)
- 05.03.12 – Пушкинская площадь, Москва (168)
- 10.03.12 – Новый Арбат, Москва (362)

На основании этих материалов была составлена база из 1500 лозунгов или иных вербальных или визуальных знаков протеста на массовых акциях (растяжка, транспарант, бумага, наклеенная на одежду или на автомобиль, мягкая игрушка, воздушный шар или надутый презерватив, маска, костюм, обувь, нарисованные деньги, наклейки и так далее).

В ходе работы в базе данных фиксировался протестный текст (с сохранением особенностей орфографии) и описывался по параметрам (свойствам текста), которые поддаются формализации:

- вид протестного текста (вербальный лозунг, визуальный, артефакт);
- текст лозунга (вербальное описание знака протеста): *Спасибо Путину за то, что все мы здесь сегодня собрались* [изображение пингвина];
- пол и примерный возраст автора/авторов («держателя») плаката;
- одиночки или коллектив;
- время и место демонстрации знака протеста;
- использование иностранного языка (*Hillary, I'm still waiting for my money*);
- наличие/отсутствие ритма/рифмы (*Вова смел, вова пел, вова – на-доел!*);

- коммуникативная направленность: обращение к власти/к протестующим (*Володь, спасибо. Уходи!!!, А давайте выберем президента, который отменит итоги нечестных выборов?*);
- наличие/отсутствие обращения от первого лица (*Я здесь бесплатно*);
- наличие/отсутствие языковой игры, ребусов, литуративов (*ПУТИ-НАЗАД НЕТ*);
- наличие/отсутствие цитаты, ее вид (прямая или модифицированная);
- наличие фрейма, к которому отсылает текст лозунга (*Деньги Госдепа, Бандерлоги, 146%, Амфоры, Света из Иванова* и др.);
- источники фрейма.

Кто мы?

Кто все эти люди с плакатами? — так называется статья Михаила Алексеевского в данном издании, в которой автор анализировал интервью с «авторами плакатов» («авторами плакатов» мы называем участников протестных акций, которые держали лозунги или другие невербальные знаки протеста. Мы не случайно дали этому разделу похожее название — нас интересовала ровно та же проблема.

Анализируя тексты плакатов, мы фиксировали пол и приблизительный возраст «авторов» этих плакатов или других знаков протеста (конечно, из-за особенностей ракурса, который выбирал фотограф, не на всех фотографиях возможно разобрать пол и возраст человека). «Автор» плаката попал в нашей базе в одну из семи категорий: мужчина моложе 30 лет, мужчина в возрасте от 30 до 50 лет, мужчина старше 50 лет, женщина моложе 30 лет, женщина от 30 до 50 лет, женщина старше 50 лет, а также разногендерные пары (пол и возраст определялись по фотографии методом экспертной оценки). Отметим, что классы выборки в статье Михаила Алексеевского устроены подобным образом, только верхняя граница средней группы не 50 лет, а 55.

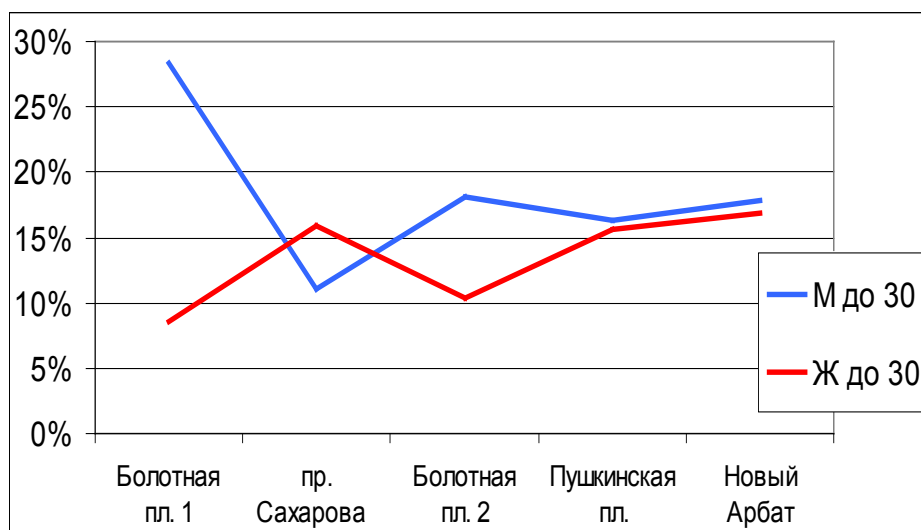
В результате подсчетов мы получили приведенную ниже таблицу. Определить пол и возраст оказалось возможным у примерно 60% «авторов лозунгов», попавших в нашу базу данных (это 883 из 1500, на остальных фотографиях человек, держащий плакат, не виден). Хотелось бы ещё раз подчеркнуть, что имеется в виду не половозрастной состав всех участников митингов, а половозрастной состав активных их участников — т.е. тех, кто пришел с плакатом, наклейкой, шариком, надутым презервативом, в маске, костюме или с другим визуальным или вербальным знаком протеста.

Таблица 1. Пол и возраст людей с плакатами на московских митингах.

	10.12.11 Болотная площадь 1	24.12.11 проспект Сахарова	04.02.12 Болотная площадь 2	05.03.12 Пушкин- ская пло- щадь	10.03.12 Новый Арбат
М до 30	28,4%	11,1%	18,1%	16,3%	17,9%
М 30-50	39,5%	43,5%	44,5%	31,6%	20,0%
М 50+	3,7%	4,8%	7,1%	15,0%	21,1%
Ж до 30	8,6%	15,9%	10,3%	15,6%	16,8%
Ж 30-50	8,6%	17,4%	11,6%	9,9%	9,5%
Ж 50+	3,7%	4,8%	3,9%	10,5%	12,6%
М+Ж	7,4%	2,4%	4,5%	1,0%	2,1%
ИТОГО:	81	207	155	95	294

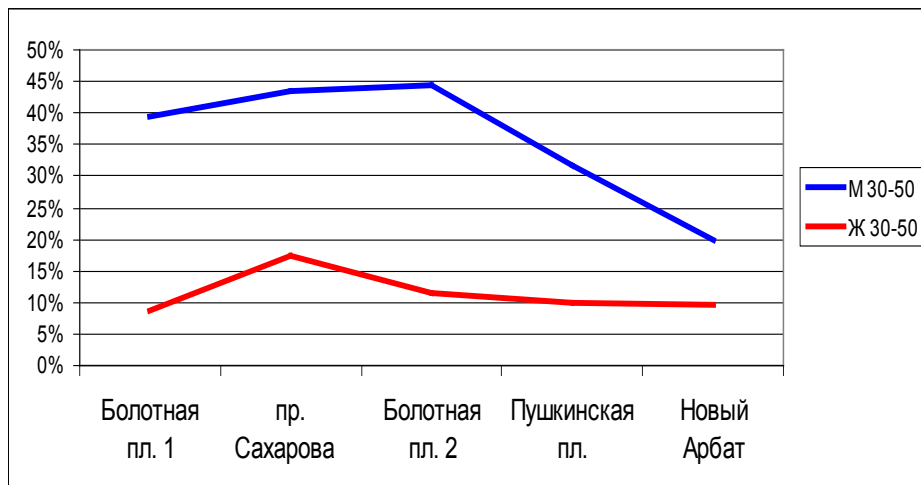
Михаил Алексеевский пишет, что *данные социологических опросов участников митинга на проспекте Сахарова четко свидетельствуют о том, что большинство из них составляли мужчины (по данным Левада-Центра, их было 60 %). Среди опрошенных людей с плакатами та же тенденция прослеживается еще четче: мужчины – 40 (66%), женщины – 20 (33%)* (см. с. XXX). По этому вопросу (количество мужчин) наши данные не противоречат ни опросам Левады-центра, ни процитированному выше исследованию. Однако в выборке М. Алексеевского из 60 человек (с которыми были сделаны интервью), молодых (до 30 лет) было 30 (50 %), людей среднего возраста (до 30 до 55 лет) – 20 (33 %); старшего возраста (старше 55 лет) – 10 (17 %). Вывод, к которому приходит исследователь, логичен (*таким образом, в большинстве с плакатами на митинг пришла молодежь; причем особую активность, по субъективным оценкам, проявляли люди около 30 лет, верхний уровень молодых и нижний уровень среднего возраста*), но не совсем точен (дело, видимо, в том, что выборка слишком мала). Если мы посмотрим на вторую строку в Таблице 1., то мы увидим, что мужчин группы 30-50 с лозунгами на каждом митинге (кроме Нового Арбата) было гораздо больше, чем молодых людей до 30 (если не учитывать возможную погрешность при определении возраста). Это соотношение не менялось до момента президентских выборов (что, кстати, показывает, что мы уловили некоторую важную тенденцию в составе участников протестного движения).

Если посмотреть на Ил. 1, отражающий соотношение молодых людей и девушек с плакатами, заметно, что сначала девушки выходили неохотно (10 декабря 2011 г. на Болотной площади митингующие еще боялись задержаний, которые имели место 5 декабря 2011 г. на Чистых прудах), зато потом, на проспекте Сахарова, количество девушек с плакатами даже немного превышает количество юношей. В дальнейшем молодые люди и девушки в возрасте до 30 лет продолжают активно ходить митинги и их число медленно растет и почти сравнивается.



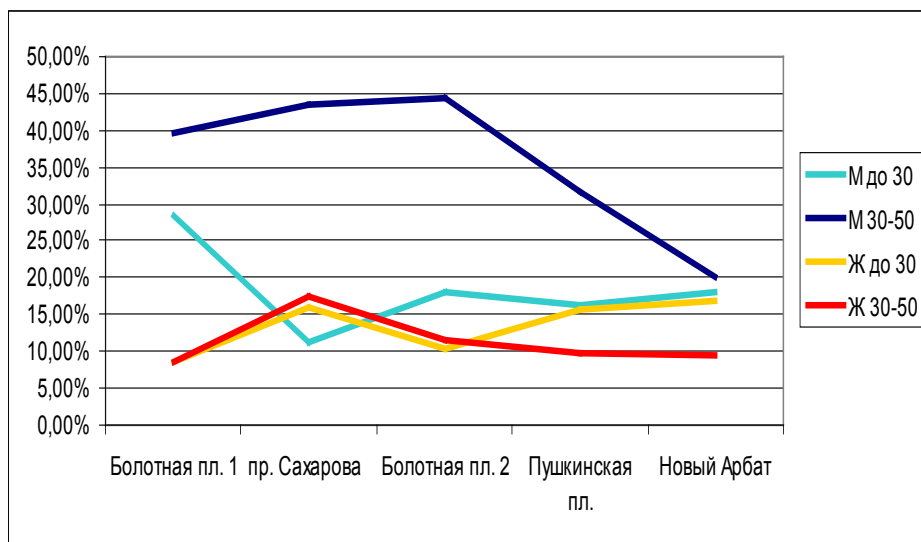
Ил. 1. Молодые люди с плакатами.

Совсем другое соотношение между мужчинами и женщинами в возрасте от 30 до 50 лет. Как видно из Ил. 2, мужчины в этой возрастной группе на порядок активнее своих сверстниц. Другая возможная интерпретация – такой вид активной самопрезентации как плакат с лозунгом не очень привлекает женщин этой группы.



Ил. 2. Люди среднего возраста с плакатами.

Сводный график половозрастного состава (ил. 3) четко показывает динамику половозрастных групп в составе протестных акций.



Ил. 3. Молодые люди и люди среднего возраста с плакатами.

Первоначально мужчины от 30 до 50 лет с плакатами составляли костяк протестного движения (таким образом, подтверждается тезис некоторых наблюдателей о том, что это и есть основа так называемых «недовольных

горожан»), однако после выборов креативная активность и тенденция к саморепрезентации во время митингов мужчин и женщин в возрасте 30-50 резко падает – возможно, это можно объяснить разочарованием в такой форме «оппозиционной борьбы», в то время как количество молодежи с плакатами немного возрастает – они перенимают эстафету.

На что мы ссылаемся?

Треть (453) рассматриваемых лозунгов или невербальных знаков протеста отсылают зрителя (читателя) к *прецедентному тексту* (будь то выступление Владимира Путина, заявление Владимира Чурова, известный кинофильм, анекдот, интернет-мем и т.п.) или к *прецедентному событию/ситуации*. «Цитатой» назвать подобную референцию не всегда возможно: во-первых, как уже говорилось выше, источником может быть не только высказывание, но и ситуация, а во-вторых, в результате обыгрывания прецедентного текста в поле народного творчества на плакате может появиться сообщение, которое не будет содержать ни одного слова из исходной цитаты, хотя мы способны восстановить референцию к прецедентному источнику. Например, текст *Ты нас звал – так мы пришли* относится к фрейму *Бандерлоги*, однако не содержит ни слова из исходной цитаты В.В. Путина:

Есть, конечно, люди, которые имеют паспорт гражданина Российской Федерации, но действуют в интересах иностранного государства и на иностранные деньги. С ними тоже будем стараться наладить контакт. Часто это бесполезно или невозможно. Что можно сказать в этом случае? Можно знаете что сказать? Можно сказать в конце: «Идите ко мне, бандерлоги». С детства люблю Киплинга [Разговор 2011].

Именно поэтому нам показалось целесообразным использовать термин «фрейм», одно не совсем в том значении, какое закрепил за этим термином его создатель Марвин Минский. Под «фреймом» мы понимаем прецедентный текст/ситуацию и ассоциативное поле, возникающее вокруг них.

Важно понимать, что не все лозунги отсылают к фреймам: так, 1047 лозунгов не содержат в себе отсылок ни к прецедентному тексту, ни к прецедентному событию: например, лозунги: *Вова, кыш!*, *Коррупционеры вздохнули с облегчением!*, *Нет застройке Зоны отдыха Битца!* и т.д.

Фреймы, основанные на прецедентном тексте. Разберём для примера лозунги *Мы стали более лучшие собираться*, *Я готов менее лучше одеваться*, *Мы стали более лучшие избиратца*, *Мы стали более лучшие*



Ил. 4.



Ил. 5.

разбираться, удивляться, возмущаться и защищаться, Мы стали более теплее одеваться [Ил. 4 и 5].

Языковая игра непонятна при незнании адресатом цитаты *Мы стали более лучше одеваться* или хотя бы созданного популярностью этой цитаты фрейма (читатель, не знакомый с фреймом, не поймёт преднамеренности грамматического искажения формы сравнительной степени *более лучше*). Это фраза из видеоролика-интервью участницы прокремлевского молодежного движения «Сталь» после митинга на Триумфальной площади 6.12.11 в честь победы «Единой России» на выборах в Госдуму. Ответы Светы Курицыной (*Света из Иванова*) о достижениях правящей партии (*Единая Россия сделала много достижений и мы стали более лучше одеваться*) разошлись на цитаты в интернете.

Точкой пересечения двух смыслов является фонетически и морфологически близкие пары *одеваться => собираться, разбираться* и пр.; при этом модификация цитаты меняет её изначальный (глубинный) смысл (≈«партия сделала жизнь лучше») на полностью противоположный (≈«партия сделала жизнь хуже, [поэтому нам приходится собираться, разбираться,

возмущаться и т.п.]»), что и создаёт комический эффект, совмещённый с «радостью узнавания». Исходная цитата может обыгрываться и в другой точке пересечения, например, заменой наречия *более* на *менее* и небольшой модификацией конструкции (*Я готов менее лучше одеваться*), тем самым становясь непосредственной реакцией на изначальное высказывание (≈«мне так не нравится партия, [что я готов пожертвовать возможностью хорошо одеваться]»). Здесь мы видим создание фрейма на базе цитаты, в рамках которого происходит пародирование оригинального высказывания за счёт вычленения из него устойчивой формулы.

Сам знак протеста может быть также и невербальным, но при этом относиться к фрейму, основанному на прецедентном тексте (надутый презерватив, плюшевый удав, напечатанные доллары). Эти знаки протеста отсылают к фреймам (Таблица 1) *Контрацептивы*, *Бандерлоги* и *Деньги Госдепа* [Архипова 2013].

Далеко не все митингующие могут сказать, какая конкретно цитата стала источником многочисленных отсылок, например, к *удаву* (или *хомячкам*), но при этом могут объяснить суть этих фреймов – сложившиеся правила употребления и референцию (например, лозунг *Лучше голосовать за козлов, чем за удава. Хомячок* (см. подробнее XXX)), коннотации и ассоциации (*Закон джунглей*, *Шер-Хан*), часто встречаемую игру слов, основанную на имени *Каа* (см. подробнее XXX).

Фреймы, основанные на прецедентном событии/ситуации. Другой тип фреймов – это фреймы, отсылающие к прецедентному событию или ситуации, например, *Амфоры* или *Арифметика Чурова*. Первый фрейм отсылает к новостному репортажу о погружении Владимира Путина в августе 2011 г. на дно Таманского залива, где он нашел две амфоры VI века до нашей эры, второй – на вероятные фальсификации в ходе подсчета голосов, иронически связываемые с «особой математикой» главы Центризбиркома Владимира Чурова. Для того, чтобы понять смысл лозунгов *Мы за честные амфоры* или *Репетитор по математике! Чурову – скидка* необходимо быть знакомым с теми реалиями, которые за ними стоят. Ситуативные фреймы не являются отсылкой к цитате, однако механизм их функционирования подобен цитационному.

Сложные случаи. В некоторых случаях вызывает затруднение отнесение фрейма по происхождению к текстовым или ситуационным. Например, фрейм *Бадминтон* отсылает к размещённому в президентском блоге видеоролику, который содержит одновременно и речь Дмитрия Медведева (*прецедентный текст*), и видеоряд игры в бадминтон президента и премьер-министра (*прецедентное событие*). Характерно, что для разных носителей фрейма прецедентным является либо текст речи, либо видеозапись игры лидеров государства.

Другой сложный случай – определение того, относятся ли два сюжета к одному фрейму или же являются двумя разными. Так, например, фреймы *Путин-краб* и *Раб на галерах* восходят к выступлению Владимира Путина 14 февраля 2008 г., в котором он дает оценку своему второму президентскому сроку (*Все эти годы я пахал как раб на галерах, с утра до ночи*) и, безусловно, пересекаются, однако сферы их функционирования в общем различны. В текстах лозунгов, отсылающих к фрейму *Раб на галерах*, галеры являются метафорой власти (*Вован, Освободи галеру!*), а раб и коннотативно связанное с ним слово «свобода» употребляются как метафоры для лидера страны и его отставки (*Свободу рабу на галерах*). В то же время фрейм *Путин-краб* больше распространен в визуальной сетевой среде (карикатуры, «фотожабы»). Поэтому нам кажется обоснованным выделение двух фреймов, что было бы невозможно, если бы мы апеллировали лишь к исходной цитате.

Существует также пять фреймов, образующих своеобразный континуум: *Чуров – волшебник*, *Борода Чурова*, *146%*, *Арифметика Чурова* и *Гауссиана*. Первые два восходят к двум разным цитатам: называнию Владимира Чурова «волшебником» в речи Дмитрия Медведева 6 декабря 2011 г. (после того как тот признается, что точно предсказал итоги парламентских выборов), и к клятве Чурова своей бородой в том, что выборы будут честными (программа «Вечер с Тиграном Кеосаяном» на РЕН ТВ 15 мая 2007 года). Фреймы *Арифметика Чурова* и *Гауссиана* отсылают к возможным фальсификациям на выборах в Госдуму. Хотя все эти фреймы относятся к теме выборов и иногда употребляются вместе, нам кажется разумным не объединять эти фреймы в один, так как они обладают разными коннотативными рядами. Так, в случае *Арифметики Чурова* обыгрываются учебники, уроки математики или математические вычисления (*Скажите, а в вашей стране можно делить на ноль?* – фраза из пародийного «Вавилонского разговорника», ранее популярного в Интернете). В то же время во фрейме *146%* обыгрывается само число (*Чуров, твои 146% не лезут в твитт!* – размер сообщения в Twitter ограничен 140 символами) или его фактическая невозможность (*146% москвичей за честные выборы*). Кроме того, важно, что мемом стало именно конкретное число, хотя подобных ошибочных цифр на телеканале «Россия» было несколько (поэтому один раз встречается лозунг *Нас 139%*).

Ниже представлены все фреймы, основанные на дискурсе власти (Таблица 2) или на прецедентных событиях, связанных с властями (Таблица 3), которые были использованы во время протестных митингов.

Таблица 2. Фреймы, основанные на дискурсе власти.

Фрейм	Количество лозунгов, основанных на фрейме	Источник фрейма	Дата создания прецедентного текста
<i>Бандерлоги</i>	44	Выступление В.В. Путина в 2011 г.: Есть, конечно, люди, которые имеют паспорт гражданина Российской Федерации, но действуют в интересах иностранного государства и на иностранные деньги. С ними тоже будем стараться наладить контакт. Часто это бесполезно или невозможно. Что можно сказать в этом случае? Можно знаете что сказать? Можно сказать в конце: «Идите ко мне, бандерлоги». С детства люблю Кипплинга [Разговор 2011].	15.12.11
<i>Раб на галерах</i>	22	Выступление В.В. Путина в 2008 г.: Что же касается моего личного восприятия – я уверен, мне не стыдно перед гражданами, которые голосовали за меня дважды, избирая Президентом Российской Федерации. Все эти восемь лет я пахал, как раб на галерах, с утра до ночи, и делал это с полной отдачей сил. Я доволен результатами своей работы [Путин 2008]	14.02.08
Контрацептивы	18	Выступление В.В. Путина в 2011 г.: Если говорить откровенно, я, когда увидел на экране что-то такое у некоторых на груди, честно вам скажу, неприлично, но, тем не менее, я решил, что это пропаганда борьбы со СПИДом, что это такие, пардон, контрацептивы повесили [Разговор 2011].	15.12.11
<i>Деньги Госдепа</i>	18	Комментируя слова госсекретаря США Хиллари Клинтон, которая выразила серьезную озабоченность по поводу проведения парламентских выборов в России (4.12.11), заявив, что россияне заслуживали тщательное расследования всех сообщений о нарушениях, В.В. Путин сказал: Я посмотрел на первую реакцию наших американских партнёров. Первое, что сделала госсекретарь, – дала характеристику и оценку выборам и сказала, что они нечестные и несправедливые, хотя ещё не получила даже материала наблюдателя БДИПЧ. Она задала тон некоторым нашим деятелям внутри страны, дала сигнал. Они этот сигнал услышали и при поддержке Госдепа США начали активную работу... Я вот совсем недавно общался с прессой, со СМИ, ну что там говорить – мы крупнейшая ядерная держава, и такой остаёмся. И это вызывает определённые опасения у наших партнёров. И нас так «покачивают», чтобы мы не забывали, кто здесь, на нашей планете, хозяин, и слушались, и чувствовали, что у них есть рычаги влияния на нас внутри нашей страны” [Встреча 2011]. Генпрокурор России Ю.Я. Чайка: Недопустимо, когда отдельные личности используют людей в качестве инструмента для достижения своих политических целей, причем далеко не чистооплотных. Ведь деньги на все это зачастую поступают из источников, которые находятся за пределами России [Чайка 2011].	08.12.11, 12.01.12

<i>Чуров-волшебник</i>	16	<p>Д.А. Медведев принимает доклад главы ЦИК В.Е. Чурова о результатах выбора в Госдуму.</p> <p>В.Е. Чуров: И я ещё одно подтверждение Вам принёс. Мы обычно проводим конкурс социологических прогнозов — после оглашения результатов, естественно. И в данном случае десять ведущих социологических компаний России приняли участие — не только из Москвы, и из Петербурга, и из других городов.</p> <p>Д.А. Медведев: Кто ближе всех оказался?</p> <p>В.Е. Чуров: Победителями стали Институт социологических исследований ЦЭССИ и Фонд исследования проблем демократии, это по явке избирателей. Но мой прогноз был самым точным: я ошибся только на две десятых, я сказал — 60 процентов будет.</p> <p>Д.А. Медведев: Вы же волшебник почти, Вас так некоторые лидеры партий называют [Чуров, Медведев 2011].</p>	06.12.11
<i>ВВП</i>	8	<p>В 2003 году в послании федеральному собранию В.В. Путин впервые заявил о задаче удвоения ВВП за 10 лет, но она так и не была выполнена. Впоследствии аббревиатура ВВП стала ассоциироваться с инициалами и первой буквой фамилии Путина.</p> <p>В мае 2011 г. В.В. Путин во второй раз за годы своего правления призвал повысить ВВП на душу населения в два раза за 10 лет: Мы ставим перед собой амбициозную цель — уже через десять лет Россия должна войти в пятерку крупнейших экономик мира. А ВВП на душу населения должен подняться с сегодняшних 19 с небольшим тысяч долларов к отметке 35 и чуть выше тысяч долларов на человека [Путин 2011]</p>	26.05.11, 16.05.03
<i>Вертикаль власти</i>	7	<p>Вертикаль власти — административная реформа (создание 7 федеральных округов, введение институтов полномочных представителей президента в регионах, отмена выборов губернаторов), цель которой — укрепление и централизация власти, о проведении которой В.В. Путин заявил еще в начале своего первого президентского срока: На посту президента я намерен уделять значительное внимание укреплению институтов государственной власти и включаю в понятие государственного строительства такие вопросы как выстраивание более жесткой вертикали власти, проблемы правоохранительной сферы, совершенствование работы администрации президента [Путин XXX].</p>	06.05.00
146%	13	<p>Интернет-мем 146 % возник после того, как пользователи социальной сети «ВКонтакте» выложили сохраненный кадр телеканала «Россия-24» от 5 декабря 2011 г., на котором выводятся показатели голосования в Ростовской области. Если сложить результаты всех партий, получается, что всего в области проголосовали 146,47%.</p>	05.12.11

<i>Раскачивать лодку</i>	6	Выступление В.В. Путина на последнем заседании Госдумы V созыва: <i>4 декабря состоится выборы нового состава Государственной Думы</i> , будет сформирован обновлённый парламент, представляющий интересы всего российского общества. В Государственной Думе есть, разумеется, партийные фракции, и в этом зале всегда будут представлены люди самых разных политических взглядов. Это основа парламентской демократии, так и должно быть. В этих условиях правящая партия, большинство всегда ждёт от оппозиции, что она будет вести себя спокойно и не будет раскачивать лодку. Но это — благие пожелания: оппозиция для того и существует, чтобы правящая партия, правящая сила крепче держала штурвал управления и могла доказывать обществу правильность путей, по которым развивается страна. Но вместе с тем — и сейчас хочу обратиться ко всем вам — у нас впереди ещё очень много факторов неопределённости и рисков. А в условиях шторма, бури, в условиях кризиса очень важно, чтобы вся команда работала слаженно, чтобы лодка действительно не перевернулась и стабильность страны, её суверенитет, благополучие людей — это вещи, перед которыми должны отступать всякие партийные интересы [Путин 2011]	23.11.11
<i>Борода Чурова</i>	5	В.Е. Чуров: Ну мне, бородой своей, что ли, поклясться, что я сделаю все, чтобы выборы были честными? Клянусь! [Чуров 2011]	15.05.07
<i>Умереть под Москвой</i>	4	В этом году мы будем отмечать 200-летие Бородинской битвы. И как тут не вспомнить Лермонтова и его чудо-богатырей. Мы помним эти слова еще с детства, со школы, помним этих чудо-богатырей, воинов, которые перед битвой за Москву, клялись в верности Отечеству и мечтали умереть за него. Помните, как они говорили? ... И Есенина будем помнить, будем помнить все наше величие. Так вот помним эти слова: Умереть ж под Москвой Как наши братья умирали! И умереть мы обещали. И клятву верности сдержали Мы в Бородинский бой. Битва за Россию продолжается, победа будет за нами [Путин 2012]	23.02.12
<i>Мочить в сортире</i>	3	В. Путин: “Российские самолёты наносят и будут наносить удары в Чечне исключительно по базам террористов, и это будет продолжаться, где бы террористы ни находились. ...Мы будем преследовать террористов везде. В аэропорту — в аэропорту. Значит, вы уж меня извините, в туалете поймаем, мы и в сортире их замочим, в конце концов. Всё, вопрос закрыт окончательно” [Путин 1999].	24.09.99
<i>Бадминтон (см. также раздел “Сложные случаи”)</i>	3	Д. Медведев обновил свой видеоблог, неожиданно разместив в нем не политическое высказывание, которое от него ожидали после того, как «Единая Россия» решила выставить Путина кандидатом на президентских выборах, а небольшой видеоролик о пользе бадминтона, в котором он играет с Владимиром Путиным.	24.10.11
<i>Я устал. Я ухожу</i>	2	Отсылка к последнему новогоднему обращению Бориса Ельцина, в котором он, однако, этих слов не говорил, а сказал: «Я ухожу в отставку». Словосочетание «Я устал. Я ухожу» стало популярным после скетча в КВН [Ельцин 1999]	31.12.99

<i>Путин-краб</i>	2	Подытоживая результаты своего второго президентского срока, В.В. Путин сказал: Что же касается моего личного восприятия — я уверен, мне не стыдно перед гражданами, которые голосовали за меня дважды, избирая Президентом Российской Федерации. Все эти восемь лет я пахал, как раб на галерах, с утра до ночи, и делал это с полной отдачей сил. Я доволен результатами своей работы [Путин 2008]	14.02.08
<i>Уконтрапупить сесаети</i>	1	В.В. Путин: А что, про медицину мало говорят о том, что там коррупция, мздоимство и т.д., что, мало разве говорят про аналогичные явления в сфере образования? Это беда всего нашего общества. Ну, желание «попасть на волну» и понравиться и кого-то, извините, «уконтрапупить», схватить и посадить во что бы то ни стало, показать свою крутизну — это самое простое, что мог бы сделать человек в моем положении”. “[Болеельщики] — это единое сообщество. Единое сесаети [Путин 2011]	15.12.11
<i>Послать доктора</i>	1	В.В. Путин раскритиковал металлургическую компанию «Мечел» за продажу сырья за границу по ценам в два раза ниже внутренних. Главу компании И.В. Зюзина приглашали на встречу с премьером, но он сказался больным. В.В. Путин: Конечно, болезнь есть болезнь. Но, я думаю, Игорь Владимирович должен как можно быстрее поправиться. Иначе к нему доктора придется послать. И зачистить все эти проблемы. Прошу также Федеральную антимонопольную службу обратить на это особое внимание. Может быть, даже и Следственный комитет Прокуратуры. Надо разобраться, что там происходит [Путин 2008].	24.07.08

Таблица 3. Фреймы, основанные на прецедентном событии, связанном с представителями власти.

Фрейм	Количество лозунгов, основанных на фрейме	Источник фрейма	Дата прецедентного события
Путин плачет	37	Митинг на Манежной площади, во время которого после оглашения предварительных результатов подсчета голосов крупным планом показали слезы на лице Владимира Путина [Путин 2012]	04.03.12
Гауссиана	14	Многие специалисты, пытаясь доказать масштабные фальсификации в пользу «Единой России», использовали теорию распределения вероятностей Гаусса, которая гласит, что при статистической выборке величины распределения вероятностей (явка в процентах, количество избирательных участков, процент проголосовавших и часы голосования) подчиняется определенному графику – «гауссиане».	05.12.11
Арифметика Чурова	12	Аллюзии на нарушения при подсчётах во время выборов в Госдуму, связанные с «особой арифметикой» Центризбиркома	Декабрь-январь 2011-2012
Амфоры	8	В одном из новостных сюжетов Владимир Путин погрузился на дно Таманского залива, где он якобы нашел две амфоры VI века нашей эры.	10.08.2011

Для исследования мы взяли из нашей базы лозунгов данные только по пяти московским митингам общим объемом 1354 лозунга. В знак «—» данной таблице означает, что к началу данного митинга прецедентный текст или событие еще не существовали. Он отличен от «0», который означает отсутствие в базе лозунгов, относящихся к данному фрейму:

Таблица 4. Динамика частотности фреймов (топ-21).

№	Фрейм	10.12 Болотная площадь	24.12 Проспект Сахарова	04.02 Якиман- ка – Бо- лотная	05.03 Пуш- кинская площадь	10.03 Новый Арбат	Коли- чество
1	<i>Бандерлоги</i>	–	24	9	2	5	40
2	<i>Путин плачет</i>	–	–	–	19	19	38
3	<i>Партия жуликов и воров (ПЖиВ)</i>	2	8	8	3	9	30
4	<i>Как раб на галерах</i>	0	2	8	1	7	18
5	<i>Деньги Госдепа</i>	0	7	8	0	2	17
6	<i>Чуров – волшебник</i>	5	6	3	1	1	16
7	<i>Контрацептивы повесили</i>	–	5	8	0	2	15
8-9	146%	1	9	1	0	2	13
	Арифметика Чу- рова	4	7	1	0	1	13
10-11	<i>Весна</i> ¹	–	–	4	3	5	12
	Гауссиана	5	6	0	0	1	12
12-14	Ходорковский	0	3	4	1	3	11
	<i>Мороз</i> ²	–	–	11	–	–	11
	Вацлав Гавел	–	10	1	0	0	11
15-16	Карусель	1	0	0	1	8	10
	Света из Иваново	1	3	5	0	1	10
17-19	Амфоры	0	1	5	1	1	8
	Сетевые хомячки	0	2	3	3	0	8
	Pussy Riot	–	–	–	1	7	8
20	<i>Вертикаль власти</i>	0	2	1	1	2	6
21	<i>Маска Гая Фокса</i>	2	0	2	1	1	6
	Всего лозунгов с московских митингов в базе	150	364	310	167	361	1354

По количеству употреблений на московских митингах первые три фрейма (*Бандерлоги*, *ПЖиВ* и *Путин плачет*) лидируют с большим отрывом: они составляют пятую часть всех фреймов.

¹ Примеры фрейма Весна: *Весна придет!*; *Мороз не страшен, когда впереди ВЕСНА!*; *Проснулись МЫ – весны примета Спасибо Путину За это!*

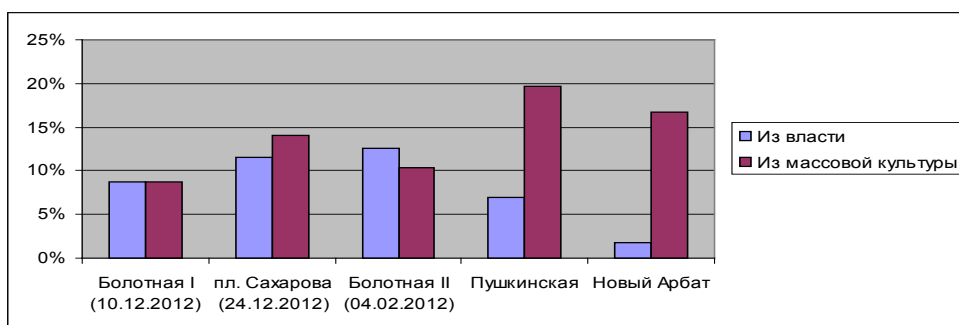
² Примеры фрейма Мороз: *Вообще не холодно!*; *Лютый Пу опаснее лютых морозов;* *Сохнут плевки на лице. Выйти на площадь в мороз... Или опять утереться?*

Из Таблицы 4 хорошо видно, что актуальные фреймы превалируют над старыми фреймами и постепенно угасают на последующих митингах. Так, фрейм *Бандерлоги* чрезвычайно продуктивен (*Мы пришли к тебе, ПУУ!; Шерхан, забирай своих настоящих Банд.Е.Р.логов и валите на Север!; У нас не закон джунглей!* и т. д.) и появляется после соответствующей характеристики протестующих Владимиром Путиным 15 декабря, вспыхивает 24 декабря и постепенно угасает на последующих митингах (см. об этом также статью Марии Ахметовой в данном издании, с. XXX). И наоборот, давние (долгоживущие) фреймы (*ПЖиВ, Как раб на галерах*), в отличие от актуальных (*Бандерлоги, Чуров-волшебник*), сохраняют примерно равную частотность на разных акциях протеста.

Другой существенный вывод – самые популярные фреймы *Бандерлоги* и *Партия жуликов и воров* являются, по сути, инвективой в ответ на инвективу. Фрейм *ПЖиВ* был введен в активное употребление оппозиционным деятелем Алексеем Навальным еще в январе 2011 г. Плакаты с отсылкой к фрейму *ПЖиВ*, осмеивающие победившую на выборах правящую партию, были довольно распространены на первых митингах 5 декабря на Чистых прудах и 10 декабря на Болотной площади. Ответом на мнение протестующих о правящей партии, которую возглавлял премьер-министр, послужило выступление Владимира Путина 15 декабря 2011 г. [Путин 2011], которое транслировалось в прямом эфире всеми государственными СМИ страны. В этом выступлении глава государства косвенно назвал протестующую часть общества «баранами» и «бандерлогами», а символ протестного движения – белую ленту – сравнил с презервативом. В ответ на это последовало использование фреймов *Бандерлоги* и *Контрацептивы повесили* 24 декабря 2011 года на проспекте Сахарова. Таким образом, часть общества, почувствовавшая себя обиженной, отреагировала на слова премьер-министра своей страны (подробнее о стратегиях ответа см. в статье Михаила Матлина, с. XXX).

Таким образом, на первое место по популярности среди протестующих выходит стратегия осмеяния руководства страны и пародирования существующего дискурса власти, которые во многих случаях сопровождаются языковой игрой, ребусами и литуративами (зачеркиваниями). В приведенном выше частотном списке фреймов (см. Таблицу 4) лишь три можно назвать «серьезными»: это фрейм, связанный с пребывающим в заключении Михаилом Ходорковским, и два фрейма, актуализированных накануне митингов – диссидент и первый президент Чехии *Вацлав Гавел*, скончавшийся 18 декабря 2011 года, и группа *Pussy Riot*, участницы которой были арестованы 3 марта 2012 года после акции «Панк-молебен» в Храме Христа Спасителя.

Однако мы цитируем не только тексты власти. Если проанализировать источники цитат, которыми пользуются митингующие, то оказывается, что до президентских выборов «авторы лозунгов» примерно в равной степени пользовались как цитатами из дискурса власти (речи Путина, Медведева, Чурова), так и цитатами общекультурного происхождения (кино, мультфильмы, книги). Цитирующие Путина негативно реагируют на его слова, однако у тех, кто обращается за цитатами к современному культурному бэкграунду, коммуникативная установка другая: это, скорее, поиск «союзников», то есть тех, кто может понять цитату, в том числе скрытую, что способствует консолидации сообщества. Посмотрим на Ил. 6:



Ил. 6. Цитирование власти или текстов массовой культуры.

Как мы видим, цитирование представителей власти или обращение к массовой культуре являются равноценными стратегиями «самопрезентации» митингующих. Однако после президентских выборов 5 марта 2012 г. цитаты из власти сильно уступили цитатам из массовой культуры, что связано с установившимся публичным молчанием В.В. Путина и Д.А. Медведева, и как следствие – отсутствием новых громких цитат, которые могли бы обыгрываться в текстах лозунгов.

Что мы цитируем и как мы шутим?

Замысел данного исследования возник в феврале 2011 г. во время подготовки к публикации первых результатов мониторинга митингов, когда между коллегами, обрабатывавшими результаты исследований митингов, возник спор о том, какой процент плакатов содержал юмористические высказывания. Назывались совершенно разные цифры – от 40% до 79% (в зависимости от методики подсчётов каждого конкретного наблюдателя). Именно поэтому в своем исследовании мы решили посчитать количество случаев языковой игры, поскольку языковая игра поддается формализации (под языковой

игрой мы понимаем коммуникативную ситуацию, в ходе которой адресант создает более одного смысла текста вербальными и (или) визуальными средствами, намеренно провоцируя комический эффект высказывания).

Резкий выход подобного свойства лозунгов (ориентация на фреймы, высокая цитатность, склонность к языковым играм) на первый план стал поводом для возникновения в публицистике тезиса о «карнавализации» протестного движения в России зимой-весной 2011-2012 гг. Некоторые исследователи отмечают, что доля подобного комизма в лозунгах была характерна и для других исторических акций протеста (майские события 1968 года во Франции, украинская Оранжевая революция 2004 года, подробнее см. обзор в данной книге, с. XXX). Однако если «карнавализация» имела место, то хочется понять, как она устроена, в чем выражается и какие стороны этого процесса можно увидеть сквозь призму языка. Здесь мы сталкиваемся с проблемой формализации данных.

Всего в нашей базе содержится 287 примеров текстов, содержащих языковую игру – 19,1% от общего числа лозунгов. При этом 37% от общего числа лозунгов (557 текстов) содержат цитату в том или ином виде. Лишь 113 текстов содержат одновременно и цитату, и языковую игру.

Рассмотрим пример (с. XXX). Лозунг *Наш презик* [изображение Путина]: *минздрав предупреждает: повторное использование през-ов вредит здоровью нации* ссылается на фрейм *Контрацептивы повесили*. Языковая игра построена на двусмысленности слова *презик* (сокращение от *презерватив*, которое в контексте изображения понимается как сокращение от *президент*) и неоднозначности сокращения *през-ов* (то же). Комический эффект возникает за счёт внесения скрытого смысла. Однако бóльший комический эффект возможен лишь при понимании читателем лозунга референции к фрейму.

Рассмотрим для примера лозунг *Не надо чураться математики*.

Поверхностным смыслом этого лозунга является его прямое значение. Точкой пересечения двух смыслов является слово *чураться*, которое, кроме своего прямого значения, имеет отсылку к фамилии главы Центризбиркома *Чуров* (через фонетическое сходство). Тем самым создаётся второй смысл, воплощаемый во фрейме, который мы назвали *Арифметика Чурова*: «все-возможные аллюзии на нарушения при подсчётах во время выборов в Госдуму, связанные с «особой арифметикой» Центризбиркома» (см. Таблицу 2). Пересечение этих двух смыслов создаёт комический эффект, связанный также с «радостью понимания» при обнаружении читателем скрытого смысла.

К языковой игре мы также относим литуративы (т.е. *зачёркивания*; ср., например, лозунг «выб^ор^орь»), соединяющий в себе высказывание «вы ворь» и отсылку к организаторам выборов), и языковые ребусы, которые являются особым видом языковой игры с нулевым поверхностным смыслом высказывания, что заставляет читателя провести дополнительные мыслительные операции для понимания замысла автора.

Рассмотрим для примера лозунг *МУТИН – ПУДАК*, содержащий языковой ребус. Это высказывание состоит из двух несуществующих слов (нулевой поверхностный смысл). Если читатель способен провести операцию перестановки первых букв слов и получить тем самым осмысленное высказывание (глубинный смысл), у него возникает «радость понимания», а пересечение двух смыслов создаёт комический эффект.

Сюда же относятся классические ребусы, в которых для понимания смысла высказывания необходимо обращение к невербальным знакам, в частности, изображениям.

Рассмотрим для примера лозунг *Они не выбирают тех, кто будет на них ездить*, написанный рядом с изображением осла. Для его понимания необходимо подставить вместо анафорического местоимения *они* то, что изображено на картинке, – *осёл (ослы)*. Далее работает обычный механизм языковой игры.

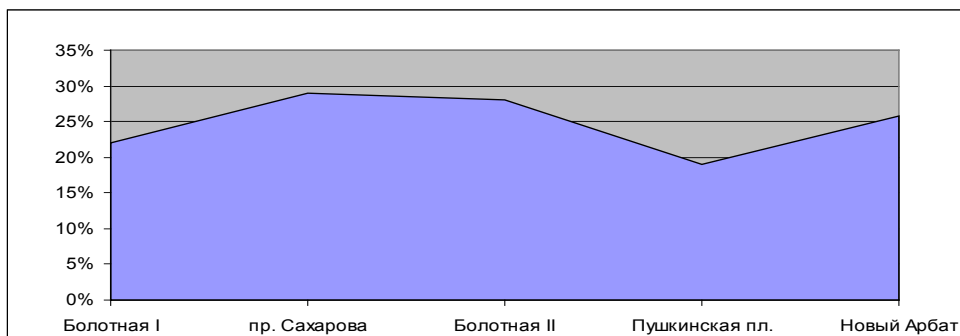
Невербальным знаком может быть не только изображение, но и предмет, костюм и даже животное-участник митинга. Так, например, комический эффект перефразированной идиомы *12 лет псу под хвост. Хватит!* [Ил. 7] возникает при размещении данного лозунга на собаке.



Ил. 7.

Вот так в целом выглядят языковые игры в лозунгах. Какие выводы можно сделать из их употребления?

Ниже представлены два графика, которые показывают, как процент лозунгов, в которых присутствует цитата (Ил. 8) или языковая игра (Ил. 9), меняется от митинга к митингу.



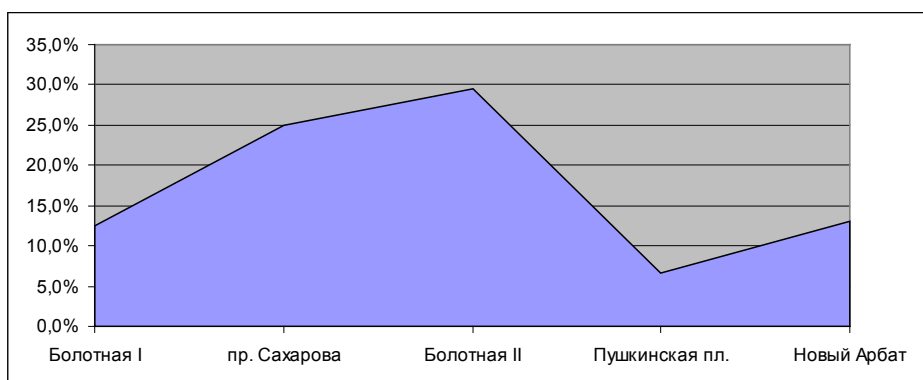
Ил. 8. Лозунги с цитатами на московских митингах.

Понимание цитаты – один из существенных критериев коммуникативной удачи во взаимодействии между «автором лозунга» и адресатом, которым являются как посетители митинга (политические сторонники), так и СМИ, а через них – властные фигуры (политический противник).

Мы разделяем цитаты на оригинальные, т.е. не изменённые (например, фрагменты песен, стихотворений, высказываний исторических деятелей и т.п.), и модифицированные, т.е. намеренно искажённые по отношению к оригиналу. *Знал бы Ирод, что чем он сильнее, тем верней, неизбежнее чудо. Постоянство такого родства – основной механизм Рождества* – прямая цитата из И. Бродского. *Путинизм есть феодальная власть плюс коррупциизация всей страны!* – модифицированная цитата из В.И. Ленина. Оригинальные или модифицированные цитаты из языка власти, текстов художественной литературы или массовой культуры составляют значительную часть текстов лозунгов и чаще, чем языковая игра, используются митингующими. Около 22% исследованных лозунгов с митинга на Болотной площади 10 декабря 2011 г. содержали цитату в том или ином виде. Дальше этот показатель только растёт (почти 30% лозунгов на проспекте Сахарова 24 декабря 2011 г.), снижается до 18% после президентских выборов, но восстанавливается на митинге, который проходил на Новом Арбате 10 марта 2012 года. Последнее, например, связано с тем, что большое количество лозунгов с цитатами ссылается на актуализированный фрейм *Путин плачет* (Таблица 3), связанный с «путингом» (митингом в поддержку Путина)

на Манежной площади 4 марта 2012 г., во время которого в прямом эфире были показаны слёзы Владимира Путина. Это событие обыгрывалось с помощью прямой или модифицированной цитаты «Москва слезам не верит» (название советского кинофильма 1979 года). Возможно, эта цитата была дополнительно актуализирована показом фильма вечером 4 марта 2012 г. незадолго до закрытия избирательных участков.

На втором графике мы видим, что в начале массовых протестов в декабре (Болотная площадь 10 декабря 2011 г.) процент языковых игр был весьма скромен (12%), но далее он увеличился до 25% на проспекте Сахарова (24 декабря 2011 года) и достиг пика (до 30%) 4 февраля 2012 г. на шествии «Якиманка – Болотная площадь», то есть, в среднем, на пике протеста каждый третий текст плаката был направлен на вызывание комического эффекта с помощью языковой игры.



Ил. 9. Лозунги с языковой игрой на московских митингах.

Митинг 5 марта 2012 г. на Пушкинской площади, состоявшийся после оглашения результатов президентских выборов, на которых с большим отрывом победил Владимир Путин, знаменовал крах надежд протестующих на изменение политического курса. Свидетелями и журналистами этот митинг был назван «грустным», и теперь мы видим почему: количество использования языковых игр в коммуникации митингующих упало с 30% до почти 5% (абсолютный минимум), количество использования цитат упало до 19% (абсолютный минимум). Впрочем, если митингующие и перестали веселить друг друга языковыми играми, то коммуникативная стратегия оперирования цитатами осталась по-прежнему высокой, причины чего были объяснены выше.

К кому мы обращаемся?

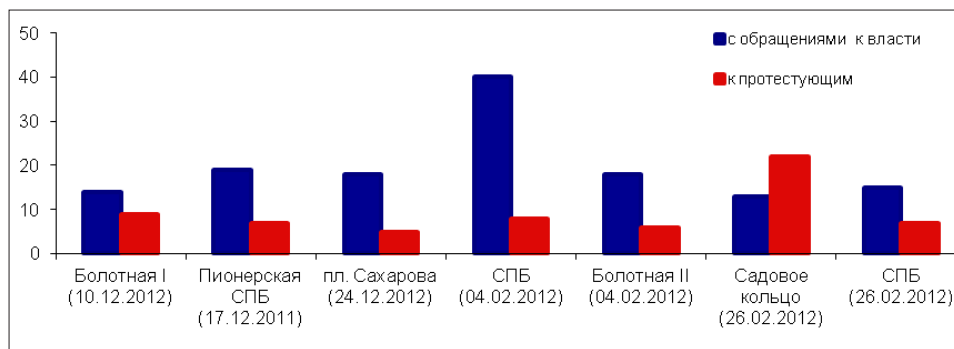
Для демонстрантов митинг является своеобразной возможностью донести до властей своё несогласие с их действиями. Таким образом, именно власти и являются «глобальным» адресатом всей акции протеста. Однако на «локальном» уровне митингующие, демонстрируя своё мнение властям, напрямую могут обращаться вовсе не к ним.

Рассмотрев для примера «минимальную тройку» модификаций одной и той же цитаты В. Путина *Я пахал как раб на галерах*, мы можем выделить три вектора адресации:

- адресат – власть: *Хорош грести, отдай галеру.*
- адресат – митингующие: *Не ПустИм раба На галеру.*
- отсутствие выраженного адресата: *галеры без краба.*

Кроме того, мы можем выделить также и четвёртую стратегию обращения, а именно – адресацию сообщения представителям зарубежных СМИ, а через них – международному сообществу путём создания лозунгов на иностранных языках (2,5% от проанализированных нами плакатов): ср., например, репродукцию картины «Крик» Мунка с подписью: *Putin again?* или лозунг *We are not the opposition. Russians just want to have a choice.* Важно заметить, что мы не учитывали здесь прямые цитаты на иностранном языке (например, слова Вацлава Гавела в оригинале) или фразы, вошедшие в фонд паремий, как, например, *No pasaran.*

Следующий динамический график показывает, какой процент лозунгов был обращен напрямую к властям, а какой – к протестующим. Отметим, что количество лозунгов, обращенных к власти, в основном колеблется вокруг 20%; еще меньше (между 5% и 10%) лозунгов, обращенных к другим протестующим, которые можно трактовать как попытки консолидации протестующего сообщества.



Ил.10. Обращения в лозунгах.

Странный «скачок» обращений к власти во время митинга в Петербурге 4 февраля 2012 года объясняется тем, что эта маленькая подборка фотографий сделана в Петербурге не профессиональными наблюдателями, а журналистами, которых интересовали, конечно, требования к власти и хлесткое ее высмеивание. Что же касается превалирования обращений к протестующим над обращениями к власти во время акции «Белое кольцо» на Садовом кольце 26 февраля 2012 года, то это можно легко объяснить отсутствием плакатов в руках у стоящих людей в связи с несогласованностью акции и запретом на агитацию, в то время как основная масса плакатов и других визуальных объектов была закреплена на автомобилях и, соответственно, предполагала в качестве адресатов стоящих вдоль Садового кольца участников акции.

Итак, на графике мы видим, что, за вычетом особых случаев с Санкт-Петербургом и Садовым кольцом, обе стратегии оказываются равноустойчивыми: вне зависимости от абсолютного количества участников, всегда наблюдается почти один и тот же процент обращающихся к протестующим или к власти.

Заключение

Стремление к самоидентификации протестующих в первую очередь приводит к поиску и созданию нового «языка» и речевых форм, которые позволят обозначить свои позиции. Этот новый политический дискурс требует публичности (в этом заключается основной смысл его существования): он ищет выход в медийной сфере, в социальных сетях, а также в уличных акциях.

Проведенное исследование показывает, что не существуют единой социолингвистической стратегии, задействованной протестующими при создании лозунгов во время зимней протестной волны 2011-2012 гг. Одна часть протестующих пыталась вести диалог, в том числе и “карнавальный”, с властью, при этом используя фреймы, возникшие на основе дискурса власти. Самыми популярными здесь оказываются фреймы Бандерлоги и ПЖиВ [Партия жуликов и воров]. Другими словами – протестующие стали обращаться к власти – ПЖиВ, власть отозвалась – Бандерлоги.

Социолингвистическая стратегия других участников выступлений была направлена на усиление коммуникативного контакта с протестующими, при этом задействованы были не столько языковые игры, сколько «игры в цитаты».

К моменту снижения активности «протестной волны» падает и стремление выстраивать «пародийный диалог» с помощью самого дискурса власти, эти возможности себя исчерпали. И наоборот, произошел резкий рост цитат из массовой культуры, что может – косвенным образом – свидетельствовать

о желании общества консолидироваться и организовать вокруг себя собственное дискурсивное поле.

Использованы фотографии М.Д. Алексеевского, М.В. Ахметовой, Д.В. Громова, В.Ф. Лурье, А.Б. Мороза, С. Яковлева.

Литература

Алексеевский М.Д. Кто все эти люди (с плакатами)? // Антропологический форум. 2012. Вып. 16. Online. С. 154—172.

Ахметова М.В. И бандерлоги пришли: высказывание В.В. Путина и «народный плакат» // Антропологический форум. 2012. № 16. Online. С. 193—207.

Бріцина О., Головаха І. Карнавал революції // Критика. 2005. № 3. С. 17—20.

Локоткова С. Как правильно подвести итоги голосования // Коммерсантъ-Наука, 5 декабря 2011 г. С. 9. <<http://kommersant.ru/doc/1828511>>.

Общественное мнение — 2011. Ежегодник. М., 2012. <http://www.levada.ru/sites/default/files/levada_2011_0.pdf>.

Интернет-источники

[Facebook] – Группа «Фольклор “Снежной революции”» в социальной сети Facebook <<http://www.facebook.com/groups/236087386462841>>.

[24december] – Сайт «Фольклор “Снежной революции”» <<http://24december.visantrop.ru>>

[Нашистка] – Видеоролик «Нашистка Света из Иваново» на сайте YouTube. 6 декабря 2011 г. <<http://www.youtube.com/watch?v=24XBX0Wkmpw>>.

[Вавилонский разговорник] – Проект «Вавилонский разговорник» <<http://stupidcasual.ru/phrasebook>>.