

О.С. ИССЕРС

*(Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского
г. Омск, Россия)*

УДК 81'27

ББК Ш107

КОММУНИКАТИВНЫЕ ИГРЫ НА САХАРОВА И БОЛОТНОЙ (РЕКОНФИГУРАЦИЯ ОППОЗИТИВНОГО ПЛАКАТА КАК НОВАЯ ДИСКУРСИВНАЯ ПРАКТИКА)

Аннотация: Исследуется массовое речевое творчество протестного электората Москвы в период думской и президентской выборов кампаний. Особое внимание уделяется комическому эффекту как доминанте оппозиционного плакатного дискурса.

Ключевые слова: дискурсивная практика, приемы языковой игры, самоидентификация, речевая маска.

За последние два десятилетия в отечественных и зарубежных исследованиях сформировалась традиция выделения различных типов дискурса на основе преимущественного «обслуживания» тех или иных социальных сфер и институтов. Обычно в рамках таксономического подхода материалом для анализа являются «прототипические образцы», не вызывающие сомнений в их идентификации с определенной социальной сферой, а целью – своего рода инвентаризация дискурсов, циркулирующих в определенное время в конкретном социуме. В данных описаниях, как правило, не рассматриваются маргинальные и «смешанные» формы, затушевывающие четкие контуры исследовательской гипотезы. Так, к политическому дискурсу, прежде всего, относят выступления политических деятелей и публикации о политике в СМИ, а также «продукты» политической жизни – агитационные и пропагандистские материалы [Карасик 2000, Паршина 2007, Паршин 2001, Чудинов 2006, 2009, Шейгал 2000 и др.].

Разнообразие таксономических решений, критериев выделения разновидностей (типов) дискурса и даже их номинаций связано, в первую очередь, с тем, что теория дискурса и методика его описания находятся еще в стадии формирования. В этом случае имеет смысл обратиться к фактам, которые даны исследователю в непосредственном наблюдении, поскольку именно в речевой практике говорящих индивидов создаются и изменяются дискурсы. Эти факты могут подсказать оптимальный способ научного осмысления «коммуникативной реаль-

ности». Таким наблюдаемым коммуникативным объектом можно считать дискурсивную практику [Иссерс 2011].

Многие социальные изменения могут быть поняты как изменения дискурсивных практик. Речь может идти о появлении новых коммуникационных каналов, смешении дискурсов и кодов (интердискурсивность, поликодовость), а также формировании новых идентичностей и идеологий, стимулирующих трансформацию дискурсов. Изменяясь, существующие практики получают новые имена, переносятся в другие контексты и приспособляются для решения новых задач. Это имеет непосредственное отношение к формированию новых дискурсивных практик.

Целью нашего исследования является массовое речевое творчество протестного электората Москвы и крупных городов, выплеснувшееся на улицы и площади в конце 2011-начале 2012 гг. в период думской и президентской выборных кампаний. Массовые фальсификации на думских выборах 2011 г. были восприняты как оскорбление, нанесенное каждому думающему гражданину. Люди говорили с властью не только на языке массовых собраний и митингов, но и на языке плакатов. «Три месяца страна митинговала. Осваивала пространство площадей и улиц, выбирала для себя героев, учила новую лексику. Теперь пришло время разобраться, что же все-таки это было...» [Орешкин 2012: 14]. Этот вопрос волнует не только социологов, политологов, но и лингвистов.

Еще в середине 90-х гг. исследователи зафиксировали изменение тональности протестных выступлений. Коммуникативная и языковая природа лозунгов и плакатов того времени исследовалась в статье [Баранов 1993]. М.В. Китайгородская и Н.Н. Розанова, характеризуя речь на митингах, отмечали, что она значительно отличается от публичных выступлений застойных лет и включает в себя не только и не столько речь публичную, ораторскую, но и различные микродиалоги, лозунги, плакаты, а также традиционные народно-площадные жанры (частушки, прибаутки, острословицы) [Китайгородская, Розанова 1995: 93-116]. Всплеск митинговой активности зимой 2011-2012 гг., продолжая наметившуюся линию карнавализации политической жизни, продемонстрировал формирование новых речевых практик и коммуникативных игровых приемов. Через них становятся понятными многие социальные изменения, произошедшие в России 2000-ых.

Установка на комический эффект стала доминантой оппозиционного плакатного дискурса. В плакатах нового века ценится не агрессия, а прежде всего чувство юмора. Остроумие стало предметом конкурентной борьбы, средством выделения из толпы. Плакат становится

актом самовыражения – но не стихийного, в отличие от событий 90-х гг., а организованного. Накануне митингов Интернет пестрел объявлениями о конкурсе протестных плакатов.

Метафорические модели всегда являлись чутким индикатором смены дискурсивных практик [Баранов 2001, Чудинов 2006]. В современном пространстве митинга популярен мотив избавления, реализующийся через метафору дальнего пути: *«Роскосмос! Выручи страну! Отправь человека на Луну!»* (на плакате – портрет будущего президента). Отметим, что аналогичный мотив и метафоры использовались радикальными националистами Прибалтики для демонстрации отношения к русскоязычному населению.

Второй актуальный мотив – политического насилия – обозначен через сексуально-эротическую метафору: *«Нельзя с женой! Нельзя со страной! Феминистки против политического насилия!»*; *«Мы знаем, что ты хочешь третий раз, а у нас голова болит!»*

Ярким маркером реконфигурации дискурсивных практик являются образы автора и адресата [Иссерс 2011]. Самоидентификация себя с бандерлогами, сетевыми хомячками и т.п. (*Бандерлоги всей России, соединяйтесь!*) свидетельствует о появлении в России нового социального слоя, отсутствующего в середине 90-х гг. «Высшее образование – единственная объединяющая характеристика митингующих», – полагает Р. Лункин, ведущий научный сотрудник Института Европы РАН. По мнению аналитиков, митинги – это следствие погружения образованного россиянина в информационное общество. Правительство, стимулируя инновации, просмотрело основную из них – появление человека информационного, понимающего ценность своих знаний и требующего влияния на политические институты [Филина 2012: 20]. *«Ты нас звал – так мы пришли!»* – заявляет оппозиционный плакат.

Убедительным свидетельством дискурсивных новаций являются обозначения статусно-ролевых отношений. Среди типовых оппозиций можно отметить как вполне традиционные для протестного дискурса, так и сформированные в последнее десятилетие: 1) оппозиция – партия власти (*ЕдРо – в помойное ведро!*); 2) оппозиция – сторонники партии власти (*Упыри голосуют за Путина*); 3) индивид – партия власти (*Я не макака с гондоном. Я гражданин с голосом*); 4) Москва – Путин (*Москва твоим слезам не верит!* – по поводу набежавшей на глаза победившего кандидата слезы ... от ветра) и др.

Традиционным приемом языковой игры, в том числе и в плакатном дискурсе оппозиции, является актуализация внутренней формы и прием паронимической аттракции: *«Небольшая путница в протоколах. В целом – все очуровательно!»*; *«Остопутело!»* (кстати, социоло-

ги отметили, что вместо ответа о причинах своего выхода на улицы многие информанты ограничивались репликами в той же грамматической форме: «достало все», «надоело» [Филина 2012: 20]).

Использовался и прием речевой маски, идентифицирующей оппонента не лучшим образом: «*Уточка: кря-кря-кря; Путин: бла-бла-бла*».

В дискурсивном пространстве митинга нашли отражение коммуникативные практики, свойственные рекламному дискурсу, с его полимодальностью (*Вы нас даже не представляете!*), интердискурсивностью (*Видали мы твои галеры*), вхождением в городское пространство и «орекламливанием» его. Так, над площадями реяли воздушные шары с надписью: «*Еще раз надуете – лопну!*», где визуализировалась метафора обмана.

Заимствованием из рекламного дискурса также является т.н. мистификация жанров: «*Меняю Путина на Ходорковского*» (см. об этом в [Иссерс 2009])

Визуализация иронических подтекстов была представлена ставшим популярным в последние 5-10 лет жанром демотиваторов. Так, известная фраза «*Спасибо деду за победу*» обрела обличительный смысл под фотографией Президента Медведева, пожимающего руку бородатому председателю Центризбиркома В. Чурову.

Как показали наблюдения, дискурсивные практики не только отражают социальные сдвиги в обществе, но и сами «выстраивают» социальную реальность и речевое поведение индивида. Они являются движущим или, по крайней мере, определяющим фактором социальной жизни и не «дремлют» в ожидании внешних стимулов, способных их побудить. Напротив, они скорее побуждают людей к такому речевому поведению, в котором их специфика наиболее полно проявляется.

ЛИТЕРАТУРА

Баранов А.Н. Языковые игры времен перестройки (Феномен политического лозунга) // Русистика. – 1993. – № 2.

Баранов А.Н. Введение в прикладную лингвистику. – М., 2001.

Иссерс О.С. Дискурсивная практика: к определению понятия // Современная речевая коммуникация: новые дискурсивные практики: монография. – Омск, 2011.

Иссерс О.С. Стратегия рефрейминга в аспекте лингвокреативной деятельности // Лингвистика креатива: коллективная монография. Отв. ред. Т.А. Гридина. – Екатеринбург, 2009.

Карасик В.И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс. – Волгоград, 2000.

Китайгородская М.В., Розанова Н.Н. «Свое» – «чужое» в коммуникативном пространстве митинга // Русистика сегодня. – 1995. – № 1.

Орешкин Д. Полезная площадь // Огонек. – 2012. – № 11.

Паршин П.Б. Исследовательские практики, предмет и методы политической лингвистики // Scripta linguisticae applicatae. Проблемы прикладной лингвистики – 2001. Сборник статей / Отв. ред. А.И. Новиков. – М., 2001.

Паршина О.Н. Российская политическая речь: Теория и практика. – М., 2007.

Филина О. Бессистемная оппозиция // Огонек. – 2012. – № 11.

Чудинов А.П. Политическая лингвистика: Учебное пособие. – М., 2006.

Чудинов А.П. Современная политическая коммуникация: Учебное пособие. – Екатеринбург, 2009.

Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. – Волгоград, 2000.

© Иссерс О.С., 2012