

Марина Шарлай

Германия, Технический университет г. Дрездена

(Де)монстрации XXI века – с позиций культуроведческой лингвистики

Ключевые слова: культуроведческая лингвистика, гражданский дискурс, дискурсивные практики, языковая игра, протест, монстрация, «язык падонков», демотиватор
Key words: cultural linguistics, political discourse, discourse of citizens' movements, discursive practice, language game, protest, monstration, padonkaffsky jargon, demotivator

Abstract

This article describes discursive practices of citizens' movements in Russia since 2000. Creative forms of protest are considered, where language is used as a medium for expressing opinion and as well as an instrument of self-expression. Cultural backgrounds and linguistic aspects of protest forms are explained on the example of three phenomena – padonki, demotivators and monstration. The analysis is based on the principles of cultural linguistics. It is concerned with discourses of various institutions and communication forms. Accordingly, de-monstrations are considered on the one hand as part of non-violent protest in political discourse and on the other hand with reference to their specific features.

1. Культуроведческая лингвистика как метод

Понятие *kulturwissenschaftliche Linguistik*, введенное недавно в научный дискурс немецким филологом Хольгером Куссе и переводимое на русский язык как культуроведческая лингвистика¹, включает в себя два компонента – язык и культуру. Их очевидная и, казалось бы, даже тривиальная взаимосвязь лежит в основе культуроведческой лингвистики как особого *метода*, позволяющего выявить соотношение культурных макро- и языковых микроструктур, т. е. определить, как макроформы культуры влияют на языковые способы выражения в той или иной коммуникативной ситуации, в определенном тексте и типах

¹ [См. Куссе 2012]. Краткое содержание и основные тезисы этой книги переданы на русском языке в реферативном журнале «Языкознание» [Трошина 2013].

текстов. В отличие от гумбольдтианского метода, четко прослеживаемого в лингвострановедении и ориентированного на описание этнических или национальных характеристик языка, отправной точкой культуроведческой лингвистики является дискурс. Здесь речь идет о выявлении дискурсивно-специфических характеристик языковых высказываний, а именно: их особенностей в определенной коммуникативной среде. Такой подход возможен при понимании дискурса как институционально обусловленной и динамичной, т. е. со временем меняющейся сферы и формы коммуникации [Кузе 2012: 5].

Модель культуроведческой лингвистики не исключает при этом других оправдавших себя методов описания взаимоотношений между языком и культурой и образовывается тремя осями: гумбольдтианской, дискурсивной и диахронической. На пересечении этих трех координат и находится предмет, подвергающийся научному анализу.

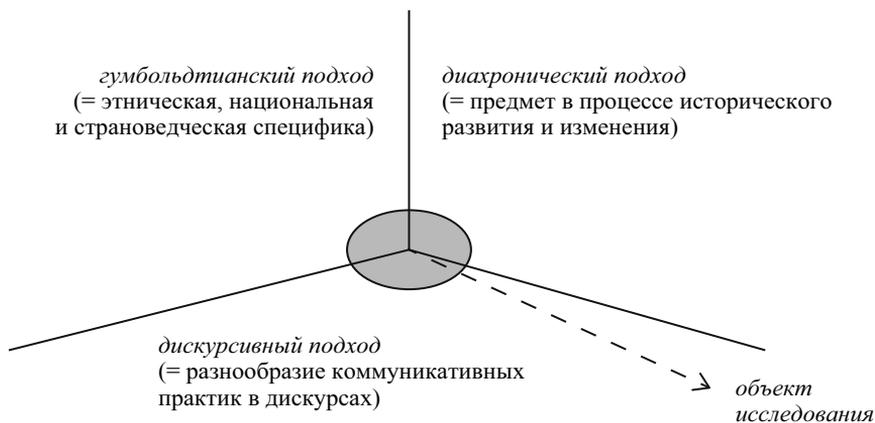


Рис. 1. Координатные оси культуроведческой лингвистики [Кузе 2012: 25]

Из рисунка 1 следует, что новшеством данной модели является обширное видение объекта исследования, дополняющее историческое описание и гумбольдтианский подход дискурсивным аспектом. Так, согласно гумбольдтианской линии народы и нации трактуются как культурные единства, которые и формируют модели языкового поведения и мышления, общие для всех носителей данной, т. е. *одной*, определенной культуры. Центральная ось культуроведческой лингвистики направлена, наоборот, на выявление дискурсивно-специфических характеристик языковых практик, свойственных не столько одной, сколько *разным этническим культурам в пределах одного дискурса*. Перспективным для выявления этих характеристик является дедуктивный метод. В соответствии с ним описание анализируемого феномена начинается с выяснения правил коммуникации в данной макросфере, т. е. в сфере дискурса, и заканчивается определением языковых микроструктур

на уровне отдельных высказываний. Преимущество дискурсивного метода в противоположность исследованиям грамматического, лексического или семантического плана заключается также в том, что он учитывает изменчивость общественных структур и индивидуальность участников коммуникации. Схематически это можно представить следующим образом:

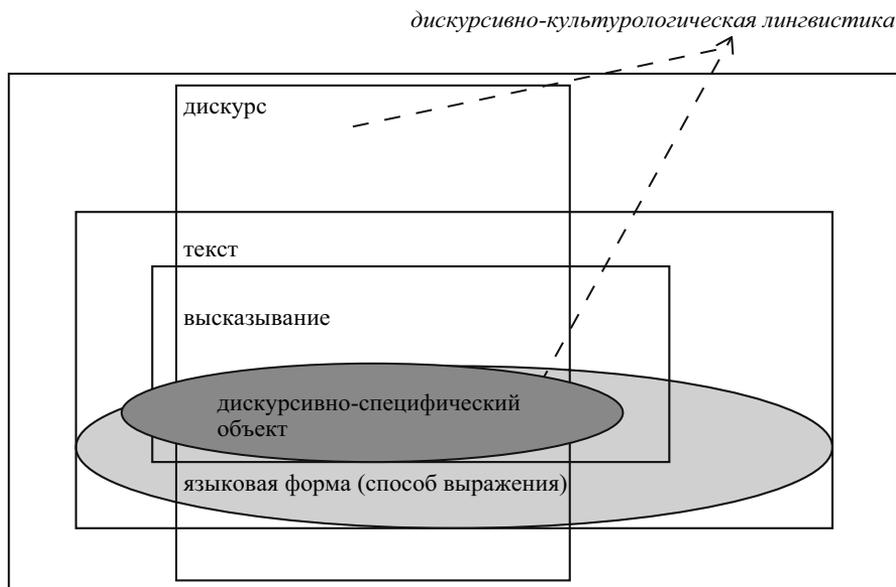


Рис. 2. Объект исследования в рамках культурологической лингвистики [Кузе 2012: 42]

Под дискурсом понимается – при его внешней институциональной обусловленности – текстуальный (и своего рода виртуальный) феномен, включающий в себя корпус текстов как некое множество текстов, взаимосвязанных содержательно-тематически [см. также Busse, Teubert 1994]. Реально дискурсы существуют как последовательность коммуникативных актов, в которых речь идет о масштабных темах, важных для общества в данное время [Кузе 2012: 112]. В зависимости от актуальных событий и их разносторонней тематизации формируются различные *виды* дискурсов, как например, гендерный дискурс, демократический дискурс, военный дискурс и т. д. Исходя из этого, с позиций культурологической лингвистики концепты «пространство», «патриотизм», «сердце» и т. п. предлагается рассматривать не как концепты русской, польской или немецкой культур в целом, а как концепты философского, политического, религиозного и других видов дискурса. Как следствие, на основании сравнения результатов анализа того или иного элемента в различных сферах коммуникации, т. е. в различных видах дискурса, могут быть сделаны объективные выводы относительно национальной или этнической культуры.

2. (Де)монстрации как предмет исследования

Для иллюстрации модели Куссе обратимся к конкретным дискурсивным практикам, и в частности, к политическому дискурсу. По выше приведенному определению он является институционально детерминированной сферой и формой коммуникации, в рамках которой события, состояния, но прежде всего действия подаются как желательные или нежелательные, достойные почтения или презрения. Речевые действия в политике направлены на стимулирование или же, наоборот, на предотвращение других действий [Кусе 2012: 128]. В целом, в развитии политического дискурса в настоящее время существуют две тенденции. Они обуславливают как иерархическую структуру данного дискурса, так и используемые в нем типы текста.

Во-первых, политический дискурс пересекается с медиальным интердискурсом СМИ и новых социальных медиа. Во-вторых, формируется дискурс гражданских движений и неправительственных организаций, действующих вне рамок официальных политических организаций. Тем не менее формы выражения их действий (демонстрации, распространение листовок и т. п.) регулируются особыми институциональными правилами и положениями. В-третьих, это официальные политические институты [подробно см. Кусе 2012: 127–150].

Корпус текстов, о которых пойдет речь дальше, взят из сферы коммуникации политического дискурса гражданских движений. Сценой для данных дискурсивных практик являются, с одной стороны, социальные сети, а с другой – улица. Объединяющим элементом этих практик выступает демонстрация себя как отдельной языковой и культурной личности, а вместе с ней и определенной гражданской позиции. На первый план здесь выдвигается частное видение мира, выражение протеста через текст и антиграмотное письмо в социальных сетях, особенно четко наблюдаемое в речевых практиках «падонков», а также новые перформативные формы плакатного или уличного протеста, – такие как, монстрации в режиме офлайн и демотиваторы, распространяющиеся онлайн.

Эти, не обязательно связанные между собой, но обладающие общими правилами коммуникации движения по своей карнавальной сути подобны уличным хепенингам и перформансам и близки субкультурным формациям [см. Сафронова 2008; Зайцева 2010]. Их деятельность направлена на абсурд и деконструкцию окружающей действительности, которая проявляется через деконструкцию языковых действий. Иными словами, правила коммуникации на уровне макросистемы определяются в этом виде дискурса протестом против какой-либо системы или нормы вообще. Отсюда развивается неконформизм, выражающий себя через язык, а вернее, через его поэтическую функцию.

Так, в начале 2000-х гг., протестуя против скучного и нормированного (офисного) быта, так называемые менеджеры среднего звена развили особые

идиолекты, из которых самый известный – «язык падонков» или «олбанский язык». «Падончество» привлекло к себе массовое внимание прежде всего за счет специфической формы сетевого общения, а точнее, намеренного искажения правописания и частого использования обсценной лексики. Кроме того, культуре «падонков» присущ интерес к низким темам, связанным с насилием, сексом, физиологическими потребностями и т. п. Характерными являются и собственная мифология и фольклор. Пользователи Рунета, относящие себя к сцене «контркультурщиков», пишут истории и составляют генеалогии сообществ, предлагают псевдокодификации и псевдословари, т. е. создают свой собственный мир, действующий по законам антимира.

То же мы наблюдаем и на примере демотиваторов, которые появляются и быстро распространяются в Рунете как пародия на мотиваторы. Эти «веселые картинки» [Войткевич 2012] являются антисистемным явлением потому, что они выворачивают наизнанку мотивационные постеры, представляющие собой вид наглядной политагитации. По своей структуре демотиватор – это поликодовый текст, строящийся не только на столкновении изображения и комментируемого его текста, но и на стыке нескольких смысловых планов [Иссерс 2012: 116–134]. Как таковой он является особым способом передачи информации. В жанре демотиватора сплетаются в одно проговариваемое и подразумеваемое, обыденное и оригинальное. Вступая между собой в конфликт, эти элементы создают эффект коммуникативной игры. Иначе говоря, здесь важно комическое или даже трагическое противоречие, направленное на остросоциальные, политические или обыденные темы, и понятное только тому, кто обладает навыком «двойного зрения» [Войткевич 2012; Goriunova 2013].

Двойное зрение необходимо и для того, чтобы понять монстрации – массовые художественные акции, которые уже больше десяти лет ежегодно проводятся в знаковый день 1 мая. Эти акции принимают на вооружение формат демонстраций с лозунгами и транспарантами. Именно транспаранты участники монстрации используют как основное средство коммуникации со зрителями, друг с другом, как средство самовыражения. В то же время абсурдные и в большинстве своем, казалось бы, аполитичные лозунги – это своего рода художественная техника, при помощи которой возможно осмысление окружающей действительности и политическое высказывание как таковое.

Несмотря на то что все выше названные дискурсивные практики предназначены, на первый взгляд, исключительно для развлечения, за их несерьезностью и шуточностью скрываются весьма интересные социально-дискурсивные феномены. Исследуя эти явления на уровне отдельных языковых высказываний, можно обозначить ряд жанрообразных качеств, позволяющих сплести их в единую ось (дискурсивная ось на рис. 1). Рассмотрим ее более подробно.

«Падонки» были одними из первых, кто в конце 1990-х – начале 2000-х гг. при помощи языковых практик выступил против системы, понимаемой

или представляемой ими в качестве языковой нормы. Опуская дискуссии о жанровой специфике «языка падонков» (*йезыка падонкафф*)², отметим некоторые его особенности. Основная черта общения в электронной форме – намеренное искажение правописания, называемое сторонними наблюдателями то «орфо-артом», то «кривографией». Прижились и такие понятия, как «эрратив» и «креатифф» (последнее обозначает на «языке падонков» не столько креативное нарушение нормы, сколько «произведение труда»). «Падонки» вводят забавные антиправила, построенные как раз на знании правил русской орфографии, что свидетельствует о творческом потенциале и языковой рефлексии адресанта.

Так, долгое время по сети «гуляли» высказывания *пеши исчо* (вместо *пиши еще*); для выражения одобрения использовалось выражение *бъеццо в истерике* (вместо *бьется*) или написанное слитно *ржунимагу*; после шипящих писалось принципиально *-ы-*, а не *-и-* (*жызненьый, фашист*) и т. п. Зачастую авторы подобной орфографии прибегали к фонетическому упрощению (*креатифф* вместо *креатив*, *аффтар* вместо *автор*, *вощем* вместо *в общем*) или, наоборот, к «гиперправильности» (*кросавчег* вместо *красавчик*) и аграмматизмам (*дай фодко!* вместо *дай фотку, пришли фотографию*). Изменению подвергались отдельные лексические единицы, вводились лексические и семантические неологизмы (*жесть* = *жизнь*, *пелотка* = *женский половой орган* и т. д.). Более того, характерной чертой виртуальной коммуникации на важнейшем и до сегодняшних дней действующем ресурсе «падонков» www.udaff.com является использование обценной лексики. Достаточно взглянуть на приветственные слова: *Этот ресурс создан для настоящих падонков. Те, кому не нравятся слова X* и P*, могут идти нах*. Остальные прущца!* Интересно, что ненормативная лексика тоже может искажаться. Особенно это характерно для единиц, ставших в интернет-кругах фразеологическими (ср. *сцук*, *пшелнах*, *нунах*). В результате языковая агрессия здесь чередуется с «матом в мягкой форме». Цитирование и пародирование известных фраз можно считать одним из излюбленных приемов «падонков». Следует отметить, что коммуникативные практики в русском сегменте Интернета вообще часто направлены на оценочное снижение. Здесь в ход идут такие приемы, как «стёб», «троллинг» и «хейтерство». Именно они объясняют, с нашей точки зрения, и всю суть этого явления.

Обобщая выше сказанное, «падончество» можно понять как языковую неправильность, намеренно допускаемую и конвенционально принимаемую, т. е. определить этот феномен как языковую игру [см. Санников 1999: 26], основанную на связи между эстетикой и отклонением от нормы. Искажение норм имеет при этом как поэтическую, так и фатическую подоснову. Данного

² На эту тему написано много и довольно противоречиво [ср. Кронгауз 2008; 2013; Радченко 2009; Таратухина 2007; Зверева 2012; Lunde, Paulsen 2009].

рода «протест» вполне соответствует социальной цели коммуникации и утверждает особую групповую идентичность, отличную от истеблишмента.

Демотиватор еще более открыто позволяет публично высказывать свое личное мнение и высмеивать что угодно. В то время как традиционный «анти-плакат» был посвящен категориям, важным в первую очередь для профессиональной коммуникативной среды (конец 1990-х гг. в США), сегодняшние демотиваторы отражают актуальные реалии в более широком смысле (см. <http://www.despair.com/demotivators.html>; дата обращения: 18.05.2014). Эти «смешные картинки со смешной подписью» передают – наряду с реализацией потребности в развлечении – общественную реакцию на те или иные события, явления и тенденции. Они насмеваются над господствующими нравами, государственной властью, армией и другими институтами. При помощи языковых комментариев, написанных анонимным автором белым шрифтом в черной картинке с рамкой, которая по своей форме напоминает фото-негатив, создается остроумный и в содержательном плане неоднозначный артефакт. Несоответствие между визуальным и языковым кодом как бы напоминает реципиенту о пропасти между желаемым и действительным. Характерно, однако, что первоначально демотиваторы распространяются с целью передачи особого настроения, а именно: тоски, грусти и одиночества.

Возникнув как явление антисистемное (контркультурное), демотиватор «инкорпорировался в социальную систему» [Голиков, Калашникова 2010: 126], стал массово тиражироваться, но не потерял своей функции. Когда расширился выбор тем, этот жанр получил в России собственное развитие. О. Иссерс отмечает, «что специальные сайты, на которых собираются коллекции демотиваторов и которые также дают возможность пользователям изготавливать собственные, обычно имеют региональную принадлежность, то есть объединяют Интернет-пользователей конкретной страны или языковой общности» [Иссерс 2012: 120]. Действительно, современные демотиваторы Рунета отличаются политической и социальной остротой. Они более пессимистичны, злобны, негативны по отношению к русским реалиям, провокационны, а часто и непolitкорректны [Иссерс 2012: 121]. Вот несколько примеров из коллекции сайта <http://rus-demotivator.ru> (дата обращения: 18.05.2014):



Исходя из этих примеров, можно прийти к выводу, что демотиваторы являются инструментом социальной критики, и, кроме того, предположить, что оппозиционные настроения и гражданский дискурс переместились в начале XXI в. с известных в советском прошлом кухонь в Интернет.

Немного иначе обстоит дело с монстрацией. В отличие от Интренет-плакатов этот феномен представляет собой уличную форму политического протеста, имеющую длительную традицию как на Западе, так и в России. Как в любой протестной акции, здесь используется наглядная агитация, при помощи которой выражается основная позиция протестующих. В языковом плане эта позиция четко прослеживается на примере клишированных лозунгов типа «Мы за...», «Мы против...», «Долой...» и т. д. Особенность монстрации, однако, заключается в пародировании привычных форм политического дискурса, а также в том, что она направлена не столько на само действие, сколько на его афиширование, т. е. документацию и обсуждение лозунгов в социальных сетях (см., например, коллекцию слоганов на странице <http://voxfree.narod.ru/slogan/monstration.html>; дата обращения: 18.05.2014).

Идейным лидером карнаваловых шествий в России, а точнее, в Новосибирске, выступает молодой художник Артем Лоскутов. В одном из интервью он подчеркивает, что в основе этого движения заложено желание создать «комьюнити», где можно будет общаться с единомышленниками, искать оригинальные средства коммуникации и таким образом самовыражаться (Артем Лоскутов в интервью с Константином Скотниковым [Bazhanov, Igo 2012: 23–37]). Знаковым для всех шествий можно считать лозунг *Вся власть воображению*, а также пародийные перевертыши типа *Монстрация за мократию*. В целом, в плакатах монстрации ценится не агрессия, а чувство юмора. Поэтому здесь внимание сосредоточено в максимальной степени на языковой составляющей жанра. В соответствии с этим высказывания «монстрантов», как, впрочем, и само название движения, построены по принципам языковой игры.

Как правило, участники шествий прибегают к официальному репертуару и помещают актуальные на данный момент суждения в новый и – нередко – неожиданный контекст, в результате чего изначальное высказывание деформируется, его иллюция меняется. Так, с установкой на комический или даже сатирический эффект, повторяются фразы *Довольны режимом; Мне заплатили, чтобы я держал этот плакат* и т. п. При помощи тавтологии в ситуации карнавального абсурда митингующих подчеркивается абсурд политической ситуации как таковой. Часто обыгрывается тематика Первого мая. В лозунгах *Мир! Труд! Мяс!*; *Мир. Май. Трудно*; *Моя 1 Мая!*; *ДАДА здоровует 1 Мая!* слышится рекуррентия, ссылка на известные слоганы. Искажая их, адресант искажает смысл политических лозунгов и таким способом высказывает свою позицию. С той же целью по принципу формальной рекуррентии строятся и такие призывы, как *Ходи. Будь. Ржи; Лизни! Покрути! Булькни!*

Любопытны случаи микродиалогов, когда два плаката словно говорят между собой: *Мы за трусы в клетку! Мы против трусов в полоску!* Эти прецедентные и клишированные в области политического дискурса возгласы вполне соответствуют их форме, но пусты по содержанию. В лексическом плане на плакатах монстрации вообще преобладает бытовая, растительная, животная и компьютерная³, т. е. совершенно (и намеренно) аполитическая сфера. Высказывания типа *Вкусно готовлю; Моей маме нужен зять; Хочу в отпуск; Вареный лук – фу!* не несут в себе, по крайней мере на первый взгляд, политически релевантной информации. Будучи самореферентными, они утверждают право на высказывание как таковое. Итак, плакат становится актом самовыражения, что еще более четко видно в лозунгах, основанных на принципах «классической» языковой игры. Комическое впечатление производит перемена имен и звуков в примере *Россия без Агутина!*⁴ По принципу пермутации строится высказывание *Байкодром космодур* (ср. *космодром Байконур*). Опуская гласные в слове *безысходность* (на плакате *БЗСХДНСТ*), автор кодирует свое видение на жизнь. В примерах, построенных на игре с аллитерацией и внутренней рифмой (*Верх свободы – хороводы; Ничто ничтожно!* и т. п.) тоже довольно четко высказывается гражданская позиция и угадывается призыв к активности. Одним из излюбленных приемов монстрантов является обыгрывание внутренней формы слова и создание на этой основе неологизмов, ср.: *Какое костюмство!; Улыбни свой улыбальник!; Нахал, нахлю и буду нахать; Крокодил, крокодю и буду крокодить.*

Обобщая, можно заметить, что лозунги – по содержанию в большинстве своем абсурдные, а по звучанию и эффекту эстетические, – в коммуникативном плане мотивированы идеологической и этической позицией митингующих. Шуточный формат высказываний свидетельствует о гибкости мысли их авторов. Свободная игра народно-площадного жанра противопоставляется при этом застывшей, малоподвижной структуре. Она (игра в демонстрацию) расшатывает систему, равно как ее расшатывает жанр демотиваторов и «язык падонков». Во всех трех выше рассмотренных вариантах протеста балагурство

³ Характерно, что некоторые лозунги монстрации в момент пика популярности «падонков» намекают на манеру общения этой группы в сети, а также отсылают к известным фигурам, тиражирующимся в жанре демотиватора. Таким образом формируются дискурсивные сети (нем. *diskursive Netzwerke*), переплетающиеся между собой. Касательно языковых приемов коммуникативные практики гражданского дискурса наиболее близки дискурсу рекламы [ср. Ильясова, Амири 2012]. Неудивительно, что некоторые, в основном офисные, рекламные плакаты в свое время тоже повторяли или цитировали популярные в сети высказывания. Использование рассматриваемых нами форм коммуникации в коммерческих целях приводит в последнее время к сдвигу этих дискурсивных практик в сторону популярной культуры [см. Бугаева 2011].

⁴ Л. Агутин – звезда российской эстрады. Очевидно, что за его именем кроется имя Путин.

соседствует с остроумием, креативные эксперименты с языком становятся способом выделения из толпы.

Тот факт, что как демотивационные постеры, так и «плакатное творчество» абсурдных уличных шествий, а также модные высказывания «падонков» активно использовались во время выборов 2011–2012 гг., свидетельствует об их эффективности [Драчева, Щербак 2012; Бикбов 2012]. В то время как «язык падонков» частично применялся властью для диалога с обществом [Кукулин 2012], «веселым языком плаката» разговаривал с правительством протестный электорат Москвы и крупных городов [Иссерс 2012: 241–256; Кальк 2012].

Наблюдения за развитием подобного «народного творчества» последних лет показывают, что игровые дискурсивные практики не только отражают социальные сдвиги в обществе, но и сами предлагают модели речевого поведения, создают определенную социальную реальность, формируют новые идентичности. На микроуровне языковых структур в них подчеркивается в первую очередь фатическая (контактная), а также поэтическая коммуникативная функция языка. Последняя, как видим, не ограничивается сферой поэзии и, более того, запускает механизмы поэзиса, т. е. обладает свойством (само)построения, выполняет конструктивную, «выстраивающую» функцию. Творческие дискурсивные практики являются в современной политической ситуации России движущим, или по крайней мере определяющим фактором независимого гражданского дискурса.

Разнообразие коммуникативных практик в их целостности – центральная ось в модели культуроведческой лингвистики – указывает на бессилие их создателей повлиять на окружающий мир другими способами кроме как смехом и абсурдом. Сами по себе карнавальные действия не являются спецификой русской национальной или этнической культуры. Подобные антимиры и смеховые способы переосмысления действительности мы находим как в других странах, так и в других дискурсах глобального культурного пространства. Так, к сфере гражданских политических движений можно отнести язык внепарламентской оппозиции (*APO-Sprache*) и лозунги студенческого движения (*Spontisprüche*) в Германии 1970-х и 1980-х гг. [Scharloth 2011]. Кроме того, можно провести параллели между лозунгами российской монстрации и известными абсурдными акциями группы *Pomarańczowa Alternatywa*, действующей в Польше в 1980-е гг. [Górska, Koschalka 2011]. Примером сопротивления политической системе в Чехословакии 1960-х гг. может служить *Křížovnická škola čisteho humoru bez vtipu* [Lahoda 2011]. Не следует забывать, что и в Советском Союзе частотны были деликатные, скрытые формы гражданского протеста. Наиболее известные случаи – это опечатки (напр., *Сталингад* вместо *Сталинград*, *гавнокомандующий* вместо *главнокомандующий*). В еще большей степени протест выражался в искусстве нонконформизма, где формой, «опредмечиванием» сопротивления служил не язык, а художественная эстетика. Важное место с 1960-х гг. занял акционизм,

по своей сути близкий сегодняшним формам протеста (ср. акции движения *Коллективных действий*: <http://conceptualism.letov.ru/KD-actions.html>; дата обращения: 18.05.2014).

Исследуя и сравнивая данные формы коммуникации, а точнее, даже провокации на уровне микроструктуры, можно, однако, прийти к выводу, что несмотря на глобальность шутовских практик, в каждой культуре есть локальные особенности, отсылающие в модели культуроведческой лингвистики к гумбольдтианской оси. Еще Лихачев указывал на своеобразие смеховой культуры Древней Руси [Лихачев 1984], а Бахтин видел в неофициальном смехе антисоветское явление [Bachtin 1990]. Российские поэты-авангардисты и художники-концептуалисты действовали при помощи абсурдизма против системы. Пользователи Рунета, пожалуй, в наибольшей (или, по крайней мере, в наиболее видимой) степени устанавливают свое общение на игру...

Таким образом, идея карнавала гипостазируется в России и становится частью неофициального гражданского политического дискурса, а происходит это по большей части за неимением других возможностей высказать свой протест. Характерным является и то, что протестные практики в настоящее время выносятся в режим онлайн, который в России менее нормирован, чем все остальные сферы и общественные институты. При этом следует заметить, что юмористическая коммуникация, ее «игровизация» [ср. Норман 2006] не стоит на месте. «Установка на игровое общение захватывает все новые сферы, одновременно расширяется и спектр приемов, актуализирующих игровые функции языка» [Иссерс 2012: 116], что свидетельствует о динамичности данных дискурсивных практик и выводит нас на следующую аналитическую ось – на ось диахронии. В диахронном ракурсе мы можем наблюдать изменения способа самовыражения культурных или смеховых сообществ. Эти изменения обусловлены, например, новой формой общения в сети, созданием новых мемов, пополнением поэтических приемов, т. е. самой сутью шутки и игры. Большое влияние на развитие протестного настроения оказывает и официальный политический дискурс, который, в свою очередь, тоже изменчив.

В целом, анализ выбранных дискурсивных практик показывает, какую важную роль играет поэтическая функция языка. Она выступает мотором динамики культуры и позволяет рассматривать смехотворчество как культуротворчество. При помощи смеха, порождающего в той или иной ситуации комический эффект, нарушается привычная рутинная, предлагается новшество – техническое, культурное, этическое. Само высказывание понимается не как готовый текст, а как перформативное действие. Различные формы языковой или коммуникативной игры заставляют задуматься над смыслом высказывания, открывают глаза на дисгармонию мира и его ценности, а как следствие, выполняют просветительскую функцию.

Рассмотренные нами феномены хотя и кратковременны, но все же социально важны. Формы ненасильственного, иногда даже просто шуточного

сопротивления и «безыдейного» протеста не меняют общественно-политический строй как таковой. Однако тот факт, что они имеют место, стремятся что-то изменить, предлагают креативные решения, свидетельствует об их значимой роли в общественно-политическом процессе.

Литература

- Бикбов А., 2012, Методология исследования «внезапного» уличного активизма (российские митинги и уличные лагеря, декабрь 2011 – июнь 2012), *Laboratorium. Журнал социальных исследований*, № 2, с. 130–163.
- Бугаева И. В., 2011, Демотиваторы как новый жанр в Интернет-коммуникации: жанровые признаки, функции, структура, стилистика, *Style: International Scientific and Scholarly Journal for Linguistics and Literary Stylistics*, вып. 10, с. 147–158.
- Войткевич Н., 2012, Веселые картинки, *Октябрь*, № 4, с. 145–147.
- Голиков А. С., Калашникова А. А., 2010, Демотиваторы в интернет-коммуникации: генезис, смыслы, типология [в:] *Вестник Харьковского государственного университета*, с. 124–130.
- Драчева Е., Щербак А., 2012, Политический интернет и гражданское общество на выборах 2011–2012 гг. [в:] М. Б. Горный, А. Ю. Сунгуров (ред.), *Публичная политика – 2011: Сборник статей*, Санкт-Петербург: Норма, с. 26–39.
- Зайцева А., 2010, Спектакулярные формы протеста в современной России: между искусством и социальной терапией, *Неприкосновенный запас. Электронный журнал*, № 4 (72), <http://magazines.russ.ru/nz/2010/4/za4.html> (дата обращения: 18.05.2014).
- Зверева В., 2012, *Сетевые разговоры. Культурные коммуникации в Рунете*, Bergen: University of Bergen.
- Ильясова С. В., Амири Л. П., 2012, *Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы*, Москва: Флинта – Наука.
- Иссерс О. С., 2012, *Люди говорят... Дискурсивные практики нашего времени*, Омск: Издательство Омского государственного университета.
- Кальк А., 2012, «Креативная» Болотная и «народная» Поклонная: визуальный ряд митингов в российских СМИ, *Laboratorium. Журнал социальных исследований*, № 2, с. 164–172.
- Кронгауз М., 2008, Утомленные грамотой, *Новый мир*, № 5, с. 153–159.
- Кронгауз М., 2013, *Самоучитель Олбанского*, Москва: АСТ.
- Лихачев Д. С., 1984, Смех как мировоззрение [в:] Д. С. Лихачев, А. М. Панченко, Н. В. Поньрко, *Смех в Древней Руси*, Москва: Наука, с. 7–71.
- Норман Б. Ю., 2006, *Игра на гранях языка*, Москва: Флинта – Наука.
- Радченко Д. А., 2009, «Падончество»: социальный феномен и языковая игра [в:] Д. В. Громов (ред.), *Молодежные субкультуры Москвы*, Москва: Институт этнологии и антропологии РАН, с. 504–524.
- Санников В. З., 1999, *Русский язык в зеркале языковой игры*, Москва: Языки славянской культуры.
- Сафронова Е., 2008, В контрах с культурой, *Знамя*, № 11, с. 191–198.
- Таратухина Ю. В., 2007, Функционирование «жаргона падонков» в пространстве Рунета [в:] А. С. Каргин, А. В. Костина (сост.), *Folk-Art-Net: новые горизонты*

- творчества. *От традиции – к виртуальности: Сборник статей*, Москва: Государственный республиканский центр русского фольклора, с. 83–89.
- Трошина Н. Н., 2013, Куссе Х., Культурологическая лингвистика: Введение, *Языкознание. Реферативный журнал* [ИНИОН РАН], серия 6, вып. 3, с. 37–49.
- Bachtin M., 1990, *Literatur und Karneval. Zur Romantheorie und Lachkultur*, Frankfurt am Main: Fischer.
- Bazhanov L., Iro W., 2012, *Zeitgenössische Künstler aus Russland*, Göttingen: Steidl.
- Busse D., Teubert W., 1994, Ist Diskurs ein sprachwissenschaftliches Objekt? Zur Methodenfrage der historischen Semantik [в:] D. Busse, F. Hermanns, W. Teubert (Hrsg.), *Begriffsgeschichte und Diskursgeschichte. Methodenfragen und Forschungsergebnisse der historischen Semantik*, Opladen: Westdeutscher Verlag, с. 10–28.
- Goriunova O., 2013, Die Kraft der digitalen Ästhetik, *Zeitschrift für Medienwissenschaft*, 8, с. 70–87.
- Górska B., Koschalka B., 2011, *Pomarańczowa Alternatywa – happeningiem w komunizm. Happening against communism by the Orange Alternative*, Kraków: Międzynarodowe Centrum Kultury.
- Kukulin I., 2012, Ressource Ressentiment. Internet-Subkultur und Politmarketing, *Osteuropa*, 62, Jh. 6–8, с. 191–207.
- Kuße H., 2012, *Kulturwissenschaftliche Linguistik. Eine Einführung*, Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Lahoda V., 2011, «Piwna alternatywa» i słowackie «symulowane sytuacje». Křížovnicka Škola Čistého Humoru bez Žartu w Pradze oraz Ján Budaj i Tymczasowe Towarzystwo Intensywnego Przeżywania w Bratysławie [в:] B. Górska, B. Koschalka (red.), *Pomarańczowa alternatywa – happeningiem w komunizm. Happening against communism by the Orange Alternative*, Kraków: Międzynarodowe Centrum Kultury, с. 71–81.
- Lunde I., Paulsen M. (Ed.), 2009, *From Poets to Padonki: Linguistic Authority and Norm Negotiations in Modern Russian Culture*, Bergen: University of Bergen.
- Scharloth J., 2011, 1968. *Eine Kommunikationsgeschichte*, München: Wilhelm Fink.