

## ДОН КИХОТЫ «СНЕЖНОЙ РЕВОЛЮЦИИ»

РЕЦ. НА КН.: «МЫ НЕ НЕМЫ!»: АНТРОПОЛОГИЯ  
ПРОТЕСТА В РОССИИ 2011–2012 ГОДОВ. Тарту:  
[Eesti Kirjandusmuuseum], 2014. 335 с. Тираж не указан.

Дарья Дорвинг  
(Таллин)

Изданный в Эстонии сборник «Мы не немцы!» (2014) посвящен массовым протестам 2011–2012 гг., поводом для которых стали нарушения на выборах в Государственную думу Российской Федерации в декабре 2011 г. Люди, вышедшие на улицы российских мегаполисов, желали вернуть себе право голоса – как на избирательном участке, так и в общественной жизни. В новейшую историю России эти протесты вошли под негласным названием «Снежная революция» или «Белая революция», так как протестующие надеялись на мирную смену власти по типу «цветных» революций в Грузии и в Украине.

«Мы не немцы!» – это коллективный труд социологов, антропологов, фольклористов и филологов. По словам составителей, фольклориста А. Архиповой и антрополога М. Алексеевского, целью данной книги было «показать, какие социальные, фольклорные и лингвистические явления стоят <...> за протестным движением», а также выявить, «какие культурные механизмы актуализируются во время митингов» (11). Не случайно подзаголовок сборника – «Антропология протеста» – отсылает к названию скандального документального фильма НТВ «Анатомия протеста» (2012). В отличие от режиссеров пропагандистского фильма, авторы коллективной монографии не изобличают протестующих, а изучают.

По своей структуре сборник делится на три раздела. Первый из них – «Уличный и виртуальный протест» – посвящен социологии протеста. Второй – «Язык протеста» – изучению лингвистических особенностей оппозиционного дискурса. Третий – «От общеграж-

данского к локальному протесту» – топографии и формам протеста. Временной период рассматриваемых в книге событий – декабрь 2011 – март 2013 гг.

Одна из характерных черт «Снежной революции» – активное использование социальных сетей для распространения информации. С помощью “Facebook” и “Twitter” организаторам удалось призвать на свои акции тысячи людей. Авторы статьи «Логика виртуального протеста: Интернет после выборов» Д. Радченко, Д. Писаревская и И. Ксенофонтова последовательно рассматривают события зимы 2011–2012 гг. и ответную реакцию на них в интернете.

Возрастной состав «Снежной революции» стал объектом исследования этнолога Д. Громова. В отличие от предыдущих массовых акций протеста, в которых участвовали в основном молодые политические активисты, в акциях зимы 2011–2012 гг. приняли участие люди среднего возраста, прежде не ходившие на митинги. По мнению ученого, именно этим фактором обусловлен мирный характер зимних протестов.

М. Алексеевский в статье «Кто все эти люди (с плакатами)?» отмечает карнавальную природу декабрьских митингов, проявившуюся в создании «смешных» плакатов с абсурдными лозунгами. Подобные плакаты нехарактерны для протестной культуры России, поэтому антрополога особенно интересовали причины популярности этой формы агитации. Возможный ответ на данный вопрос ученый видит в том, что человек с остроумным плакатом неизбежно чувствует себя привилегированным участником митинга и не сливается с толпой, а содержание его плаката может быть приравнено к публичному индивидуальному высказыванию.

Целью А. Соколовой, М. Головиной и Е. Семирхановой было дать «социальный портрет митингующих в динамическом развитии». Авторы статьи провели на московских митингах серию социологических опросов и полуструктурированных интервью, данные которых позволили узнать гендерно-возрастной состав, уровень образования и доходов митингующих (в основном это мужчины до 35 лет с высшим образованием и высоким уровнем дохода).

Для того, чтобы классифицировать наиболее популярные фреймы, к которым отсылают лозунги протестующих, А. Архиповой, А. Соминым и А. Шевелевой была составлена база из 1538 лозунгов или иных вербальных и визуальных знаков протеста. Фреймы можно разделить на три типа: 1) обыгрывающие известную цитату («Мы стали более лучше одеваться»; «Света из Иваново»); 2) отсылающие к прецедентному событию или ситуации (погружение В. В. Путина на дно Таманского залива 10 августа 2011 г., «Амфоры») и 3) основанные на контаминации нескольких сюжетов («Бадминтон»; «Краб на галерах»). Помимо фреймов, исследователи также подсчитали количество случаев языковой игры в лозунгах. Языковая игра могла быть выражена в зачеркиваниях («выб<sup>о</sup>оры»), спунеризмах («МУТИН – ПУДАК») и идиомах («12 лет псу под хвост. Хватит!» – лозунг, размещенный на собаке). По мнению ученых, использование языковых игр призвано облегчить коммуникацию между демонстрантами и адресатами их посланий. Основные группы адресатов, к которым обращались митингующие: это – власть, другие участники митинга и иностранные СМИ. Встречались и безадресные послания.

Статья А. Мороза также посвящена типологии плакатов митингующих. В зависимости от соотношения текста, его «носителя» и изображения на самом плакате, автор выделяет следующие типы плакатов: «эпический плакат», «плакат-лозунг», «плакат-демотиватор», «плакат без текста» и «плакат как перформанс». По подсчетам исследователя, значительная доля плакатов была обращена к самим протестующим и лишь малая часть – к властям. Плакат мог использоваться как средство саморепрезентации, так и как опознавательный знак для «своих».

Если предыдущие статьи были посвящены классификации форм протестных высказываний, то статья М. Ахметовой «Вокруг бандерлогов» посвящена рассмотрению конкретного фрейма «Бандерлоги» и его отражению в атрибутике участников московских протестов. Во время прямого эфира на федеральных каналах в декабре 2011 г. премьер-министр России Путин, говоря о действиях несистемной оппозиции, неточно процитировал фразу одного из

героев «Книги джунглей» (1894) Редьярда Киплинга: «Идите ко мне, бандерлоги». М. Ахметова отмечает, что глава правительства процитировал не текст английского писателя, а фразу из советского мультфильма, снятого по мотивам «Книги джунглей» в 1973 г. Об этом свидетельствует произношение Путиным слова «бандерлоги». В переводах Киплинга на русский язык крикливые и отверженные обезьяны названы «Бандар-Логи». Большинство протестующих восприняло высказывание Путина как личное оскорбление, отчего тексты на их плакатах были наполнены символической ответной агрессией.

Статья М. Сухановой «Хомячки и пингвины» также посвящена рассмотрению конкретного примера языковой игры. Как пишет автор, данный фрейм берет свое начало из частного телефонного разговора Б. Е. Немцова, который был подслушан и опубликован прокремлевским сетевым ресурсом. Немцов, обсуждая с коллегами по несистемной оппозиции участников митинга, назвал последних «хомячками из Интернета» и «боязливими пингвинами». Характеристика, данная Немцовым, также вызвала недовольство протестного сообщества.

Реакцию митингующих на высказывание премьера о белых ленточках, которые тот якобы перепутал с контрацептивами, исследовал М. Маглин. Как и в предыдущих двух случаях, реакция на слова Путина была негативной. Автор статьи выделяет три типа стратегии ответов кандидату в президенты: через плакаты, артефакты и акции.

Раздел, посвященный изучению лингвистических особенностей оппозиционного дискурса «Снежной революции» открывает статья И. Седаковой, в которой рассматривается обыгрывание митингующими имен известных политиков. Чаще всего протестующие прибегали к шаржированию (Медведопут), интерпретации семантики корня («Путин хочет запутать»), образованию неотфамильных прозвищ («Распил Откатович Обещалкин»), «своескому обращению» («Вова», «Димон») и «расшифровке» инициалов («ВВП – Воровская Вертикаль Путина»). Обыгрывание имен характерно как для противников Путина, так и для его сторонников («Все путем!», «Путин – верный путь»).

В продолжение темы изучения языка «Снежной революции», Л. Федорова выделяет несколько регистров, в рамках которых формируется «языковой ландшафт» зимних митингов. Высказывания митингующих могут быть сведены к пяти основным стилям: «патриархальному», «общему жаргону» горожан, «интернет-жаргону», «сказочно-ироничному» и «политическому».

После двадцатилетней политической апатии, многотысячные митинги «Снежной революции» были восприняты как экстраординарное событие. Историк Е. Струкова в поисках аналогий приходит к выводу, что ближайшим историческим периодом, в котором россияне были так же политически активны, оказалась Перестройка. «Снежную революцию» с Перестройкой роднит не только массовость, но и общие требования. Лозунги митингующих 2011–2012 гг. во многом повторяли перестроечные, а в ряде плакатов присутствовала апелляция к политическим авторитетам тех лет: А. Д. Сахарову, Вацлаву Гавелу, Е. Т. Гайдару и М. С. Горбачеву. Безусловно, у двух исторических событий имеются различия. В первую очередь, это разные причины начала протестов. Перестроечные митинги были в поддержку реформ, проводимых властью. «Снежная революция» началась в условиях, когда власть утратила обратную связь с обществом. Кроме того, в отличие от лозунгов зимы 2011–2012 годов, лозунги Перестройки были предельно серьезны и драматичны.

Завершает лингвистический раздел статья Е. Ягуновой, И. Крыловой, О. Макаровой и Л. Пивоваровой, в которой ученые исследовали интуитивную значимость тем и номинаций «Снежной революции» для носителей языка и СМИ. В результате проведенного эксперимента были выявлены наиболее актуализированные мемы и обнаружено частичное несовпадение календарного и психологического времени в восприятии событий информантами.

Третий раздел сборника посвящен топографии и конкретным формам протеста. В статье А. Астаповой «“Игрушко митингуэ!”: наномитинг в России и Беларуси» рассказано о феномене так называемых игрушечных митингов. Впервые «наномитинги» появились осенью 2011 г. в США, в лагерях движения Occupy Wall

Street. В России первый митинг игрушек прошел в городе Апатиты и не вызвал недовольства со стороны властей. Организаторам «наномитингов» в Беларуси, в отличие от российских коллег, повезло гораздо меньше: двое из них были арестованы. «Наномитинги» тяготеют к абсурдизации: использование игрушек вместо людей позволяет наглядно продемонстрировать ненормальность положения человека в недемократическом обществе. В то же время, ответственность за организацию «наномитингов» значительно ниже, поэтому они представляют собой сравнительно безопасный способ протеста.

Бессрочный круглосуточный пикет «ОккупайАбай», исследованием которого занимались Ю. Ляхова и В. Лурье, тоже получил свое название по аналогии с уже упомянутыми американскими акциями протеста. В мае 2012 г. на Чистых прудах, возле памятника казахскому поэту Абаю Кунанбаеву, митингующим удалось устроить протестный лагерь. В отличие от американцев, российские участники пикета выдвигали не социальные требования, а политические. Особенностью «ОккупайАбай» стал поиск новых форм протеста: привычные атрибуты митинга заменялись более оригинальными, с использованием инсталляций и животных.

Завершает раздел статья В. Лурье, посвященная митингам в защиту больницы № 31 в Санкт-Петербурге. Митинги, прошедшие 23 января и 3 февраля 2013 г., относятся к малочисленным локальным мероприятиям. Однако, как отмечает В. Лурье, участники акций продолжали использовать те формы и способы саморепрезентации, которые проявились зимой 2011–2012 гг.: плакаты, перформансы и инсталляции. Помимо конкретных требований оставить больницу горожанам, на митингах звучали призывы к решению общегородских и даже общероссийских проблем. Подобный переход от локальных проблем к общим позволяет ученому классифицировать петербургские митинги как очередной этап «Снежной революции».

Подводя итоги, отметим, что большинство авторов «Антропологии протеста» были не только сторонними наблюдателями,

но и активными участниками описываемых событий. Это дает читателю возможность прочесть сборник не только как подробное исследование протестных акций, но и как хронику очевидцев.

«Мы не немь!» – это своеобразный «памятник» тому времени, когда великие иллюзии вывели на улицы российских городов тысячи энтузиастов «Снежной революции». Хотя протесты и не увенчались успехом, зима 2011–2012 гг. останется в новейшей истории России как время небывалого политического подъема.