

Восстание культурных механизмов: протест как языковая игра*

АРХИПОВА А., АЛЕКСЕЕВСКИЙ М. (СОСТ.) (2014) «МЫ НЕ НЕМЫ!»: АНТРОПОЛОГИЯ ПРОТЕСТА В РОССИИ 2011–2012 ГОДОВ. ТАРТУ: ЭЛМ. 336 С. ISBN 978-9949-544-26-4

Алексей Титков

Доцент философско-социологического факультета
Российской академии народного хозяйства и государственной службы,
доцент факультета социальных наук
Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»,
преподаватель факультета социальных наук
и научный сотрудник Центра прикладной урбанистики
Московской высшей школы социально-экономических наук
Адрес: пр. Вернадского, д. 82/2, г. Москва, Российская Федерация 119571
E-mail: a-titkov@yandex.ru

Роль механизмов культуры в социальных изменениях — одна из ключевых тем культурсоциологии — анализируется в «Антропологии протеста», сборнике работ культурных антропологов и филологов о массовых протестах 2011–2013 годов в России. Авторы «Антропологии протеста» рассматривают протестные митинги как коммуникацию между протестующими и властью (макрокоммуникация), между участниками протестов (локальная коммуникация) и фокусируются на анализе высказываний, представленных на митинговых плакатах. Описываются роль и характер языковых игр в протестных высказываниях, влияние локального контекста небольших протестных акций («наномитинги», «Оккупай Абай» и др.) на форму и содержание политических высказываний. Работы сборника могут побудить культурсоциологов задуматься по крайней мере о двух проблемах: сложном нелинейном характере (со сгущениями, замещениями и т. д.) моральных классификаций, определяющих «социальное бессознательное», а также о роли медийной среды, в которой создаются идеи и лозунги протестных движений, и механизмах ее воздействия. В работах Йельской школы культурсоциологии моральные классификации представлены наборами бинарных оппозиций в стиле классического структуриализма. Языковые игры, на которые обращают внимание авторы «Антропологии протеста», предполагают более сложную модель. Роль медиа в социальных и культурных изменениях описывалась Дж. Александером (анализ Уотергейтского скандала) с помощью модели коллективного ритуала, в рамках дюркгеймовской традиции. Анализ циркуляции протестных текстов в социальных сетях побуждает обратить внимание на давнюю альтернативу дюркгеймовской программе, теорию Тарда о диффузии идей в межличностном взаимодействии.

Ключевые слова: высказывание, коммуникация, культурсоциология, медиасреда, митинг, протест, Россия, смех, языковая игра

© Титков А. С., 2016

© Центр фундаментальной социологии, 2016

DOI: 10.17323/1728-192X-2016-2-208-233

* Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 16-06-00286 «Мониторинг актуального фольклора: база данных и корпусный анализ».

«Показать, какие социальные, фольклорные и лингвистические явления стоят за... протестным движением, какие культурные механизмы актуализируются во время митингов» — так определяют задачу сборника его составители А. Архипова и М. Алексеевский (с. 11). Они напоминают, что представители гуманитарных наук «весьма оперативно» среагировали на протесты декабря 2011 года, раньше других начали полевую работу на митингах, организовали коллективный сбор материала (интернет-группа «Фольклор Снежной революции»), перевели свои наблюдения в академические публикации (тематический блок статей на «Антропологическом форуме Online» вышел в феврале 2012 года), на полгода с лишним раньше первой аналогичной подборки в социологическом журнале «Laboratorium» (№ 2)¹. Альбом «Азбука протеста» (Азбука протеста, 2012) в мае 2012 года оказался первым изданием о протестной волне 2011–2012 годов в книжном формате. Позднее ход дискуссии стали задавать социологи и политологи, но, настаивают Архипова и Алексеевский, «для полноценного изучения» протестной активности социальные науки должны сотрудничать в том числе с антропологами и лингвистами.

«Социология» без привязки к теориям и направлениям — слишком общий адрес, с которым послание рискует потеряться. Первое, что могут сделать социологи, это подсказать подходящую аудиторию, способную заинтересоваться «культурными механизмами» массового протестного движения. Больше других на такую роль подходит, пожалуй, культурсоциология с ее ключевыми идеями «автономии культуры» (Александр, 2007), «культурных структур», регулирующих общество (Александр, 2013: 42–48), в том числе в связи с революциями (Alexander, 2012) и революционными ритуалами (Смит, 2008). Другие подходы выявляют символические (когнитивные, риторические) механизмы вовлечения людей в социальную активность. Это прежде всего фрейм-анализ Д. Сноу и Р. Бенфорда (Snow et al., 1986; Сноу и др., 2013) и прагматическая социология Л. Болтански и Л. Тевено (см., например, анализ вовлеченности работников в современный капитализм: Болтански, Кьяпелло, 2011).

Статьи «Антропологии протеста» можно разбить на три больших блока: «социологический», «лингвистический» и «этнографический». Профильным является второй блок («Язык протеста»), посвященный в основном анализу лозунговых текстов в широком смысле, включая визуальные образы и перформативные акции.

1. В соревнование «кто раньше» стоит включить также вышедшие, соответственно, в августе и октябре 2012 года левадовский «Вестник общественного мнения» (№ 2, 2012) и выпуск журнала «Логос» (№ 2, 2012) о революциях, в котором, правда, протестам 2011–2012 годов напрямую посвящено только эссе В. Куренного (Куренной, 2012). Спор о приоритете становится более запутанным, если учесть исследования и концепции, которые были опубликованы в экспресс-режиме в популярных сетевых изданиях (Русский журнал, Слон.ру и др.), но затем оказались включенными в нормальную, «медленную», академическую дискуссию.

Неизвестные люди, необычные плакаты

Самые общие вопросы, вокруг которых строится анализ, обнаруживаются в исторических сопоставлениях, предложенных Д. Громовым, М. Алексеевским и Е. Струковой. В статье Громова, исследователя уличных политических акций 2000-х годов, подчеркивается, насколько столичные протесты 2011–2012 годов отличались от более ранних; описывается, как появление на публичных акциях массы новых людей изменило их привычный по прошлым годам формат²; как в декабре 2011 года в Рунете возник спрос на инструкции и советы митингующим. Изменился возрастной состав: с декабря 2011 по февраль 2012 года стали преобладать участники среднего возраста, в отличие от публичных акций предыдущего десятилетия, преимущественно молодежных (на коммунистических акциях — вместе с пожилыми). Появились волонтеры, которые раздавали атрибутику, следили за порядком, убирали мусор и др. Произошел небывалый взлет индивидуальных самопрезентаций, прежде всего оригинальных самодельных плакатов. Как следствие, общее «театрализованное действие» публичной акции раздробилось на множество «микроспектаклей». Децентрализация и дробление происходили также за счет того, что многие участники, вооруженные фото- и видеокамерами, выступали в роли журналистов-любителей, публикуя репортажи в блогах и социальных сетях. Появились также новые формы протестных акций, как флешмобы, утратили былую популярность (кричалки), которые «не работают» в большой толпе, где люди не знакомы друг с другом (с. 46–52).

Антрополог Алексеевский обращает внимание на «всплеск народного остроумия» на самодельных плакатах 2011–2012 годов, пытаясь понять его через историко-культурные сравнения с другими странами. Самым близким аналогом он считает уличные протесты в Сербии в 1996–1997 годах, преимущественно студенческие по составу, для которых были тоже характерны «карнавальные» формы и остроумные лозунги. Речь здесь может идти только о типологическом сходстве, о прямом влиянии сербских протестов едва ли можно говорить (с. 67). «Парадоксальные» плакаты в декабре 2011 года имели своим предшественником «монстрации», художественные первомайские шествия с нарочито бессмысленными лозунгами (с. 65) — их влияние вполне вероятно, но все равно непонятно, почему и зачем могли возникнуть такие заимствования. Протестные лозунги в России до

2. Этнографии уличной протестной активности 2000-х годов посвящена диссертация и монография Громова (Громов, 2012). Рецензируемый сборник открывается анекдотической историей об этой монографии: «Осенью 2011 г. Дмитрий Громов... заканчивал работу над новой монографией, посвященной уличным политическим акциям в современной России... Громов в заключение констатировал, что после выборов 2007 г. интенсивность уличных политических акций неуклонно снижалась и к 2011 г. практически достигла минимальных значений: «По сравнению с предыдущим этапом... период 2008–2011 годов характеризовался непрерывным спадом активности...» Буквально через несколько недель после того, как эти строки были написаны, в Москве прошли многотысячные митинги... Выпуск уже готовой монографии пришлось срочно задерживать» (с. 7–8). Статья в сборнике представляет собой сокращенную версию дополнительной главы (постскриптума) монографии об уличных акциях (Громов, 2012: 445–467).

сих пор были по преимуществу серьезными, то же можно сказать об Оранжевой революции в Киеве 2004 года и движении Occupy Wall Street 2011 года, с которыми протестную волну 2011–2012 годов часто сравнивают (с. 65–67)³. Историк-архивист Е. Струкова предлагает сравнение с перестроечными массовыми акциями 1988–1991 годов: общие для обоих периодов темы выборов, коррупции, отмены монополии на власть, отсылки к лозунгам времен Перестройки («Мы ждем перемен!», «Партия, дай порулить!») и авторитетам конца 1980-х годов (А. Сахаров, В. Гавел, М. Горбачев), к прямым параллелям с перестроечной ситуацией («Единая Россия — КПСС», «Путин — Брежнев») — полезные наблюдения, которые, однако, не объясняют другие ключевые особенности протестной волны 2011–2012 годов.

Итак, большие протестные митинги 2011–2012 годов — это множество новых людей без опыта политического активизма, множество самодельных плакатов, обилие лозунгов, удивляющих своей парадоксальностью. Как замечает Алексеевский, часть плакатов на митингах 2011–2012 годов выглядит «слишком абсурдной и непонятной», что ставит под сомнение серьезность протеста, — притом что, казалось бы, именно лозунги и плакаты, сделанные участниками протеста, должны точнее всего выражать их требования и цели (с. 63–64).

«Социология митинга»: опросить и посчитать

Социологические интересы авторов сборника состоят в логике выхода из привычной дисциплинарной программы, которая начинает казаться слишком ограниченной. Логику расширения определяет в значительной степени «антропологический поворот» в фольклористике — переключение интереса от анализа текстов к анализу социального контекста, в котором они создаются и распространяются. Такой «выход за рамки» наблюдается в статье Алексеевского, где автор, оценивая предыдущие работы фольклористов, посвященные уличной политической агитации, критикует своих предшественников за то, что они, анализируя тексты и образы плакатных лозунгов как «народное творчество», обычно представляют себе «народ» некой условной абстракцией, не интересуясь по-настоящему, «кто эти люди с плакатами» (с. 67–69).

«Поворот к социологии» выразился прежде всего в самом «социологическом», в популярном смысле, анкетном инструментарии. Статья А. Соколовой, М. Головиной и Е. Семихановой, построенная на серии анкетных опросов на московских митингах декабря 2011 — марта 2012 годов, заявляет задачу дать «социальный портрет митингующих в динамике», но, кажется, не справляется с ней в части «динамики». Причины тому и чисто технические: «содержание анкеты не было постоянным, а изменялось в соответствии с результатами предыдущего опроса» (с. 83–84), и содержательные: по мнению авторов, «динамичность исследуемой системы столь велика, что мы едва можем говорить о совокупности митингующих в

3. Исключение, как замечает Алексеевский, составляют самодельные плакаты и граффити защитников Дома Советов («Белого дома») в Москве в августе 1991 года.

течение всего межвыборного периода» (с. 100–101), так что «по сути мы имеем дело не с серией повторяющихся акций, а с объединенными „оппозиционным фреймом“ несколькими разными акциями» (с. 83–84). В итоге авторам все-таки удается составить обобщенный «социальный портрет» участника протестных акций в Москве 2011–2012 годов: мужчины (примерно две трети), в основном до 35 лет (больше половины), с высшим образованием (около 70 %), с достаточно высокими и стабильными доходами (с. 90–93, 101). Участники протестов поддерживают лозунг перевыборов, критически относятся к В. Путину и Д. Медведеву и хотели бы их отставки, считают главной проблемой коррупцию и надеются, что митинги могут повлиять на ситуацию в стране (с. 94–96). Полученные результаты мало что добавляют к более ранним «социальным портретам», основанным на опросах Левада-центра (Волков, 2012) и ВЦИОМ (ВЦИОМ, 2012). Статья тем не менее полезна, во-первых, обсуждаемыми в ней методическими сложностями и решениями, значимыми для опросов на больших публичных акциях; во-вторых, как документальное свидетельство об одной из первых независимых групп, проводивших опросы на московских митингах 2011–2012 годов (с. 84–86, 100–101)⁴.

Более оригинальной постановкой задачи отличаются статьи Алексеевского и Архиповой, Сомина и Шевелевой, в которых акцент сделан на ключевой группе участников митингов шестивий: людях с плакатами или другой символикой. По отношению к этой группе известно веберовское понятие «группы-носителя» (*carrier group*), применяемое в том числе и к политическим движениям (Вебер, 1994: 138–181; Alexander, 2012; Титков, 2012), приобретает еще и прямое материальное значение. Ее члены в буквальном смысле «носят на себе», как рабочие муравьи, фрагменты своего языка, нарратива, перенесенные на бумагу (картон, пластик и др.) и поэтому доступные для наблюдения. Алексеевский изучает эту группу на примере участников протеста, державших самодельные плакаты на московском митинге 24 декабря 2011 года, Архипова с соавторами — по фотографиям лозунгов и других знаков протеста, по которым были закодированы пол и возраст стоявших с плакатами людей⁵. В анкетном опросе Алексеевского преобладают мужчины (две трети), в основном молодые (половина) и среднего возраста (треть) (с. 70–71). Подсчеты Архиповой подтверждают, что среди людей с плакатами на больших московских митингах 2011–2012 годов большинство составляли мужчины (60–70 %), однако, по ее данным, самой многочисленной возрастной когортой в декабре 2011 года были люди средних лет (50–60 %), и только в марте 2012 года их доля снижается до 30–40 % при одновременном росте и молодых, и пожилых участников (с. 127–130). Опрос Алексеевского показал, что большинство в его выборке составили работающие люди (три четверти опрошенных) с высшим образованием (с. 70–71).

4. Составители сборника указывают, что М. Головина и Е. Семирханова были, возможно, единственной группой, проводившей анкетный опрос на митинге на Болотной площади 10 декабря 2011 года (с. 8).

5. Базу Алексеевского составили 52 интервью с шестью десятками участников митинга 24 декабря (с. 69–70), базу Архиповой — 832 (из общих 1538) единицы плакатных лозунгов, для которых оказалось возможным закодировать пол и возраст (с. 127–128).

Понять мобилизацию: от «группы-носителя» к медиасреде

Связка между участниками митинга и их текстами, заданная в статьях Алексеевского и Архиповой с коллегами, подсказывает, казалось бы, следующий шаг исследования: понять мотивы участия в протесте, механизмы мобилизации, исходя из анализа текстов, представленных на плакатах. Такой ход действительно был реализован не авторами «Антропологии протеста», а их риторическими адресатами, «социологами и политологами», и уже в другом исследовательском проекте. Социолог Н. Савельева и политолог М. Завадская (Завадская, Савельева, 2015) проверили на массиве митинговых лозунгов ключевые гипотезы своего исследования, выдвинутые по итогам интервью с участниками протестов. Предполагалось, что для массовых протестов 2011 года основным мобиливающим событием послужили именно прошедшие думские выборы и «двигателем» политизации стало чувство личного оскорбления у активных граждан, воспринимавших выборы как свое «личное дело». Для проверки гипотез лозунги протестных митингов 2011–2012 годов были отнесены к одному из семи мобилирующих фреймов («честные выборы» — недовольство фальсификациями на выборах, «оппозиционный» — недовольство существующим режимом, «правовой» — требования соблюдать законы и права граждан, «социальные требования» и др.) и закодированы по субъекту высказывания: «я», «мы» или безличные⁶. Расчеты показали, что в декабре 2011 года преобладали лозунги, относящиеся к фрейму «честных выборов», которые в январе-марте 2012 года уступили место «оппозиционному фрейму» и социальным требованиям, и лозунги от первого лица («я-обращения») статистически связаны с использованием фрейма «честных выборов» и с интенсивностью протеста (количеством сообщений СМИ о протестах) в определенный период (Завадская, Савельева, 2015: 243–261).

Авторы «Антропологии протеста» выбрали другое направление анализа: проследить, «как устроен оппозиционный дискурс... как он начинает функционировать в Интернете, чтобы потом оказаться... на протестном плакате» (с. 11). Решает эту задачу прежде всего исследование Д. Радченко, Д. Писаревской и И. Ксенофоновой⁷. Изучая «механизмы перехода от выражения недовольства в Интернете к реальным политическим действиям (в частности, к митингам)» (с. 18), авторы устанавливают, как в первую неделю после выборов (4–10 декабря 2011 года) менялись темы и жанровые особенности ключевых текстов, повлиявших на формирование уличного протеста. В первые дни после выборов популярностью пользовались свидетельства наблюдателей с избирательных участков. Тексты этого

6. Фреймы в исследовании Завадской и Савельевой понимаются в смысле Д. Сноу и Р. Бенфорда (Snow et al., 1986; Сноу и др., 2013) как схемы интерпретации ситуации, связывающих личное недовольство людей с коллективной повесткой какого-либо движения или партии. Источником для анализа лозунгов стала собранная М. Габовичем база «Protest Events Photos and Slogans (PEPS)», включавшая на момент расчетов около 6 тыс. лозунгов протестных акций 2011–2012 годов в разных регионах России.

7. См. также более раннюю версию (Радченко и др., 2012) с анализом сюжетов декабря 2011 года.

жанра отличали, во-первых, детальное изложение с множеством документов, фотографий, видеозаписей, подтверждавших достоверность сюжета; во-вторых, эффект «саспенса», ожидания развязки, создававшийся технологией описанных нарушений: большая их часть приходилась на последний этап, при подсчете голов или при занесении результатов в протоколы и компьютерную базу; в-третьих, отсутствие в историях развязки, эффект «незавершенной ситуации», в которой нарушения закона остаются безнаказанными, побуждает читателей вмешаться, сделать что-нибудь для восстановления справедливости (с. 23–25)⁸. 6–7 декабря распространяются фотоотчеты, видеотрансляции и впечатления очевидцев с первых протестных митингов, рассказы о задержаниях, судебные репортажи, слухи — весь этот набор текстов создавал эмоциональный фон, ориентировал людей на противостояние власти. 8–10 декабря на первый план выходят темы «почему надо идти на митинг», «советы митингующим» и «осмысление политической ситуации», в которых подчеркивался мирный характер предстоящего митинга и гражданский, а не оппозиционный, характер протестного движения. Такие тезисы сделали протесты максимально инклюзивными, позволили десяткам тысяч людей идентифицировать себя с протестом (с. 25–28). После митинга на Болотной площади в декабре 2011 года протестное сообщество осознает и обсуждает само себя. В этот период, по данным «Пульса блогосферы» Яндексса, ключевые слова, связанные с протестной деятельностью (митинг, белая лента, наблюдатель и др.), становятся сопоставимыми по популярности с ключевыми словами, описывающими действия власти (выборы, фальсификация и др.). К концу 2011 года протестная активность оказывается даже более заметной в интернет-сети темой, чем вызвавшие их нарушения на выборах (с. 33–36).

Самое большое отличие между исследованием Завадской и Савельевой и анализом Радченко с коллегами состоит в том, что первое обращает внимание на тексты, в которых выражены уже сформированные представления и эмоции участников, второй — на тексты, которые, предположительно, эти представления и эмоции формируют. Большое значение приобретает анализ текстовых приемов, с помощью которых достигается эффект вовлеченности в события. Это критически важная точка в теме, которая, с одной стороны, интересна политическим социологам, изучающим протестные акции 2011–2012 года (Матвеев, 2012), с другой — представляет собой подходящее поле для гуманитарных методов, будь то филологические (например, «эффект реальности» Р. Барта [Барт, 1994]), эстетические, философские, историографические и др. Тот же сюжет оказывается ключевым для традиции социологии и социальной антропологии, наследующей дюркгеймовский анализ ритуалов в «Элементарных формах религиозной жизни». «Дюркгеймовские эффекты», создающие чувство причастности к сообществу, рассматриваются прежде всего для ситуаций телесного соприсутствия, «лицом к лицу» (Гофман, 2014: 182–184), но такого же рода эффекты проявляются и в переживаниях, создаваемых

8. Образцы жанра «историй наблюдателей» были затем собраны в сборнике «Разгневанные наблюдатели» (Берлянд, 2012).

современными медиа⁹. Описанные Радченко с соавторами эффекты воздействия, заданные прежде всего структурой текстов наблюдателей на избирательных участках, — удачный, как мне кажется, пример анализа, показывающий, как может развиваться это направление.

Формирующий эффект текстов и/или медийных событий должен быть на следующем шаге подтвержден сравнением текстов медийной среды с текстами лозунгов, вынесенными на публичную акцию. Исследование Радченко с коллегами предлагает пример такого сравнения, не безупречный, но важный как прецедент. Авторы прослеживают связь между циркулирующей идеей в Интернете и уличным протестом, сопоставляя тематику политических анекдотов, распространявшихся в социальных сетях (Твиттер, «ВКонтакте», Живой Журнал) в первую неделю после выборов, и содержанием лозунгов на первом большом митинге в Москве на Болотной площади 10 декабря 2011 года. По их подсчетам, в «послевыборных» анекдотах 5-10 декабря 2011 года преобладали темы фальсификации выборов и искажения информации (33 % текстов), противопоставления власти и народа, включая избиения и задержания на митингах (16 %), и используемых властью и оппозицией интернет-технологий (11 %). В самых популярных в соцсетях плакатах митинга на Болотной площади 10 декабря 2011 года пропорции были похожими: тема фальсификаций — примерно на половине плакатов, тема противопоставления власти и народа — на 16 % плакатов (с. 32–33). Частота упоминания Путина (12 % плакатов) и Чурова (15 % плакатов, 11 % анекдотов) также оказалась примерно равной в обеих подборках (с. 32–33). Отсюда вывод: «люди склонны пересказывать и делать репосты анекдотов, содержащих идеи, с которыми они потом готовы выйти на улицу» (с. 32–33).

Слабое место в анализе Радченко и соавторов состоит в том, что для сравнения с корпусом анекдотов были взяты плакаты Болотной площади, «наиболее часто публикуемые» в соцсетях (с. 32), то есть подборка, которая может отражать не столько реальный состав плакатов на митинге, сколько вкусы интернет-пользователей. Подсчеты авторов, что интернет-мемы («Света из Иваново», «Путин — краб», *angry face* и др.) цитируются более чем в четверти плакатов из подборки, косвенно подтверждают догадку об искажении: привычные сюжеты и образы, тем более смешные, могли попасть в интернет-подборку с большей вероятностью, чем незнакомые и скучные. Несмотря на этот сбой, идея сравнить, в какой мере интернет-анекдоты и уличные плакаты выражают один и тот же набор идей, выглядит многообещающей. Кроме чисто технического довода, что исходную гипотезу можно проверить на данных базы Архиповой (с. 125–127) и выборки Алексеевского (с. 69–70)¹⁰, заслуживает внимания более общий содержательный вопрос, постав-

9. См., например, проанализированный Дж. Александером эффект телевизионных трансляций сенатских слушаний по «Уотергейтскому делу» (Александер, 2013: 431–449).

10. В анкетном опросе Алексеевского десятая часть опрошенных заявила, что они заимствовали идею плаката из Интернета или СМИ, еще три четверти сказали, что придумали сюжет плаката сами (с. 71–72). Мне кажется, интересно было бы сравнить такую самооценку с результатами филологического анализа, который для той же выборки текстов выяснил бы предполагаемые влияния (сюжетные,

ленный в исследовании Радченко и коллег: в каких случаях люди выражают свои эмоции или мысли в виде сетевого анекдота и при каких обстоятельствах возможен их «перевод» в формат митингового высказывания, — или, как формулируют авторы, переход к «реальным политическим действиям» (с. 18).

Стоит учесть также сюжеты, в которых авторы «Антропологии протеста» обращаются к проблематике «группы-носителя». Анкетный опрос Алексеевского на проспекте Сахарова 24 декабря 2011 года проверяет популярную тогда идею об особой роли в протесте «креативного класса». Опрос гипотезу не подтвердил: ни люди творческих профессий (1/10), ни студенты (14%), придававшие «карнавальный» характер протестам в Сербии, не составили в выборке критически значимую часть. Одинаковая доля с людьми творческих профессий (1/10) пришлось на научно-технических работников; некоторые из них рассказали в интервью, как при изготовлении баннеров и растяжек им помогли профессиональные навыки черчения (с. 70–71). Громов предлагает на уровне умозрительной гипотезы объяснение, почему люди среднего возраста составляли большинство на первой стадии протеста в декабре 2011 года, а с марта 2012 года стали отходить от движения. Дело, по его версии, в том, что люди среднего возраста включились в протест, руководствуясь прагматическими причинами («когда была возможность повлиять на предстоящие президентские выборы, они участвовали в протестных акциях, а после выборов потеряли к этому интерес»), а молодежи, наоборот, интересны протестные акции сами по себе (с. 46). Такая гипотеза на первый взгляд не находит очевидного подтверждения и даже, наверно, противоречит другим данным: интенсивные эмоции, о которых пишут другие авторы сборника, чувство личного оскорбления, описанное Завадской и Савельевой, плохо сочетается с рациональными прагматическими мотивами, которые предполагает Громов. Тем не менее гипотеза тоже заслуживает проверки на имеющихся полевых материалах (лозунги, фотографии, интервью и др.).

Рождение самодельных плакатов

Подходы, отсылающие к особенностям медийной среды и характеру «группы-носителя», конкурируют друг с другом при поиске объяснений самодельных плакатов, с которыми приходили многие участники митингов 2011–2012 годов. Гипотезу, выводящую распространенность индивидуальной самопрезентации на протестных митингах с влиянием социальных сетей, в которых «у пользователей появилась привычка к самопрезентации на собственных аккаунтах», предлагает Громов (с. 50–51). Его тезис требует уточнения в том, что сама по себе «привычка к самопрезентации», «установка на индивидуальную самопрезентацию» может считаться константой социального поведения, сложившейся задолго до интернет-сетей, — по крайней мере, думать так побуждает социологический здравый смысл,

стилистические и др.) разных медиа. Количественная оценка таких влияний, возможно, была бы значительно больше «анкетной» одной десятой.

воспитанный на «Презентации себя» И. Гофмана (Гофман, 2000). Речь может идти, скорее, о конкретных технических навыках и/или культурных формах, в том числе упоминаемая Громовым «привычка... к созданию визуальных объектов, текстов, флэшмобов и др.» (с. 50–51). Идея о влиянии социальных сетей на формы выражения протеста типична для литературы о митингах 2011–2012 годов¹¹. Дело за эмпирическими подтверждениями. Косвенным доводом в пользу своего тезиса Громов приводит тот факт, что самодельных плакатов в Москве в декабре 2011 года было заметно больше, чем на киевском Майдане 2004 года, — факт важный, но все-таки не решающий.

Альтернативное объяснение, что «значительную часть участников митингов составили яркие творческие люди, которые не желали быть частью обезличенной толпы» и для них самодельные плакаты стали «способом индивидуального самовыражения» (с. 78–80), выглядит неубедительно. Мы, во-первых, не объясняем, откуда происходит «яркий творческий характер» участников митингов (возможно, из тех же социальных сетей), во-вторых, не знаем других подтверждений их «творческого» и «индивидуального» характера, кроме того, что они пришли на митинг с самодельным плакатом, то есть логика такого объяснения оказывается опасно похожей на круговое доказательство. В защиту версии Алексеевского можно заметить, что она была выдвинута лишь после того, как в анкетном опросе не подтвердились две другие гипотезы: о преобладании среди протестующих с плакатами людей творческих профессий и о распространенности практики копирования готовых плакатов из Интернета. Более важным для развития темы выглядят данные опроса Алексеевского о практике изготовления плакатов: три четверти опрошенных сказали, что сами придумали сюжет плаката; почти три четверти делали плакат впервые; десятая часть подготовила плакат к митингу 10 декабря на Болотной площади; половина сделала плакат в день митинга, треть накануне. Иными словами, для многих опрошенных изготовление плаката было импульсивным актом, совершенным в последний момент: «Ну, экспромт просто» (с. 71–72). Для понимания, как сработали культурные механизмы протеста 2011–2012 годов, эти детали, говорящие, скорее всего, об импульсивном характере действия, вызванном сильными коллективными аффектами, могут оказаться полезными.

Изучение Интернета как среды для протестной мобилизации выглядит в целом одним из самых динамичных направлений в исследовании протестов 2010-х годов в России. Вводная статья «Антропологии протеста» называет «общим местом» утверждение, что «потенциальные участники смогли консолидировать свои действия через социальные сети» (с. 9). Обзор работ на эту тему (Алюков, 2015; Вань-

11. Несколько выделяются из общего ряда таких текстов рассуждения Куренного, который связывает «индивидуализированную театрализацию» протестов 2011–2012 годов не только с влиянием социальных сетей и фото- и видеокамер, но и с «российским дефицитом городских публичных пространств», которые создавали бы возможность для самовыражения повседневного, рутинизированного, а также в целом с современной культурой с ее «тенденцией к индивидуализации и фрагментации», которая тоже стимулирует «потребность в коллективном эмоциональном переживании» (Куренной, 2012: 32–36). Сложность здесь, как и в разбираемых статьях, в эмпирическом подтверждении.

ке, Ксенофонтова, Тартаковская, 2014; Ксенофонтова, 2013; Никипорец-Такигава, 2012; Никипорец-Токигава, Паин, 2016; Lonkila, 2012; Reuter, Szakonyi, 2015 и др.) заслуживает отдельной публикации. Отметим связанный с этой областью важный теоретический поворот: акцент на исследовании медийной среды предполагает уход от анализа в логике «группы-носителя», чье участие в протесте объясняется социальными, демографическими или экономическими характеристиками этой группы. Акцент на медийную среду уводит от «социологии общества», анализа стратификации, структурных противоречий к другой социологической традиции, ведущей отсчет от предложенного Г. Тардом понятия «публика», т. е. объединения индивидуумов, «физически разделенных и соединенных чисто умственной связью (например, общим кругом чтения)» (Тард, 1902: 1). Отношение между «публикой» и «толпой», физическим скоплением массы людей в одном месте в логике Тарда состоит в том, что публика может быть определена как «толпа в возможности», при этом каждая публика характеризуется «природой той толпы, которую она порождает» (Тард, 1902: 11, 24). Читая сегодняшние исследования глазами культур-социологов, считающих себя продолжателями традиции Дюркгейма (Александр, 2013: 65–67, 88–90; Куракин, 2010), стоит обратить внимание, как в исследованиях политической мобилизации набирают силу идеи, когда-то бывшие основной альтернативой дюркгеймовской линии в социологии.

«Карнавал» как лингвистическая задача

«Смеховой» характер значительной части плакатов — еще один нерешенный вопрос в изучении протестной волны 2011–2012 годов, где вклад исследователей-гуманитариев может оказаться существенным. Привычные по другим публикациям слова о «карнавальном» характере протеста, разумеется, проблему не решают. Указания на характерный для многих участников опыт интернет-пользователя, специфический сетевой юмор, следы которого обнаруживаются в митинговых плакатах, тоже недостаточны. Такие наблюдения важны, но они не объясняют, почему люди обращаются именно к этому пласту своего опыта (тем более что протестное остроумие лишь частично связано с интернет-средой, не менее важен, к примеру, «общий запас» песен и кинофильмов).

Заслуживает внимания вывод из опроса Алексеевского, согласно которому участники, приходящие на митинг со «смешными» плакатами, заявляют, что хотели «с юмором поговорить о серьезных вещах», «больше иронии, но по делу». Даже митингующие с абсурдными для внешних наблюдателей плакатами объясняли их актуальный политический смысл: к примеру, информант с плакатом «Ищу жену» сообщил, что выражает таким образом идею свободы выбора, протест против безальтернативности (с. 74–76). Отсюда следует, как резюмирует Алексеевский, что «в целом авторы серьезнее относятся к митингам и идее общественного протеста, чем может показаться на первый взгляд» (с. 76). Такое предположение, кажется, только усиливает парадокс, обозначенный тем же М. Алексеевским. Участники

протеста хотят заявить о серьезных проблемах, но плакатам, которые должны выражать их цели и требования, придают «смешной» характер, увеличивая риск непонимания и несерьезного отношения к себе (с. 63–64) — смысл такого действия выглядит по крайней мере неочевидным.

Подход «лингвистической» части рецензируемого сборника в самом общем виде может быть выражен тезисом Архиповой: «Если „карнавализация“ имела место, то хочется понять, как она устроена, в чем выражается, какие стороны этого процесса можно увидеть сквозь призму языка» (с. 141). Такой подход позволяет прежде всего хотя бы примерно оценить долю «смеховой» составляющей на плакатах 2011–2012 годов. Вопрос этот, как указывает Архипова, вызывал у ее коллег большие споры, доля «юмористических» плакатов оценивалась от 40 до 79 % (там же)¹². Подход Архиповой с соавторами состоит в том, чтобы отойти от субъективных представлений о «смешном» и «юмористическом» и считать долю случаев с языковой игрой, словесными или образными средствами, провоцирующими комический эффект (там же). Такая оценка скромнее остальных. Процент языковых игр был максимальным на митингах на проспекте Сахарова 24 декабря 2011 года (25 %) и Болотной площади 4 февраля 2012 года (30 %) и минимальным (5 %) на «грустном» митинге на Пушкинской площади 5 марта 2012 года, сразу после президентских выборов. В остальных случаях (Болотная площадь 10 декабря 2011 года, Новый Арбат 10 марта 2012 года) доля плакатов с языковыми играми составляла 10–15 %, а в среднем по массиву — 19 % (с. 141–145)¹³.

Л. Федорова и А. Архипова объясняют, почему участники протестов 2011–2012 годов выбирали «смеховые» формы выражения. По мнению Федоровой, в ходе демонстрации, в том числе за счет ее «карнавального» характера, ломается привычная иерархическая модель и складывается альтернативная картина солидарного общения равных между собой людей, обращающихся к власти тоже на равных (с. 247)¹⁴. Архипова предполагает, что языковые игры и цитаты, вернее, их распознавание и отгадывание, служат одним из критериев коммуникативной удачи во взаимодействии между «автором» лозунга и его адресатами, а также источником «радости понимания» от правильного разгадывания языковой игры (с. 141–145). Эти объяснения указывают на два направления коммуникации: «протестующие — власть» и «протестующие — протестующие», которые здесь, скорее, не конкурируют, а дополняют друг друга. В классической фрейдовской теории остроумия предположения Федоровой и Архиповой соответствуют тенденциозная и техническая составляющие остроумия и удовольствия от нее (Фрейд, 1991: 265–272). Тенденциозные остроумия в схеме Фрейда тоже предполагают трехстороннее отно-

12. В выборке Алексеевского доля «смешных» плакатов, по оценке автора, составила 47 % (с. 74).

13. По тем же данным, плакаты с цитатами составили 37 % от выборки, плакаты с цитатами и языковыми играми одновременно — около 7,5 % (с. 143–144).

14. В модели М. Дуглас, более социологической по жанру, речь идет о шутке как вызове доминирующей социальной структуре (Дуглас, 2015: 203).

шение: автор шутки, объект, на который направлен агрессивный импульс, и черты лица, призываемые автором в союзники (там же).

Отдельные статьи сборника посвящены конкретным примерам языковых игр: шуткам протестующих по темам «бандерлогов» (Ахметова, 2014), «презервативов» (Матлин, 2014), «хомячков и пингвинов» (Суханова, 2014). Все три разбираемых примера можно отнести к фрейдовскому типу «острого ответа» (*Retourkutsche*), представляющего собой реакцию на обидную реплику собеседника, имеющего, как правило, более высокий статус (Фрейд, 1991: 237). Все случаи действительно объединяет типологически похожая ситуация нанесенного протестующим публичного оскорбления: от первого лица режима (телевизионный «Разговор с Владимиром Путиным» 15 декабря 2011) и оскорбительной клички, данной политическими противниками («сетевые хомячки») и неосторожного высказывания о своих сторонниках одного из лидеров оппозиции Б. Немцова. Механизмы самоутверждения («хомяк расправил плечи»), выстраивания отношений «мы — они» («бандерлоги — Каа»), ответной символической агрессии в целом вписываются в логику фрейдовского «острого ответа». Объяснение, сводящее «смеховые» лозунги протеста 2011–2012 годов к «острому ответу», недостаточно хотя бы потому, что большое количество шуток не относилось напрямую к этому типу, в частности те, объектом которых выступали председатель Центризбиркома В. Чуров или результаты думских выборов декабря 2011 года¹⁵. Возможно, однако, что и здесь есть параллели между характером митингового остроумия и описанным Завадской и Савельевой восприятием нарушений на выборах как «личного оскорбления». Значимой для последующего анализа может стать также параллель с киевским Майданом 2004 года, где большинство лозунгов имело серьезный характер, но на плакатах, направленных против премьер-министра В. Януковича, главного раздражителя для митингующих, появлялись ирония и сарказм (с. 65–66).

Идеи авторов сборника относительно протестного остроумия 2011–2012 годов только наметили направление для более детального анализа. В последующем предстоит, в частности, выяснить, с какими темами и проблемами связаны «смеховые» плакаты, а какие, наоборот, чаще выражаются «серьезными» формами; существует ли связь между типом социально-политической проблемы, затронутой в «смеховых» текстах, и использованной техникой языковой игры; понять роль техники остроты, ее социального или культурного контекста для митинговых плакатов, которые стали в этот период популярными мемами в социальных сетях Web 2.0. Связь между массовыми протестами и смехом — перспективная, как мне кажется, тема политической социологии, которая пока еще недостаточно изучена.

15. В статье Архиповой с соавторами выделены пять фреймов (тематических сюжетов), связанных с В. Чуровым и результатами выборов: «Чуров — волшебник», «Борода Чурова», «146 %», «Арифметика Чурова», «Гауссиана» (с. 133–134).

Игрушки на асфальте: локальный контекст высказываний

Социальный контекст протестных высказываний, его влияние на их форму и содержание — тема последнего, «этнографического», раздела сборника («От общегражданского к локальному протесту»). Статьи по трем сюжетам раздела — «наномитингам» (А. Астапова), лагерю «Оккупай Абай» (Ю. Ляхова, В. Лурье), митингам в защиту больницы в Петербурге (В. Лурье) — по отдельности представляли бы обычные описания случаев. Однако в связке с остальным сборником, особенно его «лингвистической» частью, они обнаруживают сквозную интригу: как протестные высказывания приспосабливаются к особым условиям или к локальной проблематике¹⁶. Тезис предыдущего раздела, сводящий митинговый «карнавал» к языковой составляющей, авторы-этнографы дополняют вниманием к внешнему контексту высказываний.

Митинги игрушек «лего», как пишет Астапова, еще до волны протестов в России встречались, например, в американском движении Occupy Wall Street осенью 2011 года. В лагере протестующих в Зукотти-парке в Нью-Йорке была создана небольшая выставка игрушек «лего» с плакатами «We are 99 %», «Occupy the Lego Land» и др., которые повторяли или обыгрывали главные лозунги движения Occupy (с. 303). В России «наномитинги», составленные из мелких игрушек «лего» и «киндерсюрприз», возникли в другой среде: в городах, где из-за небольшого количества жителей и/или сложных климатических условий не могли собраться большие протестные акции. Город Апатиты Мурманской области, где в декабре 2011 года был устроен первый «наномитинг», отвечает сразу обоим критериям (с. 303–304)¹⁷. Судя по описанию Астаповой, «наномитинги», возникшие как «сравнительно безопасный вызов власти», «имитация того же митинга, но с дополнительной иронией над властями» (с. 304), не только повторяют лозунги «большого» протестного движения, но и создают свои собственные, подходящие для игрушечного «реквизита» способы выражения: лозунги типа «Мы не игрушки!» и «Маленький — не значит безголосый» обыгрывают игрушечный характер или мелкий размер «протестующих»; композиции, в которых, например, плакат «Эх, прокачу 04.03.2012» держит игрушечная лошадка, или мягкая игрушка с персонажем мультфильма стоит с лозунгом «Прощай, Ледниковый период!», используют

16. Рецензент «Нового литературного обозрения» М. Кулаев справедливо отмечает, что единственным случаем «действительно локального» протеста из всех трех описанных можно считать только движение против закрытия больницы в Петербурге, тогда как «Оккупай Абай» и «наномитинги» придерживались общей протестной повестки без перехода к более узким локальным проблемам (Кулаев, 2015). При анализе случая с петербургской больницей тоже прослеживается, скорее, обратная логика, «от локального протеста к общегражданскому»: местная проблема, которая «выглядела неполитической» (или «могла бы выглядеть... неполитической»), оказывается в итоге привязанной к общей протестной повестке (с. 324–326). Тем не менее «локальный», в другом смысле, характер всех трех описанных случаев все-таки обнаруживается в своеобразии локальных условий, к которым протестующим надо было приспособиться, найти свой собственный, адекватный ситуации способ выражения.

17. Количественную оценку влияния факторов концентрации населения и холодного климата на протестную активность см.: Соболев, 2013.

культурные смыслы, связанные с этими игрушками (с. 295–296). «Митинг игрушек» представляет собой использование литоты, риторического тропа нарочитого преуменьшения или смягчения (с. 304), по такому же принципу лозунги «большого» протестного движения в «наномитингах» иногда переводятся в «игрушечный» регистр языка: «Жульчики и ворчики, пять минут на сборчики» (с. 296). Механизмы такого рода игровых преобразований могут быть полезными, как мне кажется, и для понимания высказываний «больших» протестных акций. Автор статьи лишь в минимальной степени использует такую возможность, но для будущих исследований она остается открытой.

Пример акции «Оккупай Абай» в Москве в мае 2012 года важен для Ляховой и Лурье прежде всего тем, как «в результате запрета на привычные способы и атрибуты протеста... начался активный поиск новых форм» (с. 318)¹⁸. В ситуации, когда полиция не позволяла участникам лагеря держать плакаты и скандировать лозунги, ответом стало «перемещение протестных форм в горизонтальную плоскость (на землю)»: протестные лозунги стали писать мелом на асфальте. Кроме того, способом выражения протеста стали одежда и головные уборы, появились элементы «наномитинга» мягких игрушек (с. 315–316). Другой важный сюжет статьи, к сожалению, лишь намеченный в самом общем виде, состоит в том, что за время существования лагеря на Чистых прудах (7–16 мая 2012 года) «больше внимания стало уделяться... попыткам договориться друг с другом, а не с властью», поэтому протестные надписи на асфальте «исчезли сами собой, без запрета и принуждения: для новой формы протеста они оказались неактуальны» (с. 318).

В митингах в Петербурге января-февраля 2013 года за сохранение больницы с детским онкологическим отделением (городские власти планировали отдать ее переезжающим в Петербург судьям Верховного суда) Лурье анализирует прежде всего «коллективный текст, который создается авторами плакатов» (с. 326), точнее, упорядочивает основные составляющие, из которых складывается этот «коллективный текст». Полторы сотни плакатов, зафиксированных на двух митингах в защиту больницы, автор делит на плакаты против переезда судей, «составленные без эмоций и инвектив», «эмоционально насыщенные», и плакаты, в которых «больничная проблематика увязывается с другими протестными темами и общей ситуацией в городе и стране» (с. 324). Интерес вызывают в основном плакаты и лозунги последнего типа: как на сцене повторного митинга в феврале 2013 года размещается лозунг петербургских регионалистов «Наш город — нам решать»,

18. Рецензент в «Новом литературном обозрении», посчитавший, что этот тезис относится к «макромасштабу» всей страны, ответил на него понятными в этом случае возражениями: 1) «запрет привычных форм» в смысле жестких запретительных поправок в законодательство о митингах в мае 2012 года еще не произошел и 2) «Оккупай Абай» представляет собой не новую форму, а «механический перенос опыта других стран» (Кулаев, 2015). Авторы статьи, скорее всего, имели в виду другое: локальные запреты, сложившиеся на площадке лагеря, как, например, в следующем эпизоде из полевого дневника Лурье: «14 мая... Некто вывесил плакат «Вся власть Учредительному собранию!». Сперва его просили убрать участники «Оккупай Абай» (под предлогом того, что им разрешено здесь находиться без лозунгов), потом — милиционер» (с. 313).

как в текстах плакатов выстраивается связь с актуальными в тот момент общеполитическими темами («закон Димы Яковлева», суд над Pussy Riot), проблемами градозащиты, федерализма и др. — притом что подобных плакатов было, по оценке автора, «небольшое количество» и приносили их в основном «постоянные протестанты», присоединившиеся в какой-то момент к инициативе врачей и родителей онкобольных детей (с. 324–326). Определение/переопределение локальной ситуации и личных поводов для недовольства в их привязке к общим проблемам и универсальным ценностям — один из ключевых сюжетов для изучающих мобилизацию новых участников в общественные движения (Сноу и др., 2013; Клеман и др., 2010: 285–289, 313–534). Проблема в том, что «коллективный текст» в итоге так и остался, скорее, броской метафорой, техника реконструкции общего коллективного нарратива из отдельных лозунговых высказываний никем еще из авторов сборника не предложена.

Коммуникация большая и малая

Сквозным для исследований сборника оказывается определение протестного движения как *коммуникации*, в которой первичными единицами анализа выступают *высказывания* участников протеста. «Как, с кем и о чем... разговаривают протестующие?» (с. 125) — выяснение этого становится общей задачей «лингвистической» части сборника¹⁹.

Идея митинга как коммуникации работает прежде всего благодаря множеству плакатов типа «Чуров, покатай на карусели», «Жулик! Не воруй!», «Я не верю вашим сказкам» и т. п., явно подходящих для анализа в коммуникативной логике «адресат — адресант»²⁰. Из ряда текстов, в которых модель «коммуникации» принята как самоочевидная, выделяется статья Л. Федоровой. Она считает, что «митинг не является ситуацией коммуникации с властью, поскольку нет установленного контакта: акции митингующих... не получают непосредственного отклика целевого адресата, власти», что имеет место лишь «поиск контакта, попытка коммуникации», или, точнее, «ситуации демонстрации (выставления напоказ, привлечения всеобщего внимания), драматизм которой в том, что мы не знаем, будет ли получено наше сообщение и... будет ли на него ответ» (с. 245–246). Можно предположить, что для того, чтобы рассматривать что-то в качестве события коммуникации, достаточно только убежденности адресанта. Такова, например, коммуникация с сакральным миром в ритуале жертвоприношения, как его описывают М. Мосс (Мосс, 2000) и Э. Лич (Лич, 2000: 99–114)²¹. Аргументы Федоровой другие. Во-первых, участники протеста рассчитывают, что «послание, направлен-

19. В общую логику изучения коммуникации меньше других вписываются статьи И. Седаковой и группы филологов Петербургского университета (Ягунова и др.), в которых единицами анализа выступают не целые высказывания, а отдельные ключевые слова.

20. Примеры из альбома «Азбука протеста» (Азбука протеста, 2012: 56–57, 149, 153).

21. Аналогию между митинговой коммуникацией с правительством и коммуникацией в ритуале можно считать обоснованной хотя бы в том отношении, что политика оказывается похожей на «са-

ное адресату, сможет его достичь при поддержке всех, кто его поддержит», если послание подхватят сторонники, свидетели, журналисты, все, кто будет распространять его во внешней среде (с. 246). Во-вторых, митинг это не только «попытки установления контакта с властью», но и коммуникация иного масштаба: между оратором на трибуне и толпой, между участниками митинга, между митингующими и полицией, обращение митингующих «вообще ко всем» с выражением собственной позиции (с. 247–248).

Два измерения митинговой коммуникации — с властью и с другими участниками — при количественном анализе протестных лозунгов 2011–2012 годов оказываются относительно устойчивыми: доля лозунгов, обращенных к власти, колеблется вокруг 20 %, а доля лозунгов, обращенных к другим протестующим, меняется в диапазоне от 5 до 10 % (с. 145–146). Авторы называют их, соответственно, «глобальным» и «локальным» (с. 145). Связи между двумя типами коммуникации — вопрос, который авторы сборника, скорее, заявили на будущее, чем разрешили. Возможно, контекстом такой связи определяется в том числе значимость языковых игр, тенденциозного (агрессивного) остроумия, по своей природе предполагающего два измерения коммуникации. «Пародийный диалог» с властью, который велся в значительной мере в технике фрейдовского *Retourkutsche*, остроумных ответов на властный дискурс, к марту 2012 года стал терять популярность, — вероятно, из-за того, что возможности коммуникации таким способом себя исчерпали (с. 144–147).

Более значимой техникой в «локальной» коммуникации между протестующими становится использование цитат, причем скорее культурных (из песен, кинофильмов и др.), чем политических. Цитаты, как и остроумные высказывания, предполагают удовольствие в случае коммуникативной удачи, если слушатели/зрители правильно распознают цитату, поэтому рост цитат из массовой культуры в текстах плакатов может свидетельствовать о «желании... консолидироваться, организовать вокруг себя собственное дискурсивное поле» (с. 143–147).

В рамках привычных социологических трактовок митинга внимание обращается прежде всего на «локальную» составляющую, отношения между участниками, их роль в создании и поддержании сообщества, в частности через механизмы репрезентации и интенсивные эмоциональные переживания (Ваньке, 2012). Модель двухмерной коммуникации, выводимая из разработок авторов сборника, позволяет, с одной стороны, по-новому взглянуть на способы «сборки» протестного единства, с другой — находить (или, по крайней мере, искать) связь между микро- и макроизмерениями коммуникации, направленными к другим участникам протеста и во внешний мир.

кральную среду», по У. Уорнеру, в той мере, в которой они не поддаются контролю и/или пониманию людей, которые от них зависят, и вызывают глубокую тревогу (Уорнер, 2000: 531–541).

Высказывание в фокусе

Целый ряд исследований в «лингвистической» части сборника приходится на разработку типологий и классификаций, подходящих для изучаемого материала (статьи А. Архиповой, А. Мороза, Л. Федоровой). Рецензент «Нового литературного обозрения» замечает, что классификаторские усилия авторов выглядят «как составление еще одной базы данных» (Кулаев, 2015). Предлагаемые авторами категории явно не ограничиваются такой прикладной задачей и могут помочь в разработке «системы координат», позволяющей понять высказывания публичного протеста. Первая важная задача в этом направлении (которую сами авторы сборника, к сожалению, не выполнили) — разобраться, как соотносятся между собой категории, предложенные разными авторами.

Статья Федоровой предлагает описывать «языковой ландшафт» протестных акций с помощью набора регистров, к которым могут быть сведены высказывания на плакатах: а) патриархальный стиль, имитирующий народную мудрость или детскую простоту («Каравай, каравай, переборы давай!»); б) общий жаргон «рассерженных горожан» с типичной для него негативной экспрессией, сниженной лексикой, фамильярными обращениями («Достала эта власть!»); в) интернет-жаргон «сетевых хомячков» («В Бобруйск, животное!»); г) сказочно-иронический регистр («Царь не настоящий!»); д) «активный политический язык», для которого характерны формулы-определения, призывы к действию, прямые выражения без иронии или языковых игр («Отменить результаты выборов!») (с. 248–258).

Выделяются также формы, которые в сравнении со стиливыми регистрами выглядят менее устойчивыми. Архипова, Сомин и Шевелева называют их «фреймами», понимая под ними содержащуюся в протестном плакате отсылку к прецедентному событию или тексту, к возникающему вокруг них ассоциативному полю (с. 130–131). Фреймы, в отличие от регистров, не являются сплошной универсальной характеристикой: в массиве 2011–2012 годов к определенным фреймам удалось отнести примерно треть всех лозунгов и невербальных знаков (там же). Значительная часть фреймов отличается сравнительно коротким «сроком жизни»: сравнение частотности фреймов на крупных московских акциях декабря 2011 — марта 2012 показывает, что каждый раз «актуальные фреймы превалируют над старыми фреймами и угасают на последующих митингах»: «чуровские» фреймы на Болотной площади 10 декабря, фрейм «Бандерлоги» на проспекте Сахарова 24 декабря, фрейм «Мороз» на Якиманке и Болотной площади 4 февраля, фрейм «Путин плачет» на Пушкинской площади 5 марта (с. 138–139). Фреймы в понимании Архиповой с коллегами могут быть основаны на прецедентном тексте («Партия жуликов и воров», «Мы стали более лучше...»), в том числе на цитатах из дискурса власти («Бандерлоги», «Раб на галерах», «Деньги Госдепа» и др.) или на прецедентном событии (Путин плачет на Манежной площади, амфоры на дне Таманского залива и др.), возможны также сложные промежуточные случаи (с. 133–138).

Нетрудно заметить, что «фреймы» Архиповой представляют собой образование более «летучее», эфемерное, чем регистры в понимании Федоровой. Сложнее разобраться, как соотносятся друг с другом фреймы и регистры: можно ли, в частности, разложить описанные Архиповой фреймы по предложенным в статье Федоровой регистрам, или отношения между ними не такие однозначные? Набор регистров, в свою очередь, тоже, наверно, должен быть упорядочен в понятной общей логике, основой которой могло бы стать, например, классическое — от Аристотеля до Н. Фрая — деление жанров по признаку изображения в них «лучших», «обыкновенных» или «худших» (Аристотель. Поэтика, 1448а). Такой принцип деления кажется подходящим для анализа митинговых высказываний по крайней мере тем, что позволяет увидеть, как протестующие определяют по отношению друг к другу себя и своих предполагаемых адресатов (например, власть).

Статья А. Мороза обращает внимание на «синкретический» характер митинговых высказываний: в них могут сочетаться изображение, действие и другие выразительные средства (с. 149). В зависимости от соотношения текста, изображения и материального «носителя» Мороз выделяет: «эпический плакат» с длинным подробным текстом по конкретной проблеме, своего рода замена устного высказывания; «лозунг», крупный текст из одного предложения с единичным тезисом, нередко дополненный графическими средствами типа выделения крупными буквами (капитализации), цветом, шрифтом, подчеркиванием и т. п.; единство дополняющих друг друга текста и изображения, их взаимные отсылки друг к другу, типологически сходное с «демотиваторами» в современной интернет-культуре; плакаты с изображением без текста, но с прозрачным смыслом, который позволяет их расшифровать, перевести в текст (например, плакат в виде запрещающего дорожного знака с перечеркнутым изображением велосипеда-тендема); плакаты, включенные в сложно устроенный перформанс, где визуальная информация может быть заключена в материальном объекте, на котором сделан плакат (ракетка для бадминтона, воздушный шарик и др.), или в живом носителе плаката, человеке или животном: костюм «робокопа» или Деда Мороза, ходули («Встал с колен»), медицинская маска («Мой голос украли») и т. д. (с. 149–156, 160–161)²².

Типология Мороза затрагивает два измерения: одно — соотношение «слово — образ», другое — связанное с материальными носителем знака. В этом типология Мороза близко связана с предложенной Алексееским (с. 72–73) классификацией способов, которыми был изготовлен плакат. Последний тип Мороза («плакаты, включенные в перформанс») соответствует выделенному Алексееским типу «необычных форм» агитации. Точно так же можно увидеть «избирательное сродство» между типом «эпического плаката» Мороза и типом «человека-транспаранта» с

22. Набор типов Мороза стоит дополнить еще одним: узнаваемые символы с предельно широким, но эмоционально значимым содержанием (белая лента, красная звезда, «имперка» и т. д.) — доминантные символы В. Тернера (Тэрнер, 1983: 36–37) и эвокативные символы У. Уорнера (Уорнер, 2000: 496), которые можно рассматривать как парную оппозицию типу «изображений с прозрачным смыслом» (примерно соответствуют референтным символам Уорнера и энклитическим символам Тернера) и как противоположный «эпическим плакатам» полюс на оси «словесный — образный».

плакатом, висющим на шее. Типы Алексеевского выглядят, скорее, набором обнаруженных в поле эмпирических вариантов, чем готовой классификацией, но выделенные им различия полезны как «кирпичики» для такой классификации. Описанный Алексеевским массив плакатов на митинге 24 декабря 2011 года делится им на «нарисованные вручную» и «созданные в компьютере» (сложные по технике... сделанные в графических редакторах). На московском митинге плакатов этих типов оказалось примерно поровну, в отличие, например, от акции Оссиру Wall Street, где почти все плакаты рисовались вручную (с. 72). Можно предположить, что «плакаты вручную» чаще оказываются текстовыми («эпическими» или «лозунговыми» по Морозу), а компьютерные — с визуальными образами, но зависимость здесь, конечно, не такая очевидная и нуждается в проверке.

Уроки для культурсоциологии

Сравнивая результаты «Антропологии протеста» со схемой, предложенной Дж. Александером для анализа протестного события (Alexander, 2012; Титков, 2012), мы обнаруживаем, что в нашем случае авторы мало интересовались — и, как следствие, мало в них продвинулись, — двумя темами, которые Александер считает ключевыми. По версии Александера, культурная основа (cultural background) политического конфликта упорядочена в виде бинарных моральных классификаций и выражена в нарративах, которые выстраивают эти моральные бинарные оппозиции во временной последовательности, связывают их с конфликтующими сторонами. Интерес к бинарным моральным оппозициям в «Антропологии протеста» обнаруживается в статье И. Седаковой, где анализируется концепт «честного (честности)» в языке оппозиции. До реконструкции нарратива хотя бы одной стороны — протестующих — дело так и не дошло. Из сборника мы узнаем о множестве протестных высказываний, сделанных, например, по модели, заданной фреймом «Бандерлоги» (с. 134–140, 165–196), о персонажах, образах, языковых приемах, — но в конечном счете мало что поймем о содержании нарратива, который существовал у протестующих, упорядочивал для них ситуацию, связывал ее с ключевыми моральными оппозициями.

С другой стороны, в «Антропологии протеста» мы находим даже, может быть, более важное, чем решение, — проблематизацию.

В версии Александера моральные классификации оказываются неустойчивыми за счет социальной укорененности и подвижных интерпретаций (Alexander, 2012: 23–25), однако сами по себе выглядят простыми аккуратными наборами парных оппозиций. Рецензируемые исследования показывают, что моральные классификации могут строиться по правилам языковой игры, с их замещениями, сгущениями, пропусками, неожиданными связями. Представление об этом может дать даже единственный пример понятия «честный (честность)», которое в языке протестующих противопоставляется сразу двум различным значениям — «неправда (ложь)» и «воровство», а при более плотном анализе оказывается зонтичным и

полисемичным термином, включающим в себя большой ряд моральных понятий (с. 233–238)²³.

Реконструкция нарративов протестного движения оказывается на порядок более сложной задачей, если мы учитываем разнообразие регистров и фреймов (в том числе игровых, иронических), сложный и неоднозначный характер между ними. Мы на самом деле даже не знаем, идет ли речь об одном и том же нарративе, по-разному переданном («транспонированном») в разных фреймах и регистрах, или каждый из них служит для передачи какого-то своего сообщения, которые вместе создают более сложную смысловую конструкцию.

Александр сравнивает свое направление с фрейдовским психоанализом, имея в виду, что культуросоциология «являет собой роль социального психоанализа» и ее цель состоит в том, чтобы «вывести на свет социальное бессознательное, открыть людям мыслящие через них мифы» (Александр, 2013: 44). Ставя такую задачу, мы должны быть готовы, что проявления «социального бессознательного» окажется таким же сложным и запутанным, полным сгущениями, замещениями, переносами, всем набором игр подсознания, которое предполагает фрейдовское Оно. Если дело так и обстоит, значит, тем больше поводов для «встречного движения» социологов с одной стороны и специалистов по языку и культуре — с другой. Сборник «Антропология протеста», неровный по качеству материалов и степени их готовности, в целом представляет собой полезный шаг в эту сторону.

Литература

- Александр Дж. (2007). Аналитические дебаты: понимание относительной автономии культуры / Пер. с англ. М. Шуровой под ред. Д. Куракина // Социологическое обозрение. Т. 6. № 1. С. 17–37.
- Александр Дж. (2013). Смыслы социальной жизни: культуросоциология / Пер. с англ. Г. К. Ольховикова. М.: Праксис.
- Алюков М. (2015). От публик к движению: контрпубличные сферы в российском интернет-пространстве перед протестом // Политика аполитичных: гражданские движения в России 2011–2013 годов. М.: Новое литературное обозрение. С. 181–218.
- Барт Р. (1994). Эффект реальности // Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. М.: Прогресс, Универс. С. 392–400.
- Берлянд И. (сост.). (2012). Разгневанные наблюдатели: фальсификации парламентских выборов глазами очевидцев. М.: Новое литературное обозрение.

23. Таким же многозначным является понятие «выборы», второй концепт ключевого лозунга «честных выборов», связанный, с одной стороны, с набором доступных политических альтернатив, с другой — с возможностью лично влиять на состав власти, на принимаемые политические решения. Многозначность ключевых понятий протестного языка во многом объясняет, почему содержание лозунга «честных выборов» оказывается «предельно широким», связываемым участниками протеста со множеством актуальных проблем — от коррупции до социального неравенства, т. е. в конечном счете абстрактным «пустым означающим» (Савельева 2013: 74–76).

- Болтански Л., Кьяпелло Э.* (2011) Новый дух капитализма. М.: Новое литературное обозрение.
- Ваньке А.* (2013) Коллективное тело протеста // Социология власти. № 4. С. 79–103.
- Ваньке А., Ксенофонтова И., Тартаковская И.* (2014). Интернет-коммуникация как средство и условие политической мобилизации в России на примере движения «За честные выборы» // Интеракция. Интервью. Интерпретация. № 7. С. 44–73.
- Вебер М.* (1994 [1925]). Социология религии (типы религиозных сообществ) / Пер. с нем. М. И. Левиной // *Вебер М.* Избранное. Образ общества. М.: Юрист. С. 78–308.
- Волков Д.* (2012). Протестные митинги в России конца 2011 — начала 2012 гг.: запрос на демократизацию политических институтов // Вестник общественного мнения. № 2(112). С. 73–86.
- ВЦИОМ. (2012). Социальный портрет протестного движения в Москве. Пресс-выпуск № 2056. 27 июня. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=112859> (дата доступа: 16.05.2016).
- Гофман И.* (2000). Представление себя другим в повседневной жизни / Пер. с англ. А. Д. Ковалева. М.: Канон-Пресс-Ц, Кучково поле.
- Гофман И.* (2014). Порядок взаимодействия / Пер. с англ. А. М. Корбута // Социология власти. № 1. С. 163–199.
- Громов Д.* (2012). Уличные акции (молодежный политический активизм в России). М.: Ин-т этнологии антропологии РАН.
- Дуглас М.* (2015). Социальный контроль сознания: некоторые факторы восприятия острот / Пер. с англ. П. Степанцова под ред. И. Напреенко // Социология власти. № 4. С. 195–219.
- Завадская М., Савельева Н.* (2015). «А можно я как-нибудь сам выберу?»: выборы как «личное дело», процедурная легитимность и мобилизация 2011–2012 годов // Политика аполитичных: Гражданские движения в России 2011–2013 годов. М.: Новое литературное обозрение. С. 219–268.
- Клеман К., Мирясова О., Демидов А.* (2010). От обывателей к активистам: зарождающиеся социальные движения в современной России. М.: Три квадрата.
- Ксенофонтова И.* (2013). Новые солидарности в Интернете: от дискуссии к действию (на примере движения «За честные выборы») // Этнографическое обозрение. № 2. С. 109–125.
- Кулаев М.* (2015). Рецензия: Мы не немые: антропология протеста в России 2011–2012 годов (Тарту, 2014) // Неприкосновенный запас. № 6(104). С. 274–278.
- Куракин Д.* (2010). «Сильная программа» в культурсоциологии: историко-социологические, теоретические и методологические комментарии // Социологическое обозрение. Т. 9. № 2. С. 155–178.
- Куренной В.* (2012). Новая городская романтика: политические и культурсоциальные аспекты новейшего российского протеста // Логос. № 2(86). С. 30–45.
- Лич Э.* (2001). *Культура и коммуникации: логика взаимосвязи символов* / Пер. с англ. И. Ж. Кожановской. М.: Восточная литература.

- Лурье В. Ф. (сост.). (2012). Азбука протеста: народный плакат. По материалам 15 митингов и акций в Москве и Санкт-Петербурге 10.12.2011–01.04.2012. М.: ОГИ, Полит.ру.
- Матвеев И. (2012). Эффект подлинности // Русский журнал. 12 марта. URL: <http://www.russ.ru/Mirovaya-povestka/Effekt-podlinnosti> (дата доступа: 16.05.2016).
- Мосс М. (2000). Очерк о природе и функции жертвоприношения // Мосс М. Социальные функции священного / Пер. с фр. И. В. Утехина. СПб.: Евразия. С. 9–104.
- Никипорец-Такигава Г. (2012). О роли Интернета в гражданском протесте: российский опыт в глобальном контексте // Вестник Института Кеннана в России. Вып. 22. С. 13–24. URL: <https://www.wilsoncenter.org/sites/default/files/V22.pdf> (дата доступа: 16.05.2016).
- Никипорец-Такигава Г., Паин Э. (сост.). (2016). Интернет и идеологические движения в России. М.: Новое литературное обозрение.
- Радченко Д., Писаревская Д., Ксенофонтова И. (2012). Логика виртуального протеста: неделя после выборов // Антропологический форум. № 16. С. 108–126.
- Савельева Н. (2013). Единство разных: популизм и представительство в движении «За честные выборы» // Социология власти. № 4. С. 58–78.
- Смит Ф. (2008). Рассуждения о гильотине: карательная техника как миф и символ / Пер. с англ. И. Тартаковской под ред. Д. Куракина // Социологическое обозрение. Т. 7. № 2. С. 3–23.
- Сноу Д., Рочфорд Э., Водэн С., Бенфорд Р. (2013). Процессы согласования фрейма, микромобилизация и участие в общественном движении / Пер. с англ. К. Поповой // Социология власти. № 4. С. 187–224.
- Соболев А. (2013). География, технологии и политика: факторы коллективного протеста в России 2011–2012 годов // Социология власти. № 4. С. 104–138.
- Тард Г. (1902). Общественное мнение и толпа / Пер. с фр. под ред. П. С. Когана. СПб.: Тов-во тип. А. И. Мамонтова.
- Тэрнер В. (1983). Символы в африканском ритуале / Пер. с англ. В. А. Бейлиса // Тэрнер В. Символ и ритуал. М.: Наука. С. 32–46.
- Титков А. (2012). Культурсоциология против фараона: «перформативная революция» в Египте // Социологическое обозрение. Т. 11. № 2. С. 122–130.
- Уорнер У. (2000). Живые и мертвые / Пер. с англ. В. Г. Николаева. М., СПб.: Университетская книга.
- Федорова Л. (2014). Языковой ландшафт: город и толпа // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История, филология. Т. 13. Вып. 6. С. 70–80.
- Фрейд З. (1991). Остроумие и его отношение к бессознательному / Пер. с нем. Я. Когана // Фрейд З. «Я» и «Оно»: труды разных лет. Кн. 2. Тбилиси: Мерани. С. 175–406.
- Alexander J. (2012). Performative Revolution in Egypt: An Essay in Cultural Power. London: Bloomsbury Academic.

- Lonkila M. (2012). Russian Protest On- and Offline: The Role of Social Media in the Moscow Opposition Demonstration in December 2011 // FIIA Briefing Paper. № 98. URL: <http://www.fiaa.fi/en/publication/244/> (accessed 16 May 2016).
- Reuter O. J., Szakonyi D. (2015). Online Social Media and Political Awareness in Authoritarian Regimes // British Journal of Political Sciences. Vol. 45. № 1. P. 29–51.
- Snow D., Rochford E., Worden S., Benford R. (1986). Frame Alignment Process, Mobilization, and Movement Participation // American Sociological Review. Vol. 51. № 4. P. 464–481.

Culture Mechanisms in Rebellion: Protest as a Language Game

Alexey Titkov

Associate professor, The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration;
Associate professor, National Research University Higher School of Economics
Lecturer and Research Fellow, Moscow School of Social and Economic Sciences
Address: Prospect Vernadskogo 82/5, Moscow, Russian Federation 119571
E-mail: a-titkov@yandex.ru

Students in the humanities (cultural anthropology, philology, etc.) address the problem of cultural mechanisms in social changes. This problem is one of the key topics in the cultural sociology of the collective monography *Anthropology of Protest*, written about the popular protest in Russia in 2011–2012. In the *Anthropology of Protest*, protest rallies are described as a nexus of communication between protesters and the government (macro-level communication), and among protesters (local level communication). The authors focus on the analysis of the protest rallies' slogans and statements as seen on placards and banners. Special issues in the *Anthropology of Protest* are the role of language games in protest statements, and the effect of the local (topographic, etc.) context of small protest rallies on the form and content of protest statement (in the cases of Occupy Abay, toy "nano-rallies", and others). The *Anthropology of Protest* provokes cultural sociologists to more actively discuss the nature of moral classification, as well as the role and impact of the media. The Yale school of cultural sociology realizes moral classification rather in a structuralist style than as a tool of plain binary oppositions. The revised study describes moral classifications as complex non-linear phenomenon with condensation (*Verdichtung*), displacement (*Verschiebung*), or other types of effects which are characteristic of language games. The role of the mass media was described by J. Alexander (in the case of the Watergate affair) through the Durkheimian model of collective ritual. An analysis of the circulation of protest texts and topics in social media incline our attention into an alternate theoretical agenda, that of Tarde's model of inter-personal influence and diffusion.

Keywords: communication, cultural sociology, jokes, language games, media environment, proposition, protest, rally, Russia

References

- Alexander J. (2007) Analiticheskie debaty: ponimanie otnositel'noj avtonomii kul'tury [Analytical Debates: Understanding of the Relative Autonomy of Culture]. *Russian Sociological Review*, vol. 6, no 1, pp. 17–37.

- Alexander J. (2013) *Smysly kul'turnoj zhizni: kul'tursociologija* [The Meanings of Social Life: Cultural Sociology], Moscow: Praksis.
- Aliukov M. (2015) *Ot publik k dvizheniju: kontrpublichnye sfery v rossijskom internet-prostranstve pered protestom* [From Publics to Movement: Counter-Public Spheres in Russian Internet before Protest]. *Politika apolitichnyh: grazhdanskije dvizhenija v Rossii 2011–2013 godov* [Politics of Apolitical Ones: Civic Movements in Russia, 2011–2013], Moscow: New Literary Observer, pp. 181–218.
- Barthes R. (1994) *Effekt real'nosti* [The Effect of Reality]. *Izbrannye raboty: Semiotika. Pojetika* [Selected Works: Semiotics. Poetics], Moscow: Progress, pp. 392–400.
- Berlyand I (ed.) (2012) *Razgnevannye nabljudateli: fal'sifikacii parlamentskih vyborov glazami ochevidcev* [Enraged Observers: Parliamentary Elections Fraud in Witness Narratives], Moscow: New Literary Observer.
- Boltanski L., Ciapello E. (2011) *Novyj duh kapitalizma* [The New Spirit of Capitalism], Moscow: New Literary Observer.
- Clement K., Miriasova O., Demidov A. (2010) *Ot obyvatelej k aktivistam: Zarozhdajushhiesja social'nye dvizhenija v sovremennoj Rossii* [From Commoners to Activists: Emerging Social Movements in Contemporary Russia], Moscow: Tri kvadrata.
- Douglas M. (2015) *Social'nyj kontrol' soznanija: nekotorye faktory vosprijatija ostrot* [The Social Control of Cognition: Some Factors in Joke Perceptions]. *Sociology of Power*, no 4, pp. 195–219.
- Fedorova L. (2014) *Jazykovej landshaft: gorod i tolpa* [Language Landscape: City and Crowd]. *Novosibirsk State University Bulletin. History and Philology Series*, vol. 13, no 6, pp. 70–80.
- Freud S. (1991) *Ostroumie i ego otnoshenie k bessoznatel'nomu* [Jokes and Their Relation to Unconscious]. "Ja" i "Ono": *trudy raznyh let* [The Ego and the Id: Selected Works, vol. 2], Tbilisi: Merani, pp. 175–406.
- Goffman E. (2000) *Predstavlenie sebja drugim v povsednevnoj zhizni* [The Presentation of Self in Everyday Life], Moscow: Kanon-Press-C, Kuchkovo pole.
- Goffman E. (2014) *Porjadok vzaimodejstvija* [Interaction Order]. *Sociology of Power*, no 1, pp. 163–199.
- Gromov D. (2012) *Ulichnye akcii (molodezhnyj politicheskij aktivizm v Rossii)* [Street Actions (Youth Political Activism in Russia)], Moscow: Institut etnologii i antropologii RAN.
- Ksenofontova I. (2013) *Novye solidarnosti v Internete: ot diskussii k dejstvuju (na primere dvizhenija "Za chestnye vybory")* [New Solidarities in Internet: From Discussion to Action (Case of Movement for Fair Elections)]. *Ethnographic Review*, no 2, pp. 109–125.
- Kulaev M. (2015) *Recenzija na: My ne nemy. Antropologija protesta v Rossii 2011–2012 godov* (Tartu, 2014) [Review: We Are Not Mute: Anthropology of Protest in Russia, 2011–2012 (Tartu, 2014)]. *Neprikosnovennyj zapas*, no 6(104), pp. 174–178.
- Kurakin D. (2010) "Sil'naja programma" v kul'tursociologii: istoriko-sociologicheskie, teoreticheskie i metodologicheskie kommentarii ["Strong Program" in Cultural Sociology: Historico-Sociologic, Theoretical, and Methodological Commentaries]. *Russian Sociological Review*, vol. 9, no 2, pp. 155–178.
- Kurennoj V. (2012) *Novaja gorodskaja romantika: politicheskie i kul'tursocial'nye aspekty novejshego rossijskogo protesta* [New Urban Romanticism: Political and Cultural Aspects of Recent Russian Protest]. *Logos*, no 2(86), pp. 30–45.
- Lich E. (2001) *Kul'tura i kommunikacii: logika vzaimosvjazi simvolov* [Culture and Communication: The Logic, by Which Symbols Are Connected], Moscow: Vostochnaja literatura.
- Lonkila M. (2012) *Russian Protest On- and Offline: The Role of Social Media in the Moscow Opposition Demonstration in December 2011*. FIIA Briefing Paper, no 98. Available at: <http://www.fiaa.fi/en/publication/244/> (accessed 16 May 2016).
- Lurie V. (ed.) (2012) *Azbuka protesta: narodnyj plakat. Po materialam 15 mitingov i akcij v Moskve i Sankt-Peterburge 10.12.2011–01.04.2012* [ABC of Protest: Popular Placard; by Materials of 15 Protest Rallies and Actions in Moscow and Saint Petersburg], Moscow: OGI, Polit.ru.
- Matveev I. (2012) *Jeffekt podlinnosti* [Authenticity Effect]. *Russian Journal*, May 12. Available at: <http://www.russ.ru/Mirovaya-povestka/Effekt-podlinnosti> (accessed 16 May 2016).

- Mauss M. (2000) Oчерk o prirode i funkcii zhertvoprinoshenija [Sacifice: Its Nature and Function]. *Social'nye funkcii svyashhennogo* [Social Functions of the Sacred], Saint Petersburg: Evrazia, pp. 9–104.
- Nikiporec-Takigava G. (2012) O roli Internetе Interneta v grazhdanskom proteste: rossijskij opyt v global'nom kontekste [On Role of the Internet in Civic Protest: Russian Experience in Global Context]. *Vestnik Instituta Kennana v Rossii*, no 22, pp. 13–24.
- Nikiporec-Takigava G., Pain E. (eds.) (2016) *Internet i ideologicheskie dvizhenija v Rossii* [Internet and Ideological Movements in Russia], Moscow: New Literary Observer.
- Radchenko D., Pisarevskaja D., Ksenofontova I. (2012) Logika virtual'nogo protesta: nedelja posle vyborov [Logic of Virtual Protest: A Week After Elections]. *Anthropological Forum*, no 16, pp. 108–126.
- Reuter O. J., Szakonyi D. (2015) Online Social Media and Political Awareness in Authoritarian Regimes. *British Journal of Political Sciences*, vol. 45, no 1, pp. 29–51.
- Savelieva N. (2013) Edinstvo raznyh: populizm i predstavitel'stvo v dvizhenii "Za chestnye vybory" [Unity of Different Ones: Populism and Representation in the Movement for Fair Elections]. *Sociology of Power*, no 4, pp. 58–78.
- Smith P. (2008) Rassuzhdenija o gil'otine: karatel'naja tehnika kak mif i simvol [Narrating the Guillotine: Punishment Technique as Myth and Symbol]. *Russian Sociological Review*, vol. 7, no 2, pp. 3–23.
- Snow D., Rochford E., Worden S., Benford R. (2013) Processy soglasovanija frejma, mikromobilizacija i uchastie v obshhestvennom dvizhenii [Frame Alignment Processes, Micromobilization, and Movement Participation]. *Sociology of Power*, no 4, pp. 187–224.
- Sobolev A. (2013) Geografija, tehnologii i politika: faktory kollektivnogo protesta v Rossii 2011–2012 godov [Geography, Technologies and Politics: Factors of Collective Protest in Russia in 2011–2012]. *Sociology of Power*, no 4, pp. 104–138.
- Tarde G. (1902) *Obshhestvennoe mnenie i tolpa* [The Public and the Crowd], Saint Petersburg: Tipografija Mamontova.
- Titkov A. (2012) Kul'tursociologija protiv faraona: "performativnaja revoljucija" v Egipte [Cultural Sociology Against the Pharaoh: "Performative Revolution" in Egypt]. *Russian Sociological Review*, vol. 11, no 2, pp. 122–130.
- Turner V. (1983) Simvolj v afrikanskom rituale [Symbols in African Ritual]. *Simvol i ritual* [Symbol and Ritual], Moscow: Nauka, pp. 32–46.
- Vanke A. (2013) Kollektivnoe telo protesta [Collective Body of Protest]. *Sociology of Power*, no 4, pp. 79–103.
- Vanke A., Ksenofontova I., Tartakovskaja I. (2014) Internet-kommunikacija kak sredstvo i uslovie politicheskoj mobilizacii v Rossii na primere dvizhenija "Za chestnye vybory" [Internet-Communication as a Tool and Requirement for Political Mobilization in Russia: Case of Movement for Fair Elections]. *Interaction. Interview. Interpretation*, no 7.
- VCIOM (2012) Social'nyj portret protestnogo dvizhenija v Moskve. Press-release no 2056, June 27. Available at: <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=112859> (accessed 16 May 2016).
- Volkov D. (2012) Protestnye mitingi v Rossii konca 2011 — nachala 2012 gg.: zapros na demokratizaciju politicheskikh institutov [Protest Rallies in Russia, End of 2011 — Beginning of 2012: Demand for Political Institutions Democratization]. *Russian Public Opinion Herald*, no 2(112), pp. 73–86.
- Warner W. (2000) *Zhivye i mertvye* [The Living and The Dead], Moscow, Saint Petersburg: University Book.
- Weber M. (1994 [1925]) Sociologija religii (tipy religioznyh soobshhestv) [Sociology of Religion (Types of Religious Communities)]. *Izbrannoe: Obraz obshhestva* [Selected Works: The Image of Society], Moscow: Jurist, pp. 78–308.
- Zavadskaja M., Savelieva N. (2015) "A možno ja kak-nibud' sam vyberu?": vybory kak "lichnoe delo", procedurnaja legitimnost' i mobilizacija 2011–2012 godov ["May I Choose Somehow in My Own Way?": Elections as "Personal Deal," Procedural Legitimacy and Mobilization in 2011–2012]. *Politika apolitchnyh: grazhdanskije dvizhenija v Rossii 2011–2013 godov* [Politics of Apolitical Ones: Civic Movements in Russia, 2011–2013], Moscow: New Literary Observer, pp. 219–268.