



# “Nobody Asked You to Nicker” – Monstration Slogans as a Speech Genre

---

**Anna S. Krasnikova**

Catholic University of Milan. Milan, Italy. Email: [anna.krasnikova\[at\]unicatt.it](mailto:anna.krasnikova@unicatt.it)

Received: 5 May 2022 | Revised: 14 July 2022 | Accepted: 28 July 2022

## Abstract

---

The paper analyses the slogans of “Monstration”, a manifestation that was held for the first time in Novosibirsk in 2004 and has become an important social and cultural event in many other Russian cities as well as in some other countries. The corpus compiled by the author includes about 4000 slogans and allows, basing on the theory of speech genres, to highlight the main topics and structural features of this type of texts and to identify their similarities and differences with the slogans of political manifestations. The study proves that Monstration may be considered as a form of “linguistic self-defense” and could be compared with the linguistic resistance that existed in the Soviet Union: the totalitarian language that dominated the public sphere was opposed by the anti-totalitarian language used in the sphere of personal communication; and one of the main instruments of the anti-totalitarian linguistic self-defense was irony. It seems that in 2019, the totalitarian language in Russia was yet at such a stage of development that language resistance was relevant; however, it was feasible not only in private space (and the Internet), but also manifested itself in public space from time to time.

## Keywords

---

Monstration; Carnival; Speech Genre; Slogans; Antitotalitarian Language; Linguistic Self-Defense; Mikhail Bakhtin; Manifestations; Contemporary Russia; Russian Subcultures



This work is licensed under a [Creative Commons «Attribution» 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



## «Никто не просил вас ржать»: лозунги Монстрации как речевой жанр

---

**Красникова Анна Сергеевна**

Миланский католический университет. Милан, Италия. Email: [anna.krasnikova\[at\]unicatt.it](mailto:anna.krasnikova[at]unicatt.it)

Рукопись получена: 5 мая 2022 | Пересмотрена: 14 июля 2022 | Принята: 28 июля 2022

### Аннотация

---

В статье анализируются лозунги ежегодного шествия Монстрация, впервые проведенного в Новосибирске в 2004 году и сейчас уже ставшего важным социальным и культурным событием во многих других российских городах и в некоторых других странах. Для проведения данного исследования автором был составлен корпус текстов, включающий в себя около 4000 лозунгов Монстраций, прошедших в Новосибирске в 2010–2019 годах. На материале корпуса и с опорой на теорию речевых жанров Михаила Бахтина были выделены основные темы и особенности структуры лозунгов Монстраций, а также выявлены их сходства и различия с лозунгами политических манифестаций. Результаты настоящего исследования, в частности, показывают, что отличительные черты Монстрации ставят ее в один ряд с языковым сопротивлением, получившим особое развитие в советские годы. Тоталитарному языку, господствовавшему в публичной сфере, противостоял антитоталитарный язык, существовавший в сфере личного общения, и одним из главных его инструментов являлась ирония. Как нам представляется, еще в 2019 году тоталитарный язык в России находился на той степени развития, что языковое сопротивление было возможно не только в закрытом поведении и приватном пространстве (и в интернете), но время от времени проявляло себя и в пространстве публичном.

### Ключевые слова

---

Монстрация; карнавал; речевой жанр; лозунги; антитоталитарный язык; языковая самооборона; Михаил Бахтин; манифестации; современная Россия; российские субкультуры



Это произведение доступно по лицензии [Creative Commons "Attribution"](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) («Атрибуция») 4.0  
Всемирная



## История Монстрации

Монстрация, существующая с 2004 года, возможно, единственное шествие в современной России, соответствующее бахтинским характеристикам карнавала, и уже только поэтому она заслуживает внимательного изучения. Кроме того, являясь миром «наоборот», она отражает мир первый, изначальную реальность в ее самых актуальных точках, в самых острых для участников карнавала темах. Исследований, посвященных Монстрации, пока очень мало<sup>1</sup>, поэтому начнем разговор о ней с самого начала, вкратце описав ее возникновение, историю и основные черты.

Предшественниками Монстрации можно считать «Ленту Стебиуса» – акцию, которая состоялась 20 ноября 1995 года в Новосибирске. Художники вышли на улицу с абсурдными лозунгами: «Истина в вине, но в водке – правда»; «Да здравствует партия фортепиано»; «Почто французы Пушкина убили» и др. ([beryzhev.livejournal.com/91206.html](http://beryzhev.livejournal.com/91206.html); [beryzhev.livejournal.com/91698.html](http://beryzhev.livejournal.com/91698.html)); акцию творческого объединения «СВОИ2000» в Москве в 1999 году, которое организовало колонну в традиционном первомайском шествии: демонстранты под музыку оркестра «Пакава Ить» несли плакаты «Ы-ы-ыть!», «Закрыто», «Рефераты. Сочинения», цветные растяжки без слов и проч. (Корецкий, 2002); акцию «Демонстрация» общества «Радек»: участники пристраивались к толпе, ждущей зеленого света на перекрестке, и потом переходили вместе с ней улицу, разворачивая кумачовые лозунги «Sex Marx Karl Pistols», «Каждому 700 \$» и т.п.

Но это все были разовые акции, а постоянным и массовым шествием стала именно Монстрация. Впервые она прошла в 2004 году в Новосибирске по инициативе художников группы САТ (Contemporary Art Terrorism): Артема Лоскутова, Максима Нероды, Екатерины Дробышевой и других. Первую акцию, по словам Артема Лоскутова, который и по сей день остается главным организатором Монстрации, готовили 10–15 человек, отправив приглашение по электронной рассылке о художественных событиях и «не особо рассчитывая, что придет кто-то еще» (Лоскутов, 2016). На приглашение откликнулось несколько десятков человек: на шествии в 2004 году собралось около 80 участников.

Намерением организаторов было вывернуть наизнанку ритуальную первомайскую демонстрацию, давно уже потерявшую всякий смысл, превратить ее в живое событие, наполненное эмоциями и чувствами, «вернуть в этот день протест»:

---

1 Известные нам публикации в хронологическом порядке: Надежкин, 2014; Матюсова, 2017; Ефанова & Матюсова, 2018; Krasnikova, 2020. Кратко о влиянии лозунгов Монстраций на лозунги протестных митингов 2011 года см.: Алексеевский, 2014, с. 65.



Давайте вынесем традиционные красно-белые транспаранты, не вот это уже пережеванное, усвоенное системой, абсолютно ничего не вызывающее, никаких эмоций и никаких реакций; транспаранты, которые люди выносят, потому что им их выдали с грузовика какого-нибудь, ... давайте напишем наши эмоции и чувства ... и посмотрим, что будет (Там же).

Лоскутов утверждает, что и тогда, и в последующие годы плакаты Монстраций выражали и выражают «личные переживания людей, которыми им хочется поделиться с окружающим миром». Он также сравнивает Монстрацию с айкидо: «Когда ты пользуешься какими-то ярлыками, которые на тебя пытаются навесить власть, ускользнуть из-под этих ярлыков, как-то их переиграть и все еще остаться где-то в автономии от общекультурной ситуации» (Там же).

С 2010 года Монстрация начинает проходить как самостоятельное шествие – и из-за того, что число участников за шесть лет значительно выросло, и из-за того, что с 2009 года мэрия Новосибирска поменяла маршрут официальной первомайской демонстрации на новый, который организаторы Монстраций принимать отказались. Специальных подсчетов числа монстрантов никто не вел, и сейчас уже вряд ли удастся восстановить точные цифры, поэтому приходится опираться на свидетельства организаторов, участников и СМИ: на первую независимую Монстрацию собралось около двух тысяч человек<sup>1</sup>, в 2011–2019 годах на нее выходило от двух до четырех тысяч<sup>2</sup>. В 2020–2021 годах из-за пандемии коронавируса Монстрация проводилась в интернете: в соцсетях первого мая вывешивались сотни плакатов, сделанных в самоизоляции.

С 2010 года ширится и география шествия: в 2010-м году оно прошло в 11 городах, а в 2019 году – в 33-х, от Владивостока до Ярославля (в 31 российском, одном белорусском и одном болгарском)<sup>3</sup>.

На страницах Монстраций ВКонтакте – главном онлайн-ресурсе шествия – ей дается такое (анонимное) определение:

Монстрация (от слова демонстрация) – близкое к хэппенингу игровое действие без готового сценария, массовая художественная акция в форме демонстрации с лозунгами, которые придумывают участники проекта. Содержание транспарантов по большей части абсурдно и аполитично – например, «Я больше не буду!», «Ы-ы-ыть!», «Кто здесь главный?» и т. п. Монстрация как форма публичного искусства располагается в пространстве между художественной деятельностью, социальной активностью и политическим жестом. Подвергая сомнению и трагедизируя «серьезные» политические демонстрации, Монстрация является отчетливым протестом против отсутствия публичной политики в стране, она не просто маркирует границы гражданских свобод, но и раздвигает эти границы,

1 [tayga.info/9733](http://tayga.info/9733)

2 2011 – 2,5–4 тыс. ([tayga.info/103452](http://tayga.info/103452)), 2012 – 3–4 тыс. ([tayga.info/107877](http://tayga.info/107877)); 2013 – 2 тыс. ([news.ngs.ru/more/1126067/](http://news.ngs.ru/more/1126067/)); 2014 – 4 тыс. ([www.interfax.ru/russia/374555](http://www.interfax.ru/russia/374555)); 2015 – 2,5–3 тыс. ([news.ngs.ru/more/2139732/](http://news.ngs.ru/more/2139732/)); 2016 – 3 тыс. ([sib.fm/stories/2016/05/01/gde-omon](http://sib.fm/stories/2016/05/01/gde-omon)); 2017 – 4 тыс. ([sibkrai.ru/news/1/899246/](http://sibkrai.ru/news/1/899246/)); 2018 – 4 тыс. ([tayga.info/140249](http://tayga.info/140249)); 2019 – 2–2,5 тыс. ([tayga.info/146304](http://tayga.info/146304)).

3 Полный список см.: [vk.com/monstration\\_nsk](http://vk.com/monstration_nsk).



становясь школой солидарности, творческой активности и гражданской свободы ([vk.com/monstration\\_nsk](https://vk.com/monstration_nsk)).

Участники обладают свободой выразить себя так, как хотят: организаторы назначают лишь время (дата, за редкими исключениями, всегда 1 мая) и маршрут; согласовывают шествие с властями; готовят транспарант-растяжку, которую традиционно несут перед шествием и содержание которой до последнего момента не известно остальным.

Итак, Монстрация обладает чертами, которые, по мысли Бахтина, отличаются карнавал: не постановочная, а основанная на импровизации игра, не знающая разделения на актеров и зрителей<sup>1</sup>; царство свободы, в котором все равны<sup>2</sup>; народный праздник, примыкающий к официальному; мир наоборот, пространство пародии, высмеивающее обычную жизнь.

### **Корпус лозунгов**

«Новый тип общения всегда порождает и новые формы речевой жизни: новые речевые жанры, переосмысление или упразднение некоторых старых форм и т.п.» (Бахтин, 1990, с. 22). Для того чтобы описать, хотя бы в первом приближении, жанр лозунгов Монстрации, следует рассмотреть четыре параметра, характеризующие разные типы высказываний: коммуникативную цель, или типичную интенцию высказываний, тематическое содержание, композиционную структуру, языковой стиль<sup>3</sup>.

Не имея возможности подробно остановиться на всех четырех жанровых свойствах, основное внимание сосредоточим на тематическом содержании и композиционном построении лозунгов. Некоторые наблюдения над стилем будут высказаны в конце этой работы, а коммуникативная цель в определенной степени была изначально проговорена организаторами: выразить себя, свои эмоции и чувства; «травестировать и подвергнуть сомнению» политические демонстрации, с помощью смеха выразить протест против отсутствия свободы. Как гласил один «метатекстовый» плакат, присутствовавший на Монстрации в 2018 году: «\*Юморное высказывание на злобу дня (возможно с ноткой политики)\*».

Чтобы исследовать лозунги Монстрации, мы собрали их корпус, который намеренно ограничили географически, Новосибирском, и хронологически – десятью годами, с 2010 по 2019. Благодаря этим ограничениям мы получили большое, но обозримое множество текстов, и нам не надо было на первом этапе исследования учитывать географический фактор. С другой стороны, у

1 См., например, определение в Британской энциклопедии термина happeninig, упомянутого в приведенном выше определении Монстрации: [www.britannica.com/art/Happening](http://www.britannica.com/art/Happening).

2 Новосибирский художник Константин Скотников, принимавший участие в Монстрации в первые годы ее существования, определяет ее так: «... демонстрация потребности освободиться от заорганизованности, от этого официоза, который царил вокруг. Удачная попытка заявить о том, что не надо вести нас в темное прошлое».

3 Об этом см., например: Гиндин, 2015, с. 57.



нас появилась возможность наблюдать и за тем, как жанр лозунгов Монстрации изменяется в диахронии.

Корпус собирался на основе многочисленных фотоальбомов, выложенных на страницах Монстрации ВКонтакте. Все лозунги мы транскрибировали и, при необходимости, поясняли невербальные аспекты высказывания: особенности самого плаката; внешний вид того, кто его несет; связь плаката с другими, в том случае если, например, он был частью определенного «цикла», и т.п. В результате корпус получился довольно представительным: на данный момент в нем 3943 лозунга. В Таблице 1 представлены данные по каждому году<sup>1</sup>:

2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
302	554	517	394	544	263	327	260	376	406

Таблица 1

Как видно из таблицы, хронологически этот корпус не совсем сбалансирован: в некоторых годах лозунгов набралось больше 500, а в некоторых в два раза меньше. Но тем не менее, на наш взгляд, корпус можно считать репрезентативным: фотографии разных частей шествия снимались разными авторами, с разных точек и в разное время, поэтому если тот или иной тип лозунгов присутствовал на Монстрации, то какие-то конкретные примеры, скорее всего, попали в кадр. И, безусловно, мы надеемся, что в будущем наш корпус будет расти: будут заполняться лакуны в этих десяти годах новосибирских шествий, добавляться другие годы и другие города, а для каждого лозунга можно будет посмотреть не только его текстовую форму, но и фотографию.

Фотографии тем более важны, что вербальное высказывание монстранта в огромном числе случаев невозможно рассматривать в отрыве от невербального: это может быть и изображение на плакате, необходимое для понимания высказывания (например, лозунг «Вы почему не на даче?», 2013<sup>2</sup>, с фигурой мужчины с лопатой, очевидно отсылающей к знаменитому плакату Дмитрия Моора «Ты записался добровольцем?»), и внешний вид и физические характеристики плаката в целом (например, лозунг «Торможу за двоих», 2014, в виде дорожного знака – красно-белого треугольника, в котором изображена фигура беременной женщины и ребенка у нее в животе), и внешний вид монстранта (девушка в костюме бумажного стакана с плакатом «Пропустите стаканчик!!!», 2019; или плакат с надписью «Мы с тобой одной крови» в руках у девушки в костюме вампира, 2014).

1 Впервые данные корпуса были опубликованы в: Krasnikova 2020; числа, публикуемые в настоящей работе, подверглись дополнительной проверке и были немного скорректированы.

2 Здесь и далее после каждого лозунга будем указывать год, в котором он присутствовал на Монстрации.



## Темы

---

Изучая содержание лозунгов, мы объединяли их в тематические группы, а тематические группы – в более крупные блоки. Детальный анализ семантики требует отдельного большого исследования, пока же мы представим здесь предварительные наблюдения.

К самым крупным постоянным семантическим блокам – то есть таким, что присутствуют на протяжении всех десяти лет новосибирской Монстрации, – можно отнести следующие: 1) абсурд; 2) другие миры; 3) нарушение табу; 4) студенческая жизнь; 5) «позитив».

Абсурд присутствует ожидаемо, не зря он с самого начала объявлялся организаторами важной характеристикой лозунгов и даже был вынесен в определение Монстрации. Среди абсурдных лозунгов отчетливо выделяются такие категории:

- 1) Языковой абсурд: «Хуже пива лучше нету» (2011); «Хороший ты парень, Наташка!» (2012).
- 2) Несовпадение вербального и невербального: «Это не плакат» (2014); «Синий», надпись белыми буквами на зеленом фоне (2015).
- 3) Произнесение очевидного: «Это красная надпись», написанное красным фломастером (2010); «Плакат на Монстрацию» (2015).
- 4) Метаинформация вместо «нормального» текста плаката: «Гетеросексуальный плакат» (2015); «Топ 10 тупых плакатов» (2017); «Надо было сделать плакат, а лень» (2018).

Важнейший блок – *другие миры*. Вероятно, он популярен не только потому, что карнавал создает параллельные, перевернутые миры, но и потому, что в самом названии шествия содержится аллюзия на чудовищ из других реальностей. Среди тем этого блока:

- 1) Сумасшествие и ненормальность<sup>1</sup>: «И меня вылечат...»; «Сходил с ума и за хлебушком» (2016); «Лапата № 6» (2018; аллюзии на рассказ Чехова «Палата № 6» встречаются на Монстрации регулярно).
- 2) Космос, инопланетная жизнь: «Я – марсианин простой. Вижу – атакую» (2016); «Мой план побега с Земли – затусить с марсианкой» (2019).
- 3) Монстры и существа из сказок, фэнтези, компьютерных игр: «Истекла лицензия на косу :(» (2011) – держит девушка в костюме смерти; «А что если все раньше были зомби, но наступил человеко-апокалипсис?» (2012); «Гадкие хоббиты разрушили Мордор! Собираем на восстановление Барад-дура» (2015).

---

1 Ср.: «Мотив безумия очень характерен для всякого гротеска, потому что он позволяет взглянуть на мир другими глазами, незамутненными “нормальными”, то есть общепринятыми, представлениями и оценками. Но в народном гротеске безумие – веселая пародия на официальный ум, на одностороннюю серьезность официальной правды» (Бахтин, 1990, с. 47).



Выход за рамки привычных норм и установок, *нарушение табу* – типичная для карнавала черта, присутствует она и на Монстрации.

- 1) В основном это нарушение табу языковых, в первую очередь, использование регистра и языковых подсистем, обычно не предназначенных для публичного пространства – просторечия, сленга, сниженной лексики: «И чо?» (2011); «Го в ДОТУ» (2015); «ЁПРСТ» (2016).
- 2) Отдельной группой, пожалуй, следует выделить обценную лексику, также ожидаемую на карнавале: «Что плохого в слове х\*\*?» (2015); «Говорю слово б\*\*\*\*» (2018); «Х\*\* войне» (2019). Надо, правда, сказать, что лозунги с табуированной лексикой или намеками на нее немногочисленны относительно других групп.
- 3) Табу на сексуальное нарушается регулярно, но игра с ним довольно невинна: «Хочу бабу» (2011); «Для программистки важен красивый ГУЙ» (2014); «Русская литература лучше чем sex. Russian literature is better than секс» (2018).

Если предыдущие блоки были универсальны и ожидаемы для карнавала, то еще одна группа связана с конкретной реальностью – это темы, относящиеся к *студенческой жизни*<sup>1</sup>:

- 1) Интеллектуальные: «Пойдемте испугаем кота Шредингера!» (2012); «Опасайтесь мимикрии симулякров!» (2015); «На тропе энтропии» (2019).
- 2) Учеба и студенческая жизнь в целом: «Сессия is coming» (2017); «Учеба как гречка, невкусно, но надо» (2019); «Кто сжег кнопки в моем социальном лифте?» (2019).
- 3) Нехватка еды и ее поиски: «Делю на ноль за еду» (2012); «Еда. Остальное потом» (2014); «Хочу жрать» (2019). Решение отнести лозунги этого типа в настоящий блок было вызвано и реалиями студенческой жизни, и тем, что плакаты о еде держат в основном люди соответствующего возраста.

Единственная большая группа, в которой авторы лозунгов не смеются над реальностью, – блок, который мы назвали «*позитив*». В него входят суждения, наставления, утверждения и пожелания вроде «Ты чудо!» (2011); «Вы можете улыбнуться? Просто так, улыбнитесь» (2012); «Всем добра» (2013); «Люби себя!» (2015). На Монстрации каждый год присутствуют и плакаты международного движения «Free Hugs»: «Объятия бесплатно» (2010); «Обнимашкотерапия лечит все недуги» (2011); «Иди обниму» (2016) и проч. Но и здесь карнавальная природа берет свое, и наряду с «позитивными» лозунгами появляются и пародии на них. Призывы улыбаться дополняются аргументацией: «Улыбайся, жизнь любит идиотов» (2011); «Добро» становится «бобром»: «Мы к вам

<sup>1</sup> В будущем, когда корпус лозунгов дополнится и текстами из других городов, необходимо будет проверить, популярны ли эти темы на Монстрации в целом или же это специфическая характеристика Новосибирска, университетского города.



с бобром» (2014), «Клонируй бобро» (2016); вместо бесплатных объятий предлагают бесплатные пинки: «Free kicks» (2019).

Безусловно, помимо перечисленных блоков существует еще множество более мелких тем, излюбленных монстрантами. Так, чемпионами по популярности, пожалуй, надо признать котиков; регулярно встречаются и плакаты, посвященные погоде (первого мая в Новосибирске можно ждать чего угодно: и солнца, и дождя, и снега).

Кроме постоянных тем на Монстрации присутствуют три поля переменных: лозунги этих полей сами по себе занимают важное место в корпусе, но при этом конкретные темы в полях меняются диахронии.

- 1) *Всплески субкультур* – волны увлечений, которые особенно часто поднимаются после выхода того или иного фильма. Например, в 2012–2013 годах было много плакатов, связанных со «Звездными войнами», в 2012–2015-х – с мультсериалом «Мой маленький пони», с 2013 года регулярно встречаются лозунги с единорогами; с 2014 – с «Игрой престолов».
- 2) *Мемы*. Монстранты распечатывают или рисуют интернетовские мемы на пике или вскоре после пика их популярности. Так, шествие в 2011 году украшал плакат «FFFUUUUUUUU»; в 2014-м – «Хде моя сосиска?», в 2019 – «Не сделал(а) плакат, у меня лапки».
- 3) *Реакция на общественно-политические события*. Отсылки к событиям в России и Новосибирске могут быть в той или иной степени завуалированными или же носить прямой характер, как например, в следующих лозунгах: «Даешь гласность марша несогласия согласных против согласия гласных с негласностью марша согласия согласных!» (2012); «Гаскаров выходил и выйдет еще» (2013); «Крем наш» (2014); «Хватит оскорбляться!» (2015); «Иногда уточка – это просто уточка» (2017); «Телеграфч упадет – письма голубь донесет» (2018); «Никто не просил вас ржать» (2019).

Часто реакция на то, что происходит в стране, Новосибирске или с самой Монстрацией, содержится в главной растяжке, которую несут перед шествием: «Если все вот так ходить начнут, то это какая-то анархия наступит» (2010); «Больше-то с вами и говорить не о чем» (2011); «Мы это вы» (2012); «Вперед в темное прошлое» (2013); «Ад наш!» (2014); «Господи прости» (2015); «Здесь вам не Москва» (2016); «Запрещена в России» (2017); «Севернее Кореи» (2018); «Нам хана», «Народу нужны мы, а не эта тряпка» (в 2019 году было две растяжки, с одной шествие начали, а затем ее сменила вторая).

Если обратиться не к конкретному содержанию и тематическим блокам лозунгов Монстраций, а к их общим семантическим свойствам, то и в этом они почти не совпадают с типичными характеристиками лозунгов «традиционных». Если для политических лозунгов характерны тематическая однофо-



кусность и максимальная эксплицитность в выражении идеи<sup>1</sup>, то для лозунгов Монстрации, напротив, свойственна игра со смыслами, имплицитность, ирония, аллюзии («Всё это двусмысленно», утверждал один из плакатов 2019 года).

Злободневность содержания, как правило, присущая политическим и экономическим лозунгам, в лозунгах Монстрации присутствует лишь частично. Как мы видели, монстранты часто реагируют на события в обществе и политике, на их плакатах находят отражение популярные фильмы, игры и мемы, книги и музыка, однако значительная часть лозунгов не связана с актуальной повесткой дня: тут и всем известные анекдоты («Банан велик, но кожура его больше», 2014), и борьба с извечными стереотипами («А что сразу я? Я что, рыжая?», 2018, надпись на футболке рыжей девушки), и отсылки к классическим книгам («Чеширский кот где-то рядом», 2014; «Крошка сын к отцу пришел, а отец буханка», 2016; «Большой Брат следит за тобой, и ему скучно», 2017), и вневременные универсальные высказывания, причем некоторые из них еще и повторяются в разные годы («Выходи за рамки», 2011 и 2019; «Мама, где я?!», 2010, 2011, 2012, 2013, 2016 и т.п.).

Так же дело обстоит и со свойством идеологической заданности – то есть необходимостью прямо выражать идеологическую позицию того, кто держит плакат. Высказывания монстрантов обычно играют со смыслами и языком, и поэтому во многих случаях о позиции автора можно только догадываться (как, например, в случае лозунгов «Россия без Агутина», 2011; «Крем наш», 2014; «Несоhlasные! АЕЁИОУЫЭЮЯ», 2019). Однако, безусловно, встречаются и плакаты, глядя на которые, не приходится сомневаться относительно мнения автора – так, например, в 2018 году на шествии присутствовала целая серия лозунгов, выражавших недовольство мэром Новосибирска: «Мэр, май, пыль!», «Народная власть, верни власть народу!», «У мэра умора» и другие.

Эмоциональность, еще одно свойство политических лозунгов, несомненно, отличает и лозунги монстрантов, с той лишь поправкой, что на Монстрации – организаторы которой изначально предлагали участникам именно выразить свои чувства – регулярно встречаются высказывания с чистой эмотивной функцией: «!»; (2011); «ЫЫЫЫ!» (2014); «AAA» (2016).

В карнавальном мире Монстраций переплетаются реальное и фантастическое, актуальное и вечное. Черты политических и экономических лозунгов в пародийном мире то усиливаются и доводятся до абсурда, то размываются неперенными смехом и игрой, аллюзиями и намеками.

## **О структуре лозунгов**

Для того чтобы составить представление о композиции лозунгов Монстрации, мы взяли за основу статью Левина «Семиотика советских лозунгов» (Левин, 1998, с. 542–558), которые разделены в ней на три «праг-

1 Об этих и других указанных ниже характеристиках политических лозунгов, см.: Вальтер, 2016.



матико-коммуникативных типа». Каждому типу соответствует определенная основная функция: здравицам – магическая, призывам – побудительная, констатациям – поучительная. Здравницы, призывы и констатации используют свой набор «высказывательных рамок» – то есть «стандартных форм с незаполненными позициями (переменными)» (Там же, с. 546) – и, следовательно, свой набор синтаксических структур. Мы попробовали выделить среди лозунгов Монстрации высказывания каждого из трех типов и подсчитать их долю в корпусе.

Здравницы Левин сводит к трем основным высказывательным рамкам: «Да здравствует X», «Слава X-у» (с вариантом «Честь и слава X-у»), «Пусть живет X» – все они носят «отчетливый перформативный характер» (Там же, с. 545). К этой же категории относятся и списки из трех и более элементов, вроде «Свобода, равенство, братство!», трактуемые как результат аннулированной формы «да здравствует».

Благодаря четким и формальным границам выделить этот тип лозунгов в корпусе Монстрации было сравнительно просто. К клише, предложенным Левиным, мы добавили следующие: «X и Y» и его английский вариант «X and Y» (например, «Peace and Love»), а также высказывания, состоящие из одной номинации, если они представляют собой аннулированную форму «да здравствует»; «Ave X»; «Long life X»; «X навсегда» / «X forever»; «Ура X-у». Здравницы занимают среди лозунгов «Монстрации» небольшую долю – около 2,5%.

Самую большую часть – 44 % от всех здравиц – ожидаемо составляют пародии на лозунг «Мир, труд, май!»: «Война! Лен! Ноябрь!» (2012); «Мир! Труд! Наливай!» (2016); «Дыр! Бул! Мир!» (2018); «Пир пруд пай» (2019) и пр. На другие трехчастные списки приходится примерно четверть всех здравиц: «Мандельброт, Шрёдингер, Хокинг» (2010); «Свобода! Котики! Блэкметал!» (2014); «Вино, крамола, рокенрол» (2018). Такая же доля принадлежит и здравицам, в которых эксплицитно присутствуют формы «Да здравствует», «Слава» и другие: «Кильке слава! В кильке сила! Килька нас объединила» (2010); «Честь вам и похвала» (2012), «Ave изолента» (2016), «Да здравствую я!» (2019).

Призывы, сочетающие в себе императивность и апеллятивность, по мнению Левина, имеют своей целью «совершенствование субъекта или объекта в соответствии с нормой должного» (Там же, с. 543). В нашем контексте, в пространстве пародии авторское намерение не может служить критерием достаточно формальным, чтобы с уверенностью выделять этот тип высказываний в корпусе. Поэтому мы относили к призывам все побудительные высказывания; их доля в корпусе более заметна, чем здравиц, они составляют около 20% от всех лозунгов.



Часть побудительных лозунгов Монстрации использует все известные высказывательные рамки призывов – то есть, выражаясь в терминах, предложенных в классической работе Юрия Тынянова, направлена на них<sup>1</sup>.

Клише требований: «Требую X», «Даешь X» и их варианты с аннулированным глаголом, а также «X-у Y», «Да X-у», «Нет X-у» – используется в 16% всех призывов: «Власть сугробам!» (2010); «Еду студентам» (2013); «Даешь деление на ноль!» (2013); «Требую заменить все бордюры на поребрики» (2014); «Каждому рыбаку – дать леща» (2018); «Заводы рабочим, а мне мужика» (2019). Что же касается объекта требований, то чаще всего это свобода (пятая часть всех требований): «Свободу ежам!» (2011); «Свободу гелию» (2012); «Свободу пуськам, пенсию бабушкам» (2013).

Клише «Даешь...» в некоторых случаях трансформируется на Монстрации и в «Дай/дайте»: «Дайте крылья, нет доступной среды» – держит женщина в кресле-каталке (2015), «Май градус дай» (2018). Формула «дай/дайте» в свою очередь тоже пародируется, превращаясь в «Подайте...»: «Подайте жертве музыкальной школы» (2010); «Подайте на первый миллион» (2018).

Рамка «Долой X» встречается в 2,6% призывов: «Долой барщину на родительских огородах!» (2010); «Долой трусы» (2012); «Долой режим жаворонков!» (2018).

Столько же в корпусе лозунгов с призывом «Будь(те) X-ом / как X»: «Будь сибиряком, жуй борщ вилкой!» (2011); «Будь как протон, он всегда позитивный» (2017).

Рамка «Хватит...» составляет 1,4% всех призывов: «Хватит выкладывать еду в Инстаграм<sup>2</sup>!» (2013); «Хватит откладывать, пора высиживать» (2015); «34% женщин не способны к сарказму. Терпит это хватать!» (2019).

Отдельную, хоть и небольшую (0,8% от всех призывов) группу составляют призывы «X-а к власти» и другие варианты этого клише: «Джона Ленона в президенты» (2010); «Моркву в мэры» (2017); «Нейромонаха Феофана в патриархи» (2019).

Встречаются, но реже, клише «Вперед в...» («Вперед в темное прошлое!», 2013); «Все на борьбу с...» («Феминизм – злейший враг женщин. Все на борьбу с феминофашизмом», 2019) и другие.

В целом, по нашим наблюдениям, около 35% призывов используют высказывательные рамки настоящих политических лозунгов. Многие же из оставшихся призывов являют собой пародии, направленные против пародируемого типа текста: они не берут готовые формулы призывов, а выворачивают наизнанку то или иное их свойство. Так, например, если в политических лозунгах адресатом являются либо все, либо группа людей, указанная в инклю-

1 «... произведения пародирующее и пародируемое могут быть связаны не только в сходных элементах (ритме, синтаксисе, рифмах и т.д.), но и в несходных – по противоположности. Иными словами, пародия может быть направлена не только на произведение, но и против него» (Тынянов, 1977, с. 291).

2 Социальная сеть, принадлежащая корпорации Meta, которая признана экстремистской на территории Российской Федерации.



живном или эксклюзивном обращении («Товарищи строители! Сдадим объект с хорошим качеством и в срок»; «Работники вузов! Улучшайте идейную закалку...!» [Левин 1998: 543]), то лозунги монстрантов регулярно обращаются к конкретному человеку или объекту: «Вперед, имбирь!» (2014); «Стас Михайлов, перестань!» (2016). Императивная форма второго лица единственного числа вообще очень распространена: «Помоги! У меня чешется спина» (2012); «Выйди из себя и войди нормально» (2016); «Тряхни шаурмой!» (2017); «Зырь в оба» (2018); «Закрой гештальт, дуэт!» (2019).

Как видно из предыдущих примеров, на плакаты часто выносятся императивные клише, обычно используемые в других ситуациях, не в контексте демонстраций; пародируются самые разные жанры: «Сделал дело, возмись за второе» (2010); «Шли бы лучше работать» (2011); «Скейтпарк (на набережной) спаси и сохрани» (2019, текст сопровождает изображение скейта с Богородицей).

Из трех групп, обозначенных Левиным, труднее всего выделить констатации – «лозунги в форме повествовательного предложения», «которые представляют собой высказывания об объекте, утверждающее его высокую ценность» (Там же, с. 545–546). Опираясь на это не слишком формальное определение и учитывая пародийный характер текстов Монстрации, практически невозможно разделить все повествовательные предложения корпуса на констатации и не-констатации. Однако можно попробовать найти те слоганы, которые направлены на классические лозунги этого типа.

По мнению Левина, самыми частыми формами констатаций является форма с именным сказуемым, где предикативный член – группа существительного или группа прилагательного (Там же, с. 545). Мы выделили такие конструкции, например: «Мы за мясо в колбасе!» (2011); «Skittles тоже витамин» (2012); «Сарказм близко» (2014); «Человек – понятие растяжимое» (2018); «Кто не с нами, с тем мы не» (2019) – и прибавили к ним те глагольные высказывания, которые, на наш взгляд, отсылают к реальным лозунгам или формулам из художественных произведений: «Монобровь следит за тобой» (2011); «Леннон жил. Леннон жив. Леннон будет жить!» (2011); «Мир спасет мир» (2013); «All you need is борщ» (2013); «Имеем право на карьер!» (2019)<sup>1</sup>.

Всего подобных высказываний, и с именным сказуемым, и с глаголом – около 12 %, однако это число очень условное, поскольку сложно провести грань между повествовательными предложениями, похожими на политические и экономические лозунги, и другим типом, который часто обладает такой же синтаксической структурой и тоже выполняет поучительную функцию – назовем этот тип «мудрости». Различие состоит в том, что, если в констатациях утверждается высшая ценность объекта, то в мудростях на первый план выходят жизненный опыт и умозаключения; часто это пародии на пословицы и поговорки: «Предложение без запятых – как Брежнев

1 Некоторые именные и глагольные структурные схемы, традиционно использовавшиеся в лозунгах, см.: Китайгородская & Розанова, 2003, с. 161–162.



без бровей» (2012); «Ветрянкой лучше переболеть в детстве, а чумой в Средневековье» (2014); «Ложь неприятнее всего, когда она глагол» (2016); «Без пруда не выгацишь и рыбки из него» (2017); «С прокси не те ощущения» (2019); «Ложка – это маленькая ложь» (2019). Констатации и мудрости вместе составляют около 24% всех лозунгов.

Лозунги Монстрации, пародирующие констатации по принципу противоположности, часто отталкиваются от универсального характера лозунгов и их коллективного адресанта. Многие тексты монстрантов (около 11% корпуса) носят подчеркнуто индивидуальный, личный характер: «Хочу на ручки» (2011); «Мама, я поел» (2018); «Я – бухущее российской науки» (2018); «Я не Сева» (2019); «Жизнь меня к такому не готовила» (2019).

Здравницами, призывами и констатациями лозунги Монстрации не ограничиваются. В них пародируются и другие жанры публичного пространства, в первую очередь объявления разных типов: «Сдаю носки в аренду!» (2010); «Отдам Лешу в хорошие руки» (2016); «Снимаю, порчу» (2017); «Ведутся работы по самокопанию» (2019) – всего около 5% от всех лозунгов.

Номинации, то есть тексты, состоящие только из имени или именной группы, составляют около 7% всех слоганов: «Тихая жизнь с баклажаном» (2016); «Экзистенциальная треска» (2017); «Страшный спойлер» (2019). Номинации – один из частых типов абсурдных лозунгов: «Пустой лист» (2011); «Абсурдный лозунг» (2014), «Неплакат» (2016).

Высмеивается и безапелляционность лозунгов, в обычной жизни утверждающих, призывающих или славящих. Вопросы составляют около 11% всех лозунгов. «Как снести несношаемое?» (2010); «Почему божьи коровки не похожи на коров и не дают молока?» (2012); «Кто здесь?» (2015); «Ху из он дьюти тудей?» (2019).

Поздравления, приветствия и другие формулы вежливости встречаются реже (около 0,5% всех лозунгов): «Всем спасибо, все свободны» (2011); «С днем рождения, Шурик» (2012); «Пользуясь случаем, передаю привет дядь Егору» (2013); «Простите. Извините. Ой, простите» (2019).

Важно отметить и регулярное присутствие среди слоганов Монстрации реплик из непубличных сфер общения – противопоставление традиционным лозунгам происходит здесь по оси сферы общения. Например, постоянно присутствуют на Монстрациях междометия: «Ура!» (2010); «У-тю-тю» (2011); «Мимими» (2013), – и всеми узнаваемые клише реплик из диалогов: «Да ладно?!» (2012); «Сахар буду» (2013); «Хорошо. А ты как?» (2019).

Таким образом, около половины лозунгов Монстрации представляют собой пародию, направленную на оригинальный жанр лозунгов и использующую традиционные высказывательные рамки и конструкции. Другая же половина текстов выворачивает наизнанку то или иное свойство лозунга: его коммуникативные цели – с помощью других публичных жанров, например объявлений; его нахождение на виду – репликами из сферы личных диалогов; коллективного адресанта – частыми высказываниями о себе в первом лице



единственного числа; безапелляционность и однозначность лозунгов – регулярными вопросами; эмоциональность – использованием текстов с одной лишь эмотивной функцией.

Анализ языковой стороны лозунгов Монстрации требует отдельного исследования, но уже на основе примеров, рассмотренных в этой статье, можно предположить, что, с одной стороны, в них будут использоваться стили и клише пародируемых жанров, (политические лозунги, объявления и пр.), а с другой, карнавал – царство «свободы, равенства и панибратства» (2018) – поощряет неформальное использование стилей общения: разговорного языка, просторечия, сленга – и табуированной лексики.

### **Языковая оборона**

Все эти черты Монстрации ставят ее в один ряд с явлениями языкового сопротивления, получившего особое развитие в советские годы. Тоталитарному языку, господствовавшему в публичной сфере, противостоял *антитоталитарный язык*, существовавший в сфере личного общения. Анна Вежбицка, предложившая этот термин, имела в виду ситуацию «политической диглоссии» и «языковой самообороны», состоящей «в изобретении способов выражения (имеющих более или менее постоянную форму) для тех эмоций, отношений и идей, которые не могут открыто выражаться в условиях жесткого политического контроля жизни страны» (Вежбицка, 1993, с. 107) и в качестве примера анализировала разговорные обозначения политической полиции в польском. Однако позже представления о языковой самообороне значительно расширились: под антитоталитарным языком, сопротивлявшимся языку официальному и искусственному, понимали разговорную речь, нарушавшую языковые конвенции и табу и использовавшуюся при «закрытом» поведении, в частном пространстве, своеобразный «род “бытового вольнодумства”»: «... применительно к России известна особая роль неофициальной разговорной речи (и соответственно неофициального бытового поведения) как средства защиты от официальных идеологизированных социокультурных норм, насаждавшихся властью» (Китайгородская & Розанова, 2003, с. 163).

Главным инструментом языковой обороны при таком ее понимании выступает ирония (Там же, с. 164; Чудакова, 2007, с. 330–332); к другим способам противостояния тоталитарному языку относят, среди прочего: «протаскивание» в печатный текст слов-сигналов, вызывающих – по причине их запретности или полузапретности – восторг автора и читателя»; «выработку изощренных форм эзопова языка, выразившегося по большей части в словесном переодевании излагаемых сюжетов»; наращивание «словаря маргиналов... существовавшего исключительно для устного частного употребления» (Чудакова, 2007, с. 335–337).

Когда же в публичной речи допускается полифония, необходимость активного языкового сопротивления отпадает. В недавней российской истории



таким периодом была вторая половина 1990-х – начало 2000-х годов, когда политическая диглоссия свелась на нет и стало было намечаться многоголосье, шел «процесс выработки партиями соответствующей идеологии и поисков адекватного языка для ее выражения» (Китайгородская & Розанова, 2003, с. 167).

Однако, как представляется, существует еще и третий тип диспозиции «тоталитарный / антитоталитарный язык»: он реализуется в тех ситуациях, когда тоталитарный язык актуален, его давление ощущается обществом, но при этом находятся публичные контексты, в которых (все еще или пока еще) возможно ему сопротивляться, вынося на общее обозрение уже существующие тактики создания параллельного лексикона, иронии, языковой игры и нарушения языковых конвенций: искажения тематических и композиционных принципов ожидаемого в данном контексте жанра, выхода за пределы литературного языка, использования просторечий, сленга, мата и проч.

Так было, например, в первой половине 1990-х годов, когда тоталитарному языку сопротивлялись «все еще». Как пишет Гасан Гусейнов, когда «режим цензуры и обязательного поиска правильного подтекста отменяются, становится ясно, что участники общественного диалога... испытывают недоверие к более простым правилам поведения в условиях открытой коммуникации и долго не могут отказаться от привычного устройства» (Гусейнов, 2004, с. 15). Например, высокая степень языковой игры, использование приемов диалога в лозунгах, «монологическом по своей природе жанре», отмечались на митингах начала 1990-х. («Мы с тобой, Борис. Борись!; Не лучше бы Пугу к станку и плугу? Полозков, выходи из окопа, провокатор!» и др. (Китайгородская & Розанова, 2003, с. 229)).

Так было и до недавнего времени: в 2019 году инструменты языковой обороны пока еще использовались в некоторых публичных пространствах: например, каждый год на Первомайской Монстрации.

## Список литературы

---

- Dentith, S. (2000). *Parody*. Taylor & Francis US. <https://doi.org/10.4324/9780203451335>
- Krasnikova, A. (2020). Strada, Bachtin e i generi del discorso. Un'analisi di slogan carnevaleschi contemporanei [Strada, Bachtin and the genres of discourse. An analysis of contemporary carnival slogans]. In *La Russia e l'Occidente. Studi in memoria di Vittorio Strada [Russia and the West. Studies in memory of Vittorio Strada]* (pp. 118–133). Marsilio. (In Italian).
- Алексеевский, М. (2014). Кто все эти люди (с плакатами)? В А. Архипова & М. Алексеевский (Ред.), «Мы не нелмы!»: Антропология протеста в России 2011–2012 годов (с. 63–82). Научное издательство ЭЛМ.
- Бахтин, М. (1999). *Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса*. Художественная литература.



- Бахтин, М. (2000). *Проблема речевых жанров. Автор и герой. К философским основам гуманитарных наук*. Азбука.
- Вальтер, Х. (2016). Лозунг как речевой жанр публицистического дискурса. *Медиалингвистика*, 3, 33–45.
- Вежбицка, А. (1993). Антитоталитарный язык в Польше: Механизмы языковой самообороны. *Вопросы языкознания*, 4, 107–125.
- Гиндин, С. (2015). Болевые точки теории речевых жанров. В А. Занадворова (Ред.), *Русский язык сегодня*. Вып. 6. *Речевые жанры современного общения* (с. 55–61). Флинта.
- Гусейнов, Г. (2004). *Советские идеологемы русском дискурсе 1990-х*. Три квадрата.
- Ефанова, Е., & Матюсова, А. (2018). Монстрация как форма общественно-политической активности современной молодежи. *Вестник Московского государственного областного университета*, 2, 69–92. <https://doi.org/10.18384/2224-0209-2018-2-871>
- Китайгородская, М., & Розанова, Н. (2003). Современная политическая коммуникация. В *Современный русский язык: Социальная и функциональная дифференциация* (с. 151–240). Языки славянской культуры.
- Корецкий, В. (2002). За пригоршню долларов. *ЕЖ: электронный журнал*, 043. [http://dust.kinoteatrdoc.ru/page\\_svoi.html](http://dust.kinoteatrdoc.ru/page_svoi.html)
- Левин, Ю. (1998). *Избранные труды. Поэтика. Семиотика*. Языки русской культуры.
- Лоскутов, А. (2016). *Опыт Монстрации: Лекция*. <https://www.youtube.com/watch?v=ITV2hn76E4s>
- Матюсова, А. И. (2017). История возникновения российских монстраций. *Русская Политология*, 2, 87–93.
- Надежкин, А. М. (2014). Средства языковой выразительности в лозунгах фестиваля «Монстрация». *Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского*, 2–3, 271–274.
- Тынянов, Ю. (1977). *Поэтика. История литературы. Кино*. Наука.
- Федорова, Л. (Ред.). (2016). *Карнавал в языке и коммуникации*. РГГУ.
- Чудакова, М. (2007). *Новые работы: 2003–2006*. Время.

## References

---

- Alekseevsky, M. (2014). Who are all these people (with posters)? In A. Arkhipova & M. Alekseevsky (Eds.), *“We are not dumb!”: Anthropology of protest in Russia, 2011–2012* (pp. 63–82). Scientific publishing house ELM. (In Russian).
- Bakhtin, M. (1999). *Rabelais and His World*. Hudozhestvennaja literatura. (In Russian).
- Bakhtin, M. (2000). *The Problem of Speech Genres. Author and Hero. Towards Philosophical Foundations for the Human Sciences*. Azbuka. (In Russian).
- Chudakova, M. (2007). *New works: 2003–2006*. Vremya. (In Russian).
- Dentith, S. (2000). *Parody*. Taylor & Francis US. <https://doi.org/10.4324/9780203451335>



- Efanova, E., & Matyusova, A. (2018). Monstration as a Form of Social and Political Activity of Today's Youth. *Bulletin of Moscow State Regional University*, 2, 69–92. <https://doi.org/10.18384/2224-0209-2018-2-871> (In Russian).
- Fedorova, L. (Ed.). (2016). *Carnival in language and communication*. RSUH. (In Russian).
- Gindin, S. (2015). Weak points of the theory of speech genres. In A. Zanadvorova (Ed.), *Russian language today. Issue 6. Speech genres of modern communication* (pp. 55–61). Flinta. (In Russian).
- Gusejnov, G. (2004). CSoviet ideologemes in Russian discourse of the 1990s. *Tri Kvadrata*. (In Russian).
- Kitaygorodskaya, M., & Rozanova, N. (2003). Modern political communication. In *Modern Russian language: Social and functional differentiation* (pp. 151–240). Jazyki slavjanskoj kul'tury. (In Russian).
- Koretsky, V. (2002). For a fistful of dollars. *EZH: elektronnyj zhurnal*, 043. [http://dust.kinoteatrdoc.ru/page\\_svoi.html](http://dust.kinoteatrdoc.ru/page_svoi.html) (In Russian).
- Krasnikova, A. (2020). Strada, Bachtin e i generi del discorso. Un'analisi di slogan carnevaleschi contemporanei [Strada, Bachtin and the genres of discourse. An analysis of contemporary carnival slogans]. In *La Russia e l'Occidente. Studi in memoria di Vittorio Strada [Russia and the West. Studies in memory of Vittorio Strada]* (pp. 118–133). Marsilio. (In Italian).
- Levin, Yu. (1998). *Selected works. Poetics. Semiotics*. Yazyki russkoj kul'tury. (In Russian).
- Loskutov, A. (2016). *The Monstration Experience: Lecture*. <https://www.youtube.com/watch?v=ITV2hn76E4s> (In Russian).
- Matyusova, A. (2017). The history of the emergence of Russian Monstrations. *Russian Political Science*, 2, 87–93. (In Russian).
- Nadezhkin, A. (2014). Means of linguistic expressiveness in the slogans of the Monstration festival. *Bulletin of N.I. Lobachevsky University of Nizhny Novgorod*, 2–3, 271–274. (In Russian).
- Tynyanov, Yu. (1977). *Poetics. History of literature. Cinema*. Nauka. (In Russian).
- Walter, H. (2016). Slogan as a speech genre of publicistic discourse. *Medialingvistika*, 3, 33–45. (In Russian).
- Wierzbicka, A. (1993). Anti-totalitarian language in Poland: mechanisms of linguistic self-defense. *Linguistic Issues*, 4, 107–125. (In Russian).