

УДК 811.161.1'27
ББК Ш141.2-7

ГСНТИ 16.21.27

Код ВАК 10.02.01; 10.02.19

Е. В. Михалькова Е. V. Mikhalkova
Тюмень, Россия Tyumen, Russia

**ДИСКУРСИВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ
ТЕКСТОВ ПЛАКАТОВ
НА МИТИНГАХ ОППОЗИЦИИ В МОСКВЕ,
ПРОВЕДЕННЫХ В СВЯЗИ С ВЫБОРАМИ
В ГОСУДАРСТВЕННУЮ ДУМУ РФ
4 ДЕКАБРЯ 2011 Г. И ВЫБОРАМИ
ПРЕЗИДЕНТА РФ 4 МАРТА 2012 Г.**

**ASPECTS OF DISCOURSE,
FOUND IN THE TEXTS OF POSTERS
AT MEETINGS HELD IN MOSCOW
OVER THE ELECTIONS
TO STATE DUMA (4 DECEMBER 2012)
AND PRESIDENTIAL
ELECTIONS (4 MARCH 2012)**

Аннотация. Рассматриваются дискурсивные особенности самодельных плакатов, созданных людьми для выражения гражданской позиции на митингах в Москве относительно предвыборной кампании и выборов в Государственную думу 4 декабря 2011 г. и выборов Президента РФ 4 марта 2012 г.

Abstract. The article considers special features of discourse, found in the texts of self-made posters, created by people to express their political views at the protests held in Russia over the elections in State Duma (04.12.2011) and Presidential elections (04.03.2012).

Ключевые слова: дискурс; лозунг; дискурсивная тема; семантика дискурса; коммуникативное пространство.

Key words: discourse; slogan; discourse topic; semantics of discourse; sphere of communication.

Сведения об авторе: Михалькова Елена Владимировна, кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры английского языка, Институт гуманитарных наук.

About the author: Mikhalkova Elena Vladimirovna, Candidate of Philology, Senior Lecturer of the Chair of the English Language, Institute of the Humanities.

Место работы: Тюменский государственный университет.

Place of employment: Tyumen State University.

Контактная информация: 625003, Тюмень, ул. Семакова, 10.
e-mail: evrog@gmail.com.

Предлагаемая статья является независимой публикацией, мнение автора не отражает позицию организации, в которой он состоит. Автор стремился к беспристрастному анализу ситуации без солидаризации с какими-либо исследуемыми политическими взглядами.

Первой крупномасштабной протестной акцией в Москве, посвященной выборам в Государственную думу, был митинг 10 декабря на Болотной площади (далее — Болотная-1). По официальным данным, «общее число участников митинга на пике не превышало 25 000 человек. 20 000 человек находилось непосредственно на площади, еще 5 000 на прилегающих улицах...» [Forbes 2012a]. Далее последовал митинг на площади Сахарова, оценки численности которого сильно разошлись: «Правоохранители заявили о 29 тыс., организаторы — о 120 тыс.» [Кособокова]. Наконец, 4 февраля состоялась еще одна крупномасштабная акция — шествие по Большой Якиманке до Болотной площади (далее — Болотная-2) [Митинги в Москве и Петербурге].

Как отмечали авторы Forbes в преддверии акции на Сахарова, «митинг на Болотной запомнился в том числе плакатами в руках людей. Проспект Сахарова, очевидно, не станет исключением» [Forbes 2012b]. Шествие также отличалось креативными плакатами. Константин Бочарский, заместитель главного редактора журнала «Секрет фирмы», спецкорреспондент газеты «Коммерсант», высказал следующее мнение в своем блоге (в цитате сохранены авторский синтаксис и орфография): «Такого количества дико клевых, смешных плакатов,

транспорантов, я не опять таки не видел. Фотографы осатанев носились по Большой Якиманке с очевидной задачей сделать „самый полный дайджест самых клевых плакатов с болотной — 2“» [Мы вернулись. Болотная — 2]. В связи с креативностью плакатов, созданных простыми гражданами, в СМИ даже появился термин «креативный класс» (см., напр., блог А. А. Вассермана [Вассерман 2012]). Правда, автору данной статьи представляется, что такое употребление словосочетания нетерминологично: в работе Р. Флорида «Креативный класс. Люди, которые меняют будущее», откуда пришло выражение, оно обозначает представителей творческих профессий, создающих культурное пространство города, формирующих ценности обитающих в его среде людей.

Плакаты, флаги, транспаранты и растяжки с митингов можно разделить на две группы. Первую представляют материалы, подготовленные системной оппозицией (партиями «КПРФ», «ЛДПР», «Правое дело» и т. д.), организованными оппозиционными группами (анархисты, националисты), организаторами митингов (оргокомитетом). Для них характерна стилистическая конвенциональность, повторяемость символики и лозунгов, растиражированность (например, целый ряд одинаковых флагов или

множество наклеек с одной и той же надписью). Ко второй группе относятся созданные отдельными гражданами и, следовательно, носящие индивидуальный характер плакаты и их трансформации, в том числе костюмы с надписями. В основном это плакаты на ватмане или простой бумаге формата А4 с распечатанными или нанесенными краской лозунгами, а также с графическими образами, выполненными вручную или распечатанными. Эти материалы часто отличаются креативным, творческим подходом, юмором, игрой слов, окказиональными словами и переименованиями привычных значений. Такие агитационные объекты не подчиняются конвенциям, сложившимся в среде организованной оппозиции, хотя, безусловно, испытывают влияние этих конвенций. Так, в подобных материалах встречается лозунг «За честные выборы» и его вариации.

Предметом данного исследования стали дискурсивные особенности текстов с плакатов второй категории, так как именно в таких креативных материалах происходит формирование новых значений в протестной идеологии. Кроме того, своим появлением на акциях за честные выборы люди, не принадлежавшие к системной или организованной оппозиции, создали особую сферу коммуникации. Благодаря особенностям Web 2.0 три митинга (в исследовании не вошли другие акции кампании «За честные выборы», например, «Белое кольцо» и митинг на Пушкинской 6 марта 2012 г., но их тоже можно считать частью описываемых здесь коммуникативных процессов) были использованы протестующими как поэтапная модель для расширения коммуникативного пространства и обсуждения понятий, стоящих за ключевыми словами. Каждый раз после акции в блогах и социальных сетях появлялись фотографии плакатов, в комментариях к постам и фотоальбомам шло активное обсуждение текстов, понравившиеся плакаты получали множество «лайков». Следующая акция проходила уже как продолжение предыдущей с переосмыслением ее значений и ценностей.

Материалом для данного исследования послужили фотографии плакатов с трех митингов, выложенные в социальных сетях (www.vk.com, www.livejournal.com) и на новостных порталах. Далее мы рассмотрим следующие дискурсивные особенности текстов лозунгов: дискурсивные темы, семантику ключевых слов, жанровую принадлежность.

1. ДИСКУРСИВНЫЕ ТЕМЫ

Тема дискурса — это предмет коммуникации в абстрактном выражении, к которому отсылает (осуществляет референцию) ряд сообщений, принадлежащих данному дискурсу. Для дискурсивной темы характерен свой набор ключевых слов. В исследуемом корпусе тек-

стов есть как дискурсивные темы, повторяющиеся от события к событию, так и темы уникальные, характерные только для одного из трех событий. Рассмотрим в первую очередь повторяющиеся темы.

Плакаты с трех публичных мероприятий затрагивают ряд общих тем, которые условно можно обозначить как «честные выборы» (ключевые слова: *Чуров, ЦИК, проголосовать, голос, подсчитать, пересчет*), «власть» (*власти, верхи, Кремль, Путин, Медведев, «Единая Россия», царь, править, вести*), «оппозиция» (*митинг, Навальный, Явлинский, собираться, приходить, изменить*). Условность выделения данных тем вызвана неоднородностью предмета коммуникации и разной степенью абстракции, которую мы допускаем при уточнении темы. Так, например, следующий протестный лозунг на тему «фальсификация выборов» на более абстрактном уровне затрагивает тему воровства в целом: *Мой голос украли!* [Митинги в России 10.12.11 «Болотная»]. Некоторые лозунги объединяют в себе несколько частных подтем, например: *Мёрзну бесплатно* [Мирное шествие за честные выборы 4 февраля]. Этот лозунг, во-первых, является ответом на высказывание В. В. Путина о том, что оппозиционерам приплачивают [Разговор с Владимиром Путиным] (тема «продажность оппозиции»), а во-вторых, — на слова Геннадия Онищенко о том, что митинги из-за холодной погоды опасны для здоровья [Онищенко: митинги 4 февраля опасны для здоровья] (тема «холодная погода»). С учетом этих особенностей можно построить схему тем и подтем, общих для трех рассматриваемых мероприятий, на которой конкретизируются более абстрактные формулировки темы (см. рис.).

Рассмотрим теперь различия в дискурсивных темах, принимая во внимание экстралингвистический контекст митингов, рассматриваемых как коммуникативные события.

Болотная-1, состоявшаяся через 6 дней после выборов в Государственную думу, была прямой реакцией на результаты выборов. Не случайно поэтому самой актуальной темой на ее плакатах стали честные выборы и подтемы фальсификаций при подсчете голосов, украденного голоса, обмана. 10 протестных лозунгов в выборке из 55 текстов посвящены темам воровства и лжи (*Хватит врать и воровать!* [Митинги в России 10.12.11 «Болотная»]), что, вероятно, является скрытой референцией к прозвищу, данному А. А. Навальным партии «Единая Россия» — «партия жуликов и воров» — в передаче «Сухой остаток» на радиостанции «Финам FM» [Финам FM 02.02.2011]. В некоторых лозунгах эта референция не завуалирована: *„Единая Россия“ — партия жуликов и воров!* [Электорат вышел на улицы].

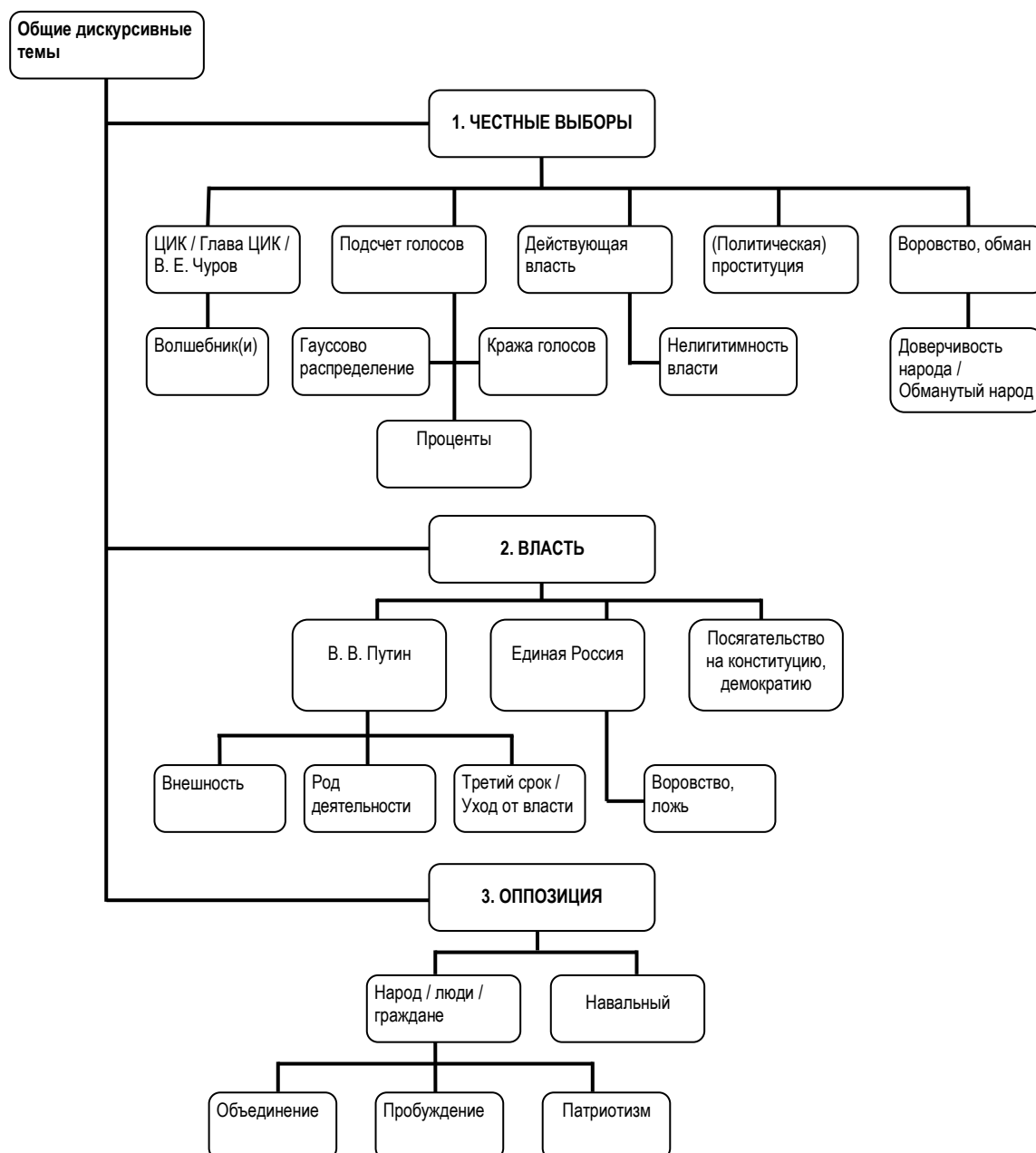


Рисунок. Темы лозунгов протестных акций

В преддверии президентских выборов 4 марта, в лозунгах на Сахарова тема «Единой России» отходит на второй план, уступая место другим представителям власти. Здесь активно обсуждается бывший на тот момент кандидатом в президенты В. В. Путин. Затрагиваются не только род его деятельности, готовность выбираться президентом на третий срок, предвыборная кампания, но и внешность (рост: *Политических пигмеев...* [Митинги в России 24.12.11] — в сочетании с изображением), манера говорить (*нас уиконтраПутить не получится!* [Митинги в России 24.12.11] — об употреблении Путиным субстандартных слов и выражений, например, «уиконтрапутить» [Путин: Уиконтрапутить коррупционеров]) и хобби (*„Белая лента“ против черного пояса!* [Митинги в

России 24.12.11] — увлечение дзюдо). Также упоминается рост Д. А. Медведева. Что примечательно, в немногочисленных лозунгах, посвященных Медведеву, он соседствует с В. В. Путиным, причем подчеркивается зависимое, второстепенное положение первого, например: *Putin and teddy escape!* [Митинги в России 24.12.11] (обыгрывается фамилия Медведева: *teddy(-bear)* — англ. ‘игрушечный мишка’).

Характерной чертой лозунгов на Сахарова является их диалогичность. 16 экземпляров (17 %) из выборки (всего 92 текста) — это ответы на высказывания В. В. Путина относительно оппозиции из программы «Разговор с Владимиром Путиным. Продолжение». Три из 16 затрагивают тему подкупа оппозиционеров американцами (*Ищу пункт выдачи Госдепом*

„небольших денежек“ [Митинги в России 24.12.11]); девять лозунгов обыгрывают сравнение белой ленточки — символа кампании «За честные выборы» — с контрацептивом (*В третий раз все тот же презик?! [Митинги в России 24.12.11]*); четыре воспроизводят сравнение оппозиционеров с бандар-логами (*мы не бандерлоги, мы мангусты!* [Митинги в России 24.12.11]). Наконец, на Сахарова заметна авторефлексия оппозиции как единого целого с активным проявлением коллективного «мы» и лозунгами, посвященными деятельности оппозиции, призывающими людей примкнуть на сторону оппозиции: *Мы проснулись!; Вместе мы сможем!; Мы не бандерлоги, мы мангусты!* [Митинги в России 24.12.11].

На шествии этот процесс рефлексии достигает апогея: она отражена в 37 лозунгах (29 %) из 127 в нашей выборке. Все больше лозунгов, сформулированных как требования: *Выметайтесь из Кремля!; Отдайте власть народу!* [Митинги в России 04.02.12]. В целом же шествие тиражирует темы, уже затронутые на Сахарова, акцентируя внимание на одном из кандидатов предвыборной гонки — В. В. Путине (ему посвящены 53 лозунга из 121, т. е. 43,8 %).

Особняком стоят микротемы «на злобу дня». Они обыгрываются в лозунгах, апеллирующих к отдельным случаям, ситуациям — например, к неприянтому закону (*Единая Россия имея 2/3 % голосов в Госдуме не могла принять закон о противодействии педофилии?* [Шествие по Б. Якиманке]) или нерешенной бытовой проблеме (*За что? Мои дети бомжи — Калмыкова И. Л.* [Мирное шествие за честные выборы 4 февраля]). Такие темы есть на всех трех мероприятиях.

2. СЕМАНТИКА ДИСКУРСА

Одна из самых ярких семантических особенностей протестного дискурса на рассматриваемых мероприятиях состоит в присвоении новых значений привычным словам. Так, на Болотной-1 возникает метафора потерянного или украденного голоса: *Верните наши голоса!* [Митинги в России 10.12.11. Часть 2]; *мы не немцы* [Электорат вышел на улицы]. Голос, поданный за кандидатов, ассоциируется с живым человеческим голосом, поэтому с его потерей наступает немота (отсюда на лицах протестующих маски). Здесь возникает пересечение с другой концептуальной метафорой — «народ = стадо (немое, не обладающее речью)»: *Если вы полагаете, что имеете дело со стадом баранов, то вы глубоко заблуждаетесь!* [Митинги в России 10.12.11 «Болотная»]. Эта семантическая коллизия проявляется и в развитии другой параллели: украсть голос может только человек со сверхъестественными способностями, волшебник. Глава ЦИКа В. Е. Чуров сравнивается с волшебником, гипнотизером, циркачом: *В цирке открыта вакансия волшебника! Чуров, иди работать по*

специальности! [Митинги в России 10.12.11. Часть 2]. На ЦИК также возлагается ответственность за то, что зима была недостаточно снежной: *Верните снежную зиму! Верните честные выборы!* [Электорат вышел на улицы]. Метафора поддерживается за счет визуальных образов, в том числе одежды: один протестующий оделся в костюм Гарри Поттера, надев маску с надписью «честные выборы» [Митинги в России 24.12.11]. На шествии волшебник трансформируется в обманщика, мошенника: *кручу-верчу, запутать хочу!* [Все-российская акция «За честные выборы»], *Чуров — Жулье* [Шествие по Б. Якиманке].

Антитезой «волшебству» становится гауссово распределение, использовавшееся после 4 декабря 2012 г. рядом интернет-пользователей для математического доказательства фальсификаций на выборах: *Чурову не верим! Верим Гауссу!* [Митинги в России 10.12.11 «Болотная»]. Другое логическое доказательство неверного подсчета (явка 146,47 %, «цифры, выданные со ссылкой на ЦИК» на канале «Вести 24» [146,47 % процентов избирателей]) послужило почвой для появления новой метафоры: после выхода данного новостного ролика выражение «146 процентов» используется для обозначения фальсификаций.

Целый ряд метафор основан на высказываниях и личности В. В. Путина. В лозунгах проводятся параллели между Путиным и героем романов о Гарри Поттере домовым Добби (*Освободите Добби от непосильной работы* [МИТИНГИ 4 ФЕВРАЛЯ]), Гитлером (отсюда неологизм «Путлер»: *Путлер капут* [Митинги в России 04.02.12]) и даже английской королевой при намеке на длину прогнозируемого срока правления (*Еще 12 лет? Королева* [Мирное шествие за честные выборы 4 февраля]). Примечательно, что почти никто из лидеров оппозиции не стал героем сложного метафорического образа с графической поддержкой. Исключение составляет А. А. Навальный. На одном из плакатов он сравнивается с героем трилогии «Матрица»: *Матрица — еще 12 лет; Правда — уже сегодня* [Черкасов 2012] (Навальный изображен в виде Нео, протягивающего две таблетки — для сна и для пробуждения).

Некоторые лозунги основаны на так называемых путинизмах (этим термином «западные и российские СМИ называют острые, колкие и малопривятные для оппонентов афоризмы, фразы и высказывания Владимира Путина» [ru.wikipedia.org]). Например, ранее упомянутое сравнение оппозиционеров с бандар-логами развивается в комплексное представление о Путине как о змее Каа, а об участниках политических действий — как о героях «Книги джунглей» (отсюда морфологическое образование «пуу»: *Мы пришли к тебе пуу!* [Митинги в России 24.12.11]). Сравнение символа кампании «За честные выборы» — белой ленточки — с контрацептивом становится семантиче-

ским перевертышем: *кто обзывается, сам так и называется* [Митинги в России 24.12.11]. В лозунгах на шествии есть апелляция к еще одному высказыванию В. В. Путина — «как раб на галерах» [ru.wikipedia.org]: *Свободу рабу на галерах!* [Шествие по Б. Якиманке]; *Вова, суши весла!* [Всероссийская акция «За честные выборы»]. Хотя это высказывание интернет-источники относят к 2008 г., т. е. оно являлось прецедентным уже во время проведения митингов, отсылка к нему встречается только на шествии. Очевидно, к этому моменту коллективный образ В. В. Путина все больше подвергается метафорическому осмыслению, становится объектом городского фольклора и, если можно так выразиться, интернет-фольклора. Этот образ, как в случае с Каа и бандар-логами, развивается, получая новые объекты для семантизации. Оппозиция представляется рабами, соратниками по труду: *на пуй с моей галеры!* [Шествие по Б. Якиманке].

3. ЖАНРОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ

Самым ожидаемым жанром на митинге как политической акции, по нашим представлениям, является лозунг. Ранее в данной статье мы использовали термин «лозунг» для обозначения любого высказывания с плакатов. Тем не менее прагматические особенности собранных текстов свидетельствуют о том, что их жанровая природа неоднозначна.

Часть текстов отвечает традиционным представлениям о лозунгах. Они сформулированы как требование за или против какого-либо острого социального, политического и т. п. феномена: *Мы за честные выборы!* [Электротат вышел на улицы]. В то же время ряд высказываний выбивается из общей картины, так как они не являются ни требованиями, ни призывами. Это, скорее, обращения, жалобы, цель которых — привлечь внимание к проблеме (пусть даже вполне бытовой, индивидуальной): *спасите наших детей от членов партии „Единая Россия“ Груздева В. С., Громова Б. В.; „Единая Россия“ Груздев В. С., Громов Б. В. Сносить жилище дома с детьми — хуже чемledoфилия!* [Митинги в России 24.12.11]; *За что? Мои дети бомжи — Калмыкова И. Л.* [Мирное шествие за честные выборы 4 февраля], *Моя мать — инвалид ВОВ; и я сын фронтовиков, внук репрессированного, за диктаторов голосовать не можем!* [Шествие по Б. Якиманке]. Подобные призывы отличает употребление неизвестных (малоизвестных) личных имен, которые встречаются единожды, предоставление частной информации об адресанте (имя, родственники). Также эти тексты длинные, не лаконичны, не такие броские и легко читаемые, как обычные лозунги; на плакатах отсутствует визуальная поддержка.

Некоторые тексты в рамках отмеченной попытки диалога с властью становятся ответами ради ответа: они не призывают к чему-либо, а в ироничной форме парируют намеки и обви-

нения, прозвучавшие в СМИ. Например: *Хиллари Клинтон заплатила мне натурой!* [Всероссийская акция «За честные выборы»] — шутовское признание в связях с Госдепом. Характерными особенностями данных текстов являются комический модус и графические образы (в некоторых случаях зависимость от картинки настолько велика, что текст без нее не понятен). Стоит отметить, что часто на митингах в комическую форму обращены и обычные требования. Например, текст *Я не голосовал за этих сволочей! Я голосовал за других сволочей! Требую пересчета голосов!* [Митинги в России 10.12.11 «Болотная»]. сочетает в себе критику властей и оппозиции с требованием честных выборов. Комический эффект создается за счет пейоративного представления всех участников предвыборной кампании, в которой, по мнению протестующего, отсутствует выбор. Следовательно, создается абсурдная ситуация, в которой честные выборы становятся самоцелью: важно, чтобы был произведен правильный подсчет, но неважно, кто при этом победит.

Часть текстов содержит иножанровые включения. Встречаются лозунги в форме стихов: *Здесь типо демократия, на самом деле — царство. Я так люблю свою страну и ненавижу государство!* [Митинги в России 24.12.11]; частушек: *Не летает ныне „Фобос“, Запустили воры, космос... заплатить валютой в NASA! И послать Володю... к Марсу!* [Шествие по Б. Якиманке]; объявлений: *распил, гипноз и другие фокусы. Спросить Вову. КГБ, ФСБ, Кремль, Зоопарк* [Митинги в России 10.12.11. Часть 2]; переиначивания известных цитат (рекламных слоганов, песен, стихов и т. д.): *Вы все еще в Кремле? Тогда мы идем к вам!* [Мирное шествие за честные выборы 4 февраля], *Я другой такой страны не знаю, где так больно дышит человек* [Митинги в России 24.12.11], *А вы друзья как ни садитесь, все в музыканты не годитесь* [Черкасов 2012]. Прецедентными текстами и источниками при цитировании и аллюзиях являются мультфильмы («Вовка в тридевятом царстве», серия мультфильмов о Чебурашке, Винни-Пухе, городке Саус-парк), фильмы («Кин-дза-дза», «Иван Васильевич меняет профессию», серия фильмов о Гарри Поттере, трилогия «Матрица»), видеоигры («Марио»), литературные произведения («Книга джунглей» Р. Киплинга, басни И. А. Крылова, «Мертвые души» Н. В. Гоголя). Что интересно, почти все цитаты и аллюзии на видео-продукцию сопровождаются изображениями ее персонажей.

Характерной особенностью цитирования в лозунгах является упоминание и переиначивание так называемых интернет-мемов: «A meme: an idea, behavior, style, or usage that spreads from person to person within a culture» [Meme] / «Мем: идея, поведение, стиль или употребление, распространяющееся от человека к чело-

веку внутри культуры» (перевод наш. — Е. М.). Интернет-мемы передаются с помощью социальных сетей, блогов, форумов, т. е. таких ресурсов Интернета, которые позволяют пользователям общаться друг с другом. Именно на таких ресурсах за мемами закрепляется определенное значение, которое тиражируется в дальнейшей коммуникации. Мемами в исследуемых лозунгах являются, во-первых, упомянутые ранее «путинизмы» и высказывания в адрес оппозиции (раб на галерах, бандар-логи, небольшие денежки), во-вторых, устойчивые фразы, возникшие во время предвыборной кампании (146 %, амфора — из новостных видеороликов; «мы стали более лучше одеваться»; «это большое достижение очень хорошее» — цитаты из выложенного на YouTube интервью с активисткой движения «Сталь» Светланой Курицыной [Нашистка Света]), в-третьих, единицы, чье происхождение не связано с выборами (FUUUU — распространенный в сети способ написания англ. *fuck*).

Как было показано, дискурсивные особенности текстов рассматриваемых плакатов не укладываются в стандартную модель агитационных текстов. Во-первых, в проанализированных призывах просматривается стремление к диалогу с адресатом, выразившееся в отдельных жанрах — ответах на критику, прозвучавшую из официальных СМИ, обращениях с личными просьбами. Во-вторых, для значительной части текстов характерен комический модус, в котором критическое отношение проявлено ко всем сторонам в общественном процессе (протестующим, системной оппозиции, властям). В-третьих, лозунги характеризуются значительным количеством интертекстуальных связей, отсылками к медиапродукции (фильмам, мультфильмам, видеоиграм) и интернет-мемам, что свидетельствует о влиятельной роли виртуального и медиадискурсов. В-четвертых, значительная смысловая нагрузка ложится на визуальную часть плаката, без которой текст не всегда эксплицитен.

Представляется, что данные дискурсивные особенности в первую очередь свидетельствуют о влиянии, которое оказала на протестный дискурс современная медиа- и интернет-культура. Отсюда стремление к визуализации, аллюзии на продукты указанной культуры, а также характерная для социальных сетей интерактивность, проявившаяся в попытке создать отдельную сферу коммуникации посредством плакатов. Второй важный аспект — это комический модус. Он свидетельствует о влиянии карнавальной, площадной культуры, которое выразилось в игре слов, переосмыслении понятий, обращении к семантике «низа» и использовании (в зашифрованном виде) нецензурной лексики.

ИСТОЧНИКИ

1. 146,47 % процентов избирателей // Эхо Москвы. 2011.05.12. URL: <http://www.echomsk.spb.ru/projects/goryachaya-tema/146-47-protsemtov-izbirateley-.html>.
2. Балашова Ю. 10 декабря. Болотная площадь. Лица // Новая газета. 2011.10.12. URL: <http://www.novayagazeta.ru/photos/49994.html>.
3. Вассерман А. А. Разница между творчеством и мусором. К возможной потере Россией креативного класса. 2012.22.03. URL: http://www.odnako.org/blogs/show_16894/.
4. Википедия : электр. энцикл. URL: ru.wikipedia.org.
5. Всероссийская акция «За честные выборы» // Газета.ru. 2012.04.02. URL: http://www.gazeta.ru/photo/politics/vserossiiskaa_akcia_zh_cestnye_vybory.shtml?photo=3987413.
6. Кособокова Т. Митинг на проспекте Сахарова собрал больше 70 тыс. недовольных граждан // РБК daily. 2011.26.12. URL: <http://www.rbcdaily.ru/2011/12/26/focus/562949982384798>.
7. Мирное шествие за честные выборы 4 февраля // casuals.livejournal.com : блог. 2012.04.02. URL: <http://casuals.livejournal.com/169507.html>.
8. МИТИНГИ 4 ФЕВРАЛЯ. ЧАСТЬ 2 // НАРОД ПРОТИВ ЖУЛИКОВ И ВОРОВ : группа Vkontakte. URL: http://vk.com/album-364976_151953076.
9. Митинги в Москве и Петербурге: хроника событий (фото, видео) // Росбалт. 2012.04.02. URL: <http://www.rosbalt.ru/main/2012/02/04/941700.html>.
10. Митинги в России 04.02.12 «Шествие по Москве» // НАРОД ПРОТИВ ЖУЛИКОВ И ВОРОВ : группа Vkontakte. URL: http://vk.com/album-364976_151777323.
11. Митинги в России 10.12.11 «Болотная» // НАРОД ПРОТИВ ЖУЛИКОВ И ВОРОВ : группа Vkontakte. URL: http://vk.com/album-364976_148272298.
12. Митинги в России 10.12.11. Часть 2 // НАРОД ПРОТИВ ЖУЛИКОВ И ВОРОВ : группа Vkontakte. URL: http://vk.com/album-364976_148296355.
13. Митинги в России 24.12.11 // НАРОД ПРОТИВ ЖУЛИКОВ И ВОРОВ : группа Vkontakte. URL: http://vk.com/album-364976_149014405.
14. Мы вернулись. Болотная — 2 // bocharsky.livejournal.com. 2012.05.02. URL: <http://bocharsky.livejournal.com/479467.html>.
15. Нашистка Света // YouTube. 2011.07.12. URL: <http://www.youtube.com/watch?v=An17cCj-HvQ>.
16. Онищенко: митинги 4 февраля опасны для здоровья // Русская служба BBC. 2012.02.02. URL: http://www.bbc.co.uk/russian/russia/2012/02/120202_onishchenko_demo.shtml.
17. Путин: Уконтрапунить коррупционеров — самое простое, что я мог бы сделать // АРГУМЕНТЫ НЕДЕЛИ. 2011.15.12. URL: <http://www.argumenti.ru/politics/online/2011/12/144245>.
18. Разговор с Владимиром Путиным. Продолжение // Россия 1, Россия 24, РТР-Планета, Маяк, Вести FM, Радио России. 2011.15.12.
19. Черкасов Г. Лозунги Болотной: от крысы в лодке до красного кумача // МК.ru. 2012.04.02. URL: http://www.mk.ru/photo/politics/3765-lozungi-bolotnoy-ot-kryisyi-v-lodke-do-krasnogo-kumacha.html?page=1&img_id=60454#photo.
20. Шествие по Б. Якиманке и митинг на Болотной площади в деталях // snimaetmoskva.livejournal.com : блог. URL: <http://snimaetmoskva.livejournal.com/578.html>.
21. Электорат вышел на улицы // Газета.ru. 2011.13.12. URL: http://www.gazeta.ru/photo/politics/Elektorat_vysel_na_ulicy.shtml?photo=3922678.
22. Forbes 2011a = Митинги протеста 10 декабря 2011 года : онлайн-трансляция Forbes 10 дек. 2011 10:57. URL: <http://www.forbes.ru/sobytiya/vlast/77345-10-dekabrya-2011-hronika-sobytii-onlain-translyatsiya-forbes>.
23. Forbes 2011b = Голошапов А. (фото), «Митинг на Сахарова: что говорят плакаты» // Forbes. 2011.24.12. URL: <http://www.forbes.ru/sobytiya-photogallery/77957-miting-na-saharova-plakaty-v-rukah-lyudei>.
24. Meme // Merriam-Webster Dictionary. URL: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/meme>.