

УДК 316.752.4

Семиотическая герилья в виртуальном пространстве: деконструирование образа г. Екатеринбурга пользователями сети Интернет



Везнер Л.Н.

Доцент кафедры управления персоналом
Уральского государственного горного университета

В статье анализируется группа теорий, трактующих дискурсивную борьбу в символическом пространстве в терминах «партизанской войны / герильи», и на основе указанных теорий дается интерпретация основных тактик деконструирования доминирующего образа Екатеринбурга

Ключевые слова: «семиотическая герилья», образ города, Интернет-дискуссии, Екатеринбург.

Развитие коммуникационных технологий в последние десятилетия значительно расширило источниковую базу исследований, построенных на конструкционистской методологии. В действительности, наряду с традиционными СМИ, в фокусе исследователей-конструкционистов оказалось и обширное пространство сети Интернет, уникальность которого, помимо прочего, заключается в возможности практически неограниченного (само-)цензурными рамками выражения собственного мнения. Глобальная сеть предстает в качестве символического пространства, в котором происходит столкновение и противостояние различных дискурсов. Перспективным методологическим инструментом, позволяющим рассмотреть «дискурсивную борьбу» в сети Интернет, является, на наш взгляд, группа теорий, использующих метафору «партизанской войны (герильи)».

Концепты «семиологический партизан» / «семиологическая партизанская война (герилья)» были предложены известным исследователем У. Эко в его лекции 1967 г. «Towards a Semiological Guerrilla Warfare» (К семиологической партизанской войне) [1] и использованы в более поздних работах, в частности, в работе 1976 г. «A Theory of Semiotics» [2]. Предложенные У. Эко концепты отражают один из аспектов системы кодирования–декодирования в коммуникационных процессах. «Семиологическая партизанская война» представляет собой активное декодирование, отличающееся оппозиционным, контр-доминирующим характером по отношению к навязываемой информации самого различного рода, прежде всего распространяемой через СМИ.

По мнению Эко, «в ту пору, когда массовая коммуникация зачастую предстает как олицетворение доминирования, которое обеспечивает социальный контроль через планирование распространяемых (информационных) сообщений, все-таки возможно (в виде идеальной семиотической «партизанской войны») изменить обстоятельства, в свете которых адресаты этих сообщений выберут свой собственный путь их интерпретации. В противоположность стратегии кодирования, которая нацелена на избыточное производство информационных сообщений для обеспечения их интерпретации, согласно заранее установленным планам, можно использовать тактику декодирования, в которой само сообщение как форма экспрессии не изменяется, но его адресат вновь получает свободу декодирования» [2, р. 150].

Расширенная интерпретация идей У. Эко была позднее представлена одним из ведущих специалистов в области культурных исследований С. Холлом (Бирмингемский центр современных культурных исследований). Предложенная Холлом теория кодирования / декодирования рассматривает коммуникативный процесс как производство и распространение дискурсов (дискурсивных сообщений). При этом, согласно С. Холлу, различные аспекты социальной реальности организованы в дискурсивные поля, которые состоят из иерархически структурированных доминирующих или предпочитаемых значений, посредством которых осуществляется кодированное коммуникативное воздействие на аудиторию. Процесс декодирования коммуникативных сообщений со стороны аудитории, по мнению

С. Холла, осуществляется с трех разных позиций. Доминантно-гегемоническая позиция предполагает принятие того значения информационного сообщения, которое было закодировано его авторами и которое отражает доминирующее (глобальное) определение тех или иных ситуаций. Вторую позицию С. Холл называет договорной (negotiated) позицией. Декодирование сообщений в рамках данной позиции содержит как адаптивные, так и оппозиционные элементы. Иными словами, реципиент сообщения признает гегемонические определения ситуаций глобального и более абстрактного масштаба, тогда как по частным, конкретным вопросам / ситуациям он имеет собственное мнение. Третья позиция – оппозиционная, при которой декодирование сообщений происходит в полностью противоположном ключе, например, выражение «национальные интересы» интерпретируется как «классовые интересы» [3]. Собственно, оппозиционная позиция, о которой писал С. Холл, это и есть позиция «семиотического партизана» У. Эко.

Каким же образом осуществляется оппозиционное декодирование сообщений? По мнению М. де Серто, для сил, которые доминируют в обществе, характерно использование стратегий сродни тем, которые реализуются в ходе военных операций. В противоположность этому те, кто обделен властью, используют различные тактики, не будучи в состоянии напрямую противостоять давлению обладателей властных ресурсов, применяя для этого различные «подручные средства» и «хитрые трюки». М. де Серто пишет: «зримая победа испанских колонизаторов над индейскими народностями приобрела иной смысл благодаря тому, как она была “использована” индейцами: даже тогда, когда они подчинялись, когда соглашались признать свое подчинение, они часто использовали законы, практики или репрезентации, навязывавшиеся им силой или через соблазн, с целями, отличающимися от целей завоевателей. Индейцы делали из них нечто иное: они выворачивали их наизнанку – не отталкивая или изменяя их (хотя и это имело место), но используя их множеством разных способов и ставя на службу правилам, обычаям или убеждениям, чуждым колонизаторам, власти которых они не могли избежать... Они оставались другими внутри системы, которую ассимилировали и которая ассимилировала их снаружи. Они вносили в нее искажения, не выходя за ее пределы» [4, с. 103-104]. Другим показательным примером «тактики слабых» является манипулирование культурой и языком, которые навязываются элитами, через процесс ее «популяризации» и «деградации» [4, с. 104-105].

Теоретик массовой культуры Дж. Фиск, отталкиваясь от идей М. де Серто и У. Эко, пишет, что поп-культура всегда является частью властных отношений и содержит в себе следы «постоянной

борьбы между... военной стратегией и партизанской тактикой... Сущностью партизанской войны, применительно к сфере поп-культуры, является ее нескончаемость. Несмотря на почти два века капиталистических отношений, подчиненные культуры существуют и непреклонно отказываются быть инкорпорированными...» [5, р. 19]. По мнению Дж. Фиска, рассматривать массовую культуру следует через призму властных отношений, анализируя тактику борьбы, уклонения и сопротивления доминирующим силам [5, р. 20]. Им же было введено и понятие «семиотической демократии» для обозначения ситуации, в которой реципиенты коммуникативных сообщений свободно могут использовать культурные символы в качестве ответа на воздействие со стороны медиа, т.е., по словам самого Фиска, это ситуация «делегирования производства значений... аудитории» [6, р. 236]. В качестве дополняющей идеи к концепту «семиотической демократии» американский исследователь С.К. Катъял предлагает теорию «семиотического неповиновения» (semiotic disobedience), которая тем не менее в большей степени используется ею для анализа символических актов гражданского неповиновения и борьбы индивидов против корпораций [7].

Анализируя идеи С. Холла, российский исследователь Е.Г. Дьякова пишет, что «появление Интернета и формирование виртуального пространства создали ситуацию, когда сложные теоретические построения основоположника “культурных исследований” обрели непосредственную наглядность благодаря интерактивному характеру нового средства коммуникации. Интернет дал возможность получателям посланий, которые располагают достаточной культурной компетентностью, осуществлять семантическую герилью в публичном виртуальном пространстве форумов, чатов и блогов. Теперь любой отправитель “закрытого” послания, закодированного в соответствии с гегемонистским культурным кодом, может напрямую столкнуться и с переговорным, и с радикально-оппозиционным декодированием этого послания» [8, с. 218]. Действительно, пространство сети Интернет превратилось в последние годы в благодатное «поле» для сбора эмпирического материала, связанного с тактиками семиотической герильи.

Мы использовали концепт семиотической герильи для рассмотрения того, как пользователи Рунета декодируют (деконструируют) образ г. Екатеринбурга, конструируемый и продвигаемый местными элитами. Для исследования были проанализированы форумы на портале www.e1.ru («Екатеринбург Онлайн»); среднесуточная аудитория портала – более 420 тыс. уникальных посетителей в будние дни, 82 % из них – жители Екатеринбурга и области), отвечающие критерию описания представлений о городе, за период с 2010 по 2013 гг.

Исследование показывает, что тактика семиотической герильи разнообразна. Наиболее примитивной тактикой является, в частности, тактика оппозиционных ярлыков. Как правило, пользователи Рунета, использующие эту тактику, символически «приклеивают» к образу города негативно-окрашенные ярлыки, не утруждая себя при этом какими-либо обоснованиями:

«Колосс на глиняных ногах» (www.e1.ru, дата отзыва: 29 августа 2013 г.).

«Екатеринбург – страшный город...» (www.e1.ru, дата отзыва: 3 мая 2012 г.).

«Унылая, серая, проклятая экомойка» (www.e1.ru, дата отзыва: 24 января 2010 г.).

Более продвинутой является тактика проблематизации отдельных аспектов городской среды (грязь, транспортные проблемы, плохая экология, криминал, плотная / точечная застройка и пр.). В отличие от тактики приклеивания ярлыков в этом случае радикально-оппозиционная риторика пользователей Рунета, по крайней мере, апеллирует к спектру городских проблем Екатеринбурга, за счет чего и происходит деконструирование продвигаемого городскими властями образа «столицы Урала»:

«... пыль, грязные улицы..., низкое качество воды в водопроводе» (www.e1.ru, дата отзыва: 11 июня 2013 г.).

«... дикие маршрутки, которые носят всегда с превышениями скорости и нарушениями всевозможных ПДД. Да и комфорт передвижения в таком транспорте стремится к нулю... Постоянно играют в перегонки, резко тормозят, гоняют на высоких скоростях» (www.e1.ru, дата отзыва: 24 июня 2013 г.).

«... большое количество уродливых и однообразных стеклянных фасадов новостроек... застройка в микрорайонах уплотняется» (www.e1.ru, дата отзыва: 4 сентября 2013 г.).

Следует отметить, что семиотическая герилья, использующая риторику проблем города, имеет вполне прагматичную цель в виде дискредитации местных властных органов. Тактика проблематизации неизбежно трансформируется в обвинительную риторику неэффективности местных властей, которые не могут обеспечить должную чистоту, навести порядок в дорожно-транспортной сфере, сфере ЖКХ и т.д.:

«... я люблю этот город. Но временами ненавижу... Ненависть, скорее, относится к нашим властям – ненавижу за отвратительные дороги..., за грязь и неработающую систему стоков канализации, за разрушение памятников..., за постоянные опрессовки и прорывы водопровода..., за наших политиков местных, которые ни за что не отвечают, но ведут себя как цари» (www.e1.ru, дата отзыва: 29 августа 2013 г.).

В последние годы в политико-властном дискурсе как на местном, так и на федеральном уровнях (в частности, в крупных общероссийских печат-

ных изданиях [9]), осуществляется активное позиционирование Екатеринбурга как места проведения крупных и знаковых мероприятий (встреч глав государств России и Германии, саммитов ШОС и БРИК, промышленных выставок «Иннопром»); кроме того, ожидалось, что Екатеринбург выиграет право проведения и всемирной выставки «ЭКСПО-2020»). Естественно, этот аспект конструирования образа города не мог остаться вне поля зрения «семиотических партизан», убежденных в нецелесообразности проведения в городе мероприятий подобного рода. Радикально-настроенными Интернет-дискуссантами активно используется тактика обоснования неразумности, включающая в себя суждения о том, что крупные мероприятия отвлекают имеющиеся ресурсы от решения более насущных проблем городской среды – ремонта дорог, строительства метро и детских садов, решение проблем грязных улиц, ЖКХ и т.д.:

«... Экспо-2020 – действительно проблема для горожан Екатеринбурга. И среди думающих жителей города перспектива проведения выставки в нашем городе вызывает сплошь негативные эмоции... Нам садики нужны, дороги, новые школы, мосты через Исеть, КАД, современные скоростные трамваи-троллейбусы-автобусы, а нам предлагают построить десятки выставочных навильонов каждый стоимостью как проклятый выставочник на Россельбане. И еще говорят: так давайте проведем Экспо-2020 у нас, тогда построим в городе дороги и мосты и метро. Позвольте спросить... : “А без Экспо-2020 вы не можете всё это построить в нашем городе? Обязательно нужно мероприятие, чтобы потратить деньги на граждан своей страны?”» (www.e1.ru, дата отзыва: 24 июня 2013 г.).

В символическом позиционировании Екатеринбурга существенный акцент делается на социокультурном капитале города и развитии его человеческого потенциала. Официальная риторика, оперирующая понятиями «третья столица», «столица Урала» и «неофициальная евразийская столица», подспудно конструирует и желаемый образ жителя города, соответствующий столичному статусу Екатеринбурга. Радикально-оппозиционное прочтение подобных сообщений, в свою очередь, использует уже упоминавшуюся тактику проблематизации, направленную на демонстрацию несостоятельности того образа жителя «столицы Урала», который активно продвигается городскими властями. В основном, участники Интернет-обсуждений проблематизируют низкий культурный уровень и надменность жителей Екатеринбурга:

«У меня вот каждый день во дворе заседают. Я их называю “Быдло-клуб”. Пиво-водка, сигареты, мат, драки в ассортименте. Сейчас вот опять сидят» (www.e1.ru, дата отзыва: 26 июня 2013 г.).

«...меня огорчает просто низкий уровень воспитания и культуры: мат в общественных местах,

нагадить или выбросить мусор в подъезде или на улице не считается зазорным, ну и т.д.» (www.e1.ru, дата отзыва: 25 января 2013 г.).

«...много понта не по делу стало у жителей Екатеринбурга в последнее время, с ровного места синдром столичных жителей развился. Хотя, разобратся, откуда? Такая же провинция, как и вся Россия» (www.e1.ru, дата отзыва: 5 сентября 2013 г.).

В заключение рассмотрим еще один аспект образа Екатеринбурга, который иллюстрирует любопытную особенность семиотической герильи в отношении образа города. Судя по всему, наиболее болезненную реакцию у пользователей Рунета вызывают те составляющие образа Екатеринбурга, которые наиболее активно представлены в доминирующих дискурсах. В ходе исследования мы обнаружили, что, скажем, тема туристической привлекательности Екатеринбурга, в продвижении которой городские власти – по объективным историко-географическим причинам – не столь деятельны, не встречают активного символического сопротивления со стороны пользователей Рунета. Хотя, справедливости ради, нужно признать, что комментарии радикально-оппозиционного характера встречаются и по этому поводу, но носят они, как правило, единичный характер и не содержат явной обвинительной риторики в адрес местных властей:

«Что у нас есть интересного? Ганина Яма, Храм на крови? Сплошной негатив от этих “плясок на костях”... Плотинка – центр производства окултуренный... Камни? Помилуйте, малахит из Заира везде... Обычный серо-стеклянно-бетонный населенный пункт, коих много по стране.....» (www.e1.ru, дата отзыва: 4 мая 2012 г.).

Таким образом, применение концептуальной рамки теорий, использующих метафору «партизанской войны», представляется плодотворным для исследований различных материалов Интернет-обсуждений. Судя по проведенному исследованию, для деконструирования продвигаемого властными органами образа Екатеринбурга оппозиционно-на-

строенные участники Интернет-форумов используют тактики оппозиционных ярлыков, проблематизации и обоснования неразумности. Кроме того, исследование показало, что тактики символического сопротивления более широко используются в отношении тех составляющих образа города, которые активнее продвигаются городскими властями.

Литература:

1. Eco U. Towards a Semiological Guerrilla Warfare // Faith in Fakes: Essays. – London: Secker and Warburg, 1986. – P. 135-144.
2. Eco U. A Theory of Semiotics. – Bloomington: Indiana University Press, 1976. – 354 p.
3. Hall S. Encoding and Decoding in Television Discourse // The cultural studies reader / S. During (Ed.). – London: Routledge, 1993. – P. 90-103.
4. де Серто М. Изобретение повседневности. 1. Искусство делать / Пер. с фр. Д. Калугина, Н. Мовниной. – СПб.: Изд. Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2013. – 330 с.
5. Fiske J. Understanding Popular Culture. – London: Unwin Hyman, 1989. – 206 p.
6. Fiske J. Television Culture. – London: Methuen, 1987. – 353 p.
7. Katyal S.K. Semiotic Disobedience // Washington University Law Review. – 2006. – Vol. 84. – № 3. – P. 489-571.
8. Дьякова Е.Г. К вопросу о декодировании доминантного культурного кода: «семантическая герилья» в пространстве Рунета // Научный ежегодник Института философии и права УрО РАН. – 2007. – Вып. 7. – С. 215-223.
9. Бурганова Л.А., Везнер Л.Н. Город как «медийная реальность»: образ российского города в печатных СМИ (на примере г. Екатеринбург) // Вестник Казанского технологического университета. – 2013. – № 19. – С. 336-340.

Semiotic Guerilla in Virtual Space: Deconstruction of the Image of Yekaterinburg by the Internet Users

L.N. Vezner
Ural State University of Mining

The paper dwells upon the theories interpreting discursive struggle in the symbolic space in terms of “guerilla”. The author interprets the main tactics of deconstruction of dominant image of Yekaterinburg based on the stated theories.

Key words: semiotic guerilla, image of the city, Internet-discussions, Yekaterinburg.