

Юмор в Координационном Совете российской оппозиции: коммуникативные стратегии в политическом дискурсе



Исследование посвящено изучению юмора как коммуникативной стратегии политического дискурса и средства репрезентации политических проблем. В работе раскрывается роль юмора в выступлениях российских оппозиционеров – членов Координационного совета российской оппозиции. В ходе исследования выясняется, что представляет собой этот юмор, на кого и на что он направлен. Основным методом анализа данных является качественно-количественный контент-анализ. Баз данных в данном исследовании три: микроблог «Твиттер», блог «Живой Журнал», сайт Координационного Совета российской оппозиции, в котором размещены стенограммы заседаний КС.

Члены Координационного Совета во время проведения заседаний часто применяют в своих речах юмор. Это проявляется в разнообразных формах и на нескольких площадках. Так, оппозиционеры предпочитают параллельно с присутствием на заседании, активно использовать социальную сеть «Твиттер».

Происходит это для того, чтобы оповещать заинтересованных в оппозиционной деятельности людей, о том, что происходит непосредственно на заседании. Таким образом, можно говорить о возникновении такой практики, как твиттер-трансляция заседаний членами Координационного Совета.

Кроме того, к своей трансляции в «Твиттере» оппозиционеры зачастую добавляют юмористический компонент. В подавляющем большинстве случаев данный юмор носит саркастический и иронический характер. Однако на заседаниях при выступлениях члены КС также используют юмор. Происходит это в два раза реже, чем в «Твиттере», но его характер остается тем же. Таким образом, «Твиттер» дает больше возможностей оппозиционерам высказывать свое личное мнение, наиболее эмоционально окрашенное. Кроме того, «Твиттер» «оборудован» различными техническими приспособлениями, которые обеспечивают высокую скорость и эффективность доносимого сообщения до реципиента.

Помимо этого, оппозиционеры активно используют блог-платформу «Живой Журнал», которая помогает им передавать свои мысли в массы. Юмор на этой площадке достаточно серьезно отличается от предыдущих двух. В основном он – агрессивный, направленный друг на друга, носящий отрицательную тональность.

Результаты эмпирического исследования также свидетельствуют о том, что не смотря на то, что данную разрозненную оппозицию свел вместе общий враг в лице президента РФ и партии власти, предметом шуток становятся совсем не он. В основном, члены КС строят свои юмористические высказывания, чтобы пошутить, а точнее сказать, высмеять своих коллег. Это говорит о том, что скоординированная оппозиция имеет множество противоречий, которые не дают им стать одной единой мощной политической силой. Данное замечание доказывает тот факт, что шутка выполняет функции демонстрации негодования и усиления эффекта доносимой мысли. Таким образом, мы понимаем, что оппозиционеры пытаются «бороться» за признание своих идей путем использовании шутки как коммуникативной стратегии.

В процессе проведения исследования, Координационный Совет российской

оппозиции прекратил свое существование. Все это говорит о том, что политика Координационного Совета изначально велась неправильно. В полной мере не было выполнено ни одной из существующих социальных функций юмора. Юмор не стал тем действенным оружием, который необходим оппозиции при противостоянии с подавляющим режимом. Изучаемые политические деятели неправильно использовали свои возможности. В результате, получилось, юмор оппозиционеров стал коммуникативной стратегией по разрушению КС.

Полученные данные могут использоваться для объяснения особенностей функционирования российского гражданского общества и политической оппозиции. Вероятно, выводы, полученные в ходе данного исследования, могут быть полезны для членов современных российских протестных движений. Чтобы понимать, в каком русле строить свою политическую деятельность, полезно знать, какие механизмы могут помочь, а какие наоборот навредить.

Магистр социологии НИУ ВШЭ Нестеренко Алёна Владимировна

Программа [«Социология публичной сферы и социальных коммуникаций»](#)



**МАГИСТЕРСКАЯ
ПРОГРАММА**

**СОЦИОЛОГИЯ
ПУБЛИЧНОЙ СФЕРЫ
И СОЦИАЛЬНЫХ
КОММУНИКАЦИЙ**

