

**Д. Г. Смирнов**

Смирнов Дмитрий Григорьевич (Иваново, Россия) — доктор философских наук, заведующий кафедрой философии Ивановского государственного университета. Email: dissovet\_212@mail.ru

## МОНУМЕНТ «РОДИНА-МАТЬ ЗОВЁТ!» В СИСТЕМЕ ПОЛИТИЧЕСКОЙ МОДЫ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ<sup>1</sup>

*Статья посвящена теории и практике семиозиса — возникновения и функционирования знаковых единиц — в российской символической политике. В первой части статьи осуществляется проблематизация семиозиса из пространства экономического дискурса через концепты «символ-как-товар» и «символ-как-знак». Во второй части анализируются кейсы семиозиса образа «Родина-мать зовёт!» в отечественной политической семиосфере. В результирующей части статьи автор фиксирует кризисный характер символической политики современной России, характеризующейся приматом экономической (полит-экономической) семиотики над патриотической.*

Ключевые слова: «Родина-мать зовёт!», символическая политика, символ-как-товар, символическая монетизация, «патриотическая семиотика», «консьюмеристская семиотика»

**D. G. Smirnov**

Dmitry Smirnov (Ivanovo, Russia) — Doctor of Sciences (Philosophy), Head of the Philosophy Department, Ivanovo State University. Email: dissovet\_212@mail.ru

## MONUMENT «MOTHERLAND CALLS!» IN THE POLITICAL FASHION SYSTEM OF MODERN RUSSIA

*The article is devoted to the theory and practice of semiosis in Russian symbolic politics. In the first part of the article genesis and functioning of symbolic units are problematized in the economic discourse context through the concepts «symbol-as-goods» and «symbol-as-sign». The second part deals with the semiosis cases of the image «Motherland Calls!» in the Russian political semiosphere. Summing up the author fixes the crisis character of the symbolic policy of modern Russia, characterized by the primacy of political-economic semiotics over the patriotic one.*

Keywords: «Motherland Calls!», symbolic politics, symbol-as-goods, symbolic monetization, «patriotic semiotics», «consumer semiotics»

Разговор о смешении форм и способов выразительности советских символов в рамках современной российской символической политики как никогда актуален. Он включается в контекст дискурса моды, разворачивающийся в настоящее время из чисто культурологической плоскости в плоскость политологическую. В первую очередь (помимо тривиальных «представительской» [25] и лингвистической [17] линий пересечения мира моды и политики) обращают на себя проблемы

соотношения моды и актуальности [14], помещенные в пространство символической политики. Мода на советское особенно отчетливо заявила о себе именно в политической сфере. В этом контексте регулятивом следует признать следующий тезис, раскрывающий природу «модничанья»: «Не всегда то, что модно, — актуально, и не всегда то, что актуально, — модно. <...> Мода меняется быстрее, чем актуальность. <...> Мода проходит, — актуальность остаётся» [14, с. 136]. Немного перефразировав автора, заметим, что соотношение моды и актуальности — важный индикатор состояния символической политики, ее адекватности или неадекватности.

1. Публикация выполнена в рамках поддержанного РФФИ научного проекта № 15-03-00010 «Символ ‘Родины-матери’ в символической политике современной России»

50-летие монумента «Родина-мать зовёт!» Е. В. Вучетича — очередной повод обратить внимание на теорию и практику ресемiotизации, во многом определяющую содержание как отечественной культуры в целом, так и символической политики в частности. В центре внимания статьи — определенная корреляция (соответствие) между изменением форм и способов семиотической трансляции монумента «Родина-мать зовёт!» и значением соответствующего образа, формируемого сторонним интерпретатором. Связь (отношение) между формой / способом репрезентации символа и кодом его интерпретации или понимания представляется исключительно важным эпистемологическим аспектом символической политики. Предмет настоящей статьи — праксиология обращения к монументу «Родина-мать зовёт!» и его семиотическим производным в пространстве символической политики современной России. Цель исследования заключается в определении когнитивных координат использования монументального высказывания, стоящего за монументом «Родина-мать зовёт!» в политической семиосфере современной России, различными акторами. Вместе с тем, разговор о теории и практике включения монумента «Родина-мать» в символическую политику современной России напрямую связан с определением специфики семиозиса в российской политической семиосфере, влияющей, в свою очередь, на методологические координаты настоящего исследования.

#### **Символ как товар: причины и следствия**

Каждый памятник имеет свой жизненный цикл. Монумент «Родина-мать зовёт!» на Мамаевом кургане — не исключение. Философ или культуролог, наверное, сказал бы, что подобные монументальные символические высказывания, коим, без всякого сомнения, является весь мемориал в целом, существуют вне времени (хотя, при этом, к нему обязательно апеллируют). И если бы речь шла лишь о символе, то такая исследовательская позиция была бы вполне приемлема. Однако, общество всеобщего потребления, современный капитализм, изначально развивавшийся именно как символическая деятельность [26, с. 133], закономерно превращает символ в товар [4].

В этом контексте, на наш взгляд, целесообразно, обратившись к тренду, наметившемуся в ряде экономических исследований [2; 11; 16], развести понятия жизненный цикл символа как знака и жизненный цикл символа как товара. В рамках экономического дискурса под жизненным циклом товара понимают «период времени, в течение которого товар пользуется спросом и приносит доход» [6, с. 26]. Применительно

к жизненному циклу товара принято выделять четыре основных стадии жизни и развития товара: внедрение — рост — зрелость — спад (уход) [11, с. 109].

В контексте символической политики жизненный цикл символа-как-товара может быть определен как *период времени, в течение которого символ пользуется внутренним социокультурным спросом и эффективно применяется различными акторами символической политики в собственных целях*. Доход от использования того или иного символа можно отождествить с политическими дивидендами. В этом случае жизненный цикл символа-как-товара вполне укладывается в указанные выше основные стадии, завершая свой жизненный путь своеобразным «семиотическим забвением». «Семиотическая годность» символа-как-товара определяется, на наш взгляд, двумя его свойствами (показателями) — аффективностью (эмоциональным наполнением) и когнитивностью (конкретно-историческим содержанием). При этом наиболее экономически и политически эффективными символами-как-товарами оказываются те, в которых «когнитивность глубоко аффективна», иными словами конкретно-историческое содержание подкрепляется ярким эмоциональным наполнением.

Заметим при этом, что годность современных символов-как-товаров задается преимущественно когнитивной составляющей, ибо они не имеют ярко выраженной чувственной эмоциональности (проживаемости) для новых поколений семиотических потребителей. (Этим, с нашей точки зрения, и определяется низкая семиотическая годность и относительно короткий жизненный цикл символов-как-товаров современной отечественной семиосферы.) Происходит своеобразная монетизация аффективной составляющей символа-как-знака (против которой протестует определенная часть адресантов символической политики), которая сводит статус символа до уровня сигнала (trade mark), переводя семиотическое производство в систему «спроса и предложения», где главную скрипку играет как раз последнее. Как следствие на месте богатой символической политики возникает скудная политическая сигнализация [8], довольно таки слабо влияющая на политическую семиосферу.

Жизненный цикл символа-как-знака следует трактовать как *период времени, в течение которого означаемая сторона символа востребуется и семиотически воспроизводится в определенной семиосфере*. Здесь особую роль играет потребность (не имеющая при этом экономической составляющей) в символе-как-знаке. Это

хорошо видно, на наш взгляд, на примере коммеморативных практик, в которые так или иначе включены эти символы. Подобная потребность носит устойчивый характер и связана, по нашему убеждению, с защитными механизмами общественного и индивидуального сознания. (Заметим здесь, что сознание нуждается в разноразмерных знаковых элементах. Вместе с тем, уровень сознания как раз и определяется сложностью используемых знаковых единиц, иерархия которой может быть условно представлена линией «сигнал — знак — символ», где каждое последующее звено обогащается усиливающимся эмоциональным наполнением, теснящим когнитивное содержание.) Любое (в том числе и непатологическое) сознание нуждается в аксиологических (чувственно-эмоциональных) регулятивах, роль которых и выполняют символы. Этот целе-ценностный момент как раз и отличает символы-как-знаки, для которых не может быть неценностных целей. В этом одновременно сила и слабость семиосфер, ориентированных на символы-как-знаки: они более устойчивы, но менее гибки. Создание и воспроизводство символических комплексов, обладающих выраженным целе-ценностным посылом, — результат работы устойчивого (культурно наследуемого) механизма сознания, содержательно определяемым набором архетипов индивида и общества.

В нашей концепции символ-как-знак «рождается» прежде всего аффективно, является результатом эмоционального потрясения, проживания (очного или заочного) того или иного конкретно-исторического момента, тогда как символ-как-товар «приобретается» по факту включенности (вольного или невольного) в определенное семиотическое пространство. При этом один и тот же знаковый артефакт для одной части адресантов может выступать в качестве символа-как-знака, тогда как для другой — символа-как-товара. Современная западноевропейская модель капитализма в силу своей механистической природы все превращает в товар, утверждая, что все покупается и продается [9]. Современная российская культура, ступив на этот монетаристский путь, тем не менее, пока еще сохраняет «коммунистические» черты.

#### **Капитализация патриотизма: когнитивные основания современного российского семиозиса**

Современная отечественная семиосфера в отличие от европейских и американских аналогов, будучи семиотически конформной, пока еще противится консьюмеризации как символического пространства в целом, так и символической по-

литики в частности. Имеет место своеобразное столкновение семиотик: в нашем случае в конфликт вступают «патриотическая семиотика» и «консьюмеристская семиотика» как крайняя форма семиотики экономической.

В теоретико-методологическом отношении нам ближе взгляды Р. Барта [3] — апологета этического отношения к знакам [7, с. 5], который, как показывают исследователи его наследия, последовательно «разоблачал идеологические иллюзии общества потребления» [7, с. 7]. Так, для «консьюмеристской семиотики» оказывается характерен «политический взгляд на знак», а «патриотическая семиотика» строится на доминанции «этического взгляда на знак».

Основная проблема, с которой сталкиваются, на наш взгляд, современные бренд-мейкеры, и которую они не в силах решить, заключается в непонимании моделей семиозиса конкретных семиотических артефактов. Последняя во многом определяется (задается) диахронной ориентацией современной отечественной семиосферы, заключающейся, по нашему мнению, в темпоральном несоответствии означаемого и означающего. В терминологии Р. Барта исследуемое несоответствие предстает в виде «соотношения дискретного знака и континуального образа» [см.: 7, с. 26].

Для лучшей иллюстрации этой идеи обратимся к концепции Р. Кобба и Ч. Элдера, основания которой были изложены в работе «The Political Uses of Symbolism», вышедшей в США в 1973 году [1], а на русском языке изданной в виде статьи лишь в 2009 году [13]. Разработанный авторами подход определяет политические символы как «социально значимые объекты индивидуального восприятия» [13, с. 131], а ключом к пониманию той роли, которую они играют в политике, «являются способы индивидуальной идентификации при помощи символов» [13, с. 133]. Отправной точкой их размышлений, которые близки и нам, становится тезис о том, что для оценки потенциала политических образов, необходимо учитывать три составляющих символа: когнитивное содержание, валентность и системную значимость [13, с. 132].

Заслуживающими внимания в контексте нашего исследования являются размышления авторов по поводу когнитивных и аффективных компонентов политического символа, которые собственно и ответственны за поведенческую реакцию, вызванную последним. Р. Кобб и Ч. Элдер приводят релевантную для нашей концепции типологию символических ориентаций, указывая при этом, что «модель соотношения аффективных и когнитивных компонентов политических

символов остается в восприятии конкретного человека неизменной по отношению ко всем по-

литическим символам, принадлежащим к определенному политическому сектору» [13, с. 135].

### Типология символических ориентаций по Р. Коббу и Ч. Элдеру

	АФФЕКТИВНОСТЬ / ВАЛЕНТНОСТЬ политического символа		
	высокая	низкая	
КОГНИТИВНЫЙ КОМПОНЕНТ, ассо- циируемый с полити- ческим символом	<b>I</b> <b>идеологический</b>	<b>II</b> <b>прагматический</b>	явно выражен
	<b>III</b> <b>реактивный</b>	<b>IV</b> <b>апатетический</b>	слабо выражен

Как мы видим, авторы сосредотачивают свое внимание на ситуации, когда мера аффективного и когнитивного для конкретного знака или символа остается величиной постоянной. Как нам представляется, это может произойти только в том случае, когда когнитивное содержание и валентность, задающие, как следствие, системную значимость, возникают синхронно, формируются у интерпретатора «одновременно» (в рамках конкретного акта восприятия). В этом отношении классификация символических ориентаций довольно-таки верно описывает модели отношения акторов символической политики к знакам и образам. Мы же имеем дело с иной ситуацией: аффективная и когнитивная составляющие означającego разведены во времени. Иными словами, валентность предшествует когнитивному содержанию (если, конечно, мы имеем в виду не поколение ВОВ, а целевую аудиторию современной символической политики). Вполне возможен и иной вариант (в том числе применительно и к монументу «Родина-мать зовет!»), когда когнитивное содержание, будучи первичным, формирует валентность соответствующего знакового артефакта.

Отсутствие семиотической симультанности в восприятии знака как целостности заведомо обрекает на провал все попытки ресемиотизации того или иного символа, в том числе и монумента «Родина-мать зовет!». Очевидно, именно этим и объясняется «антиисторичное» желание властных структур получить новый бренд (символ) города и региона. И одновременно, настороженная позиция старшего и младшего патриотически-настроенного поколений, отторгающих разнообразные версии ресемиотизации памятника.

Вместе с тем классификация символических ориентаций показывает, что снижение валентности знака в целом обесценивает его в рамках политического дискурса (как это, например, происходит в случае с апатетическим типом символических ориентаций, либо низводит до утилитарного, прагматического, уровня). Иными словами, символ либо вовсе перестает быть значимым, превращаясь в нулевой знак, либо оказывается востребованным лишь как товар. Последний вариант, как нам представляется, и имеет место в настоящее время.

В нашем понимании, политика ресемиотизации, проводимая в отношении монумента и символа «Родина-мать» в рамках консюмеристского тренда обречена на провал. Во многом это обуславливается тем фактом, что «...содержание товаров и услуг больше не является порождением "объективных нужд" производителей или клиентов, — сигналы и знаки довлеют над процессом» [26, с. 133]. Метафорически семиотический смысл этого тезиса может быть передан так: мы как потребители не нуждаемся в знаках, знаки формируют нас как потребителей.

Использование семиотических производных монумента «Родина-мать зовет!» широко распространено в рамках товарного дискурса. Это, скорее всего, объясняется семантическими моментами, как их представляют творцы новой рекламы. Узнаваемый символ, с их точки зрения, обращается к «архетипическим» структурам памяти, что обеспечивает выстраивание новой устойчивой ассоциативной цепочки. Нельзя здесь отбрасывать и определенную роль антисоветского («антисовкового») компонента современного молодежного сознания, коль скоро целевой аудиторией подобной рекламы зачастую становится именно молодое поколение, для которого

сам монумент, по преимуществу, — не более чем памятник, лишенный коммеморативных коннотаций (когнитивного содержания).

Российская символическая политика знает немало примеров подобного семиозиса, наглядно демонстрирующих промежуточные итоги «редуцированной семиотики». Приведем пример.

«За окнами весенний лес летит, / Я еду в ленинградской электричке. / Напротив меня девочка сидит / С георгиевской ленточкой в косичке. / Сегодня эту ленточку носить / На сумке можно, можно — в виде брошки, / Но я прекрасно помню и без лент, / Как бабка не выбрасывала крошки»<sup>2</sup>. Эти строки получили широкую известность в 2011 после выхода в свет первого альбома Игоря Растеряева «Русская дорога». На наш взгляд, автор очень точно передал (помимо прочего) суть конфликта патриотического и утилитарного. Ношение георгиевской ленты было и остается символом-коммеморацией исторической памяти, способом идентификации себя с определенной культурной традицией. Вместе с тем и историческая память? и идентичность могут воспроизводиться и без обращения к подобному «знаку отличия» (товарному знаку). Вот здесь и обозначает себя тонкая грань между символом-как-знаком и символом-как-товаром (в широком смысле термина товар). Востребованность георгиевской ленты всеми без исключения обезценивает ее как форму идентификации, что многократно усиливается способами ее ношения, низводящими сакральные коннотации до профанных ассоциаций. Активное обращение к этому символу непосредственно в сфере продаж (например, алкогольной продукции, парфюмерии и т.п.) редуцирует ее символический потенциал, а его перманентное воспроизведение способствует девальвации исходного смысла (означаемого).

С нашей точки зрения, ресемiotизация артефактов советского прошлого осуществляется в контексте символической политики бессистемно, оказываясь затянутой в водовороты разнородной российской семиосферы, что приводит, порой, к ее неприятию населением [24]. Вместе с тем уже обнаруживаются признаки некоторой семиотической самоорганизации. Здесь важно подчеркнуть, что с экономической точки зрения интеграцию жизненного цикла товара поддерживают стандартизированные требования, нормы и правила [16, с. 98]. Возможно, в соответствии именно с этой логикой Всероссийское общественное движение «Волонтеры победы» в преддверии

очередных мероприятий, приуроченных в 2017 году ко Дню Победы выступило с инициативой унификации требований к ношению георгиевской ленточки<sup>3</sup>.

Для нас представляется важной сама идея формального семиотического самоограничения



Илл. 1. «Носи георгиевскую ленточку правильно»

(семиотической аскезы), увязанная с содержательной стороной дела — историей и патетикой самого знака отличия. Это отнюдь не отменяет, на наш взгляд, консюмеристской природы семиозиса георгиевской ленты: последняя «нуждается» в нас для воспроизводства себя как символа (пусть и не совсем благовидным способом). Вместе с тем, налицо своеобразное формирование «системы моды» применительно к отдельным символам, так или иначе используемых в символической политике.

Пример георгиевской ленточки, на наш взгляд, убедительно показывает, что семиотические опыты над историческим наследием и попытки смешения патриотического и консюме-

2. Георгиевская ленточка. URL: <http://www.igorrasteryaev.ru/texts/7>

3. В России ужесточили правила ношения георгиевских ленточек. URL: <http://www.infpol.ru/news/society/126684-v-rossii-uzhestochili-pravila-nosheniya-georgievskikh-lentochek/>

ристского корректируются самой семиотической средой, в которой они реализуются. Запущенная семиотическая девальвация отдельных знаков приводит к возникновению своеобразных «защитных механизмов», предотвращающих «обнуление» соответствующих символов и артефактов.

#### «Родина-мать зовет!»: означаемое versus означающие

Пространство субстрата символической политики современной России обширно и достаточно разнообразно; в нем присутствуют символы различных исторических эпох и разных уровней (мифологического и религиозного; светского и религиозного, местного, национального и универсального). Многообразие концептов укладывается в определенный спектр, который составляют, по крайней мере, три блока: предметный (сигнальный), образный (символьный) и личностный (знаковый). Представление об иерархии дискурса символической политики заставляет расположить названные выше блоки в определенной последовательности в зависимости от их системной значимости: предметный (сигнальный) — личностный (знаковый) — образный (символьный). Последний оказывается наиболее предпочтительным для целей символической политики.

Особая роль символа «Родина-мать» (вообще материнского образа, завязанного на этом символе, и собственно символа «Родина-мать зовет!») в теории и практике символической политики современной России является эмпирическим фактом [18; 19]. Его особая роль и когнитивно-семиотическая устойчивость определяются его включенностью в разные типы дискурса: национальный, этнический, военный, образовательный, демографический, гендерный [20]. Эта дискурсивная разнообразность предопределяет высокий по сравнению с другими семиотический статус соответствующего символа и образа.

Актеры современной символической политики, активно обращаясь к образам Родины-матери, нередко девальвируют ее как символ, как «эмоционально заряженную ссылку на миф» [15, с. 11]. В этих условиях существует опасность, что статус символа Родины-матери будет низведен практически до уровня простого знака (индекса или сигнала). В этом контексте представляется значимым обращение к потенциалу и «патриотической семиотике» монумента Е. Вучетича в рамках глобальной символической политики России.

Поводом к такой постановке проблемы стали несколько фактов. (Перечень подобных кейсов достаточно обширен. Мы остановимся лишь на наиболее показательных из них.) Первый — это уже давнишняя, датируемая 2012 г., инициати-

ва комитета молодежной политики и туризма и департамента зарубежных связей мэрии города Волгограда при поддержке Агентства развития туризма и Агентства культурных инициатив по замене «старого, отжившего свое» бренда территории на новый, который призван «изменить "кровавый" ракурс на мирный патриотизм»<sup>4</sup>. (По крайней мере, именно такую мотивацию содержит официальное заявление власти.) Второй — «апрельские тезисы» (2017 года) президента медиагруппы «Премия» Вячеслава Черепякина, суть которых может быть сведена к следующему: «... Мать-Родина как символ Победы — символ прошлого, а городу нужен символ будущего»<sup>5</sup>. Третий факт — это «семиотическое покушение» на монумент «Родина-мать», виртуально организованное предвыборным штабом А. Навального в городе Волгоград<sup>6</sup>.

Первые два кейса — во многом похожи: они демонстрируют общий тренд в рамках символической политики современной России, заключающийся в поиске «свежих» символов. Ввиду относительной семиотической бедности собственно постсоветской семиосферы, создание абсолютно новых символьных комплексов требует значительных материальных и нематериальных вложений. Этот факт во многом предопределяет тягу к ресемиотизации артефактов советского прошлого. Иными словами — стремление к изменению аффективного и когнитивного содержания символа и образа. Это подкрепляется и архетипической верой в то, что новое есть хорошо забытое старое. Интересно, что именно экономические мотивы «заточены» на будущее, отсылая к фьючерным ценностям — «экономические знаки и сигналы, по сути, это обещание ценности (гарантия выгоды)» [26, с. 134]. Так, например В. Черепякин свою позицию, очерченную выше, обосновал, в частности, тем, что хочет (от имени всех жителей города) видеть Волгоград в будущем: «богатым, мирным, глобальным, щедрым и красивым»<sup>7</sup>.

4. Гришин А. Родина-мать, прости нас за этих уродов! URL: <http://www.spb.kp.ru/daily/25993.4/2922635/>

5. Организатор «Бессмертного полка»: Родина-мать — символ прошлого, и его пора сменить. URL: [http://riac34.ru/news/80821/?PAGEN\\_3=2](http://riac34.ru/news/80821/?PAGEN_3=2)

6. Раскрашенная сторонниками Навального в фотошопе Родина-мать вызвала уголовное дело. URL: <http://www.mk.ru/politics/2017/05/12/raskrashennaya-storonnikami-navalnogo-v-fotoshope-rodinamat-vyzvala-ugolovnoe-delo.html>

7. Волгоградцы оскорблены предложением поменять «Родину-мать» на другую женщину. URL: <http://vlg-media.ru/society/volgogradcy-oskorbleny-predlozheniem-pomenjat-rodinu-mat-na-druguyu-zhenschinu-61897.html>

(Особо обратим внимание на иерархию целей-ценностей, принимаемую властным актором.) В свою очередь политические символы чаще всего обращаются к потенциалу прошлого, что объясняется их основной целью — легитимацией / делегитимацией власти. Они отсылают к патриотическим (в широком смысле) ценностям. Думается, что и в первом и во втором случаях сработал чисто экономический принцип [26, с. 131], немного скорректированный нами для социокультурного дискурса: если производство нового культурного сигнала в состоянии принести дополнительную выгоду, такое производство будет осуществлено, несмотря на временные трудности. Таким образом, если попытки ресемiotизации монументального высказывания «Родина-мать зовет!» принесут (или даже только сулят) своим авторам политические дивиденды, то они будут доведены до своего логического завершения, несмотря на сопротивление адресатов и возмущение региональной (и даже глобальной) семиосферы.

Подобное внедрение в естественный семиозис [5] может выглядеть оправданно лишь с консьюмеристской точки зрения, ибо новое брендирование монумента (к чему и подводят названные выше персоны и их команды), отсылая к позитивной истории, уходящей в будущее, открывает, как кажется креативным авторам, экономические и политические перспективы<sup>8</sup>. Такая позиция имеет свои основания и в защиту может привести показательные примеры. В частности, историю с гимном Российской Федерации, где также имеет место ресемiotизация, касающаяся содержательного наполнения артефакта. Но этот пример, скорее исключения из правил [23].

Итоги целеполагания, рассматриваемого ребрендинга, следует проецировать не только на ближнюю, но и на дальнюю перспективу. Если сиюминутные перспективы заманчивы и реально способны (в чем также есть определенные сомнения) принести конкретную пользу (как главное мерило консьюмеристского мировоззрения), то стратегический анализ не так позитивен. Следует констатировать, что здесь запускаются механизмы демифологизации (дегероизации) и, соответственно, деисторизации культуры, что в семиотическом плане предполагает изменение глубины проникновения в прошлое — его «обмеление». Это сопровождается интенсивной десакрализацией символического пространства не только региона, но и в целом семиосферы страны:

символ фактически лишается (для большинства адресатов) своей аффективной составляющей, которая во многом и обуславливает его устойчивость и системную значимость.

Третий кейс заслуживает особого внимания, ибо, с нашей точки зрения, являет собой пример того, что произойдет в результате демифологизации, десакрализации как составляющих современной символической политики. Несмотря на фейковый характер (ситуация имела место только в пространстве социальных сетей), семиотическое покушение на монумент «Родина-мать зовет!» проецирует фьючерные формы манипуляций с артефактами символической политики. Во главе угла оказалось, как нам представляется, именно действие с символом: адресаты, воспротивившиеся подобному обращению с сакральным образом, не провели семиотическую границу между самим монументом и его изображением. Иными словами, в данном случае монумент «Родина-мать зовет!» выступил в роли символа-как-знака для большинства адресатов и в роли символа-как-товара для адресантов этого «сообщения». Таким образом, отреагировавшая негативным образом региональная и многонациональная семиосфера, продемонстрировала свой еще не утраченный традиционалистский (патриотический) характер, выступив против консьюмеризации ближнего символического пространства.

Диахронность символа «Родина-мать зовет!» и изменившегося семиотического пространства, на наш взгляд, удачно продемонстрировано в фоторепортаже Виктории Рындиной<sup>9</sup>, неартикулированно задающей вопросом: «Какое же место уготовано монументу в строящейся семиосфере нового Волгограда?». (Хотя, конечно, содержательное наполнение материала выполнено, скорее в консьюмеристской манере.)

Останется ли он принадлежать советскому семиотическому пространству в виртуально-интеллектуальном измерении, охраняя и оберегая пока еще близкую сердцу россиянина историю возвышения Родины в борьбе не на жизнь, а на смерть.

Или, быть может, значимость означаемого монументом «Родина-мать зовет!» перекроется достижениями постсоветской архитектуры и затеряется среди тривиальных означающих современной российской культуры и быта.

Метафорически отечественная культура и выпестованное ей общественное сознание

8. См., напр.: Меч волгоградской «Родины-матери» символически перекуют в плут. URL: <http://www.ng.ru/news/581275.html>

9. Родина-мать, которую вы не знали. URL: <http://v1.ru/text/photoreport/327298964549632.html>



Илл. 2.

«Контраст величественного монумента  
и стареньких деревянных домов»

должны, в конечном счете, ответить на главный вопрос: «Что произойдет после столкновения символа Родина-мать зовет! с локомотивом инновационной символической политики?».

Заметим здесь, что в нашем случае, семиозис и процессы ресемиотизации включаются не



Илл. 4.

«Колоссальные размеры скульптуры из окна поезда»

только сам монумент (монументальное высказывание, соответствующий образ Родины-матери), но и его семиотические дериваты. При этом когнитивно-аффективные коннотации переносятся с оригинала на «виртуал» (производные) практически без потерь: в этом и просматривается образный характер концепта «Родина-мать», о котором речь шла выше. Конкретные акты теоретической ресемиотизации, приведенные нами, имеют отношение не столько к самому монументу (артефакту-означающему), сколько к символу (означаемому), отторгнутому, во многом искусственно, от своего материального носителя.

Пока локусы на семиотической карте России оставляют приоритет за «локомотивом»: по-



Илл. 3.

«Монументальная и прекрасна  
вне зависимости от места наблюдения»

литика оказывается выше истории, а патриотизм проигрывает консьюмеризму. Индивидуальное и общественное сознание «народного» актора символической политики усердно ищет все новые и новые («высокие»<sup>10</sup> и «низкие»<sup>11</sup>) формы использования потенциала «Родина-мать зовет!» (как, впрочем, и иных материнских символов) в дискурсе повседневности. Вместе с тем, оценки властных экспериментов над монументом, имеющих, в основном, развлекательную направленность, имеют неоднозначный характер. Так, критика приуроченной к традиционным майским мемориальным мероприятиям инсталляции на Мамаевом кургане имела и негативный оттенок: «многие жители выступили против разукрашивания Родины-матери в яркие цвета — в социальных сетях нередко стали сравнения этой инсталляции с вакханалией, недопустимой для памятника такого масштаба. По мнению волгоградцев, лазерное шоу на Мамаевом Кургане не нужно ни ветеранам, обогрившим эту высоту своей кровью, ни родственникам павших, приехавшим издалека, чтобы приложиться лбом к памятным плитам»<sup>12</sup>. Реакция на инициативу мягкого ребрендинга территории, связанного со сменой городского символа, также встречает непонимание и неприятие части общественности<sup>13</sup>.

10. Статуя «Родина Мать» прогонит из России статую Свободы. URL: <https://www.ridus.ru/news/65593>

11. В Волгограде лицом рекламы пива, водки и вина стала «Родина-Мать зовет». URL: <http://yug.svpressa.ru/accidents/news/147810/>

12. «Свет Великой Победы» в Волгограде собрал противоречивые отзывы. URL: <http://volga-kaspiy.ru/society/svet-velikoy-pobedy-v-volgograde-sobral-protivorechivye-otzyvy.html>

13. Волгоградцы оскорблены предложением поменять «Родину-мать» на другую женщину. URL: <http://vlg-media.ru/society/volgogradcy-oskorbleny-predlozheniem-pomenjat->



Как убедительно показывают исследователи рыночных механизмов, в экономически ориентированной парадигме управления развитием территории следует осознавать, что ценность символического актива, создаваемого в процессе реализации символической политики «...может немедленно исчезнуть в случае несоблюдения ими [акторами символической политики — Д. С.] своих обязательств» [26, с. 129]. Думается, что кейсы, приведенные выше, содержат намеренное или необдуманное игнорирование своеобразного историко-семиотического императива, требующего взаимной адекватности (когнитивной синхронности) знака и его семиотической среды, в угоду экономическому императиву, ставящему во главу угла выгоду.

### «Родина-мать зовет!» между прошлым и будущим

Монумент «Родина-мать зовет!» является одним из ключевых элементов символической политики современной России. Вместе с тем, он не предстает как семиотический комплекс, как «совокупность означающих идеально-смысловых конструкций, поддерживающих смысловую целостность интересов, стремлений, деятельностей в сообществе (государстве)» [10, с. 20]. А ведь не что иное как развитость символических систем, символических или символьных комплексов — их структурированность, институционализированность, допустимая (умеренная) агрессивность, — по мнению О. А. Кармадонова, повышает шансы того или иного социума «сохранить себя перед угрозой вызовов глобализации», увеличив «собственные жизненные шансы» [12, с. 30].

Монумент «Родина-мать зовет!» в определенном смысле претендует на роль «символического пограничника» [21], ибо позволяет маркировать Россию как Другую (например, абсурдную) страну в западном дискурсе [22], а также принимает участие в практиках идентификации внутренних Чужих, тем самым принимая участие «в проведении внутренних границ и иерархий; это обуславливает острую конкуренцию за обладание этим символом и его (ре)интерпретацию» [21, с. 120].

Искусственный семиозис, реализуемый в рамках современной российской символической политики, «канализирует» процесс естественной самоорганизации многонациональной семиосферы. Это проявляется, в частности, в столкновении разных дискурсов, интенсивно соперничающих на ниве сакрального (властно-

го) и профанного (народного) семиотического конструирования новых значений для материнского образа в целом.

Проведенный анализ отчетливо свидетельствует о примате экономической (политэкономической) семиотики над патриотической: символический капитал уступает первое место капиталистическому семиозису. Вместе с тем, критика кейсов, связанных с монументом «Родина-мать зовет!», демонстрирует, что сопротивление индивидуального и общественного сознания нарастает. Быть может именно «случай Волгограда» (как в свое время в Великой Отечественной войне) станет поворотным в конструировании политической семиосферы России, которая «подчинится» принципу: знаковое (значимое) — истории, товарное (тварное) — экономике. Образ «Родина-мать зовет!», выражаясь метафорически, стоит на страже аутентичности национального семиосознания, без которого пропадает самость и живая сила народного действия.

Обращение к монументальному высказыванию Е. Вучетича следует реализовывать «по Барту» — фиксируя и держа в памяти соотношение «дискретный знак — континуальный образ». Континуальный материнский образ, пронизывающий всю «семиотическую историю» страны, получает различные инкарнации, зависящие от конкретной эпохи. Дискретный образ «Родина-мать зовет!» на Мамаевом кургане — сложный в семиотическом плане объект — задает и раскрывает во многом сакральный характер России в региональной и глобальной истории.

Вместе с тем, войны памяти (М. Ю. Тимофеев), идущие в российском общественном сознании и обретающие свое реальное воплощение в рамках символической политики, препятствуют конституированию образа «Родина-мать» в различных его дискретных выражениях в качестве символа России, объединяющей свое прошлое, настоящее и будущее. Столкновение концепта «Родина-мать зовет!» в образе символа-как-товара, формируемого целым рядом акторов-адресантов символической политики, и символа-как-знака, формируемого большинством адресатов, репрезентует перманентное противостояние консьюмеризма и патриотизма в формирующейся системе политической моды современной России.

## Библиография

1. Elder C. D., Cobb R. W. The Political Uses of Symbols. — New York: Longman, 1983. — 173 p.
2. Spens M. Job Market Signaling // Quarterly Journal of Economics. 1973. Vol. 87. No 3.P. 355–374.
3. Барт Р. Система Моды. Статьи по семиотике культуры / Пер. с фр., вступ. ст. и сост. С. Н. Зенкина. — М.: Издательство им. Сабашниковых, 2003. — 512 с.
4. Бодрийяр Ж. К критике политической экономии знака. — М.: Библион-Русская книга, 2003. — 243 с.
5. Вальдес-Одриосола М. С. Воплощение очередного витка развития национального самосознания: монумент «Родина-мать зовёт!» на Мамаевом кургане // Управление мегаполисом. 2012. № 6 (30). С. 10–16.
6. Давлетбаева Л. Ф. Жизненный цикл товара // Вестник Оренбургского государственного университета. 2010. № 13 (119). С. 26–30.
7. Зенкин С. Н. Ролан Барт и семиологический проект // Барт Р. Система Моды. Статьи по семиотике культуры. — М.: Издательство им. Сабашниковых, 2003. — С. 5–26.
8. Иванов П. В. Потребление как агент легкой социальности в городском пространстве // Журнал социологии и социальной антропологии. 2011. Том 14. № 05 (58). С. 142–147.
9. Ильин А. Н. Способность консьюмеризма абсорбировать антиконсьюмеристский идеологический контент // Полис. Политические исследования. 2017. № 3. С. 92–104.
10. Капицын В. М. Символьные комплексы: роль в институционализации и легитимации национальных интересов // Пространство и Время. 2013. № 3 (13). С. 20–30.
11. Карбина Д. А., Колганова О. Г. Управление товаром и его жизненный цикл // Современное общество: проблемы, идеи, инновации. 2014. Т. 2. № 3. С. 107–112.
12. Кармадонов О. А. Эффект отсутствия: культурно-цивилизационная специфика // Вопросы философии. 2008. № 2. С. 29–41.
13. Кобб Р. У., Элдер Ч. Использование символов в политике // Политическая лингвистика. 2009. № 29. С. 131–145.
14. Мамедов О. Ю. Интеллектуально-политическая мода (конъюнктурная или актуальная переоценка ценностей) // Terra Economicus. 2007. Т. 5. № 4. С. 135–137.
15. Наумкин В. В. Исламизм, этничность и конфликты: о роли символической политики // Вестник Московского университета. Серия 25: Международные отношения и мировая политика. 2009. № 1. С. 9–27.
16. Носовец А. Ю. Жизненный цикл изделия (товара) как рыночная категория // Научный вестник Московского государственного технического университета гражданской авиации. 2007. № 124. С. 95–98.
17. Рипяхова М. М. Проявление языковой моды в политическом дискурсе // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2013. № 4–1 (22). С. 162–165.
18. Рябов О. В. «Родина-Мать» в истории визуальной культуры России // Вестник Тверского государственного университета. Серия: История. 2014. № 1. С. 90–113.
19. Рябов О. В. «Родина-мать» в символической политике постсоветской России // Женщина в российском обществе. 2015. № 3–4. С. 78–95.
20. Рябов О. В. «Россия-Матушка»: национализм, гендер и война в России XX века. Stuttgart; Hannover: Ibidem, 2007. — 290 с.
21. Рябов О. В., Константинова М. А. «Русский медведь» как символический пограничник // Труды Карельского научного центра Российской академии наук. 2011. № 6. С. 114–123.
22. Рябова Т. Б., Романова А. А. «Родина-мать» как культурно-семиотический ресурс современного российского антиамериканизма // Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований. 2015. № 4. С. 136–149.
23. Смирнов Д. Г. К вопросу о ресемiotизации как форме символической политики («Родина-мать» в политических практиках современной России) // Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований. 2015. № 4. С. 96–112.
24. Смирнов Д. Г. Символическая политика: теоретические и методологические аспекты // Вестник Ивановского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2016. Вып. 2. С. 5–16.
25. Терновская Л. Мир моды и политика // Государственная служба. 2010. № 4. С. 98–103.
26. Чащин В. В., Яворская О. В. Маркетинговая деятельность и экономический оппортунизм: знак, симулякр и трансакционные издержки // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. 2016. № 31–1. С. 126–134.

## References

1. Elder C. D., Cobb R. W. The Political Uses of Symbols. — New York: Longman, 1983. — 173 p.
2. Spens M. Job Market Signaling // Quarterly Journal of Economics. 1973. Vol. 87. No 3.P. 355–374.
3. Bart R. Sistema Mody. Stat'i po semiotike kul'tury / Per. s fr., vstup. st. i sost. S. N. Zenkina. — M.: Izdatel'stvo im. Sabashnikovyx, 2003. — 512 s.

vo im. Sabashnikovykh, 2003. — 512 s.

4. Bodriiar Zh. K kritike politicheskoi ekonomii znaka. — M.: Bibliion-Russkaia kniga, 2003. — 243 s.

5. Val'des-Odriosola M. S. Voploshchenie ocherednogo vitka razvitiia natsional'nogo samosoznaniia: monument «Rodina-mat' zovet!» na Mamaevom kurgane // Upravlenie megapolisom. 2012. № 6 (30). S. 10–16.

6. Davletbaeva L. F. Zhiznennyi tsikl tovara // Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta. 2010. № 13 (119). S. 26–30.

7. Zenkin S. N. Rolan Bart i semiologicheskii proekt // Bart R. Sistema Mody. Stat'i po semiotike kul'tury. — M.: Izdatel'stvo im. Sabashnikovykh, 2003. — S. 5–26.

8. Ivanov P. V. Potreblenie kak agent legkoi sotsial'nosti v gorodskom prostranstve // Zhurnal sotsiologii i sotsial'noi antropologii. 2011. Tom 14. № 05 (58). S. 142–147.

9. Il'in A. N. Sposobnost' kons'umerizma absorbirovat' antikons'umeristskii ideologicheskii content // Polis. Politicheskie issledovaniia. 2017. № 3. S. 92–104.

10. Kapitsyn V. M. Simvol'nye komplekсы: rol' v institutsionalizatsii i legitimatsii natsional'nykh interesov // Prostranstvo i Vremia. 2013. № 3 (13). S. 20–30.

11. Karbina D. A., Kolganova O. G. Upravlenie tovarom i ego zhiznennyi tsikl // Sovremennoe obshchestvo: problemy, idei, innovatsii. 2014. T. 2. № 3. S. 107–112.

12. Karmadonov O. A. Effekt otsutstviia: kul'turno-tsivilizatsionnaia spetsifika // Voprosy filosofii. 2008. № 2. S. 29–41.

13. Kobb R. U., Elder Ch. Ispol'zovanie simvolov v politike // Politicheskaiia lingvistika. 2009. № 29. S. 131–145.

14. Mamedov O. Iu. Intellektual'no-politicheskaiia moda (kon"iunkturnaia ili aktual'naia pereotsenka tsennosti) // Terra Economicus. 2007. T. 5. № 4. S. 135–137.

15. Naumkin V. V. Islamizm, etnichnost' i konflikty: o roli simvolicheskoi politiki // Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriiia 25: Mezhdunarodnye otnosheniia i mirovaia politika. 2009. № 1. S. 9–27.

16. Nosovets A. Iu. Zhiznennyi tsikl izdeliia (tovara) kak rynochnaia kategoriia // Nauchnyi vestnik Mosk-

ovskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta grazhdanskoi aviatsii. 2007. № 124. S. 95–98.

17. Ripiakhova M. M. Proiavlennie iazykovoi mody v politicheskom diskurse // Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki. 2013. № 4–1 (22). S. 162–165.

18. Riabov O. V. «Rodina-Mat'» v istorii vizual'noi kul'tury Rossii // Vestnik Tverskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriiia: Istoriia. 2014. № 1. S. 90–113.

19. Riabov O. V. «Rodina-mat'» v simvolicheskoi politike postsovetskoi Rossii // Zhenshchina v rossiiskom obshchestve. 2015. № 3–4. S. 78–95.

20. Riabov O. V. «Rossiia-Matushka»: natsionalizm, gender i voina v Rossii XX veka. Stuttgart; Hannover: Ibidem, 2007. — 290 c.

21. Riabov O. V., Konstantinova M. A. «Russkii medved'» kak simvolicheskii pogranichnik // Trudy Kar-el'skogo nauchnogo tsentra Rossiiskoi akademii nauk. 2011. № 6. S. 114–123.

22. Riabova T. B., Romanova A. A. «Rodina-mat'» kak kul'turno-semioticheskii resurs sovremennogo rossiiskogo antiamerikanizma // Labirint. Zhurnal sotsial'no-gumanitarnykh issledovaniia. 2015. № 4. S. 136–149.

23. Smirnov D. G. K voprosu o resemiotizatsii kak forme simvolicheskoi politiki («Rodina-mat'» v politicheskikh praktikakh sovremennoi Rossii) // Labirint. Zhurnal sotsial'no-gumanitarnykh issledovaniia. 2015. № 4. S. 96–112.

24. Smirnov D. G. Simvolicheskaiia politika: teoreticheskie i metodologicheskie aspekty // Vestnik Ivanovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriiia: Gumanitarnye nauki. 2016. Vyp. 2. S. 5–16.

25. Ternovaia L. Mir mody i politika // Gosudarstvennaia sluzhba. 2010. № 4. S. 98–103.

26. Chashchin V. V., Iavorskaia O. V. Marketingovaia deiatel'nost' i ekonomicheskii opportunizm: znak, simuliakr i transaktsionnye izderzhki // Ekonomika i upravlenie: analiz tendentsii i perspektiv razvitiia. 2016. № 31–1. S. 126–134.