*В.А. Ачкасова*

Санкт-Петербургский государственный университет

**Карнавализация электоральных коммуникаций: роль «смеховых» технологий и политической буффонады**

В материале рассматриваются составляющие процесса карнавализации, характерного для избирательных кампаний последних лет. Обозначены последствия указанного процесса, выражающиеся в росте общественных настроений апатии и пессимизма

Ключевые слова: карнавализация, избирательная кампания, «смеховые технологии», политические коммуникации

*V. Achkasova*

St Petersburg State University

**Electoral communications carnivalization: the role of technology of laughter and political buffoonery**

The material examines the components of the carnivalization process, characteristic for the election campaigns of recent years. The consequences of this process are indicated, expressed in the growth of public moods of apathy and pessimism

Keywords: carnivalization, election campaign, "laughter technologies", political communications

В настоящее время одним из актуальных векторов развития политической коммуникации становится процесс карнавализации, приобретающий универсальный характер и распространившийся, в том числе на избирательные кампании. Универсализация заключается в том, что указанный процесс захватывает страны, находящиеся в различных регионах мира, а также электоральные процедуры самого разного уровня.

**Карнавал, по мысли М.М. Бахтина (Бахтин М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса, 2010), всегда был и продолжает оставаться легальной (даже сакральной) формой** веселогопереживания **бытийного** несовершенства*.* Карнавал являет собой подлинную праздничность, обязательным атрибутом которой стал смех.

Феномен смеха является в последнее десятилетие одним из важных составляющих политической реальности, и прежде всего реальности российской. В России, пишут исследователи, смеховая культура – нечто большее, чем продукт «индустрии развлечений». У нас он часто выступает в качестве способа / инструмента демонстрации собственной политической позиции. При этом термин «смех» чаще всего понимается как синоним по отношению к понятиям «юмор», «ирония», сатира и даже сарказм, хотя, строго говоря, «смех» обозначает определенную эмоциональную реакцию, а «ирония» и «юмор» являются обозначением механизмов, способствующим появлению данной реакции на свет (Кошелев А. Д. О природе комического и функции смеха, 2007).

Волна протестной митинговой коммуникации, выплеснувшаяся в ходе избирательной кампании в Государственную Думу и так называемой «зимней революции» 2011–2012 гг., наглядно продемонстрировала, насколько эффективным может быть использование «смеховых» инструментов в процессах политической мобилизации – смех способствует снятию социальных барьеров (национальных, религиозных, идеологических) и освобождению от накладываемых ими ограничений.

Согласно результатам социологических исследований, почти половина плакатов от общего их количества в указанный период несли в себе «смеховой» заряд: *Верните честные выборы! Верните снежную зиму!*; *Москвичи! Довольно спать – отнимут и кровать!; Хомячки разбушевались и покажут вам кузькину мать! и т.д.*(*Шомова С. Homo Ridens (традиции смеховой культуры в лозунгах российского митинга), 2013*)

Вместе с тем, отмечают эксперты, не всегда смеховые коммуникационные технологии демонизируют власть и усиливают протест; иногда смех, напротив, как бы «приручает» противников, смягчая тем самым противостояние между ними. Здесь начинает работать *рекреативная* функция смеха, функция развлечения. «Смеховая культура оказывалась для обывателей средством психологической разрядки, снятия невротической тревожности, накапливавшейся в последние месяцы существования “старого порядка”» (Архипов И. Смех обреченных (Смеховая культура как зеркало короткой политической жизни “Свободной России” 1917 года), 2003). Именно в ослаблении факторов стресса и заключается релаксивная функция смеха.

Другим маркером карнавализации является концепт маски. Необходимость замаскироваться, измениться, спрятать лицо под «личиной» свойственна с той или иной степенью всем политическим лидерам новейшего времени. Электоральная кампания Д. Трампа, построенная на использовании популистских приемов, демонстрирует, как легко, в зависимости от ситуации, может менять маски кандидат в президенты. Маска помогает выйти за рамки реальной жизни, нарушая ее естественные границы и предлагая почти мифический вариант развития обстоятельств.

Третьей составляющей процесса карнавализации выступает игровое начало, которое позволяет расширить границы дозволенности ситуации, - «это не реальность, это условность, игра».

В нынешней президентской кампании в Российской Федерации все составляющие процесса карнавализации налицо: и сами персоналии, уже включенные в избирательный процесс и до сих пор находящиеся в поиске ясных и четких программных формулировок, и маски, которые они постоянно меняют, находясь в разных обстоятельствах, и ситуации, которые ими разыгрываются (чего стоят одни только «электоральные дебаты», транслируемые по телевидению) – все это явные проявления политической буффонады, ставшей приметой нынешней избирательной кампании.

Особую роль в создании общественной атмосферы «несерьезности» вокруг выборов играют средства массовой коммуникации, и в первую очередь послания, размещаемые в сетевом пространстве. Так, большинство видеороликов, призывающих к участию в выборах, создано с помощью «смеховых» технологий – использования юмора, иронии и элементов сарказма («Гей на передержке», «В баре» и др.).

Становится очевидным: беззлобный юмор, ирония, традиционно сопровождающие электоральную кампанию, превращаются в сатиру, более того, в сарказм, негодование, с которым избиратели наблюдают за политическим спектаклем, где вместо вменяемого политического процесса с его публичными составляющими (идеологией, оценками, стратегией, программами, конструктивным диалогом) разыгрываются роли и в зависимости от ситуации происходит смена масок. Подобное положение чревато ростом общественных настроений апатии и абсентеизма.