

Юрий Левин (Москва)

Заметки о семиотике лозунгов

0. Типы и функции лозунгов.

Под лозунгом понимается краткий письменный текст (обычно - одно простое предложение), выражающий "руководящую идею, задачу, требование" (БСЭ, 3. изд.), оформленный в достаточном для массового восприятия формате и расположенный в том или ином общественном месте (улица, площадь или шоссе, предприятие, клуб и т. д.).

Задача исчерпывающего описания всего существующего массива лозунгов¹ не ставится: рассматриваются лишь тексты и типы наиболее часто встречающиеся, принадлежащие к постоянному окружению человека в (преимущественно) городской среде.

Естественны два принципа классификации лозунгов: по тематике и по прагматико-коммуникативному типу. По первому принципу мы выделяем две основные группы: политические и экономические лозунги (не попадающие в эти группы лозунги - напр., посвященные спорту или науке - немногочисленны; будем называть их "специальными"); по второму - три группы: призывы, здравницы и констатации. Эти три группы различаются, помимо синтаксиса, по своей основной функции.

Основная функция призывов - побудительная (побуждение адресата к действию), здравниц - магическая (сверхъестественное вербальное воздействие на объект), констатаций - поучительная. Но носителем магической функции являются все типы лозунгов - каждый лозунг, даже такой конкретный призыв, как "Выполним годовой план к 29 декабря!", является в той или иной степени заклинанием. Точно так же все лозунги - но особенно констатации - обладают моделирующей функцией, формируя своеобразную "модель мира" - лозунговый универсум (см. ниже). Некоторые лозунги - использующие глагольное будущее время - имеют также прогностическую функцию ("Коммунизм победит!"). Наконец все лозунги имеют (в качестве поочной) орнаментальную функцию - но не в смысле "украшения речи", а в том смысле, что лозунг - и как физический объект, и как носитель "высокого" и "должного" содержания - украшает окружающую его среду. С орнаментальной функцией связана и этикетная: этикет диктует присутствие тех или иных (определенных или любых) лозунгов на определенных местах. Последние две функции, впрочем, относятся к лозунгам не столько как к текстам, сколько как к физическим объектам, - и в этом плане лозунги

взаимозаменяемы с нетекстовыми орнаментальными объектами, такими, как портреты или эмблемы (герб, серп и молот и др.).

1. Призывы.

Призывы - наиболее четко ориентированный на адресата тип лозунгов; их характеризует сочетание императивности и апеллятивности. Адресат призыва не всегда эксплицирован в виде обращения, но всегда подразумевается.

Мы будем различать инклюзивные и эксклюзивные призывы. Первые подразумевают включенность адресанта во множество адресатов и реализуются с помощью императива в форме совместного действия (1 л. мн.ч.): "Превратим Москву в образцовый коммунистический город!", "Товарищи строители! Сдадим объект с хорошим качеством и в срок!", "Трудовыми успехами встретим XXVI съезд КПСС!", "Планы партии выполним!"²; эксклюзивные призывы образуются с помощью обычной формы императива (2 л. мн. ч.), причем, в отличие от инклюзивных, где обращение факультативно, обязательно его содержат: "Работники вузов! Улучшайте идейную закалку и профессиональную подготовку студентов..."³

Противопоставление инклюзивности/эксклюзивности может нейтрализоваться, если лозунг не содержит личной формы глагола: "Жить, работать, бороться по-ленински, по-коммунистически!", "Пятилетке - ударный труд!", "Пятилетку - досрочно!", "Вперед к победе коммунизма!", "Все на выборы!".

Глубинная семантическая структура любого призыва трехчленна: агент, предикат действия, пациенс.

В поверхностной реализации агент предстает в виде адресата; он может быть точно очерчен ("мытищинцы", "трудящиеся Сокольнического района", "работники вузов") или подлежать уточнению контекстом⁴: так, призыв с обращением "товарищи строители", расположенный на территории стройки, адресуется именно к строителям данного объекта. Если же адресат не эксплицирован, то обычно он достаточно точно определяется тематикой и контекстом: политические лозунги адресованы "всем", независимо от контекста; экономические лозунги на территории данного предприятия адресованы его работникам, а на "общей" территории - всем.

Пациенс реализуется в виде некоторого объекта. Среди объектов можно выделить следующие типы, с каждым из которых связан определенный тип действия:

а) объект воздействия; действие заключается в приведении его в "должное" состояние: "Превратим Москву в образцовый коммунистический город!", "Сдадим объект с хорошим качеством и в срок!";

б) объект - план; действие - его выполнение: "Выполним годовой план к 29 декабря!", "Пятилетку - досрочно!";

в) объект - символическая вежа⁵, некоторая маркированная точка на оси времени; действие - достижение этой точки в "должном" состоянии: "Ознаменуем XXVI съезд ударным трудом!", "Ударным трудом встретим 63-ю годовщину Великого Октября!";

г) объект - норма, идеал "должного"; действие - движение по пути к этому идеалу: "Вперед к победе коммунизма!"

Заметим, что если в случае а целью призыва является совершенствование объекта в соответствии с нормой "должного", то в случаях в и г цель - совершенствование субъекта в соответствии с нормой, задаваемой объектом.

2. Здравницы

Здравницы, или прославления, реализуются в трех клишированных формах: "да здравствует...", "слава..." (с вариантом "честь и слава...") и "пусть живет..." (с вариантами: "...вечно живет", "... живет и крепнет (процветает)" и т. д.).

Адресат здравницы никогда не эксплицирован и является максималь-но широким: здравница адресована "всем"⁶.

Здравница состоит из клишированного заздравного зачина (впрочем, "слава" может стоять и в постпозиции) и именной группы, называющей объект здравницы, которая может сопровождаться комментирующим ее именным приложением ("Да здравствует ленинизм - знамя революционной борьбы, коммунистического созидания и мира!").

Объект здравницы выбирается из ограниченного списка объектов, обладающих высокой ценностью в лозунговом универсуме: коммунизм, ленинизм, имя и дело Ленина, Великая Октябрьская социалистическая революция, КПСС, Родина, труд, внешняя политика СССР, единство партии и народа, рабочий класс, советско-болгарская дружба и др.

Здравницы имеют отчетливый перформативный характер: речевой акт провозглашения "славы" есть одновременно и действие "прославления" (перформативность вообще свойственна речевым актам с магической функцией, т.е. заклинательного характера: здесь "слово" одновременно является "делом").

К здравницам примыкают "списки": перечисления (в форме цепочки номинативов) *n* имен объектов ($n \geq 3$) высокой ценности, причем

обязательно отвлеченных: "Мир, труд, май!", "Спорт! Мир! Дружба!", "Мир, труд, свобода, равенство, братство, счастье"⁷.

Каков бы ни был генезис каждого такого лозунга (напр., 1-й - из стихотворения Маяковского, 3-й - из лозунга-констатации "Коммунизм утверждает на земле мир, ..., счастье всех народов"), все они могут рассматриваться как результат аннулирующей трансформации формы с "да здравствует", семантика которой в таких лозунгах всегда подражывается.

Предпочитаемая в таких лозунгах трехчленность идет, видимо, как от особой отмеченности числа 3, так и от лозунга-прототипа "Liberté, égalité, fraternité".

Именно в "списках", с их неартикулированностью и отсутствием предикативности⁸, особенно ярко выражено закликательная магическая функция. С другой стороны, прагматико-коммуникативный статус таких лозунгов противоречив: будучи по природе своей связаны с массовыми митингами, ораторскими речами, скандирующими толпами, они безмолвно смотрят на нас с крыш домов, полностью лишённые своей иллюкутивной силы.

3. Констатации.

Это лозунги в форме повествовательного предложения. Чаще всего встречается форма с именным сказуемым, где предикативный член - группа существительного ("Комсомол - верный помощник партии") или краткое прилагательное ("Народ и партия едины"); реже сказуемым служит глагол в личной форме - в будущем времени ("Трудовыми подарками встретят москвичи XXVI съезд КПСС") или настоящем ("Дело Ленина живет и побеждает").

Лозунг-констатация представляет собой высказывание об объекте, утверждающее его высокую ценность ("Советский Союз - оплот мира и прогресса"), в частности, его вечное существование или будущую победу ("Имя и дело Ленина будут жить вечно", "Советско-болгарская дружба нерушима", "Коммунизм победит"). Множество объектов констатаций практически совпадает с соответствующим множеством в эзривицах. Также и адресат констатаций тот же, что у эзривиц, - "все" (ср. сн. 5).

Основная функция констатаций - поучительная, а при наличии будущего времени - также и прогностическая. Но чистый дидактизм чужд жанру лозунга с внутренне присущей ему эмфатичностью. Поэтому естественно рассматривать констатации как трансформы лозунгов других типов, сохраняющие коммуникативно-прагматические черты исходных лозунгов. И в самом деле, большая часть лозунгов-констатаций может

рассматриваться как результат трансформации здравия: "Да здравствует СССР - оплот мира и прогресса!" → "СССР - оплот мира и прогресса"⁹, "Да здравствует нерушимое единство партии и народа!" → "Единство партии и народа неруσιμο" и т. д. Таким образом, наряду с функцией воздействия на субъект (адресата) - поучительной, такие лозунги обладают и функцией воздействия на объект - магической.

4. Лозунги как клише.

Под клише мы понимаем здесь стандартную форму - "высказывательную рамку" - с незаполненными позициями (переменными). Заполнение этих позиций конкретными значениями переменных из той или иной - диктуемой типом рамки - "области определения" превращает клише в законченное высказывание. Такой подход позволяет описать устройство значительной части лозунгов, особенно здравий и призывов.

В лозунге, таким образом, выделяется а) *рамка*, или постоянная часть, определяющая, в частности, синтаксическую структуру лозунга, и б) *переменная часть*, в которой, в свою очередь, может быть выделено обязательное *ядро* и факультативная *периферия*. Например, в лозунге "Да здравствует коммунизм - светлое будущее человечества": "да здравствует X" - *рамка*, X = "коммунизм" - *ядро*, прочее - *периферия*.

Область определения переменной может задаваться интенционально - семантическим описанием, или же экстенционально - списком.

Практически все лозунги-здравия получаются с помощью рамок "да здравствует X", "пусть живет (в веках) (и процветает) X", "пусть крепнет X", "(честь и) слава X-у". Заметим, что сама рамка тоже может варьировать за счет включения факультативных элементов. Области определения переменных этих рамок весьма широки.

Рамки призывов менее продуктивны; области определения переменных в них достаточно узки. Приведем ряд примеров:

встретим/ознаменуем X-а Y-ом

(X = {такой-то съезд; такая-то годовщина того-то}, Y = {ударный труд; трудовые успехи});

X-а выполним

(X = {решения партии / такого-то съезда; планы партии / такой-то пятилетки}; как видим, сами переменные части этих лозунгов "рамочны"; можно было бы считать, что "решения Y-а выполним" и "планы Z-а выполним" образуют самостоятельные рамки);

под знаменем Y-а вперед к X-у

(Y = {Ленин; марксизм-ленинизм}, X = {победа коммунизма; новые победы; ...});

выше знамя X-а

(X = {социалистическое соревнование; пролетарский интернационализм});

X - наше знамя;

X-а поддерживаем и одобряем;

X-ому съезду - достойную встречу;

X-овой пятилетке - ударный финиш

(в последних двух примерах область определения переменной - числовая).

Приведенные примеры показывают, что описывать синтез лозунга целесообразно не как путь от глубинных структур к поверхностным, а как процесс на поверхностном уровне, состоящий, после выбора рамки, в последовательном ее заполнении, причем на каждом шаге совершается выбор одного из "сменных" элементов (поддерживаем / одобряем, решения / планы и т. д.), а затем - факультативных элементов.

Наряду с описанными - лексико-синтаксическими - рамками можно рассматривать и чисто синтаксические рамки, не имеющие лексических элементов, - стандартные синтаксические конструкции. Например, весьма продуктивны формы призывов N дат. - N вин. ("XXVI съезду - достойную встречу!", "Грузам пятилетки - зеленую улицу!") и N вин. - обстоятельство ("Решения XXV съезда - в жизнь!", "Выше знамя социалистического соревнования!").

Среди периферийных элементов лозунга отметим два основных типа: определения-прилагательные и именные приложения. Прилагательные имеют характер постоянных эпитетов и черпаются из очень ограниченного списка: великий (Ленин, Октябрь, советский народ, Родина), бессмертный (подвиг), непоколебимый, нерушимый (единство), героический (рабочий класс), исторический (решения), братский (дружба), верный (помощник), вдохновенный (труд), ударный (труд, финиш), ленинский (ЦК)¹⁰. Иногда определение составляет часть термина (коммунистическая партия, советский народ), но и в этом случае оно имеет факультативный - орнаментальный - характер, поскольку не указывает на видовое отличие ("Да здравствует наша великая Родина - Союз Советских Социалистических Республик!").

5. Адресант лозунга.

Адресант (имплицитный автор) лозунга - имеется в виду лозунг как token, - вообще говоря, не совпадает с его реальным автором, будь то никому не известный чиновник или крупный политический деятель. Это очевидно, поскольку речь идет об "анонимных" лозунгах, но, видимо, относится и к таким, как "Пролетарии всех стран, соединяй-

тесь!" или "Наше поколение будет жить при коммунизме", авторы которых хорошо известны. Возможным исключением из этого правила служат лозунги, реальный автор которых - В.И. Ленин ("Учиться, учиться и учиться!", "Коммунизм - это советская власть плюс электрификация всей страны"); особо сакрализованный характер его личности в лозунговом универсуме позволяет ему как бы непосредственно обращаться к народу в качестве высшего авторитета.

Если отвлечься от таких "авторских" лозунгов, то отождествление реальным читателем адресанта лозунга происходит в корреляции с а) (эксплицитным или имплицитным) адресатом, б) контекстом (поскольку он определяет адресата - см. выше), в) тематикой, г) синтаксической (коммуникативной) формой.

Во-первых, адресант должен быть авторитетом для адресата, т.е. стоять выше него в социальной иерархии и обладать определенной властью - политико-административной и/или духовной, т.е. быть "начальством" адресата в самом широком смысле слова. Поэтому, если адресат - коллектив рабочих завода, то адресант, как минимум, - заводское начальство; если адресат - "трудящиеся N-ского района" - районное начальство; если адресат - весь советский народ - "начальство" в масштабе страны. С другой стороны, адресант должен быть соотносим по своей значимости с адресатом: по-видимому, адресантом лозунга, обращенного к "трудящимся N-ского района", не может быть начальство в масштабе страны.

Во-вторых, поскольку объект лозунга принадлежит к миру высоких ценностей, адресант должен быть достаточно авторитетен, чтобы оперировать такими ценностями, т.е. должен быть причастен им или быть их носителем. Поэтому, если объект лозунга - коммунизм, ленинизм, партия, СССР, конституция, то адресант должен быть высшим авторитетом, а если объект относится к несколько менее высокой сфере (труд, комсомол, спорт, наука и т.д.), то адресант может занимать и более низкую позицию.

В-третьих, наличие инклюзивности (лексического или грамматического элемента, выражающего I л. мн. ч.) подразумевает непосредственную близость адресанта к адресату (если не их тождество).

Отсюда вытекает, что адресантом общеполитических лозунгов (во всяком случае неинклюзивных) может быть только такая инстанция, как Партия или ее ЦК¹¹. Адресантом же неинклюзивных экономических и специальных лозунгов может быть - в зависимости от адресата - и начальство более низкого ранга: висящий на территории завода лозунг "Сегодня работать лучше, чем вчера, завтра - лучше, чем сегодня!"

может иметь своим адресантом заводское начальство (в то время как висящий с ним рядом "Слава советскому народу!" - не может).

Сложнее обстоит дело с инклюзивными лозунгами, коммуникативный статус которых внутренне противоречив, ибо инклюзивность диктует, строго говоря, тождество адресанта и адресата, тогда как сам факт обращения к массе в форме лозунга предполагает авторитетность обращающегося, его положение над массой. В лозунгах-призывах в форме совместного действия это противоречие разрешается тем, что адресант может рассматриваться как непосредственное начальство адресатов, работающее в ними в одном коллективе (что подразумевает совместное выполнение действий, о которых говорит призыв). Поэтому висящий на заводе лозунг "Решения партии выполним!" имеет адресантом заводское начальство, тогда как тот же лозунг, расположенный на шоссе и, следовательно, обращенный ко всему народу, - начальство в масштабе страны. В лозунгах же типа "Ленинизм - наше знамя" или "Наш девиз - эффективность и качество" это противоречие, видимо, может быть снято лишь "мистическим" путем: адресант - все множество адресатов, но воплощенное в соответствующем начальстве (будь то в масштабе страны, района или предприятия).

Особое место занимают лозунги типа "глас народа" ("Решения июньского пленума ЦК КПСС поддерживаем и одобряем!"¹²), где обычные адресант и адресат ("начальство" и "масса"), видимо, меняются местами.

Отметим, наконец, парадоксальный прагматический статус здравиц типа "Слава КПСС!" или "Да здравствует ленинский ЦК!" Парадокс возникает здесь из того естественного постулата, что никто не произносит здравицу в честь самого себя, - в то время как объект таких лозунгов предполагает высшую авторитетность адресанта. Поэтому как то предположение, что адресантом здесь является партия или ее ЦК, так и то, что адресант - народ, приводит к противоречию. Аналогичен статус таких лозунгов-констатаций, как "Партия - ум, честь и совесть нашей эпохи".

6. Прагматический аспект.

Лозунги являются прагматически ориентированными текстами *excellence*, их основная цель - воздействие на адресата. Рассматривая прагматику любого текста, необходимо различать имплицитного ("Идеального", модельного) адресата и адресата реального: первый моделируется самим текстом, и его рассмотрение - дело "внутренней" семиотики, тогда как второй живет в реальном мире и должен изу-

чатся "внешними", полевыми методами. Остановимся вначале на первом.

Предполагаемая лозунгом реакция, т.е. реакция имплицитного адресата, несколько различается для разных типов лозунгов. В случае призывов это стремление к выполнению того действия, к которому побуждает лозунг, т.е. соответствующее изменение внешнего поведения; в случае здравий - реакция приобщенности, соучастия в магическом действе, предполагающая соответствующую внутреннюю перестройку; также внутреннюю перестройку, но более ментального характера, приближение сознания к "должному" состоянию, внутреннее совершенствование предполагают у модельного адресата лозунгиконстатации.

Отметим одну проблему, касающуюся призывов. Наряду с призывами типа "Пятилетке - ударный труд!" или "Сегодня работать лучше, чем вчера, завтра - лучше, чем сегодня!", которые, по крайней мере в принципе, *реализуемы*, широко распространены призывы типа "Выше знамя пролетарского интернационализма!", "Миру - мир!" или "Вперед к победе коммунизма!", которые даже в принципе *нереализуемы*, так как либо не предписывают никакого действия, либо предписывают действие, для отдельного конкретного человека невозможное (не только "реально", но и "модельно"), либо относятся к неопределенным или несуществующим объектам. Такие призывы являются поэтому *прагматически противоречивыми*, выходом из противоречия может быть либо нулевая реакция, либо подход к такому призыву как к заклинанию - чисто магическому тексту, требующему лишь внутренней перестройки¹³.

Реакция реального адресата может, разумеется, сколь угодно сильно отличаться от модельной. Что касается лозунгов, то не только их прагматическая функция, но и семантическое наполнение стерлись и выветрились очень быстро после начала их массового распространения. Уже в 1923 году Г. Винокур (цит. соч.) пишет: "... для уха, слышавшего словесные канонады Октября, фразеология эта не более, чем набор обесмысленных звуков"; "Ведь «да здравствует» решительно ничего не значит... Ведь это все сплошь «заумный язык»..., ... реагировать на эти призывы представляется совершенно невозможным"; "Это обесцененные дензнаки образца 1917 - 1921 года". Ср.: "... эта концовка [троекратное «да здравствует»] представляет собой только формальный элемент: так надо кончить речь, а значение тут не важно" (А. Селищев. *Язык революционной эпохи*. М., 1928), - т.е. автор считает, что у лозунга осталась лишь этикетная функция. Прошедшие с тех пор полвека,

несмотря на известное обновление содержания и синтаксиса, оживлению семантики и прагматики лозунга, разумеется, не способствовали.

7. Лозунговый универсум (ЛУ).

Рассмотрение вопроса о соотношении текстов лозунгов с реальной социальной действительностью затруднено тем обстоятельством, что значительная часть имен в этих текстах не имеет не только референтов, но даже и сколько-нибудь четко очерченных десигнатов. Поэтому, между прочим, даже лозунги, имеющие форму высказываний (в логическом смысле слова), т.е. констатации, часто просто не имеют истинностных значений относительно реального мира. В силу этого обстоятельства мы будем рассматривать лозунги как описывающие - подобно художественной прозе (fiction) - один из "возможных миров" - лозунговый универсум. А поскольку любой из возможных миров строится из материала, предоставляемого нам реальным миром, то ЛУ можно рассматривать и как некоторую модель реального мира - "желательную" с точки зрения адресанта модель.

ЛУ можно рассматривать с различных точек зрения и в различных контекстах. Так, можно было бы подойти к лозунгам как составной части знакового оформления общественной среды. В этом контексте ЛУ предстает как наиболее "спиритуалистическая" часть объемлющего универсума, - как его фрагмент, связанный с высшими (идеологическими) функциями человека; односторонний идеологизм ЛУ дополняется и очеловечивается другими фрагментами, связанными с "низшими" функциями - миром вывесок, рекламы, предупреждающих и наставительных плакатов и т. д. (от "Храните деньги в сберегательной кассе" до "Береги лес от пожара")¹⁴.

Другой - принятый здесь - подход состоит в рассмотрении ЛУ как части более широкого "идеологического универсума", конституируемого всем множеством находящихся в обращении идеологических текстов. В этом контексте лозунги - как кратчайшие и обращенные к максимально широкой аудитории тексты - выражают предельно редуцированный и экзотерический вариант текущей идеологии.

Основные компоненты ЛУ: цель, движущая сила, объект движения, средства достижения цели.

1. Цель определяется однозначно: коммунизм ("Наша цель - коммунизм", "Вперед к победе коммунизма" и т. д.). История в ЛУ отчетливо эсхатологична, однонаправлена и устремлена к маркированной точке ("точке Омега"), после достижения которой, по-видимому, откроется "новое небо и новая земля" (Ис. 65:17; Откр. 21:1) и "времени уже не будет" (Откр. 10:6).

Будучи конечной целью, коммунизм играет в ЛУ роль Высшего Блага, Абсолюта, Царства Божьего, Небесного Иерусалима. Все причастное ему (напр., "коммунистическая партия" или "коммунистический труд") сакрально. Срок его наступления не конкретизируется - в полной аналогии с евангельской традицией¹⁵ (появившийся в свое время лозунг "Наше поколение будет жить при коммунизме", также имеющий евангельский аналог¹⁶, в настоящее время снят): известно лишь, что "Коммунизм победит!"

Заметим, что аналогия с христианским пониманием истории в ЛУ неполна: другая (первая) маркированная точка истории как движения к Царству Божьему, аналогичная Боговоплощению, в нем выражена очень слабо. История в ЛУ отчетливо устремлена в будущее, а прошлое простирается не дальше предыдущего съезда¹⁷ (см. ниже). Концепция Октября как поворотного пункта в истории человечества в ЛУ практически не вошла (как слишком эзотерическая?).

2. Движущая сила, обеспечивающая осуществление конечной цели, - КПСС (Партия): ср. "Партия - наш рулевой!", "Под руководством коммунистической партии - вперед к победе коммунизма!" В ЛУ Партия выступает как аналог Церкви в христианском универсуме: будучи земным воплощением Высшего Блага, она служит посредником между ним и массами, приобщает к нему массы и ведет их к точке Омега.

В сложных и не вполне однозначных отношениях к Партии и Коммунизму выступает третий важнейший объект ЛУ - Ленин. Отношения между членами этой триады напоминают отношения между лицами св. Троицы: во многих контекстах они "нераздельны", неразличимы, - будучи при этом и "неслиянными". С семиотической точки зрения можно сказать, в частности, что знаки "Партия" и "Ленин" взаимно интерпретируют друг друга (ср. еще у Маяковского: "Мы говорим - Ленин, подразумеваем - партия, мы говорим - партия, подразумеваем - Ленин"). С другой стороны, отношения Ленина и Коммунизма весьма близки к тем, что выражены в догмате Боговоплощения: в Ленине осуществлено единство "человеческого", земного и "коммунистического" (божественного). Ленин - связующее звено между нынешним состоянием и точкой Омега: к Коммунизму идут "по ленинскому пути" и "под знаменем Ленина"; "по-ленински" (жить и работать) - это то же самое, что "по-коммунистически". Коммунистическая партия (и ее ЦК) называются также "ленинской" (ср. доктрину *filioque*; с другой стороны, отношения Партии и Ленина аналогичны доктрине о Церкви как теле Христовом). "Имя и дело Ленина" - знак, символизирующий нынешнее состояние как приобщенное к точке Омега, объединяющий процесс

строительства Коммунизма и сам Коммунизм ("Дело Ленина живет и побеждает", "Имя и дело Ленина будут жить вечно").

3. Субъект движения к конечной цели и объект воздействия Партии - Советский народ. Главная его характеристика - единство с партией ("Народ и партия едины" и мн. др.). Но и сам по себе он представляет высокую ценность ("великий", "народ-герой" и т. д.), будучи приобщен к высшему началу, выступая не только объектом водительства Партии, но и в субъектной функции активного строителя Коммунизма. И здесь иудео-христианские аналогии достаточно заметны: мы имеем в виду круг идей, связанных с концепциями "народа Божьего", божественного элемента в человеческой природе ("по образу и подобию"), восхождения человека к Богу, "подражания Христу" ("Будьте совершенны, как совершенен Отец ваш Небесный" - Мф. 5:48; ср. "Жить, работать, бороться по-ленински, по-коммунистически!"). Заметим по этому поводу, что как в Евангелии понятие Царства Божьего относится не только к будущему, но и к определенным аспектам настоящего (см., напр., Мф. 12:28; Лк. 17:21), так и Коммунизм в определенных аспектах присущ настоящему, причем его носителем или участником может быть каждый человек ("Жить ... по-коммунистически"), каждое предприятие ("коммунистического труда") и т. д. В отношении к настоящему синонимом слова "коммунистический" служит "образцовый" ("Превратим Москву в образцовый коммунистический город!"; отсюда также лозунги типа "Образцовому городу - образцовое предприятие!"; "Москве - образцовое движение!") - аналог христианского "совершенный", - а также "ударный" (применительно к труду) и т. д.

Народ в ЛУ выступает то как единое целое, то как совокупность пересекающихся или вложенных групп разного масштаба: рабочий класс ("ведущая сила в строительстве коммунизма"), труженики сельского хозяйства, юноши и девушки, трудящиеся Москвы, трудящиеся Сокольнического района и т. д. Существенно, что эти конкретные группы характеризуются, прежде всего, как "трудящиеся".

4. Уже отсюда достаточно ясно, что *средством* достижения Коммунизма является Труд, - и здесь из "общеполитической" части ЛУ мы переходим в его "экономическую" (или "трудовую") часть.

Как же с помощью Труда происходит движение к Коммунизму? Подъем этот идет по нумерованным ступеням разного типа - по определенным *вехам*. Главными вехами служат Съезды, вехи меньшего масштаба - различные годовщины, прежде всего, годовщины Октября. И здесь на глобальную историософскую концепцию прямолинейного движения к точке Омега накладывается более архаичная, циклическая концепция: промежутки времени между Съездами или годовщинами в

принципе воспроизводят друг друга и почти неотличимы. Съезды, как и годовщины, нумеруются, и промежуток $(n, n + 1)$ практически тождествен промежутку $(n - 1, n)$ ¹⁸. Верхняя грань нумерации при этом не фиксирована. Основная функция каждой вехи в том, чтобы она была встречена "ударным (вдохновенным) трудом", "трудовыми подарками (успехами)", "достойно" и т. д.

На эту "праздничную" цикличность накладывается "деловая", определенная годовыми и пятилетними планами. Годовщины и Съезды - "встречают", планы - "выполняют" (как правило, досрочно). Вся эта сложная система разномасштабных ступенек моделирует время в ЛУ¹⁹ и образует тот временной каркас, по которому происходит движение к точке Омега.

Основной функцией человека в ЛУ, таким образом, является труд²⁰, занимающий место всех добродетелей христианского универсума; именно ударная работа, выполнение плана ("Все силы на успешное завершение десятой пятилетки!"), трудовые подарки к определенным датам и событиям, словом, труд, структурированный во времени определенными вехами, и является средством достижения точки Омега.²¹

Для большей полноты картины ЛУ - несколько дополнительных замечаний.

А. Важная черта ЛУ - в отличие от идеологического универсума в целом - его моновалентный, неманихейский характер. В этом универсуме есть Бог, но нет Дьявола. Оппозиции добро/зло, коммунизм/капитализм и т. д. отсутствуют; лозунги только утверждают и прославляют, но не отрицают и не проклинаяют. ЛУ - мир ничем не смущаемого добра; зло в нем просто отсутствует. Хотя слово "борьба" и употребляется, но это всегда "борьба за", а не "против" чего-то. В сопоставлении с отчетливо поляризованным характером объемлющего идеологического универсума такая "бесконфликтность" (самое большее - может быть конфликт хорошего с лучшим: "Сегодня работать лучше, чем вчера...") может объясняться крайней экзотеричностью ЛУ, отношением к адресатам лозунгов как к "малым сим".

Заметим, что в 20/30-ых годах, как, конечно, и во время гражданской войны и войны 1941-45 гг., дело обстоит иначе, и лозунги типа "долой...!", "смерть...!" и т. д. были широко распространены²²; в настоящее время их доля даже в "печатных" лозунгах (напр., призывах ЦК КПСС к годовщинам Октября) упала почти до нуля, а "уличные" лозунги этого типа полностью отсутствуют.

Б. Описание ЛУ будет неполным, если не упомянуть "патриотический уголок" (занимающий в нем, впрочем, довольно скромное место), образуемый лозунгами, прославляющими Родину и советский народ (в

особенности - его подвиг в войне). При этом в ЛУ не может быть ни намек на национализм или шовинизм²³; даже названия наций и народов, не исключая и русского, отсутствуют (если не считать лозунгов, посвященных советско-болгарской и т. д. дружбе) - есть только "советский народ"; даже само слово "нация" упоминается лишь в контексте "братской дружбы и непоколебимого единства всех наций и народностей нашей Родины". Советский народ прославляется как "народ-герой" и "народ-победитель", совершивший "бессмертный подвиг". В чем заключался этот подвиг и кто был побежденным, в лозунгах не говорится; но сам факт "победы" сообщает народу то достоинство, которое делает несомненным и его победу в строительстве коммунизма.

В. Заметим, наконец, что наряду со специфическими для ЛУ ценностями (Коммунизм и все, что ему причастно, а также Труд), на периферии ЛУ имеются также и "общечеловеческие" ценности (мир, прогресс, демократия, дружба, свобода, равенство, братство, ум, честь, совесть и т. д.). Существуют лозунги, устанавливающие связи между этими двумя классами ценностей, утверждающие причастность специфических объектов ЛУ миру общечеловеческих ценностей ("Коммунистическая партия - ум, честь и совесть нашей эпохи", "Да здравствует СССР - оплот мира и прогресса!"), или же утверждающие общечеловеческие ценности, если они причастны "специфическим" ("Да здравствует социалистическая демократия!").

Примечания

- ¹ Лозунги рассматриваются в синхронном срезе 1980 года. В настоящее время ситуация с лозунгами и их репертуар претерпели некоторые изменения, требующие дальнейшего изучения.
- ² Омонимия формы совместного действия с формой будущего времени приводит к тому, что такие призывы могут получать оттенок констатации в виде уверенного предсказания, приобретая прогнозную функцию.
- ³ Ср. редкий пример, где обращение убрано внутрь основного текста: "Гордись званием москвича!"; другой редкий случай - обращение, превращенное в антецедент импликации: "Живешь на Смоленщине - будь строителем!"; отметим, наконец, случай обращения к фиктивному адресату: "Служи народу, Ак-Бура!" (река, на которой строится ГЭС), - здесь объект превращен в адресата.

- 4 Контекстом лозунга служит его пространственное окружение, точнее, социально релевантная часть этого окружения.
- 5 О "должном", "вехах" и "планах" подробнее см. ниже.
- 6 Если объектом здравницы является та или иная группа населения ("Да здравствует наш героический рабочий класс!", "Слава советским воинам!"), то можно считать, что эта группа маркирована в общем множестве адресатов.
- 7 В этом лозунге, в силу принятого способа его расположения - по одному слову на крыше каждого из цепочки домов - пунктуация нейтрализуется (и приведенная - условна). Отметим попутно, что в лозунгах, ввиду особенностей их графического оформления, почти всегда нейтрализуется противопоставление прописных/строчных букв.
- 8 По мнению Л. Якубинского и Г. Винокура, чистый лозунг "по природе своей, по-видимому, безглаголен" (Г. Винокур. *Культура языка*. М., 1925, стр. 87).
- 9 Первый лозунг имеет вид A+B+C, его трансформ - B+C; наряду с ними существует и лозунг A+B ("Да здравствует СССР!"). Такая ситуация достаточно типична и отражает "блочную" структуру многих лозунгов.
- 10 Характерно существование плеонастических лозунгов типа "Пусть живет в веках бессмертное имя Ленина"; этот факт говорит об относительной семантической независимости частей при "сборке" лозунга.
- 11 Предпраздничные лозунги, печатаемые в газетах, так и именуются "призывами ЦК КПСС".
- 12 Лозунги с рамкой "... поддерживаем и одобряем" максимально перформативны: речевой акт сам по себе является действием "поддержки и одобрения".
- 13 Отметим совершенно другой случай появления в призыве магического элемента: числовая магия в лозунге "XXVI съезду - 26 ударных недель".
- 14 В смысле выражения квинтэссенции (или предельно упрощенного варианта) соответствующей идеологии ЛУ аналогичен рекламному универсуму в "обществе потребления" (см., напр., J. Umiker-Sebeok. *Nature's Way? Visual Images of Childhood in American Culture. Semiotica*, v. 27, N 1/3, 1979).

- 15 "Итак, бодрствуйте; потому что не знаете ни дня, ни часа, в который придет Сын Человеческий" (Мф. 25:13).
- 16 "Истинно говорю вам: есть некоторые из стоящих здесь, которые не вкусят смерти, как уже увидят Сына Человеческого, грядущего в Царствии Своем" (Мф. 16:28).
- 17 Распространенность лозунгов, посвященных различным юбилеям и годовщинам, не противоречит сказанному. Во-первых, это "временные" лозунги, и их объекты не являются "постоянными членами" ЛУ. Во-вторых, в этих лозунгах та или иная годовщина гипостатизируется, выступая как самостоятельный, самоценный объект, практически оторвавшийся от исходного события. В этом смысле характерны такие названия московских улиц и площадей, как "улица Десятилетия Октября", "проспект Сорок лет Октября" (sic), "площадь Пятидесятилетия Октября", "проспект Шестидесятилетия Октября".
- 18 Характерен лозунг "От съезда к съезду - ленинским курсом", где эта цикличность эксплицирована.
- 19 Время, таким образом, оказывается дискретным, ступенчатым; в идее лестницы воплощены обе концепции исторического времени - линейная (лестница ведет куда-то) и циклическая (каждая следующая ступенька повторяет предыдущую).
- 20 Слово "труд" с его производными и синонимами является наиболее частым в корпусе лозунгов.
- 21 Насколько мистифицирован ЛУ даже по сравнению с объемлющим идеологическим универсумом, показывает лозунг: "Ударным трудом ответим на заботу партии о благосостоянии советских людей". То есть труд и благосостояние находятся в ЛУ в отношениях, почти обратных тем, что диктуются здравым смыслом и элементарной политэкономией (в том числе марксистской), а источником мистическим благосостояния оказывается Партия.
- 22 Например: "Против Лиги Наций, против Локарно, против буржуазных и социалистических пацифистских обманщиков! (1926 г.), "Долой социал-империалистов! Долой социал-папистов!" (1930 г.), "Разоблачим всех и всяких двурушников!...", "Искореним врагов народа, троцкистско-бухаринских шпионов и вредителей, наймитов иностранных разведок. Смерть изменникам родины!" (1938 г.).
- 23 Некоторые иностранцы воспринимают лозунги типа "Слава великому советскому народу!" или "СССР - оплот мира во всем мире" как шо-

винистические. Они заблуждаются. Шовинизм предполагает наличие оппозиции свое/чужое (жестко коррелированной с оппозицией хорошее/плохое); между тем, ЛУ замкнут на "своем" и этих (как и других) оппозиций не знает. Поэтому прославление, скажем, советского народа не означает умаления других народов - они в ЛУ просто не существуют.