

ЯЗЫК И КУЛЬТУРА

УДК 81'276(470.45-25)

Бакумова Елена Владимировна
доцент кафедры межкультурной коммуникации и перевода
Волгоградский государственный
социально-педагогический университет
bakev@yandex.ru

МЕДИАУРБАНИСТИКА: ФОРМЫ И ЯЗЫКОВОЕ ВЫРАЖЕНИЕ (на материале коммуникативных практик Волгограда)

*Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ
в рамках научного проекта №17-29-09114*

В статье рассматривается изучение языка современного города как новое направление лингвистических исследований. Медиаурбанистика предполагает направления для анализа вербальных и невербальных проявлений коммуникации в городе. Анализируются надписи в маршрутных такси с точки зрения использования в них языковой игры, инструктивной составляющей, степени выраженности языковой агрессии.

Ключевые слова: язык большого города, медиаурбанистика, языковая игра, речевая агрессия, юмор.

Медиаурбанистика – новое направление лингвистических исследований современности. Интерес к изучению языка современного города обусловлен целым рядом факторов, к которым, в частности, можно отнести демонстрацию изменений в жизни общества через язык (например, динамизм, тенденции глобализации, фамильярность, вариативность нормы, спонтанность).

А.Г. Квят, рассматривая городские коммуникативные исследования, выделяет три парадигмы медиаурбанистики: предвиртуальность (1950-1970-е гг.), виртуальность (1990-е – начало 2000-х гг.) и поствиртуальность (со второй половины 2000-х гг.) [Квят 2014]. Автор рассуждает о развитии третьих мест (антикафе, коворкинги и др.) и возникновении городских коммуникативных практик нового образца (квесты, фудмаркеты и др.). Анализируя русское городское коммуникативное пространство, А.Г. Квят констатирует, что «эти проявления поствиртуальности пока не доминируют в российской городской культуре, а образуют многочисленные локальные пространственно-временные анклав» [Квят 2014: 126].

Метафорически выражаясь, скажем, что «язык современного города – это зеркало, которое в полной мере отражает мир людей, их быт, традиции и культуры в целом» [Намиитокова и др. эл. ресурс:185].

Отметим справедливость высказывания М.В.Китайгородской и Н.Н.Розановой, констатирующих, что «сдвиги в структуре и характере современного городского общения отражают действие следующих тенденций: усиление диалогизации устного городского общения; усиление личностного начала; возрождение игровой, карнавальной стихии в жизни города» [Китайгородская и др. 2003: 103].

Изучение языка современного города включает исследование звучащей речи (непосредственно коммуникация в ситуациях городского общения, например, в магазине, на улице, на рынке, в транспорте и т.д.) и анализ письменной речи (вывески, объявления, наружная реклама, лозунги, надписи и т.д.).

Отметим точность высказывания С.Г.Тер-Минасовой [Тер-Минасова 2000: 230]: «Все эти тексты не только регулируют поведение людей, определяют каждый их шаг, не только информируют, запрещают, побуждают, предостерегают, просят, пугают, спасают, советуют и обнадеживают, но и определяют образ жизни, культуру, менталитет, национальный характер городских жителей, т.е. формируют как определенный социальный мир, так и каждого как личность, представляющую этот мир».

Среди «текстов», формирующих семиотическое пространство города и его микрорайонов, можно выделить:

– официальные названия учреждений, фирм, магазинов, микрорайонов. В контексте городской коммуникации интересно изучить грамотность, эстетичность и мотивированность номинаций. Так, в одном из районов современного Пекина можно увидеть магазин Юра (youla chaoshi 尤拉 超市) – супермаркет, где можно приобрести товары из России. В основе номинации – аллюзия к первому русскому космонавту Юрию Гагарину, пользующемуся огромной популярностью в Китае;

– характер рекламных щитов и уместность их размещения;

– тексты, используемые при оформлении витрин, вывесок, и способы их оформления;

– названия улиц, площадей, переулков. В частности, Н.Н.Котельникова рассмотрела топонимию города Тяньцзиня как пример системы номинаций улиц современного китайского мегаполиса, выделив их виды и особенности [Котельникова 2018]. В частности, географическое положение Тяньцзиня определило наличие большого количества наименований, связанных с водой (объекты на воде, гидротехнические

сооружения, береговые укрепления). Похожее исследование названий улиц по именам исторических лиц в Китае и России было проведено Ван Хуа [Ван 2014]. Ученые пришли к выводам, что к частотным мотивационным основам для наименований городских линейных объектов относятся особенности ландшафта, расположения, климата, истории, а также ценностные и нравственные ориентиры жителей. Для китайской лингвокультуры характерна меньшая, по сравнению с русской, доля годонимов революционной и коммунистической направленности, как и названий, в основе которых лежат антропонимы [Котельников 2018].

Отдельным примером для рассмотрения могут стать самодельные объявления в частном городском транспорте – маршрутном такси.

По утверждению С.В.Фуниковой, маршрутное такси выполняет для водителя определенные социальные функции: это и место работы, и «дом на колесах» ... водитель – «хозяин дома на колесах» [Фуникова 2016: 38]. Ситуация проезда в данном виде городского транспорта является для водителя и пассажира неравноправной: первый исполняет профессиональные обязанности (управляет транспортным средством), в то же время обладая правом устанавливать собственные правила поведения внутри такси.

Таким образом, большинство надписей в совокупности представляет собой свод регулятивов, своеобразный кодекс поведения для пассажиров. Правила эти разнообразны, их выбор зависит от водителя.

Проанализируем языковые особенности объявлений в волгоградских маршрутных такси.

Начнем с часто встречающейся языковой игры. Например, наклейка над дверью гласит: *«Спокойно, Ипполит, спокойно!»* Обыгрывается прецедентная фраза из известного кинофильма *«Ирония судьбы, или С легким паром!»*

Землю – крестьянам, заводы – рабочим, деньги – водителю! А ты оплатил свой проезд?

При совпадении в культурном багаже водителя и пассажиров возникает комический эффект, основанный на общности апперцепционной базы [Фуникова 2016]. Данный стилистический эффект не будет достигнут при различиях в фоновых знаниях; в этом случае такие цитаты будут безадресными и информативно бедными, а в некоторых случаях и просто вызывающими непонимание.

Отметим, что нередко водители маршрутки играют роль доброго дядюшки, внедряя систему бонусов и поощрения для пассажиров, хотя бы и в шутку:

Если старушке сейчас никто не уступит место, это сделаю я. Водитель.

Бонус для школьников от дяди Романа. Стоимость проезда при предъявлении дневника. Оценка 4 – 15 рублей, оценка 5 – проезд бесплатный. Учитесь хорошо и уступайте место старшим!

Принимая во внимание не самую хорошую репутацию маршрутных такси, сложившуюся у пассажиров, водители в шуточной форме гарантируют безопасность в дороге: *Внимание! Данный объект охраняется ангелами круглосуточно!*

Кроме того, можно выделить группу объявлений, носящих инструктивный характер, выполняющих побудительную прагматическую функцию:

Не хлопайте дверью. Это Ваш единственный выход.

Убедительная просьба: мороженое и конфеты есть с оберткой, фрукты есть вместе со шкуркой. Отметим двойственность впечатления от объявления: за относительной вежливостью скрывается предложение употреблять в пищу несъедобные вещи.

Констатируем, что вежливое обращение *уважаемые пассажиры* в российских надписях в маршрутных такси встречается гораздо реже, чем в китайском языковом городском пространстве, где оно является обязательной частью любого обращения к гражданам.

Отметим также несомненное преобладание в российских объявлениях стилистически сниженной, близкой к просторечию лексики. *Во избежание тяжелых травм крепко держитесь за поручни, главное, своевременно оплачивайте проезд. Стоя ехать запрещено! ДПС требует, чтобы количество трупов не превышало количество сидячих мест. Об остановках предупреждайте заранее. Причем кричите так, как будто вы ее 5 минут назад уже проехали.*

Нередко в текстах содержится скрытая угроза: *Не говори мне, как ехать, я не скажу тебе, как идти. Ни одна зубная паста не сохраняет зубы так, как вовремя оплаченный проезд.*

Иногда степень уважения к пассажирам равно нулю, пренебрежение является лидирующим в объявлениях типа *Прежде чем войти, подумай, нужен ли ты.*

Наивысшая степень инструктивности, по сути приказ, звучит следующим образом: *говорить тихо, просить скромно, платить четко, выходить быстро.*

Анализируя данные тенденции в городской коммуникации, заметим, что даже в силу их нарочитой инструктивности и назидательности данные объявления говорят о наличии творческого начала в языке. В то же время, за внешней вежливой формулой скрывается агрессивная составляющая, которая, в силу частотности и эмоциональной вовлеченно-

сти пассажиров, постепенно формирует представление о допустимости агрессии в городской коммуникации.

Подводя итоги, отметим несомненную многоплановость и многоаспектность исследований медиаурбанистики. Поле для изучения здесь разнообразно и многослойно и отражает как общие коммуникативные процессы той или иной лингвокультуры, так и отдельные речевые особенности, присущие конкретной лингвокультуре в определенный момент времени, в отдельной речевой ситуации или географической локации. Представляется, что дальнейшее изучение коммуникативного пространства города позволит выявить новые закономерности и описать последние тенденции в медиаурбанистике.

Библиографический список

Ван Хуа. Сопоставление названий улиц в китайской и русской лингвокультурах (на материале названий по именам исторических лиц) // Вестник московского университета. Серия 9: Филология. 2014 №1 – С. 219–230.

Квят А.Г. Кафе без еды, фастфуд как медиа, временный парк: поствиртуальность и город 3:0 в России // Вестн. Волгogr. гос. ун-та. Сер. 7, Филос. 2014. №3 (23). URL: <http://psst.jvolsu.com/index.php/ru/component/attachments/download/641> (дата обращения 16.04.2018).

Китайгородская М.В. Розанова Н.Н. Современная городская коммуникация: тенденции развития (на материале языка – 188 – Москвы) // Русский язык конца XX столетия (1985–1995). М., 1996. С.345–383.

Китайгородская М.В., Розанова Н.Н. Современное городское общение: типы коммуникативных ситуаций и их жанровая реализация (на примере Москвы) // Современный русский язык. Социальная и функциональная дифференциация. М., 2003. С. 103–106.

Котельникова Н.Н. Годонимия города Тяньцзиня как пример системы номинаций улиц современного китайского мегаполиса // Россия – Китай: история и культура: сборник статей и докладов участников XI Международной научно-практической конференции. Казань: Издательство Академии наук РТ, 2018.

Намитоква Р.Ю., Гриценко Н.И., Нефляшева И.А. Язык современного города (презентация программы социодialeктологической практики студентов 2 курса: специализация: филологическое обеспечение журналистики и документоведения) // URL:http://www.vestnik.adygnet.ru/files/2006.1/82/namitokova2_2006_1.pdf (дата обращения 15.04.2018).

Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. М., 2000.

Фуникова С.В. Языковая игра как актуальная тенденция в городской коммуникации (на материалах г. Белгорода). URL:<https://cyberleninka.ru/article/v/yazykovaya-igra-kak-aktualnaya-tendentsiya-v-gorodskoy-kommunikatsii-na-materialah-g-belgoroda> (дата обращения 15.04.2018).

Ширяев Е.Н. Культура русской речи и эффективность общения. М.: Флинта, 1996. 287 с.

E. V. Bakumova

Associate Professor of

Intercultural Communication and Translation Department

Volgograd State Socio-Pedagogical University

**URBAN COMMUNICATION STUDIES: FORMS AND LINGUISTIC
EXPRESSION (based on the communicative practices of Volgograd)**

The article deals with the study of urban communication as a new direction of linguistic research. Directions for the analysis of verbal and nonverbal manifestations of the language of the big city are offered. Inscriptions in city taxis are analyzed from the point of view of language games, instructional component, speech aggression.

Key words: the language of the big city, urban communication, word-play, verbal aggression, humor.