



УДК 811.11-112
ББК 81.2

ЛИНГВОСЕМИОТИЧЕСКАЯ СПЕЦИФИКА КАРНАВАЛЬНОЙ ИНТЕРАКЦИИ В АВТОМОБИЛЬНОМ ПУТЕШЕСТВИИ ПО РОССИИ

Т.Н. Некрасова

Исследуется комплекс знаков, погружаемых в дискурс русскоязычных автомобилистов и лиц, формирующих коммуникативные ситуации на российских дорогах. Выявлена и описана специфика таких знаков, рассматривается карнавальный аспект речевого взаимодействия участников автомобильного путешествия.

Ключевые слова: дискурс, знак, интеракция, карнавализация общения, лингвосемиотика, прагматонимы, сленгизмы-автомобилизмы.

Знаки дорожного движения в учебниках по семиотике приводятся как классический пример свойства знаков передавать информацию. Так, Н.Б. Мечковская, известный отечественный лингвист-семиотик, пишет о системе знаков, регулирующих дорожное движение, как об относительно простой и искусственной семиотической системе, системе моделирующей, то есть такой, «при помощи которой субъект коммуникации моделирует в своем сознании соответствующий фрагмент мира и порождает актуальную информацию об этой действительности» [7, с. 7]. Тем не менее при более широком взгляде на проблему оказывается, что «относительно простая и искусственная семиотика дорожного движения, будучи встроенной в контекст езды на автомобиле как коммуникативного события, в значительной мере усложняется, превращается в комплексный семиотический феномен и обогащается лингвистической (вербальной, дискурсивной) составляющей» [1, с. 6].

Впервые автомобильное путешествие по российским дорогам как среда специфичной коммуникации было подвергнуто изучению Т.Н. Астафуровой и А.В. Оляничем в лингвосемиотическом аспекте, при этом авторы ис-

пользовали исследовательский алгоритм, хорошо апробированный ими в ряде совместных публикаций (см., например: [2]). Благодаря последовательному анализу типов знаков – как вербальных (слово, словесный комплекс), так и невербальных (иконы, эмблемы, сигналы, символы, изображения, креолизирующие текст) – и наблюдению за тем, как они актуализируются в соответствующих текстах или погружаются в разнообразные типы и виды дискурса, удается детально репрезентировать семиозис феномена коммуникации, так сказать, «заглянуть за кулисы» коммуникативного события.

Движение от изучения иконографической семиотики автодороги к исследованию лингвосемиотики речевого взаимодействия его участников достаточно полно описано авторами в статье [1] именно при помощи алгоритма «знак → слово → текст/дискурс». В задачи данной статьи входит описание с использованием данной исследовательской методики такого важного и пока малоизученного лингвосемиотического процесса, каким является карнавализация общения между участниками дорожного движения.

Семиозис автомобильного путешествия складывается из разнообразного репертуара вербальных и невербальных знаков самого разного качества и характера. Это обширное семиотическое пространство, внутри которого реализуются функции как самого дорож-

ного полотна, так и сопутствующих ему компонентов, таких как ландшафт, рельеф местности, функциональные строения, организации по обслуживанию и регулированию движения автотранспорта.

Участниками автомобильного путешествия являются субъекты, среди которых – водители, пассажиры, пешеходы, регуляторы движения, работники дорожных служб. Даже животные способны повлиять на качество дорожного движения, создавая на дороге аварийные ситуации, выбегая на дорожное полотно или перебегая его. Особые (как правило, маскулинно доминирующие и преимущественно дискриминационные) отношения складываются на дороге между мужчинами и женщинами (подробнее об этом см.: [9]).

Состав участников семиозиса автодороги весьма разнообразен: это и туристы, и представители разных профессий, совершающие деловую поездку («командировочные»), и пассажиры пригородных или междугородных автобусных маршрутов, и профессиональные водители многотонных автопоездов – «дальнобойщики» (см. об этом: [11]). Оказываясь в семиотическом пространстве автопутешествия, они вынуждены подчиняться (или не подчиняться) «писаным» и «неписаным» законам передвижения по маршруту, общаться при этом в нескольких регистрах интеракции и с разнообразными типами коммуникантов.

Автодорожная магистраль в России – это зона риска для жизни, зона социальных коллизий и конфликтов как с властью в лице дорожной полиции, с криминалом, так и между самими участниками дорожного движения. Несмотря на то что у нас появляется все больше автомобильных дорог с покрытием мирового качества и с четко работающими системами их обслуживания, состояние большинства российских автодорог по-прежнему плачевно: и сегодня актуальны как приписываемый Н.В. Гоголю апокриф «У России две напасти – дураки и дороги», так и песенный образ «Эх, дороги! Ямы да ухабы!».

Коррупционированность дорожных полицейских, грабеж на трассах, дорогой автосервис, «подставы» и «лохотрон» на дорогах, почти полное отсутствие комфорта в придорожном обслуживании, обилие неграмотных и некомпетентных водителей, за взятку получивших

права и не умеющих толком водить машину, – вот те обстоятельства, избавиться от которых мечтают опытные и цивилизованные водители. Что же пока им остается делать? Только смеяться – над ситуацией, над жизнью, над собой и над другими...

Так в автомобильном общении возникает лингвосомиотическое явление карнавализации – феномена, обладающего также лингвопсихологическими, лингвокультурными и социокультурными свойствами. Этот феномен, будучи внедренным в когнитивную сферу человеческого сознания, становится прекрасной панелью исследования поведенческих стратегий социума в ситуациях экстремального столкновения с агрессивной реальностью.

Под карнализацией коммуникации/интеракции, вслед за М.М. Бахтиным [3], исследователи понимают процесс «инверсии двоячных противопоставлений», то есть переворачивание смысла бинарных оппозиций: «Когда народ выходит на карнавальную площадь, он прощается со всем мирским перед долгим постом, и все основные оппозиции христианской культуры и все бытовые представления меняются местами» [12, с. 232].

Стержневой категорией карнализации, по М.М. Бахтину, является смеховое начало [5]. Карнавальная феномен смеха связан «с собственно комической оценкой действительности... Его сущность в том, что он представляет собой синтез эмоции и рефлексии. Этот тип (смеха. – Т. Н.) получил наименование “смеха ума”» [6].

Смех – способ выражения отношения к действительности, он оценочен, рефлексивен, сугубо человечесен и парадоксален. Парадокс смеха состоит в том, что он представляет собой неадекватную и часто эмоциональную реакцию на то, что само по себе не является смешным. Как отмечают авторы статьи «Смех» в сетевом философском словаре, «существо смеха связано с раздвоением, расколом действительности надвое, созданием ее смеховой тени. Смех открывает в одном другом: в высоком – низкое, в торжественном – будничное, в обнадеживающем – разочаровывающее и т. п. Здесь смех – не просто приятное, радостное чувство, а парадоксальная комическая рефлексия. Объектом смеховой рефлексии является, как правило, нечто нега-

тивное, достойное осуждения и отрицания, некое зло (реальная ли угроза, разного ли рода нелепости, несоответствия, деформации привычного, нормы) [10].

А.Е. Михневич говорит об особой семиотике смеха, сущность которой – «в комической оценке действительности... приобретающей форму иронии, сатиры, гротеска, пародии, карнавала, выходящих в своей материальной манифестации далеко за пределы чисто словесного творчества и представляющих собой эстетические произведения» [8, с. 41]. Таким образом, карнавальность, как и любая другая культурная, психологическая и социолингвистическая категория, начинается со знаков самого разнообразного качества. На автодороге в обилии встречаются знаки, переворачивающие представление субъектов-участников дорожного движения о феноменах нелегкой автомобильной российской действительности. Итак, начнем наше описание лингвосемиотической специфики интеракции участников автомобильного российского путешествия с начальной точки алгоритма анализа – с характеристики карнавальных знаков.

Карнавальный знак. Справедливости ради заметим, что к карнавальности на автодороге не имеют прямого отношения институционалы – сотрудники дорожно-постовой службы (далее – ДПС) и патрульные дорожной полиции [государственной инспекции безопасности дорожного движения (далее – ГИБДД)]. Они оказываются объектами карнавальности: водители и другие участники дорожного движения семиотически высмеивают, прежде всего, коррумпированное поведение полицейских. Обычно этот «грех гаишника» визуализируется в наклейках на заднем стекле автомобиля или в муляжах дорожных знаков, нелегально составляемых водителями, раздраженными коррупционным беспределом полицейских. Так, нам встретился дорожный знак, индицирующий появление поста ДПС через 500 м, на котором изображена свинья, поедающая «зелень» (доллары) из кормушки.

Общественные объединения автомобилистов распространяют по трассе и расставляют на улицах городов муляжи дорожных знаков протестной семиотики («псевдознаки»): все они имеют красную (запретительную) окантовку, а в поле самого знака помещается

значимый образ явления, которое находится в фокусе протеста. Например, неуклонное и неоправданное подорожание бензина в стране отображено в знаке, где присутствует фигура водителя возле автомата бензоколонки, наставившего заправочный пистолет себе в висок.

В семиотике водительского осуждения отмечены также протестные знаки неодобрения нарушения правил дорожного движения и пренебрежительное отношение к негласному водительскому этикету. Обычно это осуждение семиотически рефлексировано в наклейках на задних стеклах автомобилей, задних бамперах и в дорожных «псевдознаках». Неодобрение семиотизировано, как правило, в карикатурной, иронической визуальной форме, при этом в качестве нарушителей обычно выступают образы мало почитаемых в народе животных – осла, козла и свиньи, креолизирующие текст наклейки, который вербализует суть нарушения.

Вот примеры таких креолизованных «псевдознаками» текстов: «*Посмотри на стидометр!*» (в красной запретительной окантовке знака – изображение свиньи, «летающей» на всех парах); «*Соблюдай дистанцию!*» (в красной запретительной окантовке знака – изображение осла, на всем ходу врезающегося в свинью сзади); «*Внимание! Лихач на дороге!*» (в красной запретительной окантовке знака – перечеркнутое изображение козла, катающегося на скейтборде).

Отношения между неопытными водителями и автомобилистами со стажем разновекторны. С одной стороны, опытные водители постоянно испытывают раздражение по поводу молодежи, лихачествующей на дорогах; оно семиотизировано при помощи креолизованного прецедентного текста запретительного псевдознака: прецедентность обеспечена изображением утят (племянников скряги Скруджа Мак-Дака, героя американского мультфильма), известных своим скандальным поведением; они несутся на огромной скорости в автомобиле. Надпись над изображением также прецедентна, поскольку содержит аллюзию на известный дорожный знак «*Осторожно, дети!*», обычно помещаемый перед зданием образовательного учреждения.

С другой стороны, креативная ирония новичков направлена против опытных водителей, обычно их оскорбляющих за неспешную

и осторожную езду вербально (при помощи непечатных выражений) и сугубо семиотически (например, при помощи неприличного жеста, свойственного американцам и перенятого нашими водителями, – средний палец, поднятый вверх, как невербальный аналог obscene выражения «Пошел на...!»). Обидчикам предназначена наклейка-псевдознак «Еду как могу!» с изображением улитки в центре.

Наконец, женщина за рулем пытается снять негативную реакцию едущего позади нее опытного водителя при помощи наклейки на заднем стекле автомобиля в виде шуточного знака-предупреждения с изображением туфли на шпильке и надписью под ним: «Осторожно! За рулем инфузория!» (аллюзия-упоминание самого примитивного существа – инфузории-туфельки).

Карнавальные вербальные комплексы. Карнавализация в коммуникации (как и в нашем случае, интеракции в автомобильном передвижении) – это также жаргонизация словообразования (например, жаргонные номинации работников ГИБДД: *гайцы, гаечки, гаюны*), креативность лексическая, синтаксическая и семантическая (смысловая). Последняя проявляется в виде анекдотов, остроумных афоризмов и парадоксальных высказываний. Прекрасный пример подобного творчества является Юрий Гейко, водитель с многолетним стажем, автоэксперт, журналист и писатель. Следующий текст содержит остроумные парадоксы, либо основанные на параллельных конструкциях (далее – ПК) или на логической градации (далее – ЛГ), либо представляющие собой оппозитивные силлогизмы (далее – ОС) (выделены и маркированы соответствующими аббревиатурами):

Нам кажется, что дороги жизни выбираем мы сами. Бывает и наоборот – они выбирают нас (ПК). А вот дороги на земле мы не выбираем – это точно. И если из пункта «А» нам надо в пункт «Б», то мы едем именно по той дороге, которая между ними проложена. Я вывел такой закон: качество дорог в любой стране обратно пропорционально степени воровства в ней. Чем лучше дороги, тем меньше в стране воруют. И чем хуже дороги, тем больше в стране воруют (ЛГ). Давным-давно, еще студентом, я спросил своего кумира Владимира Бубнова, шестикратного чемпиона Союза, участника международных супермарафонов:

– А есть какое-то самое-пресамое главное правило, чтобы ездить без аварий?

– Есть, – ответил он мгновенно. – Думай за дураков (ОС).

Тогда я не очень это правило понял, но теперь знаю, что, находясь за рулем, вы должны быть готовы к самым нелогичным и неожиданным действиям любого объекта из тех, что вас окружают [4, с. 324].

Карнавальная креативность проявляется также в создании блендеризованных неологизмов, например:

*– Вчера экзамен по вождению завалил, мне сказали, что я **педальтоник!***

– Это как?

– Да я педаль газа от педали тормоза не отлучаю!

В карнавализационных целях (для эвфимизации коррумпированного поведения дорожной полиции) осуществляется лексическая замена:

*Автолюбители! ГИБДД напоминает: предъявляйте **бумажник** в раскрытом виде! (вместо документы).*

Многие продукты вербальной креативности автомобилистов достигают карнавального эффекта за счет неожиданного использования ряда логем, например логемы «**если** (ситуация) → **то** (действие) → **тогда** (эффект)»:

*Если навстречу вам едет машина с буквой «У» на лобовом стекле, **то** напугайте водителя неожиданным включением световой и звуковой сигнализации. **Тогда** они так прикольно прыгают в кювет...*

Часто в целях создания карнавализационного эффекта используются различные стилистические средства и иные эффекты. Так, в следующем примере анекдота о гаишниках использованы эвфемизм, номинативно заменяющий субъекта речи, то есть гаишника (1), и эффект обманутого ожидания, основанный на подмене одной коммуникативной ситуации (сугубо дорожной) другой – бытовой (2):

Труженник свистка (1) останавливает машину. Подходит. Спрашивает сурово:

– Вы знак видели?

– Видел.

Гаишник расплывается в доброй улыбке:

*– **Сынок мой нарисовал...** (2).*

Итак, подведем итоги.

Коммуникация субъектов автомобильного путешествия по России преимущественно связана с протестными настроениями водителей, которым приходится сталкиваться на автодороге с асоциальным дискомфортом и антисоциальной институциональностью. Подобное положение вещей рефлектируется лингвосемиотически, то есть в креативном характере интеракции субъектов автомобильного путешествия.

Ситуации на дороге заставляют водителей и иных участников дорожного движения юмористически относиться к ним, что в результате делает интеракцию карнавальной, порождающей прецедентные знаки и знаковые комплексы, в полной мере выполняющие свои основные задачи: снятие психологического и социального напряжения, демонстрацию антисоциального в интеракции субъектов власти и объектов ее приложения, и, наконец, сугубо лингвистическую задачу поддержания креативного потенциала языка, речи и соответствующего дискурса.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Астафурова, Т. Н. Лингвосемиотика автодороги / Т. Н. Астафурова, А. В. Олянич // Аксиологическая лингвистика : сб. науч. тр. – Волгоград : Колледж, 2009. – Вып. 12. – С. 6–22.
2. Астафурова, Т. Н. Лингвосемиотика власти: знак, слово, текст / Т. Н. Астафурова, А. В. Олянич. – Волгоград : Нива, 2008. – 250 с.
3. Бахтин, М. М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса / М. М. Бахтин. – М. : Худож. лит., 1990. – 543 с.

4. Гейко, Ю. Дураки, дороги и другие особенности национального вождения / Ю. Гейко. – М. : РИПОЛ классик, 2011 – 427 с.

5. Загибалова, М. А. Смеховое начало как стержевая категория карнавальности в концепции М. М. Бахтина / М. А. Загибалова // Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Сер. 7, Философия. Социология и социальные технологии. – 2008. – № 1 (7). – С. 162–165.

6. Колтунова, Н. М. Феномен улыбки и смеха в социокультурном контексте / Н. М. Колтунова // Молодежь и наука : сб. материалов VII Всерос. науч.-техн. конф. студентов, аспирантов и молодых учен., посвященной 50-летию первого полета человека в космос. – Электрон. текстовые дан. – Красноярск : Изд-во Сиб. федер. ун-та, 2011. – Режим доступа: <http://conf.sfu-kras.ru/sites/mn2011/>. – Загл. с экрана.

7. Мечковская, Н. Б. Семиотика: Язык. Природа. Культура / Н. Б. Мечковская. – М. : Академия, 2004. – 432 с.

8. Михневич, А. Е. К семиотике смеха / А. Е. Михневич // Русский язык: система и функционирование (к 80-летию профессора П. П. Шубы) : материалы III Междунар. науч. конф., Минск, 6–7 апр. 2006 г. В 2 ч. Ч. 1. – Минск : РИВШ, 2006. – С. 38–41.

9. Некрасова, Т. Н. Лингвосемиотика автодороги: гендерный аспект / Т. Н. Некрасова // Проблемы современной лингвистики : сб. науч. тр. – Волгоград : Колледж, 2010. – Вып. 3. – С. 10–18.

10. Новейший философский словарь. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://dic.academic.ru/contents.nsf/dic_new_philosophy/. – Загл. с экрана.

11. Олянич, А. В. Лингвосемиотика глоттонии в автомобильном путешествии / А. В. Олянич, Т. Н. Некрасова // Дискурс, социум, креативность. – Нижний Тагил : Изд-во НТГСПА, 2012. – С. 107–116.

12. Руднев, В. П. Словарь культуры XX века / В. П. Руднев. – М. : Аграф, 1997. – 384 с.

LINGUO-SEMIOTIC SPECIFICITY OF CARNIVAL INTERACTION IN THE COURSE OF AUTOMOBILE TRAVELLING THROUGH RUSSIA

T.N. Nekrasova

The article explores the sign complexes immersed in the discourse of Russian drivers and those who develop a communicative situation on Russian roads. The specifics of such signs is identified and described; the carnival aspect of verbal interaction between members of car travel is considered.

Key words: *discourse, sign, interaction, carnivalization of communication, linguo-semiotics, pragmatonims, automobile slang words.*