

Л. Л. Федорова

*Институт лингвистики
Российский государственный гуманитарный университет
Миусская пл., 6, Москва, 125993, Россия*

lfvoux@yandex.ru

ЯЗЫКОВОЙ ЛАНДШАФТ: ГОРОД И ТОЛПА

Предлагается попытка приложить понятие языкового ландшафта к анализу разнородной языковой среды городской демонстрации, тем самым статическое понятие языкового ландшафта города дополняется динамическим аспектом «живого текста».

Ключевые слова: языковой ландшафт, коммуникативное событие, демонстрация, языковой регистр, языковая игра.

Понятие ландшафта подразумевает позицию наблюдателя, который движется в пространстве среди природных объектов, таких как горы, леса, озера, и тем самым обозревает статическую общую картину.

Термин «языковой ландшафт» (ЯЛ) используется в социолингвистике при описании многоязычия в разных регионах, обычно в мегаполисах¹. По определению, языковой ландшафт (Linguistic Landscape) – это «язык придорожных плакатов, рекламных щитов, табличек-названий улиц и площадей, вывесок на магазинах и общественных учреждениях... которые выполняют две основных функции: информативную и символическую» [Landry, Bourhis, 1997. P. 25]. Есть и более компактная формула: языковой ландшафт – это «использование письменного языка в городской сфере» [Gorter, 2006. P. 2].

Мы привыкли, что языковой ландшафт города – это то, что либо статично, либо ме-

няется не часто². Однако современная жизнь города предлагает и другой аспект для наблюдателя: «живые тексты» плакатов в процессе демонстраций и митингов, и этот аспект не менее значим для социолингвистической оценки.

Мы будем понимать под языковым ландшафтом все множество графических и письменных знаков и текстов, которые доступны наблюдателю в общественном пространстве.

Статический языковой ландшафт: языковое и графическое смещение

Статический языковой ландшафт современной Москвы тоже более изменчив, чем раньше: уличные вывески и реклама регулярно меняются, стремясь соответствовать духу времени. В многоязыком и графически разнообразном воплощении на рекламных щитах присутствуют значимые и узнаваемые

¹ См., например, работу о языковом ландшафте в Чайнатауне – регионе Филадельфии: [Ling, Wu, 2012].

² Отметим, что городские вывески изучаются и в русской социолингвистике (см., в частности, [Китайгородская, 2003]).



Рис. 1. Новый Арбат, апрель 2012 г.

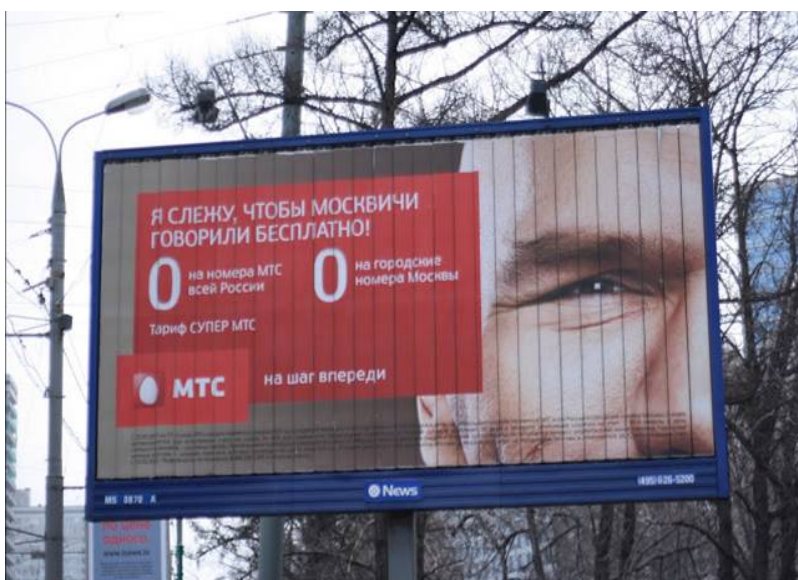


Рис. 2. «Недремлющее око» Николая Валуева

образы. Конечно, основная функция подобных знаков – информация, но, несомненно, здесь присутствует и символическая функция – презентация социальной группы автора (точнее для рекламы – заказчика, см.: [Левинсон, 1996]) и целевого адресата, что и определяет выбор языка и графического стиля. И этот выбор оказывается гораздо более свободным и креативным, чем 25 лет назад.

Новый Арбат – один из центральных проспектов Москвы. Его статический ландшафт образует смешение языков на вывесках и в рекламе. Взгляд наблюдателя в апреле 2012 г. отмечал яркие контрасты и смешение языков:

- русский – английский: РЕСТОРАН – fish & sea food – GLOBO;

- русский – французский: Почувствуй себя любимой – CARTE D'OR.

Графические системы могут смешиваться даже внутри слова: **Зю кафе** – кафе, специализирующееся на восточной кухне (китайской, тайской и др.); его название – игровая попытка транскрипции китайского названия (*jiu* = *цзю* = '9').

Предполагается, что целевая аудитория сумеет прочесть названия, узнать бренды, оценить языковую игру (рис. 1)³.

На рекламных щитах присутствуют популярные персонажи, как бы свидетельствуя

³ В статье использованы фотографии А. Боярской (РГГУ), а также фотографии из интернет-коллекций по датам митингов в Москве.



Рис. 3. Контрасты

о надежности рекламируемых услуг: Брюс Уиллис подтверждает декларированное обещание Trust банка: «Кредит за 10 минут»; глаз Николая Валугина (рис. 2) появляется на рекламе МТС: «Я слежу, чтобы москвичи говорили бесплатно». Знакомые лица внушают доверие.

Встречаются и объявления, предназначенные для жителей и просто прохожих: «Осторожно, сосульки!». Они не используют обычно ярких красок и специальных выразительных средств, вступая в значимый контраст с разноцветными рекламными надписями на той же стене: «ПЫЛКАЯ ВОСКО ВЕСНА» (рис. 3).

Подобные разноязыкие образы и создают статический языковой ландшафт Арбата, который меняется, хотя и незначительно, от сезона к сезону.

Динамический языковой ландшафт: функции и типы

Динамический ландшафт – явление стихийное, возникающее во время демонстраций. Его формируют демонстранты с лозунгами над толпой, движущейся, как река вдоль знакомых берегов: Дом Книги, кинотеатр «Октябрь», Весна, Аптека – и Dunkin Donats / Данкин Донатс, Честерфилд, Сити-банк, Елки-Палки, 8 Первых Свиданий, Место вашей рекламы. А в лозунгах – *Москва слезам не верит, Don't you cry tonight! Россия может быть лучше, God save the Queen!* Наблюдаем Арбат в митингах зимой 2011–2012 гг.: кроме лозунгов ЯЛ создают знамена, цветные шарики, ленты, цветы, портреты деятелей, картинки сказочных героев. Плакаты часто сочетают рисуночные образы и текст – требования, декларации, цитаты, цифры, даже поэтические строки. Здесь сплетается множество семиотических кодов: значимы цвета и их сочетания, графические стили и, конечно, тексты.

По ходу движения демонстрации тексты лозунгов вступают в конфликт с текстами рекламы: «Выбора нет ...» – «Стань фермером!». Или рекламный текст ««Все включено» по всей России», который читается как приобщение страны к событиям в Москве (рис. 4).

Общей чертой статического и динамического ландшафта является то, что они открыты всем. В отличие от уличных вывесок и афиш главная функция лозунгов, очевидно, не информативная, а воздействующая: многие тексты содержат прямой или скрытый императив («ОТМЕНИТЬ РЕЗУЛЬТАТЫ ВЫБОРОВ!», «ХВАТИТ НАС ТРОЛЛИТЬ!», «Освободите Добра от непосильной работы!», «Мир! Добро! Любовь!»).

Однако во время митинга его целевой адресат недоступен, в этом состоит особенность демонстрации как акта пред-коммуникации (в известной схеме коммуникативного акта Р. Якобсона [1975] один из компонентов – контакт, обеспечивающий взаимодействие коммуникантов; как раз здесь контакт отсутствует, так что демонстрация является по преимуществу актом самовыражения,

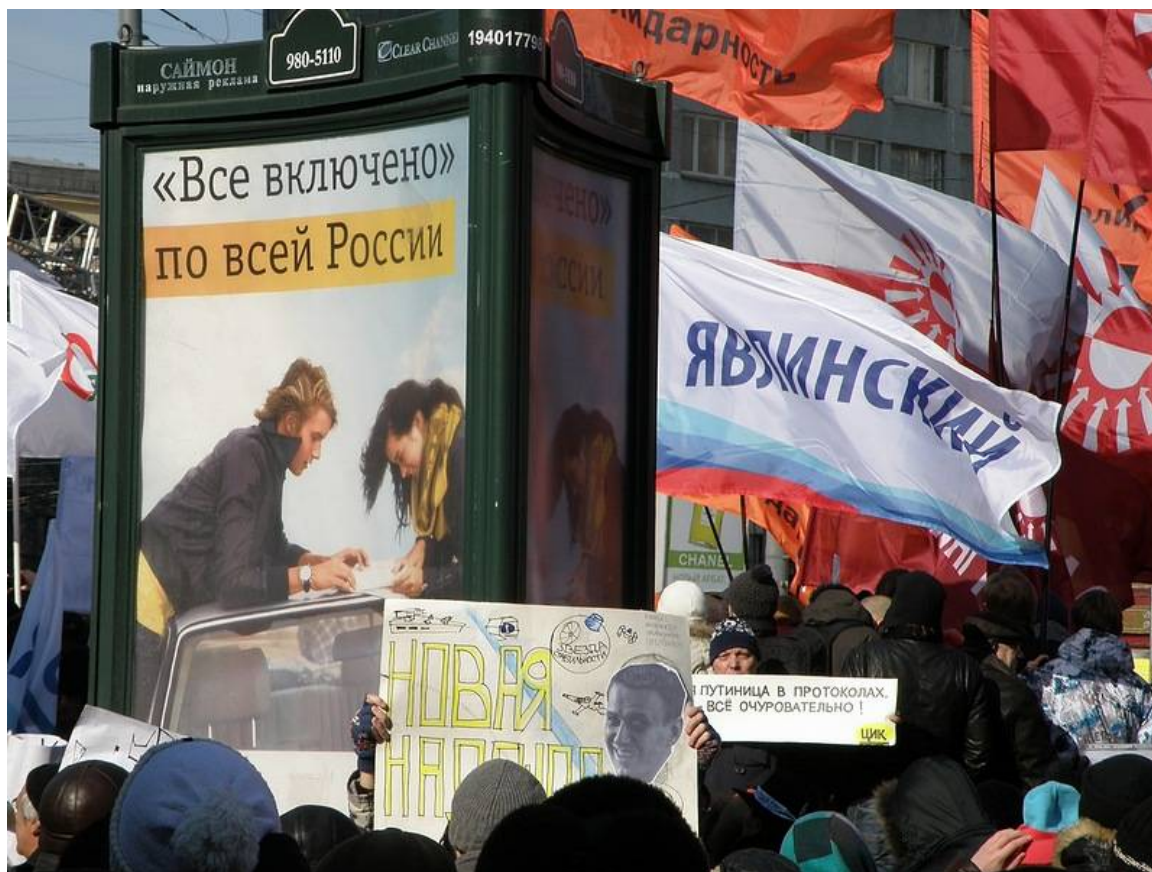


Рис. 4. Митингует Москва – все включено по всей России

направленным на опосредованное воздействие [Федорова, 2004. С. 130–133, 145–147]). Но функция воздействия не единственная, важной является и символическая, в контексте геосемантики воплощающая «системы социального позиционирования и борьбы за гегемонию как на межличностном, так и на групповом уровне» [Scollon, Scollon, 2003. P. 7]. В ходе демонстрации как сложном коммуникативном событии реализуется по крайней мере 4 типа позиционирования:

1) между ее участниками как коллективным адресантом и властью как целевым адресатом – при отсутствии непосредственного контакта;

2) между лидером и толпой – в асимметричном взаимодействии;

3) между каждым участником и целевым адресатом;

4) между самими участниками, в толпе.

Рассмотрим их подробнее.

Первый тип не является, строго говоря, коммуникацией, это демонстрация – здесь нет и не предполагается контакта с адресатом. Тем не менее ее цель – оказать влияние

на власть. Способ воздействия – декларация от коллективного адресанта, отмеченного грамматическим множественным числом:

- «Мы не оппозиция,
Мы твои работодатели.
Мы не протестуем,
Мы тебя увольняем»;
- «– Мы к тебе пришли, Пуу!»;
- «Мы не немые»;
- «Мы за честные амфоры!»

Однако при отсутствии прямого контакта с целевым адресатом эти декларации – прежде всего акт самовыражения. Сила воздействия пропорциональна числу голосов.

Есть и суррогатный адресат – полиция, без права голоса, но с правом действия.

Второй тип – собственно коммуникация между лидером на трибуне и толпой, но это коммуникация асимметрична. Цель говорящего – добиться поддержки. Толпа – это коллективный адресат с небольшим набором коммуникативных возможностей:

- поддержка лидера – скандирование лозунгов, прямые ответы на вопросы – «Да», «Нет»;

- реакция неподдержки и осуждения – освистание, скандирование «УХОДИ!»;
- «народ безмолвствует» (отказ от коммуникации с позиции нижестоящего).

Сила такого взаимодействия – это сила унисона; она может быть велика и производить устрашающий эффект на свидетелей, но может помочь донести сообщение до целевого адресата.

Третий тип позиционирования – между каждым участником с плакатом и целевым адресатом. Это опять ситуация демонстрации: каждый несет свое сообщение – речь или лозунг, обращенные к власти, но на равных. Иерархия отсутствует, обращение имеет неформальный характер – это стирание границ формального и неформального общения также отражает нарушение границ, выход за пределы кооперативного общения (об этом также см.: [Федорова, 2012]). Лозунги могут быть ответами на высказывания власти или инициальными акциями. Цель каждого такого участника – быть в итоге замеченным, услышанным адресатом. Его

стратегия – самовыражение. Множество голосов с самыми разными интонациями и регистрами создает таким образом полифонию протеста, не сливаясь в унисон.

- «Я тебе, конечно, “верю”,
Разве могут быть сомнения?
Я и сам все это видел –
Это наш с тобой секрет...
Наблюдатель»;
- «ПАЦАНЫ, пора подвинуться».

Четвертый тип – непосредственная коммуникация между демонстрантами в толпе. Здесь происходит взаимодействие солидарного типа, среди равных, взаимная поддержка, эмоциональная оценка плакатов, соревновательность, шутки. Все это придает общению карнавальное настроение (по Бахтину). Цель такого общения – приобретение сторонников, единомышленников, приобщение, солидарность (рис. 5).

- «Россия может быть лучше!»;
- «Люди! Улыбайтесь, Обнимайтесь, Любите друг друга».



Рис. 5. Солидарное общение

Языковые регистры

Это лишь общий набросок расстановки сил в ситуации демонстрации. От него можно перейти к анализу языкового употребления. Его цель – показать многообразие регистров, использованных в текстах, и тем самым проиллюстрировать один из своеобразных типов коммуникации – многоголосие солидарности.

«Языковой ландшафт отражает социолингвистический расклад в обществе (использование особых языков), а также динамические процессы между языком и его пользователями» [Kotze, Plessis, 2010. P. 72–73]. Об особых языках здесь говорится как о регистрах речи, которые выбирают говорящие в соответствии со своими ролями. «Каждый регистр помогает вам выразить свою идентичность в определенное время или в определенном месте – то, как вы стремитесь представить себя другим» [Wardhaugh, 2002. P. 51]. Регистр в нашем понимании предполагает использование определенного стиля в соответствии с реальной позицией говорящего или со смещением позиции, т. е. стилизацию, игровую, ироническую, а также особую стилистическую окраску, придаваемую высказыванию, типа: *уничжительно, фамильярно*.

Динамический ландшафт создается разнообразием регистров, используемых демонстрантами. В геосемиотическом аспекте они отражают позиции демонстрантов и целевого адресата [Scollon, Scollon, 2003]. Но не только. В социокультурном аспекте выбор регистра работает в основном на символическую функцию: представить действующих лиц (говорящего, автора, коллективного адресанта, наблюдателя) в принятых ими ролях («МЫ – ГРАЖДАНЕ», «Сетевые хомячки за честные выборы!», «Скажите, а в вашей стране можно делить на ноль?» – от имени инопланетянина). Здесь маски оказываются особенно символичны.

Можно проиллюстрировать некоторые регистры в соответствии с принятыми масками.

1. «Мудрый селянин» – разговорно-сниженный (народно-поэтический) стиль. Здесь обыгрываются пословицы и поговорки, детские стишки, используются прямые цитации:

- «Солнце на лето – Путина нету!» (ср.: зима на мороз);
- «Баба с возу, кобыле легче!»;
- «Кто обзывается, Сам так называется!»;
- «Дедушка Мороз, пожалуйста, Подари нам честных и мудрых правителей!»
- «Нельзя молиться за царя Ирода – Богородица не велит!»

Атмосфера народного праздника подчеркивается и атрибутами карусели – детскими игрушками, большим красным зонтом с надписью «карусель» – именно образ карусели стал метафорой нечестных выборов.

2. «Рассерженные граждане» – общий жаргон. Ярлык «рассерженные граждане» объединил горожан, которые почувствовали себя оскорбленными отношением власти к себе как бессловесной толпе. Их языковой регистр – обычный сленг, общий жаргон, допускающий просторечия, негативную экспрессивность, фамильярность в обращениях, нестандартную орфографию. Он не лишен иронии и сарказма.

- ДОСТАЛА ЭТА ВЛАСТЬ!
ЗАБИРАЙТЕ СЕБЕ
ЭТОТ МАЛЫЙ БИЗНЕС
И САМИ РАБОТАЙТЕ!»;
- «МЫ – НЕ ОППОЗИЦИЯ,
МЫ ВАШИ РАБОТОДАТЕЛИ!»
- «146% (троль)
ХВАТИТ НАС ТРОЛЛИТЬ!»
- «У нас в стране работы нету –
Спасибо Путину за это!»
- «Жду с нетерпением конца света –
Спасибо Путину за это!»
- «Я не хожу на все эти митинги-
шмитинги

Но достало даже меня!»

3. «Сетевые хомячки» – сетевой сленг. Специальный регистр «сетевых хомячков» – это другая разновидность сленга, сленг интернет-пользователей. Он отмечен присутствием неологизмов, англицизмов, для него характерны ирония, языковая игра, мемы, графическая экспрессивность.

- «Владимир Владимирович,
самое время #укантропить ваше
#сосаети!»;
- «Чуров, твои 146% не лезут в твитт!»;
- «Чур-Off!»;
- «Сетевые хомячки за честные выборы!»;
- «Хомяк расправил плечи».



Рис. 6. Вспоминая Стивенсона...



Рис. 7. Честный Чебурашка

4. Сказочно-иронический стиль. Это игра со сказочными и литературными персонажами на карнавальном «празднике непослушания». В качестве прецедентных выступают

тексты Киплинга и Роулинг, Стивенсона и Милна, Сент-Экзюпери и Гарсия Маркеса. Их персонажи нередко получают и рисуночное воплощение (рис. 6).

- «Мы не бандерлоги, да и вы совсем не Мудрый Каа»;
- «ВИННИ-ПУ нас всех НАДУЛ!»;
- «УДАВ, уползай! Миллион бандерлогов идут к тебе!»;
- «Освободите Добби от непосильной работы!»;
- «Хватит кормить удава!»;
- «17 человек на одну бюллетень. Йохо-хо! И Владимир Чуров!» (ср.: «Пятнадцать человек на сундук мертвеца, Йо-хо-хо, и бутылка рому!»).

Общую позицию протестующих укрепляют и поддерживают символические «свидетели» – виртуальные персонажи: Чебурашка (рис. 7), белый медведь, прикрывающий лапами глаза («Он только что узнал, что является символом Единой России»), Ктулху, инопланетянин.

5. Активный политический язык. Один из главных голосов в полифонии протеста –



Рис. 8. Свидетель выборов



Рис. 9. Протест преподавателей

это голос активных граждан, использующих политический язык (рис. 8). Этот регистр соответствует активной политической позиции, без игровой маски. В нем присутствуют определения и лаконичные формулы, призывы к действию – императивы; он часто афористичен, использует метафоры: амфоры, карусель, космонавты. Есть плакаты свидетелей выборов, наблюдателей (рис. 9):

- «Я – свидетель!»;
- «Путинизм есть феодальная власть плюс коррупционизация всей страны!» (ср.: «Социализм – это советская власть плюс электрификация всей страны»).

6. Высокий регистр. Этот регистр близок к предшествующему по искренности и серьезности, отсутствию игры. Для него характерны цитаты классических текстов и призывы, но не политического, а общечеловеческого, гуманистического характера.

- «Нам не нужно тирана-вождя,
Нам не нужно царя.
Все, что лучшее в нас –
Вопреки, а не благодаря.
(*Е. Евтушенко*)»;
- «Человек должен быть порядочным.
Это осуществимо в любых условиях,
при любой власти. Порядочность
не предполагает героичности. Она
предполагает неучастие в подлости.

Фазиль Искандер».

7. Сторонний наблюдатель – смена языка. Это особое игровое позиционирование, как будто бы исходящее от внешнего наблюдателя, и оно позволяет переключение на иностранный язык: чаще всего английский, но присутствуют и французский и немецкий. Такая смена языка символизирует роль иностранного наблюдателя, однако используется русскими и имеет целью быть понятной для русских.

- «Ходорковский GO HOME!»;
- «Putler Kaputt»;
- «GOODBYE, PUTIN!»;
- «Pussy vs Putin»;
- «Putin and Teddy, Escape!»;
- «No Putin, No cry!».

Языковое творчество

Итак, многоголосие динамического ландшафта показывает разнообразие игровых позиций в пределах объединенной социальной позиции – солидарных протестантов.

Они используют стратегии неформального общения, приемы снижения позиции адресата, смеховые и каламбурные языковые приемы. На последних кратко остановимся.

Языковое творчество в текстах проявляется в активном словообразовании, где наряду со стандартной аффиксацией (типа *путинизм*) и прозрачным словосложением без соединительной гласной (*путинюгенд*, *путинсплин*) используются игровые приемы: словосложение методом блендинга, т. е. с усечением и объединением основ (*ампутинация*, *медвенут*, *путинг*, *антипуссинг*, *путлер*, *остопутело*); созвучием парных основ (*митинги-шмитинги*); каламбурное переосмысление аббревиатуры (ВВП), моделирование по имени-образцу (*Винни-Пу*, *Пуу*); каламбурное переосмысление основ (*нас оПУТали*; *нас не заПУТаешь*; *путиница в протоколах*, *все очуровательно*). Некоторые удачные метафоры становятся знаковыми метками событий и людей: *карусель*, *амфоры*, *космонавты*, *троллить*; и даже грамматические нарушения – распространенными мемами («*Мы стали более теплее одеваться*»).

Некоторые выводы

Понятие языкового ландшафта может быть дополнено социолингвистическим описанием динамического аспекта – текстов плакатов и лозунгов во время митингов и демонстраций. Если для статического языкового ландшафта наиболее важна информативная функция, то для динамического – функция воздействия. При этом в обоих аспектах присутствует, хотя и в разной степени, символическая функция, отражающая социальные позиции участников.

Митинговая коммуникация – сложный процесс, включающий ситуации демонстрации и собственно коммуникации с разной расстановкой социальных позиций участников. Одной из главных стратегий неформального общения является самовыражение.

Социальное позиционирование участников проявляется в использовании разных языковых регистров и масок: от народно-поэтического стиля до активного политического языка, от сленга до высокой поэзии. Использование масок и разных регистров придает общению карнавальныи характер народного праздника (по Бахтину).

Языковое творчество использует разнообразные приемы и служит созданию смешанного эффекта.

Список литературы

Китайгородская М. В. Активные социолингвистические процессы в сфере городских наименований: московские вывески // Современный русский язык: социальная и функциональная дифференциация / Под ред. Л. П. Крысина. М., 2003. С. 127–148.

Федорова Л. Л. Семиотика: Учеб.-метод. модуль. М., 2004. 356 с.

Федорова Л. Л. Формальное и неформальное общение: структура и границы // Русский язык сегодня / Ин-т русского языка им. В. В. Виноградова РАН; под ред. Н. Н. Розановой. М.: Флинта: Наука, 2012. Вып. 5: Проблемы речевого общения. С. 395–405.

Якобсон Р. О. Лингвистика и поэтика // Структурализм: «за» и «против». М., 1975. С. 193–230.

Gorter D. Introduction. The Study of Linguistic Landscape as a New Approach to Multi-

lingualism // *International Journal of Multilingualism*. 2006. Vol. 3. P. 1–6.

Kotze C.-R., Plessis T. du. Language Visibility in the Xhariep: A Comparison of the Linguistic Landscape of Three Neighboring Towns // *Language Matters*. 2010. Vol. 41. P. 72–96.

Landry R., Bourhis R. Linguistics Landscapes and Ethnolinguistic Vitality: An Empirical Study // *Journal of Language and Social Psychology*. 1997. Vol. 16. P. 23–49.

Ling G., Ming-Hisuan Wu. Linguistic Landscape and Heritage Language Literacy Education: A Case Study of Linguistic Rescaling in Philadelphia Chinatown // *Written language and Literacy*. 2012. Vol. 15 (1). P. 114–140.

Scollon R., Scollon S. W. Discourses in Place: Language in the Material World. L.: Routledge, 2003. 258 p.

Wardhaug R. An Introduction to Sociolinguistics. 4th ed. Blackwell Publishers, 2002. 408 p.

Материал поступил в редколлегию 02.04.2014

L. L. Fedorova

Institute of Linguistics

Russian State University for the Humanities

6 Miusskaya ploschad, Moscow, 125993, Russian Federation

lfvoux@yandex.ru

LINGUISTIC LANDSCAPE: CITY AND CROWD

The paper proposes an attempt to introduce the notion of «Linguistic Landscape» into the analysis of heterogeneous language usage during a demonstration in the city. Thus, the static notion of linguistic landscape of the city can be enhanced by dynamic aspect of «living texts».

Keywords: linguistic landscape, communicative event, demonstration, language register, language game.

References

Fedorova L. L. Formal'noe i neformal'noe obschenie: struktura i granitsy. *Russkij yazyk segodnya*. Moscow, Flinta, Nauka, 2012, iss. 5: Problemy rechevogo obscheniya, p. 395–405. (In Russ.)

Fedorova L. L. *Semiotika*. Moscow, 2004. 356 p. (In Russ.)

Gorter D. Introduction. The Study of Linguistic Landscape as a New Approach to Multilingualism. *International Journal of Multilingualism*, 2006, vol. 3, p. 1–6.

Kitajgorodskaya M. V. Aktivnye sotsiolingvisticheskie protsessy v sfere gorodskikh naimenovaniy: moskovskie vyveski. *Sovremennyy russkiy yazyk: sotsial'naya i funktsional'naya differentsiatsiya*. Moscow, 2003, p. 127–148. (In Russ.)

Kotze C.-R., Plessis T. du. Language Visibility in the Xhariep: A Comparison of the Linguistic Landscape of Three Neighboring Towns. *Language Matters*, 2010, vol. 41, p. 72–96.

Landry R., Bourhis R. Linguistics Landscapes and Ethnolinguistic Vitality: An Empirical Study. *Journal of Language and Social Psychology*, 1997, vol. 16, p. 23–49.

Ling G., Ming-Hisuan Wu. Linguistic Landscape and Heritage Language Literacy Education: A Case Study of Linguistic Rescaling in Philadelphia Chinatown. *Written language and Literacy*, 2012, vol. 15 (1), p. 114–140.

Scollon R., Scollon S. W. *Discourses in Place: Language in the Material World*. London, Routledge, 2003, 258 p.

Wardhaug R. *An Introduction to Sociolinguistics*. 4th ed. Blackwell Publishers, 2002, 408 p.

Yakobson R. O. Lingvistika i poetika. *Strukturalizm: «za» i «protiv»*. Moscow, 1975, p. 193–230. (In Russ.)