Л.Б. НИКИТИНА
*(Омский государственный педагогический университет г. Омск, Россия)*

**УДК** 81'271
**ББК** Ш107

# ОБРАЗ ПАССАЖИРА ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ОБЪЯВЛЕНИЙ В МАРШРУТНЫХ ТАКСИ

**Аннотация:** Исследуется вторичный речевой жанр (объявления в маршрутках), имеющий специфику по сравнению с первичным речевым жанром объявления. Особое внимание уделяется тематике и функциям анализируемых текстов, в том числе игровым, и используемым приемам языковой игры.

**Ключевые слова:** речевой жанр, адресат, адресант, языковая игра, непрямая коммуникация.

Объявления в маршрутных такси – новый речевой жанр, обязанный своим «рождением» появлению в нашей жизни мобильного автотранспорта – необходимого помощника современного человека. Маршрутка для пассажира не только удобное средство передвижения, но и в определенном смысле средство самопознания: размещенные в ней объявления заставляют человека взглянуть на себя со стороны.

Как выглядит пассажир маршрутки «в зеркале» адресованных ему объявлений? Ответ на этот вопрос предварим рассуждениями о специфике речевого жанра «объявление в маршрутном такси».

Объявление – это речевой жанр, для которого характерно стремление адресанта передать адресату информацию, необходимую ему для осуществления действий или выбора линии поведения в настоящем или будущем в соответствии с определенными существующими или предполагаемыми условиями. Объявление может быть осуществлено посредством сообщения, предупреждения, совета, просьбы, приказа и др. речевых действий; оно может включать похвалу и порицание, благодарность и угрозу, т.е. строиться с участием тех речевых жанров, которые с опорой на теорию М.М. Бахтина называют первичными. Добавим, что объявление в своем неосложненном виде (как информация, извещение о чем-либо) также имеет статус первичного речевого жанра, в то время как объявление в маршрутке, целью которого является не только (а порой и не столько) информация, но и в том или ином плане воздействие на адресата, – это вторичный речевой жанр. Б.Ю. Норман, рассматривая многочисленные примеры языковой игры в данных объявлениях, отмечает, что посредством шутливых объявлений водитель в первую очередь корректирует поведение пассажиров,

напоминает им об их обязанностях [Норман 2007]. Учитывая то, что б*о*льшая часть объявлений в маршрутках носит шутливый характер, претендуя на оригинальность выражения адресованных пассажирам предписаний, можно отметить и такую цель данных речевых произведений, как демонстрация водителем своего пристрастия к речетворчеству. В.В. Дементьев отмечает, что шутливые объявления в маршрутках ориентированы не только на общение между водителем и пассажиром, но и «предполагают» третьих возможных участников общения – коллег-водителей: иметь оригинальную надпись модно и престижно [Дементьев 2010: 285]. При этом вопрос об авторстве объявлений уходит, на наш взгляд, на второй план: сочинителем оригинального текста может быть кто угодно; важно, что объявление выбрано и оценено водителем как необходимое в данных условиях общения средство информирования, воздействия, привлечения внимания и адресовано пассажиру, от которого ожидается адекватная реакция в виде понимания им своих обязанностей и оценки избранной водителем формы общения и его конкретного содержания. Заметим, что объявление в маршрутке как письменная, опосредованная форма общения тяготеет к непрямой коммуникации, имеющей целью программировать интерпретацию адресата в направлении, желательном для адресанта (это второй тип непрямой коммуникации по В.В. Дементьеву, квалифицируемый как специальный прием [Дементьев 2006: 142]).

Тематическими приоритетами рассматриваемых нами объявлений являются: 1) оплата проезда; 2) сохранность транспортного средства; 3) остановки (ср. слоты «остановка», «плата за проезд», «поведение пассажира», выделенные Б.Ю. Норманом, исследовавшим жанр шутливых объявлений в минских маршрутках [Норман 2007]).

Среди объявлений названных тематических групп преобладают объявления-шутки, отличающиеся разнообразием корреляций с первичными речевыми жанрами и соответственно разнообразием косвенных способов передачи информации. Данное положение дел свидетельствует о том, что пассажир маршрутки представляется субъектом, способным обнаруживать скрытые смыслы и адекватно реагировать на речетворческие старания автора объявления. Иными словами, за пассажиром закрепляется статус **интерпретатора косвенности и потенциального ценителя оригинальных речевых «ходов»**.

Наиболее частотными смыслами, характерными для моделируемого образа пассажира маршрутного такси, являются следующие.

**Пассажир – достойный уважения законопослушный гражданин, которому достаточно вежливо напомнить о его обязанностях.** Объявления, выдержанные в данном смысловом ключе, по преимуще-

ству не являются шутливыми, имеют форму информации-напоминания или просьбы и сопровождаются этикетными формулами. Например: *Проезд 12 рублей*; *Уважаемые пассажиры! Не забудьте оплатить проезд*; *Уважаемые пассажиры, в просьбе об остановке вам может быть отказано, если это противоречит правилам и безопасности дорожного движения; Уважаемые пассажиры! Просьба билет отрывать самостоятельно* (последнее объявление является косвенным напоминанием о необходимости оплатить проезд; расположенный рядом с объявлением рулон билетов не более чем декорация, поскольку билеты в наших маршрутках никогда не используются). Примеры шутливых объявлений-напоминаний: *Проезд: сидя – 12 рублей, стоя – 10 рублей, лежа – 20 рублей, рядом бежать – 5 рублей, на коленях у водителя – по договоренности; Запасной выход – 5 рублей* (в последнем косвенном напоминании оплатить проезд интенциональный акцент смещен в сторону призыва оценить оригинальность шутки).

По данным объявлений, образ пассажира противоречив: законопослушность «спорит» с нежеланием следовать правилам, с отсутствием культуры поведения, с неумением производить простейшие действия и даже с откровенной бестолковостью; при этом «правильный пассажир» существенно проигрывает «неправильному».

Пассажир выступает в роли **потенциального нарушителя правил поведения в общественных местах.** В следующих объявлениях, выражающих просьбу не сорить в салоне маршрутки, «прочитывается» образ воинствующего невежи: *Просьба семечки, орешки и бананы есть с кожурой; Семечки и орешки просьба есть вместе со шкурками!; Семочки не щелкать, бутылки не бросать – уносите все с собой!; Любимые пассажиры! Оставить след в жизни – это не значит нагадить в автобусе. Ваш экипаж* (саркастичное определение *любимые* создает эффект контекстуальной энантиосемии)*; Только не гадить!* (объявление сопровождается изображением свиного рыла, что может быть «прочитано» как типичное наименование-оценка «нагадившего» человека). Ср.: *Матом не ругатца, не дратца!* (объявление «ориентировано» на адресата, не обремененного как знаниями правил поведения, так и знаниями орфографии).

В целом за объявлениями, касающимися сохранности транспортного средства, скрывается неприглядный образ человека **неуклюжего, не умеющего производить элементарные действия без угрозы что-то испортить, невоспитанного, не знающего, как вести себя в общественных местах** (сорящего, плюющего, ругающегося матом, драчуна и пьяницы, любителя «самоутвердиться» за счет мелких пакостей типа порчи сидений или разрисовывания стен).

Среди объявлений на тему сохранности транспортного средства преобладают те, в которых адресант демонстрирует особо трепетное отношение к двери маршрутного такси: в частности, нас призывают *закрывать дверь душевно, а не от души.* Многочисленны косвенные призывы беречь дверь маршрутки, в которых последняя регулярно сравнивается с дверью домашнего холодильника, который, видимо, символизирует дорогой для пассажира предмет пользования: *Представьте, что дверь – это ваш холодильник*. Прямые и косвенные призывы заботиться о сохранности двери актуализируют в образе пассажира такие смыслы, как **отсутствие сноровки при осуществлении физических действий, обусловленное отсутствием необходимых умственных усилий**. Отсюда «стремление» объявлений растолковать «бестолковому» пассажиру последствия его неуклюжести: *Не хлопайте сильно дверью, она может отвалиться и упасть вам на ноги; Дверью не хлопать, а то выпадет стекло и будет холодно*; *Дверью не хлопать – у водителя болит голова!*; *Просьба не хлопать дверью, а то она может обидеться*; *Не хлопайте дверьми, помните – это наш единственный выход.* Повышенная забота о сохранности дверей «заставляет» адресанта прибегать к просьбам-угрозам с криминальным подтекстом: *Хлопнешь дверью – умрешь от монтировки!; Кто хлопнет дверью, тот станет льготником; Хлопнешь дверью – получишь монтажкой; Не хлопай дверью – замочу.* В данном случае пассажиру отводится роль **потенциальной жертвы вынужденного насилия со стороны водителя**: если пассажир не понимает или не принимает правильной линии поведения, его можно наказать физически.

Объявления регулируют и **речевое поведение пассажира**, которое **зачастую видится далеким от совершенства**: пассажир отвлекает и раздражает водителя громким разговором, чем провоцирует угрозу в свой адрес: *Если хочешь жить – заткнись*; он не знает, как правильно попросить об остановке, что вызывает необходимость давать инструкции по производству речевых действий и предупреждать о последствиях неправильных речевых проявлений: *О требуемых остановках предупреждайте заранее и громко; На ваше «остановите где-то здесь» остановка будет где-то там.* Судя по объявлениям, попросить водителя об остановке – целая наука: от пассажира требуются как интонационные умения, так и способность ориентироваться в пространстве дороги, соотносить свои желания с возможностями водителя и правилами дорожного движения. Самое главное при этом – *заранее* и *громко* заявить о своем желании выйти (в данной ситуации громкость не является раздражителем, а выступает условием адекватной реакции со стороны водителя): *Говорить об остановках громко и заранее. А*

*то, когда проедете, будете кричать!!! За рулем глухой водитель!; Предупреждайте об остановке заранее, причем кричите так, будто вы ее 5 минут назад проехали; Кричите громче – есть шанс не проехать свою остановку; Кричите громче! Когда проедете, все равно будете орать; Хочешь выйти – кричи!; Чем тише скажете, тем дальше выйдете.* Объявления данной тематической группы отражают и возможную языковую некомпетентность адресата: **пассажир косноязычен, употребляет в своей речи нелитературные слова, не может точно и доступно выразить свою мысль**: *На просьбы «здесь», **«тута»**, «сейчас» водитель не реагирует; Водитель **«где-то там»** и **«где-то здесь»** не останавливается* (в объявлениях «цитируется» речь пассажира).

В моделируемом нами образе пассажира маршрутки можно обнаружить еще один весьма продуктивно представленный в объявлениях смысл: **пассажир – экстремал, любитель острых ощущений**: *Пристегнись и молись!; Десять минут страха – и вы дома; Стоимость аттракциона – 12 рублей.* Объявления предупреждают о многочисленных опасностях, которые угрожают осмелившемуся сесть в маршрутку, принять участие в «захватывающем аттракционе». Эти опасности могут исходить и от водителя, и от самого пассажира (точнее от его неправильного поведения). Так, пассажир, судя по объявлениям, доверяет свою жизнь водителю, не обремененному необходимыми в его работе знаниями и ответственностью за чужую жизнь: *Путаю педали; Работает автопилот – водитель пьян; Говорите громче – не бойтесь разбудить водителя*, а пассажир сам провоцирует опасности: *Хочешь жить – не отвлекай водителя!; Не буди во мне зверя*; ср. также рассмотренные выше объявления-угрозы, касающиеся сохранности дверей (смысловая модель «сделаешь не так, будешь наказан»). Впрочем, в шутливых объявлениях, предупреждающих пассажира о подстерегающих его опасностях, возможных негативных последствиях для его физического и психического здоровья, усматривается не столько запугивание, сколько заигрывание с пассажиром: водитель как будто призывает пассажира оценить оригинальность речевых находок; при этом его, похоже, мало интересует возможное неприятие адресатом черного юмора: *При аварии количество умерших должно совпадать с количеством сидячих мест; Искусство вождения требует жертв; ГИБДД требует, чтобы при аварии количество мест в маршрутке совпадало с числом трупов.*

Таким образом, в новом речевом жанре «объявление в маршрутном такси» сформировался образ пассажира, нуждающегося в инструкциях по производству физических и речемыслительных действий, в

нравоучениях и напоминаниях о нормах поведения в общественных местах. Пассажир по данным проанализированных объявлений – это по преимуществу невоспитанный, малообразованный человек; потенциальная жертва насилия, грубости, лихачества водителя и любитель острых ощущений; в целом существо зависимое и мало уважаемое: вежливые объявления в маршрутках – большая редкость.

**ЛИТЕРАТУРА**

*Дементьев В.В.* Непрямая коммуникация. – М., 2006.

*Дементьев В.В.* Теория речевых жанров. – М., 2010.

*Норман Б.Ю.* Жанр шутливых объявлений в маршрутных такси // Жанры речи. Вып. 5. Жанр и культура. – Саратов, 2007.

© Никитина Л.Б., 2012