

Татьяна
Викторовна
ШМЕЛЕВА

ГОРОЖАНИН КАК ЧИТАТЕЛЬ //

Филологический дискурс: Вестник Института гуманитарных наук ТюмГУ.
Вып. 10. Город как культурное пространство. Тюмень: Издательство
Тюменского государственного университета, 2012. С. 7—11.

Письменность городской среды рассматривается с позиции читающего. При этом оказываются актуальными проблемы пространства городского письма, текстов, заполняющих его, графического и языкового репертуара городских надписей. Ставится вопрос о регулировании текстов городской среды в интересах читателя.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:

текст города, горожанина-читатель, эпиграфика, граффити, официальные тексты, персональные тексты, безорудийное письмо, кодовый репертуар

Если город рассматривать как текст, возникают два фундаментальных вопроса – об авторе и адресате этого текста. Как уже приходилось отмечать, текст города таков, что воспринимается по всем каналам – зрением, слухом, обонянием, тактильно [Шмелева 2004]. Имея в виду только **визуальную**, а точнее **вербальную** часть этого текста (город как книга), можно представить горожанина как любопытного или невольного читателя этой книги. Чем «чтение» города XXI века отличается от аналогичного занятия в предшествующие эпохи? Какие новые требования предъявляет читателю городской текст и какие новые возможности предоставляет? Соображения об этом и хотелось бы представить в данной работе.

Читатель современного города оказывается в ситуации постоянно расширяющегося пространства письма в городской среде.

В советском городе надписями были заняты в основном стены зданий (над входом или рядом с дверью) и специальные сооружения – агитационно-пропагандистские щиты. Сегодня надписи покрывают не только стены, но и крыши, маркизы (навесы над окнами). Пространство письма как бы оторвалось от стен и повисло **в воздухе**: вывески не «прилипают» к стене, а выдвигаются в пространство улицы перпендикулярно к стене; **растяжки** поперек улиц висят над проезжающими машинами; **штендеры** (выносные рекламные щиты) выстраиваются на тротуарах, **стритборды** (световые ограждения) разделяют тротуары и проезжую часть.

Городские тексты разъезжают по городу **на бортах автобусов, троллейбусов, легковых машин и огромных грузовиков**.

Тексты заполнили **пространства маршруток** и автобусов, и об этом пишут лингвисты как о новом явлении городской культуры [Норман 2006].

Самым удивительным моментом расширения пространства городского письма выглядит распространившееся как-то вдруг **письмо на асфальте**: вручную и с помощью трафаретов на нем изображаются разнообразные тексты. Это означает, что для чтения в городском пространстве нужно не только поднимать глаза (это уже привычно), но и опускать их.

На асфальтные рукописи обращают внимание журналисты: *Они появляются в московских дворах ночью – большие, немного корявые, устойчивые к химреакентам, таджикам-дворникам и глобальному потеплению. ... Как-то вдруг их стало много. Чуть ли не в каждом дворе московской многоэтажки. По моим наблюдениям, эта страсть к графическим серенадам овладела жителями столицы года три-четыре назад* [Ваганов 2011].

Абсолютный низ как пространство письма используется теперь и в помещениях. Так, в Музее изобразительных искусств имени А.С. Пушкина в Москве на полу изображается ориентирующая информация (декабрь 2011г.). Торговые центры активно осваивают это пространство.

Письмо захватило **предметы** – от ручек до посуды. Хотя эпиграфика как письмо на неписчих материалах известна и в древности [Рождественский 1979], но сегодня она не относится к чисто служебным текстам, а готова рекламировать и развлекать.

Существенный момент обновления текстового пространства – включение в него человека, его **одежды**. Надписи на футболках, корпоративной одежде (например, фартуках официанток в кафе) стали обыденной частью городской современной жизни. Они уже никого не удивляют, значит, это пространство освоено горожанином-читателем. Человек стал не только читатель, но и носитель текстов в прямом смысле – он их носит на себе.

Итак, первое наблюдение: изменилась **оптика** горожанина-читателя. Она из плоской – стена, забор – стала объемной, приобрела вертикальное и горизонтальное измерение, уперлась в подножие городского пространства и захватила его. Кроме того, она стала не фиксированной, а движущейся – важно следить за проезжающим транспортом и проходящими мимо горожанами, на их одежде можно прочесть что-нибудь прикольное или эпатирующее. Тексты буквально окружают читателя, от них невозможно укрыться.

Второй аспект читательского поведения горожанина – характер воспринимаемых **текстов**. Здесь важно различие официальных и персональных текстов — как по исполнению и внешнему облику, так и содержанию.

Официальные тексты – авторами их могут выступать как городские власти, так и корпорации, например, торговые и производственные фирмы – как правило, напечатаны типографским способом; персональные – вручную или (все чаще) на компьютере. Официальные тексты информируют горожанина и привлекают его (реклама). Персональные сообщают о нуждах и желаниях сограждан (объявления типа ПРОПАЛА СОБАКА; СНИМУ

КВАРТИРУ В ВАШЕМ РАЙОНЕ) и служат их самовыражению (граффити). К последнему виду текстов и относятся асфальтные серенады. Классические граффити – на заборах и стенах – освоила городская молодежь, сформировав особую субкультуру граффитчиков. Впрочем, асфальт стал использоваться и под официальное письмо: нанесенные с помощью трафарета тексты с информацией о расположении авиакасс, ремонта ноутбуков и других услуг «рассыпаны» по Москве и другим городам.

Итак, текстовый репертуар горожанина-читателя широк: он различает вывески, рекламу, информационные сообщения, частные объявления, граффити самого разного содержания – от тегов как автографов до признаний в любви. О том, что этот репертуар расширился, не стоит и говорить. Стоит только отметить, что в массе городских текстов повысился удельный вес персональных текстов.

Особое место среди них занимают тексты, которые предложено относить к **безорудийному** письму. Это надписи на снегу, на песке и – самый распространенный «материал» — грязные машины: ПОМОЙ МЕНЯ, Я ВСЯ ЧЕШУСЯ – типичный пример такого рода надписей [Неклассические 2012; Лихачев 2010].

Наконец, надо сказать, что расширился и **кодовый репертуар** горожанина-читателя. Если советский человек читал в городской среде только на кириллице и только по-русски, то теперь наряду с латиницей, которая уже «обжила» в среде российских городов [Латиница 2009], появляются и иероглифы, надписи, стилизованные под арабскую вязь. Это и есть расширение графического репертуара, или освоение графического иноязычия.

Наряду с этим растет на глазах и запас иноязычной лексики, которой должен владеть современный горожанин. Анализируя разноразличную лексику современного города [Шмелева 2008], невольно задаешься вопросом: такой ли горожанин полиглот, как предполагают авторы многочисленных «импортных» вывесок? Или они воображают себя учителями иностранных языков, преподающими горожанам уроки английского или японского?

Характерный в этом отношении эпизод. В Великом Новгороде хорошо всем известная гостиница БЕРЕСТА ПАЛАС (в устной речи просто «Береста» – с ударением на последнем слоге) внезапно переменила название (перед этим, соответственно, владельца) на PARK INN. Оказалось, что таким образом нас познакомили со староанглийским словом inn, обозначающим гостиницу, постоялый двор, с ним уже хорошо знакомы в Петербурге [Шмелева 2012].

Расширение кодов городского текста происходит и за счет новых способов использования кириллицы, включения в нее компьютерных обозначений типа ВОТКА.РУ; ТЕЛЕФОН.РУ; ЦИФРА.com [Шмелева 2007].

Таким образом, при самом общем взгляде на горожанина как читателя нельзя не отметить, что нагрузка на его «читательские силы» возросла многократно. Чтением следует охватывать все большее пространство, необходимо понимать и различать все большее число жанров и типов

текстов; наконец, надо быть сообразительным полиглотом, чтобы прочитывать все надписи и тексты своего города. Все эти изменения привели к тому, что чтение стало неотъемлемой частью городского существования. Наши современники испытывают «сенсорный голод», оказавшись за границей, например, «в Таиланде, где непонятна и даже не читаема ни одна уличная надпись, кроме Coca-Cola, – у тайцев свой алфавит» [Василенко 2011].

Однако не всегда эти изменения способствуют повышению читательской культуры горожанина: чувствуя себе в ситуации «перенасыщенного раствора», он иногда испытывает раздражение от непонимания, а затем прибегает к тактике игнорирования текстов и начинает воспринимать их как элемент декора городской среды. Эту же тактику он предпочитает и тогда, когда городские тексты травмируют его стилистически – своей развязностью или запущенным канцеляритом [Василенко 2011].

Эти обстоятельства нельзя не учитывать тем, кто формирует городской текст во всем его многообразии. Ведь текст города – самый открытый из всех возможных, и «филологическое усилие» горожанина по реконструкции авторских замыслов [Эко 2007] не должно быть цепью неудач и коммуникативных сбоев, культурных и стилистических травм. Это условие коммуникативного комфорта горожанина-читателя.

Поэтому есть смысл прислушаться к журналистам, обращающим внимание на то, что «у города есть главный архитектор и главный художник, но нет главного редактора» [Василенко 2011]. Именно он мог бы организовать филологическую и культурологическую экспертизу [Шмелева 2011], считая одной из ее задач защиту читательских прав горожанина.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ваганов А. Г. Следы любви. Как сыграть серенаду своей даме сердца в Москве в начале XXI века // НГ–Наука. М., 9.11.2011.
2. Василенко В.С. О филологическом благоустройстве города // Городские новости. Красноярск, 17.11.2011. (Рубрика «Культура и повседневность»). URL: <http://www.gornovosti.ru/blog/post/637>.
3. Латиница в ономастическом пространстве современного российского города // Кириллица – латиница – гражданница: коллективная монография /отв. ред. Т.В. Шмелева. Великий Новгород, 2009. С. 151–179. URL: http://mion.novsu.ac.ru/gev/pub/Shmeleva_2009.pdf
4. Лихачев С.В. Язык надписей в современном обществе. М., 2010.
5. Неклассические письменные практики современности: Коллективная монография / под ред. Т.В. Шмелевой. Великий Новгород, 2012 (в печати)
6. Норман Б.Ю. В языковом микромире маршрутки // Антропотекст-1: Сборник статей. Томск, 2006. С. 70–77.
7. Рождественский Ю.В. Введение в общую филологию. М., 1979.

8. Шмелева Т.В. Город как текст: Bydgoszcz / Быдгощ // *Dzieło literackie jako dzieło literackie* = Литературное произведение как литературное произведение / pod red. A. Majmieskulow. Bydgoszcz, 2004. С. 493–507.
9. Шмелева Т.В. Фактура речи как фактор языковых инноваций // *Современная филология: актуальные проблемы, теория и практика*: сб. материалов II междунар. науч. конф. Красноярск, 2007. С. 15–19.
10. Шмелева Т.В. Многоязычие (нов)городских улиц // *Язык в контексте гуманитарных знаний*: сб. ст., посвящённых 60-летию профессора В.В. Иваницкого / под ред. Н. В. Семёновой. Великий Новгород, 2008. С. 158–171.
11. Шмелева Т.В. Городская вывеска в свете культурологической экспертизы // *Культурологическая экспертиза: теоретические модели и практический опыт*: Коллективная монография / Автор-составитель Н.А. Кривич; под общей ред. В.А. Рабоша, Л.В. Никифоровой, Н.А. Кривич. СПб : Астерион, 2011. С. 276–285.
12. Шмелева Т.В. Гостиница, отель, инн // *Экология языка и речи: материалы Междунар. науч. конф. (17—18 ноября 2011)* / отв. ред. А.С. Щербак. Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2012. С. 341–344.
13. Эко У. Роль читателя /пер. с англ. и итал. М., 2007.