

Татьяна  
Викторовна  
ШМЕЛЕВА

## ГОРОЖАНИН КАК ЧИТАТЕЛЬ

*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, горожанин-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 в. 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 про-

странство 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 2011 г.). 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 носителем 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 измерения, 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 эпатазирующее. Тексты буквально окружают читателя, от них невозможно укрыться.

Второй аспект читательского поведения горожанина — характер воспринимаемых **текстов**. Здесь важно различение официальных и персо-



А. И. Мурычев. ЗАРЕЧЬЕ. 1985

нальных текстов — как по исполнению и внешнему облику, так и содержанию.

Официальные тексты — авторами их могут выступать городские власти, 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 — са-

мый распространенный «материал» — грязные машины: ПОМОЙ МЕНЯ, Я ВСЯ ЧЕШУСЯ — типичный пример такого рода надписей [Некласические 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 разноязычную 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. Читением 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 себя 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 // ИГ-Наука. 2011. 9 ноября.
2. Василенко В. С. О филологическом благоустройстве города // Городские новости (Красноярск). 2011. 17 ноября (Рубрика «Культура и повседневность») [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gornovosti.ru/blog/post/637>.
3. Латиница в ономастическом пространстве современного российского города // Кириллица–латиница–гражданица: колл. монография / отв. ред. Т. В. Шмелева. Великий Новгород, 2009. С. 151-179 [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://mion.novsu.ac.ru/gev/pub/Shmeleva\\_2009.pdf](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: колл. монография / под ред. Т. В. Шмелевой. Великий Новгород, 2012.
6. Норман Б. Ю. В языковом микромире маршрутки // Антропотекст-1: сб. ст. 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., посвященных 60-летию профессора В. В. Иваницкого / под ред. Н. В. Семеновой. Великий Новгород, 2008. С. 158-171.
11. Шмелева Т. В. Городская вывеска в свете культурологической экспертизы // Культурологическая экспертиза: теоретические модели и практический опыт: колл. монография / авт.-сост. Н. А. Кривич; под общ. 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: Изд. дом ТГУ им. Г. Р. Державина, 2012. С. 341-344.
13. Эко У. Роль читателя / пер. с англ. и итал. М., 2007.