

В.В. Копочева

Лингвистическая концепция города

Отправным пунктом для данной публикации послужило представление об общественной жизни как коммуникационном процессе. Всякая совместная деятельность, всякая кооперация невозможны вне коммуникации. Общество, трактуемое как общее, совместное условие деятельности – взаимодействие, и есть коммуникация. Не случайно общество и общение, коммунальность и коммуникация – однокорневые слова. Основу социальной структуры формирует устойчивый порядок повторяющихся взаимодействий. Город, как и любые другие виды общественных организмов, в этом ракурсе может интерпретироваться двояко: с одной стороны, как социально-территориальное образование со специфической структурой, а с другой стороны, как коммуникативный феномен, также обнаруживающий свою структурность. Проблема корреляции и конвертации социальных и коммуникативных структур является одной из актуальнейших проблем коммуникативистики. Связующим звеном в этом конверсионном процессе выступают различные формы и виды сознания – установки, идеи, архетипы, ценности, схемы поведения и т.п., а также телесно-чувственные перцепции. Собственно говоря, структуры и формы повседневности, о которых сегодня много говорят философы, есть не что иное, как наиболее общее определение совокупных способов восприятия мира человеком, инвариантных модусов человеческой жизни и общения. Изучая семиотическое пространство и коммуникативные практики города, можно в известной мере составить представление о том, что лежит в основе его социальности. И наоборот, исследование общественных структур неизбежно приводит к выявлению способов их кодирования и трансляции. Нам очень близки по своему духу работы Ю.М. Лотмана, писавшего о городской семиосфере как сложной, находящейся в постоянном движении социокультурной среде, в которую погружен человек. Человек обустроивает это пространство в материально-предметном и символиче-

ском смысле, организует свое окружение, изобретает свой порядок, создает **образ** мира, который, в свою очередь, «активно формирует погруженного в него человека» [1, с. 297]. Ю.М. Лотман выделяет две основные сферы городской семиотики: городская среда понимается им как пространство, место, локальная субстанция и как имя, название, слово. Семиотический «полиглотизм» города создается в первую очередь сложным сочетанием иконически-континуального и вербально-дискретного пластов, между которыми возникает активное смысловое напряжение¹. Семиотические пласты образуют «гетерогенную смесь, которая функционирует как нечто единое», как текст, заключающий специфическую идею коллективного существования [1, с. 296]. Тексты, например, античного полиса и средневекового бургга, восточного и западного, советского и постсоветского города, Москвы и Барнаула кодируют различные концепции мироустройства и миропонимания. Человек, считывая универсальный и одновременно уникальный текст города, усваивая его язык и логику, превращается, во-первых, в горожанина и, во-вторых, в жителя конкретного города в определенный период его истории. В подобном же ключе высказывается и антрополог Б.В. Марков: «Пространство города, с одной стороны, является физическим и включает здания, улицы, площади, а с другой, символическим, т.е. таким, разметка которого осуществляется в сознании и видима лишь тому, кто воспринимает скрытую и зашифрованную моральную, сакральную, политическую и т.п. топографию. Город не сводится к архитектуре и не прочитывается до конца как система знаков или овеществленная форма духа. Он представляет собой территорию, пространство, которое организует, упорядочивает и в каком-то смысле формирует индивидуальное и общественное тело. Поэтому в истории они тесно связаны» [2, с. 257–258].

«Единство психологии и интерьера», внутреннего и внешнего – ключевой принцип упомя-

¹ Самый элементарный, но интересный пример такого рода семантической комплементарности – недавно построенное престижное здание в Барнауле, очертаниями напоминающее многопалубный корабль и даже раскрашенный в цвета российского триколора. В народе здание получило название *Титаник*. Развернувшийся незапланированный сценарий только утвердил символическую интерпретацию объекта: во время довольно сильного землетрясения 2003 г. *Титаник* был одним из немногих зданий, получивших повреждения.

нутых авторских позиций, полностью нами разделяемый. В качестве материала для дальнейших рассуждений и иллюстраций была использована только одна из символических коммуникативных структур – номинативная². Слово является элементом синкретичного городского образа, но элементом многозначительным и многослойным. Используя широко известную емкую формулу Лакоффа-Джонсона, подчеркнем, что слова – это не просто вещные ярлыки, вербальные этикетки, они суть «метафоры, которыми мы живем», прибежище мифологических и идеологических химер. Сочетание «лингвистическая концепция города» понимается нами как «единый, определяющий замысел, ведущая мысль», «система взглядов» [3, с. 308] города как интегративного субъекта, осевшая в структурах языка. Иногда простого перечня ключевых слов или иных ядерных элементов текста (в нашем случае – городского текста) достаточно для того, чтобы приблизиться к пониманию целой культуры, прежде всего так называемой субъективной культуры, ее силовых линий³. Человек «воспринимает действительность сквозь призму культурного текста и свое поведение строит на основе непрекращающихся герменевтических процедур», то и дело корректируемых под давлением новых фактов [5, с. 8]. Градоформирующие концепции могут значительно трансформироваться в диахроническом плане. Сегодня наблюдается «резкая смена образа города – свидетельство глубоких тектонических сдвигов» [6, с. 97], мощной трансформации социальной действительности и утверждения нового социального порядка. Советский город воспроизводил традиционалистскую, близкую к восточному типу, модель «монотонной» интеграции с единым жизненным сценарием. В этом случае центробежные процессы, присущие городу онтологически, «купируются традицией и государством» [6, с. 97]. Одним из существенных признаков традиционной культуры выступает консервация выработанных предками поведенческих матриц, ориентация на воспроизводство сложившихся социальных структур и образа жизни, господство канонизированных стилей мышления, осторожное отношение ко всякой инновационной деятельности, угрожающей привычному ходу вещей. Синкретизм традиционного общества выражается, в частности, в том, что каждый член «племени» отождествляется с це-

лым и лишен индивидуального статуса: «у всех одно имя, одна раскраска тела, одни украшения, одни мифы, обряды, песни. Иначе говоря, «я» полностью растворено в «мы»», «вся жизнь человека предопределена единственно возможным образом, у него нет права выбора» [7, с. 222]. Общий взгляд на мир предопределяет общение, что называется, на одном языке. Язык в этом случае язык коллективного творчества, язык узувальных (общепринятых и автоматизированных) форм и конвенциональной семантики. Его функциональная база жестко «законодательна» – предписательно-нормативна, содержит большое количество запретов и ограничений. Из него устраняется все, что препятствовало бы однозначной интерпретации высказывания и разрушало синкретизм. Это касается любого городского кода: визуального языка, языка поведения, одежды или языка вербального.

Советский город тяготел к монологической ритуальной коммуникации, идущей из официального центра: блокировалось всякое нетривиальное проявление и отступление от стандарта. Коммуникация, содержащая личностное начало, в этом случае полностью смещается в приватно-интимную сферу человеческих отношений и нередко принимает формы запретного, «подпольного», «кухонного» существования. Городской ономастикон (урбонимы – собственные названия городских объектов) советского периода крайне скуден по репертуару референтов, тематически однообразен и грамматически однороден. Целые категории городских объектов вообще не подвергаются или крайне редко подвергаются вторичному обозначению, идентифицируясь по цифровому коду или адресу: школы, столовые, парикмахерские, аптеки, поликлиники, бани, прачечные, мастерские, приемные пункты, жилые дома. Все эти структуры унифицированы, похожи друг на друга как близнецы, каждое из них повторяет уже установленный ранее образец. В школах учили по одним программам, в столовых предлагали один набор блюд, в аптеках – один ассортимент лекарственных средств, дома строились с расчетом на установленную норму жилья. Собственное имя, призванное вычленять предмет из ряда подобных, «высвечивать из тьмы вещей», в данном случае избыточно, так как определение предмета не выходит за рамки герменевтического круга: школа – она и есть школа, аптека – это аптека. Эти анонимные пронумеро-

² В статье использованы номинации и сопровождающие их ремарки (слоганы и под.) объектов Барнаула, зафиксированные в советский период конца 80-х – начала 90-х гг., а также с 2000 по 2005 г. В тексте примеры выделены курсивом.

³ Примером такого каталогического, с лингвокультурологическим уклоном, исследования топонимов можно назвать книгу В.Д. Томашина «Америка через американизмы» [4].

ванные структуры составляют фон, периферию обыденной городской жизни, а фигурами выступают административные органы, инспекции, крупные предприятия, фабрики, заводы, высшие учебные заведения, культурные учреждения. Каждая такая фигура получала солидное описательное наименование: *Главное управление сельского хозяйства, Комитет по управлению имуществом города, Транспортная прокуратура, Алтайский завод агрегатов, Барнаульский шинный завод, Завод ячеистого бетона, Овчинно-меховая фабрика, Сапоговаляльная фабрика, Алтайский государственный университет, Алтайский политехнический институт, Машиностроительный техникум, Училище речников, Театр юного зрителя, Музей боевой славы Алтая, Городской парк культуры и отдыха* и под. В целом же собственные названия получали немногие городские реалии – из точечных объектов именовались единичные в своем роде учреждения (*Барнаульский планетарий, городская филармония или краеведческий музей*, например), а также магазины (*Рубин, Лаконка, Юбилейный*), рынки (*Крытый рынок, Новый рынок, Старый базар*), ателье (*Молодежное, Военное, Головные уборы*), рестораны, кафе (*Центральный, Золотой петушок*), гостиницы (*Алтай, Сибирь, Барнаул*), кинотеатры (*Мир, Заря*), театры (*Театр кукол, Театр оперетты*), выставки (*Выставка достижений народного хозяйства*), детские сады (*Буратино, Василек*), комнаты школьника (*Ровесник, Орион, Салют, Глобус*), стадионы (*Динамо, Мотор*), спортивные комплексы, спортзалы, базы, бассейны, клубы (*Полимер, Садко, Олимпия, Атлант, Боевые перчатки, Звенящие клинки*) и некоторые другие. Количество этих объектов столь невелико, что практически все они могли быть нанесены на карту города как его достопримечательности и стабильные, известные любому жителю города ориентиры.

Наличие собственного имени у объектов в традиционном городе квалифицирует их как узловые, центральные пункты социальной структуры. По ним можно судить об однородности метрики социального пространства, в котором почти нет деталей, четкой прорисовке магистральных общественных маршрутов и целей, классической схеме взаимодействий, предпочтительных формах деятельности и досуга. В целом складывается образ рабочего и студенческого города – центра обширной аграрной зоны.

Статус промышленного города подтверждался, например, и тем, что обладателями *Дворцов* (монументальных, наиболее престижных в социальном плане сооружений) объявлялись люди

рабочих профессий, что закреплялось в названиях: *Дворец химиков, Дворец шинников, Дворец котельного завода, Дворец моторного завода*. Заводы выступали центрами трудовой занятости населения – это были мощные социальные образования, концентрировавшие элементы всех других сфер городской жизни – быта, образования, спорта, здравоохранения, культуры. В традиционном обществе идея центра и периферии является структурирующей. Центр аккумулирует сакральные элементы: определяющие жизнь социума ценности, идеальные представления о добре и зле. На периферии – обычная, повседневная жизнь людей. Номинативный каркас советского города повторяет социальные очертания: труд выступает основной добродетелью, сакральной основой сообщества, абсолютно значимой идеей. Быт и развлечения периферийны, вторичны, несущественны. Кто выступает персонажами городской драмы? Он – *Моторостроитель, Шинник, Автомобилист, Полиграфист, Меланжист, Дзержинец, Пограничник, Тимур, Пионер, Скиф, Сибиряк, Богатырь, Титан, Атлант, Прометей, Романтик, Турист, Руслан*. Она – *Сибирячка, Северянка, Светлана, Лада, Людмила*. Это весьма обобщенные мужские и женские образы с характерными монументальными чертами, этническими и специфическими культурными аллюзиями (см., например, пару *Руслан и Людмила*).

Номинативный городской «пейзаж» также чрезвычайно скуп, лишен колористических и формотворческих решений, визуальных апелляций, в него допущены лишь немногие фрагменты природного космоса – часть названий сохраняет связь с ландшафтно-климатическими особенностями территории: *Ландыш, Василек, Рябинушка, Березка, Колос, Вьюга, Снежинка, Метелица* и некоторые другие. Следует отметить тяготение к мотивированным названиям, стремление сохранить рациональную связь имени с референтом. Большинство названий советского периода можно определить как примитивные в том смысле, что они просто «рисуют предметы» такими, каковы они есть: *Одежда, Дом обуви, Мебель, Молоко, Хлеб, Продукты, Птица, Продтовары, Виноводочный магазин, Керосин, Бакалея, Галантерея, Хозтовары, Канцтовары, Ткани, Книги, Дом книги, Скобяные товары, Медтехника, Зоомагазин, Подарки, Военная книга, Диета, Кооперативный, Гарнизонный, Охотничий, Салон новобрачных*.

Даже отвлеченные названия нередко «прозрачно» информируют о сущности объекта, его предназначении: *Мелодия, Экран, Детский мир*. По этим фактофиксирующим номинациям мож-

но судить о непритязательности и обыденности городской жизни. Коннотированных, условно-художественных названий очень немного, и в совокупности они являют собой метафору светлого общества, устремленного к высоким идеалам, полного надежд, жизненных сил и материальных ресурсов, в перспективе успешного и процветающего: *Луч, Заря, Восход, Искра, Рассвет, Огонек, Факел, Солнышко, Радуга, Весна, Молодость, Юный техник, Мечта, Сказка, Фантазия, Дружба, Знание, Нива, Колос, Урожай, Алтайский каравай, Дары полей, Маяк, Авангард, Прогресс, Экспресс*. Самой престижной выступала «державно-патриотическая», с закрепленной национальной и революционной символикой, и «местная» семантика: *Октябрь, Аврора, Родина, Россия, Русь, Русский чай, Русская мода, Российский текстиль, Алтай, Алтайские зори, Сыры Алтая, Сибирь, Обь, Бия*. Излюбленный способ маркировки социальных объектов мемориальный («имени такого-то»), используемый для сохранения коллективной памяти о родовых предках и героях: *Алтайский театр драмы имени В.М. Шукшина, Библиотека имени А.С. Пушкина, Центральная городская библиотека имени Н.М. Ядринцева, Библиотека имени В.В. Маяковского*.

Среди всего массива названий не нашлось ни одного, отсылавшего за пределы «своего» социума. Родиноцентризм, в самом широком понимании этого слова, можно назвать смысловым фокусом, ведущей идеологемой городской онимии советского периода. Традиционное общество озабочено сохранением сложившихся иерархий, «варится в собственном соку», его бдительно охраняемые границы надежно защищают от чужаков, импорта вещей и идей – оно закрыто для всего экзотического, иноземного, дикийинного даже в лингвистическом смысле.

Постсоветская реальность характеризуется распадом традиционного синкретиза, атомизацией социума. Городская целостность самоорганизуется по западному образцу, она полифонична, создается за счет плюрализации форм жизнеустройства, множественности культурных локусов. В социальном и социально-психологическом плане в развитии города отмечается все углубляющаяся специализация деятельности, которая приводит к резкому наращиванию гетерогенности городского общества, многообразию форм повседневной жизни, усложнению сетей зависимостей. Сегодняшний город выступает совокупностью различных дисциплинарных социопрограмм, производящих человека. Разнообразие, внутренняя противоречивость, последовательное разрушение синкретиза – онтологическое каче-

ство города как социокультурного феномена, однако современный этап развития характеризуется беспрецедентно повышенной дивергентностью уровней городской организации. Это порождает качественно нетождественных культурных субъектов, взаимодействующих на одном поле. В едином пространстве современной социальной драматургии сосуществуют храм и рынок, школа и казино, клиника и производственная фирма, научная лаборатория и кабинет парапсихологии, молодежный клуб и совет ветеранов, элитный салон красоты и ночлежный дом, частная картинная галерея и общественная баня, коттедж-«одиночка» и кондоминиум-«муравейник». Сцена городской жизни пополняется все новыми действующими лицами и экспонатами, усложняются реквизит и декорации. Город-прозаизм, город-работяга быстро трансформировался в город-театр, город-кунсткамеру, город-ярмарку.

Главная лингвистическая тенденция настоящего времени – тотальная онимизация, стремление субъектов, вещей, событий к обретению имени. Появляются не известные ранее, актуализируются редкие прежде профессии и амплуа (а следом и названия) – *букмекеры, австраховщики, коммивояжеры, крупные, байкеры, байеры, бариста, сомелье, мерчендайзеры, пиарщики, мастера арт-нейла (или специалисты ногтевого сервиса), визажисты; проводятся чемпионаты по драг-рейсингу и фестивали по аэрографии и боди-арту*. Как, например, сегодня называются он и она – главные действующие лица городской жизни? Каковы их занятия, ранги, характерные роли, кем они себя видят и ощущают?

Он – *Сибиряк, Современник, Буровик, Энергетик, Котельщик, Машиностроитель, Брандмейстер, Мелиоратор, Строитель, Сельский строитель, Мельник, Аграрий, Портной, Связой, Болтун, Пилот, Негоциант, Огородник, Садовод-любитель, Охотник-рыболов, Земской аптекарь, Губернский лекарь, Школьник, Ассистент, Магистр, Мэтр, Доктор Денталь, Знахарь, Добрый доктор, Энтузиаст, Большевик, Командор, Гранд, Бюрократ, Акционер, Магнат, Император, Канцлер, Премьер, Адмирал, Лоцман, Скаут, Коммандос, Рейнджер, Самурай, Японец, Солдат удачи, Игроман, Автор, Пилигрим, Робинзон, Пятница, Турист, Умелец, Данила мастер, Мастер Гамбс, Хозмастер, Домовой, Эстет, Музыкант, художник (Все для художника), Пигмалион, Гладиатор, Фараон, Маугли, Тарзан, Цезарь, Калигула, Викинг, Гарсон, Добрыня, Ланселот, Камелот, Спартак, Доктор Фауст, Капитан Флинт, Щукарь, Онегин, Фигаро, Лель, Морозко, Авиценна, Парацельс, Гален, Гиппократ, Дарвин, Чаплин, Демидов,*

Ползунов, Мистер Х, Барин, Денди, Милорд, Шевалье, Виктор, Юрий, Руслан, Иван (У Ивана), Савелий, Оскар, Эдмонд, Гедеон, Лукас, Тигран, Алиграмчик, Густав, Жан, Фомич, Андреич, Кузя, Яша, Максимка, Шпунтов, Грузовозофф.

Она – Россиянка, Провинциалка, Уралочка, Славянка, Хозяюшка, Трикотажница, Мастер Валентина, Арина Родионовна, Золушка, мама (Для мам), мать (Мать и дитя), Красотка, Штучка, Чаровница, Дива, Пава, Ваше Величество, Амазонка, Гейша, Незнакомка, Нимфа, Мадам, Леди Мод, Барышня, Сударыня, дама (Дамское белье), Модница, Снежная королева, Русалочка, Барби, Клеопатра, Афродита, Нефертити, Галатея, Ирида, Медея, Эвридика, Аида, Анна, Екатерина, Анастасия, Людмила, Мария, Маргарита, Ольга, Олеся, Вера, Надежда, Дарья, Галина, Лидия, Лада, Елена, Алина, Алиса, Ксения, Светлана, Виктория, Валерия, Майя, Лана, Татьянка, Анютка, Лиза, Яна, Маша, Юлия, Татьянка, Софи, Нати, Натали, Элен, Хельга, Эдит, Эва-Эвелина, Ирэн, Анжелика, Диана, Жаклин, Клер, Карина, Сюзанна, Илона, Ариадна, Марта, Кристина, Тереза, Августина, Иветта, Илона, Аделаида, Эмили, Каролина, Милана, Власта, Риджина, Алсу, Мадина.

Это лишь фрагмент списка, но как разительно он отличается от ранее составленного! Получают названия бывшие ранее анонимными аптеки, парикмахерские, мастерские, заправочные станции, ломбарды, прачечные, бани, дворовые площадки, юридические конторы, бюро по трудоустройству, производственные цеха, медицинские кабинеты, торговые отделы, склады, похоронные бюро и пр. Даже строящиеся жилые дома, как новорожденные дети, обретают имя: *Удачный*, *Уютный*. Еще недавно выглядевший однородным, универсум быстро оказался плотно заставленным предметами, в нем постоянно проявляются и складываются в прихотливую, меняющую свои очертания, разноцветную мозаику многочисленные фрагменты, зоны, силуэты, формы.

Номинативная среда, вслед за вещественной, приобретает изумляющую подробность. Любой человеческий запрос, индивидуальное движение – от интеллектуально-духовного до низменно-телесного – находит удовлетворение. Иное положение вещи в мире современного человека, ее сверхзначимость становится регулирующим и авторитарным фактором в области человеческих отношений. Вещи, множась и захватывая все новые территории, начинают приобретать самодовлеющую ценность, образуют свои густо заселенные миры, галактики, планеты, созвездия,

континенты, империи, системы, государства, города: *Мир пальто*, *Книжный мир*, *Швейный мир*, *Мир игрушек*, *Мир обуви*, *Мир обоев*, *Мир тканей*, *Мир ковров*, *Мир продуктов*, *Мир цветов*, *Мир сумок*, *Мир бижутерии*, *Техномир*, *Мотомир*, *Электромир*, *Мир домашнего кино*, *Мир видеоигр*, *Мир фантастики*, *Мир окон*, *Мир дверей*, *Мир лестниц*, *Мир дерева*, *Водный мир*, *Аквамир*, *Мир недвижимости*, *Школьный мир*, *Галактика*, *Космос*, *Планета-офис*, *Планета Электрика*, *Планета джинс*, *Планета окон*, *Седьмой континент*, *Империя окон*, *Империя меха*, *Офисные системы*, *Оконные системы*, *Системы видеонаблюдения*, *Техноленд*, *Шоколенд*, *Сказочная страна*, *Мебельград*, *Спаркс-сити*, *Окносити*, *Сити-центр*. Отношения человека с вещами принимают вид космического путешествия – слоган одной из компаний так и гласит: «Шагни в компьютерный «космос»!». Вещный мир принимает вид тотальной множественности: «одной вещи уже не хватает, для полноты проекта всегда требуется серия вещей, в пределе – их всеобъемлющий набор» [8, с. 112]. «От» и «до», «все для...» – одни из самых распространенных слоганов текущего дня: «от стакана до бассейна», «от топа до пальто», «от воды до водки», «от эконома до элит класса», «от обычного до самого экзотического», «все для праздника», *Все для дома*, *Все для УАЗ*, *Все для АЗС*, *Все для художника*, *Все для сна*. Городской лексикон поражает изощренностью названий плодящихся как грибы новых городских объектов от *Альфы* (название банка) до *Омеги* (название торгового центра), от *Чердака* (название бильярдного клуба) до *Подвала* (название самодеятельного молодежного театра): особенно оформленными в языковом отношении оказываются сферы торговли, услуг, досуга, медицины. Отмечается тяга к описательности, номинативной диверсификации⁴, призванной «разобществовать», индивидуализировать предмет обозначения, придать ему вид неповторимости, исключительности: *частный садик санаторного типа*, *частная школа полного дня*, *телефонный клуб знакомств*, *консультативно-диагностическая поликлиника* «Помощь», *кабинет стоунтерапии* «Comfort zone», *тематический парк* «Лесная сказка», *кедровая парная* «Знахарь», *имидж-студия* «Стиль», *креативная лаборатория* «Презентация», *колледж информационных технологий* «Квант», *международное брачное агентство* «Лаванда», *салон красоты и здоровья* «Леон», *ресторан самообслуживания* «Ку-ку», *кафе быстрого питания* «Тик-так», *Православная гим-*

⁴ Диверсификация (экон.) – разнообразие; специализация; расширение ассортимента производимых изделий и видов предоставляемых услуг

назая, *Экологический лицей, студия моды и светского воспитания «Baby top»*.

Назвать торговое учреждение *магазином* или *универмагом* уже оказывается недостаточным. Торговый тезаурус пополнился *салонами, студиями, ателье, бутиками, шопами, маркетами, супермаркетами, гипермаркетами, офисами продаж и обслуживания, торговыми комплексами, торговыми домами, торговыми центрами, фирменными секциями и отделами, лавками, рядами, галереями, пассажами, навильонами, киосками* и пр. Номинативная специализация достигается, в частности, путем насаживания слов-квалификаторов, расширения комбинаторных возможностей знака: *магазин развивающих игрушек «Умка», магазин экзотических подарков «Чаша Востока», магазин удивительных вещей «Le Futur», магазин стильного поколения «Твист», салон элитной мужской и женской одежды «Эдит», бутик элитной парфюмерии «Валентэ», салон бытовой электроники «Золотая гора», магазин комнатных растений «Оазис-плюс», салон свадебной и вечерней моды «Афродита», салон классической одежды «Гермес», магазин для статных женщин «Ваше Величество»* и тп. Даже самые устойчивые и консервативные названия обретают новый семантический облик за счет значительного расширения синтагматических связей. Если раньше слово *школа*, например, вызывало довольно определенный спектр ассоциаций, относящихся к сфере государственного образования и воспитания, то сегодня оно обрастает все новыми и новыми слоями-коннотациями: *Школа раннего развития, Школа реального боя, Школа китайского и классического массажа, Школа массажа доктора Войтенко, Компьютерная школа, Школа практического хилерства*. Описательность и вариативность, впрочем, нередко выглядит избыточной: чем отличается, по сути, *магазин-салон* от просто *магазина*, *салон-парикмахерская* от *парикмахерской*, *солярий* от *студии загара*? Разница между *косметическим кабинетом*, *кабинетом медицинской косметики*, *салонем красоты*, *студией красоты*, *имидж-студией* на деле имеет нередко весьма относительный характер. Конкретизация, кажется, достигает предела и превращается в свою противоположность – абстракцию и условность: нам предлагают уже не электротовары, а свет (*Салон света «Орион»*), не аудиотехнику, а звук (*Салон звука*), не прическу и маникюр (*парикмахерская* – буквально *делание прически*; *маникюр* – буквально *уход за руками*), а красоту и имидж (*Студия красоты, Имидж-студия*).

Децентрализация общественного устройства приводит к тому, что и ономастическая карта

города приобретает полицентричность – слово *центр* становится одним из самых частотных. Раньше центрами именовали крупнейшие и уникальные в своем роде объекты, призванные определять политику целой сферы, отрасли: см., например, цитату из городского справочника начала 90-х гг.: «единственный в Сибири Центр красоты предлагает...». Сегодня всякий объект – и крупный, и микроскопический – стремится занять ведущее положение, мыслится как самодостаточный и центральный: *Аккумуляторный центр, Центр кожи, фитнес-центр для женщин «Нордика», тонировочный центр «Хамелеон», центр социальной поддержки и защиты граждан «Милосердие», центр диагностики компьютеров «Перезагрузка», Центр керамики, Алтайский центр айкидо «Сингитай», Центр оптической коррекции «Евростиль», торговый центр «Мобильный», Центр мануальной терапии «Статика», Лечебно-оздоровительный центр «Горный воздух», Развлекательный центр «Армада», Шоу-центр «Колизей», Центр косметологии «Виола», Центр эстетики «Лагуна», Центр дополнительного образования «Ризлитт», Центр квалифицированной помощи студентам* и пр. В одной только медицинской сфере Барнаула отмечено около 100 объектов, именующихся центрами. Для сегодняшнего города характерно возникновение специфических зон общественности – клубов: *боулинг-клуб «Страйк», пейнтбольский клуб, картинг-клуб «X-drive», клуб айкидо «Самурай», женский клуб «Гейша», клуб настольных интеллектуальных игр «Swamp Crypt», игровой клуб «Зеро»*. Это обособленные территории со своей идеологией, системой норм и запретов, своим языком: так, например, языковая «облицовка» *игрового клуба «Челси»* подчеркнута эзотерична – вывеска на двери очерчивает круг «своих» людей «Welcome Kynamo!», рекламные щиты обещают тем, «кто умеет читать», *бизнес-ланчи* и *данс пати*. Клуб «Пилот» (Pilot-club) предлагает своим клиентам *кальяны, пулы, КJ-бары, прогрессивную танцевальную музыку, стрип-шоу, вечеринки* под названиями «Chinzano party», «Night city beats», «Mad house music», на входе – *face control*. Одна из афиш клуба приглашает на *реалити-шоу «Boogaga»* «в честь празднования пятилетия высадки на территорию»; главные участники: *www. mterra. ru, mc 7лнов, KJ's Muxей и L'era, Carnabis fights* и др.; цена билета – 70 рублей, *по флаеру* – 50 рублей. Непосвященный мало что может извлечь из подобных текстов.

Горожане, разбиваясь внутри социума на слои и кланы, все больше и больше общаются на

разных языках и все меньше и меньше понимают друг друга. Медики и аптекари, выйдя на публику, вдруг заговорили на латыни: медицинские центры гордо именуют себя *«Vita valida»* или *«Lege artis»*, аптека – *«Viva»*. Салоны красоты приобрели изящные французские имена *«Бон жур»*, *«Миль флер»*; парикмахерская, вероятно, вспомнив о дендизме, – английское *«Hair's»*; химчистка, воплощающая идеал гигиены, – немецкое *«Reinigungs-Servise»*. Все, кто приобщился к компьютерной грамотности, склонны к «продвинутой» «американской мове». Распад коммунальности стимулировал распространение частных пространств, частных территорий. Название одной из барнаульских фирм *«Self»* (что переводится как *сам, самый*) – краткое, но адекватное определение укрепляющейся новой философии индивидуализма. Коллективистский принцип «не высовывайся», «будь как все» сменился принципом самоутверждения, не замедлившим отразиться в лингвистическом дейксисе: *Автосалон Андрющенко, Аптека доктора Сотниковой, Медицинский офис Концевых, ТД «Лалетин», Студия загара Ирины Скляр, Кабинет позитивной психологии Марины Удача, клиника «Золотая косметология доктора Куленковой», Медико-психологический центр доктора Семенова, частная юридическая контора «Рамазанов», кафе «У Артура», закусочная «У Лебеда», агентство недвижимости «Магро»* (странное словечко *магро* оказалось фамилией предпринимателя Юрия Магро). За мужскими и женскими именами городских вывесок, ранее использовавшимися в качестве условных эстетических меток, сегодня очень часто стоят реальные лица: *студия танца «Лариса»* (название дано по имени руководителя студии Ларисы Любимой), *парикмахерская «Мари-Кэт»* (название дано в честь внучек предпринимателя Маши и Кати).

Еще одна лингвистическая тенденция современного города – отказ от уже имеющегося названия и приобретение нового. Школы спешат переименоваться в *лицеи* и *гимназии*, конторы – в *офисы*, институты – в *университеты* и *академии*. Трансноминация, как известно, нередко имеет идеологическую подоплеку. Смена имени возвещает о существенном сдвиге угла зрения – взгляда на предмет, придание ему новой перспективы существования. Сегодня наблюдается обесценивание общепринятых норм, устранение универсальной идеологии, инверсия социальных установок и ценностей. В этом плане любопытны номинативные трансформации *Парков культуры и отдыха в Парки семейных развлечений* и *Развлекательно-игровые комплексы*; *кинотеатров – в Киноконцертные развлекательные*

комплексы и залы. Игра, развлечение, удовольствие, отдых, забота о теле начинают занимать господствующее положение в духовно-идеологической иерархии общественных практик. См., например, названия: *Сотвори себя* (название спорт-шопа), *Живите вкусно*, *Хорошее настроение*, *Скажите чи-и-и-из!* и др. Образцами красивой жизни стали *Лас-Вегас*, *Лазурный берег*, *Ривьера*. Столкновение идеологических позиций, утрата ясных мировоззренческих критериев обнаруживает себя в языке специфическим образом: в отношении оппозиции вступают свое и чужое, старое и новое, обычное и необычное, серьезное и смешное. Так, например, если одни имядатели демонстративно подчеркивают приверженность корням, настаивают на праве иметь «собственное призвание, судьбу и традицию» [5, с. 6], то другие декларируют модернистские устремления, а многие и вовсе энергично отрываются от собственной «генетики» в пользу чужого образа жизни, культуры, языка, алфавита. Красноречивый пример номинативного отказа от собственной этнической идентичности в пользу чужой – название Бюро клининговых услуг *«CleenQuick»* (оказывает услуги по мойке, уборке, чистке и под, т.е. *клининговые услуги*).

В поисках названия, например для торгового заведения, одни останавливают свой выбор на *шопах, маркетах, бутиках, офисах*, другие ищут и находят исконные способы и средства обозначения – *Зеленая лавка, Красный рядъ, Демидовский рядъ, Книжный дворъ, Ковровый дворъ*. См. также: *Старые традиции, Русский продукт, Русская мода, Русский пик, Русский сок, Русский сервис, Российский кафель, Русский холст, Российские ткани, Славянский дом, Русская изба, Русская банька, Сибирская корона, Сибирский стиль, Русич, Славянка, Славутич, Святозар, Пенаты, Поместье, Палисад, Ларец, Теремок, Табакъ, На Соборной и Новый стиль, Новая аптека, Новый этап, Новая индустрия, Новэкс, Евроформат, Евростиль, Евромобель, Флэт, Фазенда, Хаус-клуб, Жемчужина Нейл-Арт, Hair's, Beatiful hands, Кэмел, Винстон, Балтик-стрит, City-центр* (название, вызвавшее шквал писем и звонков в местную газету – «Почему Сити? Откуда у нас Сити? Другого имени не нашлось?»). Реальные и символические границы, сковывавшие процессы заимствования и модернизации, растворились, предоставив обществу возможность экстенсивного движения, впитывания иных, нежели свой собственный, модусов жизнеустройства. Наблюдается «отрыв от «локального контекста» в пользу глобального» [5, с. 163].

Ономастическая топография современного российского города демонстрирует «эффект рас-

ширяющейся Вселенной» – сегодня она представляет собой территорию непрерывно изменяющегося, текучего пространства, исполняющего, с вавилонским размахом многоязыкового феномена, вмещающего в себя все краски, формы и алфавиты мира. Осуществляется поистине космополитическая, условно-символическая в своей основе, языковая маркировка пространства, заселение его флорой и фауной всех континентов, контаминация временных, территориальных и национальных полей. Обширные и разветвленные номинативные системы заключают в пределах полиса весь мир, чудесную коллекцию «всякой всячины». См. некоторые хорошо освоенные темы городского текста:

1) «синоптические» и ландшафтные названия: Полюс, Арктика, Южный полюс, Айсберг, Нордика, Норд-Ост, Северный, Юг, Южный, На востоке, Восток, Зимушка, Вьюга, Зимняя сказка, Морозко, Снежок, Капель, Лес, Океан, Лагуна, Семь морей, Островок, Форест, Серебряный лес, Сафари, Экватор, Джунгли, Сафра, Караван, Оазис-плюс;

2) названия растений: Березка, Калина красная, Ива, Ивушка, Подорожник, Тополек, Акация, Ель, Елочка, Боровичок, Ягодка, Рябина, Рябинушка, Колосок, Земляничка, Василек, Ромашка, Кедр, Клен, Алтайский кедр, Каштан, Одуванчик, Колокольчик, Подснежник, Тюльпан, Роза, Незабудка, Фиалка, Крокус, Ирис, Лаванда, Астильба, Антуриум, Жасмин, Орхидея, Анемона, Левкой, Мелисса, Арника+, Анис, Эхинацея, Горицвет, Эдельвейс, Шафран, Киви, Манго, Apelsin, Чинар, Сакура, Лотос, Юкка;

3) названия животных: Медведь, Медвежонок, Ласка, Белочка, Котофей, Жаворонок, Орленок, Соловушка, Снегирек, Чайка, Пингвин, Сова, Совенок, Мотылек, Пчелка, Бабочка, Махаон, Белый кот, Белая медведица, Бизон, Снежный барс, Дельфин, Кит, Касатка, Барракуда, Аллигатор, Гепард, Тигр, Тигра, Лев, Зебра, Слон, Кенгуру, Розовая пантера, Зеленый пеликан, Питон;

4) топонимы: Европа, Евразия, Бермуды, Итуруп, Балу, Рица, Балтика, Атлантика, Дунай, Истра, Ангара (Ангара-лес), Обь, Бия, Нева, Днепр, Донъ, Ла-Манш, Рейн, Ниагара, Беломорье, Ривьера, Лазурный берег, Ферганская долина, Турина гора, Белуха, Этна, Молдова, Лапландия, Калифорния, Аляска, Флорида, Бавария, Ротаня, Колывань, Брест, Огни Москвы, Гжель, Касабланка, Венеция, Версаль, Милано, Торино, Верона, Лас-Вегас, Лион, Вавилон, Мемфис, Луксор, Кабул, Шанхай, Штутгарт, Берн, Женева, Бостон, Мехико, Арбат, Манхаттан;

5) мифонимы: Олимп, Зевс, Кронос, Гермес, Меркурий, Гелиос, Гефест, Нептун, Пигмалион,

Тесей, Антей, Золотое руно, Афродита, Эвридика, Галатея, Хирон, Велес, Грааль, Киприда, Селена, Валькирия, Нимфа, Фея, Снежная королева, Феникс, Добрыня, Гудвилл, Золотой ключик, Сезам, Солярис, Ковчег, Агарта;

6) астронимы: Зодиак, Водолей, Овен, Северная звезда, Большая медведица, Орион, Спика, Альтаир, Вега, Деймос, Сатурн, Звезда, Звездочка;

7) колористические и «геометрические» номинации: Красный, Червонный, Лазурный, Аксамарин, Вишневый, Сиреневый, Грин, Изумрудный, Палитра, Колорит, Акварель, Радуга, Пирамида, Кольцо, Свеча;

8) Альфа, Гамма, Дельта, Омега, Буква, Литера, Иероглиф, Азбука, Слово, Тезаурус;

9) танцы: Джаз, Твист, Рок-н-ролл, Фламенко;

10) 24 часа, День и ночь, Вечер, Сезон, Зима, Весна, Сентябрь, Март, Апрель, Майский, Жерминаль, Татьянин день.

Артифицирующая (умножающая количество вещей) сторона цивилизации находит свое выражение в поиске новых способов обозначения. Главным направлением этого поиска выступает все возрастающая условность имени. Условно-символическая номинация носит экстенсивный характер: она перестает считаться с логикой вещей и смело вводит в эксплуатацию средства, прежде не использующиеся в подобной позиции. Деонтологизация (бессубстанциональность) бытия, отрыв от реальности, привнесение условности и игрового начала во все сферы жизни выступает характерной особенностью нового мышления и восприятия. Перцептивная, фасцинирующая сторона названия начинает превалировать над информационной. Между знаками и вещами возникают и ширятся зазоры, устраняются критерии соответствия, словотворчество превращается в произвольное складывание звуков и слов, своеобразный спорт, игру без правил, конкурс остроумия: Онис, Олип, Корал, Юлжир, Ан-Го, ЛтиК, Риос, Юмас. Швейная фабрика почему-то называется «Доктор Фауст», магазин – «10-й Б», фирма получает устрашающее название «ГУЛАГ», похоронное бюро – кокетливое «Поближе к земле». Современные художники, отказавшись от натурализма, «пишут не предметы, а рамы, поля, горизонты и линии, благодаря которым проявляются вещи» [2, с. 244]. Интересует не смысл предмета, «будоражит сама процедура чтения». Внимание читателя текста приковано не столько к полезности, настоящей функциональности вещи, сколько к ее «фантазматической, аллегорической, подсознательной «усвояемости»» [8, с. 105]. Один из примеров легкой, безобидной игры в знаки морская тема, захватившая ономастикон целого

городского района абсолютно континентального города: *Бриг, Кораблик, Адмирал, Бермуды, Балтика* и др. Современная коммуникация нередко анализируется в терминах психо- и психозанализа, иначе – в терминах языковой обмолвки и языкового бреда. Номинативный массив во многом представляется пестрым собранием случайных, окказиональных названий. С психоаналитической точки зрения всякая оговорка неслучайна, выдает тайные устремления человека. *Инициатива, Труд, Инженерный подход, Стимул, Движение, Милосердие, Здоровье, Согласие, Доверие, Диалог, Константа, Талант, Приветливый, Славный, Симпатия, Взаимность, Единство, Попечение, Энергия, Правовая защита, Источник света, Свет, Теплый прием, Добрые руки, Помощь, Чистый дом, Чистый город, Домашний очаг, Семейный очаг, Наш дом, Моя семья* – эти названия обнажают тоску современного городского человека по нормальной, осмысленной и гармоничной жизни. Однако чаще мы наблюдаем иное: рациональный дискурс вещей и идей последовательно замещается дискурсом сверхжеланий, подсознательных влечений, фантазмов. Метафоры райской (красивой, сладкой, золотой) жизни, гедонистической раскрепощенности, удачи, чуда, престижа, пронизывают городской текст: *Эдем* (название торгового центра, кафебара, мебельной фабрики), *Парадиз, Мясное раздолье, Эльдorado, Обувной рай, Колбасный рай, Шоколадный рай, Сказочная страна, Сладкая жизнь, Карамель, Сладкий сон, Эффект, Элегант, Грация, Фигура, Элитарный, Эксклюзив, Оригинал, Соблазн, Магия красоты, Шarm, Гармония, Блеск, Совершенство, Восторг, Мечта, Фантастика, Комфорт, Мираж, Астрал, Подиум, Кама-Сутра, Экстрим, Седьмое чудо, Чудо-остров, Чароид, Сезам, Удачный ход, Удачная покупка, Шанс, Фортуна, Фарт, Реванш, Авторитет, Лидер, Автолидер, Приоритет, Персона, Респект, Триумф, Кумир, Статус, Реноме, Престиж, Фристайл, Стиль, Имидж*. Главное – ничем не скованная свобода, стиль, искусственно создаваемый имидж: *Будь лидером; Создай свой стиль; Свобода – твой стиль; Измени стиль. Обрети свободу; Новый сезон, новый имидж, новое увлечение... Новая жизнь; Свобода стиля. Свобода выбора. Свобода движения; Одежда для свободных людей; Общайся свободно – ведь это в твоём стиле!* (слоганы). Семантику искусственности, художественности содержат столь модные сегодня словечки *арт, студия, ателье: Студия причёски, Паркет-ателье, Артстудия, Студия арт-дизайна*.

Две модели городского общежития – советского и постсоветского города, таким образом, об-

наруживают два разнонаправленных механизма семиотизации и текстопорождения: каузально-детерминационного, фактофиксирующего, рационального типа с установкой на отражение реально существующих, стабильных, общезначимых, нормативных свойств и отношений объекта и ассоциативного, вероятностного, модального типа с установкой на выявление закономерных, окказиональных, субъективно значимых, девиантных смысловых связей. В то же время возможно говорить о концепции города как цельного феномена в широком философском контексте, обходя вниманием существование различных диахронических и социально-культурных вариаций этой концепции. Социальные городские слои репрезентируют различные мировоззренческие позиции, формы праксиса и культурные ориентации, но, сочетаясь и выступая единым целым, одновременно представляют общую линию развития локальной цивилизации. Тексты и языки городской коммуны выступают своеобразным экраном этой единой жизнеустроительной концепции, фундаментально отличной, к примеру, от жизненной философии патриархальной сельской общины. Горожанин и крестьянин не просто говорят на разных диалектах, они демонстрируют два антропологических типа и два полярных способа взаимоотношений с миром. Трансформация российского города, затрагивающая весь социально-коммуникативный комплекс, находится в русле общецивилизационных глобальных процессов.

Предельно обобщая, можно сказать, что Россия, большая крестьянская община, и Запад, гигантский городской конгломерат, до сих пор противостоят друг другу как два альтернативных типа идентичности (Россия – традиционная, космоцентрическая «психология земледельца» и Запад – модернистская, социоцентрическая «психология воина, рыцаря и свободного гражданина»). Философ А. Панарин усматривает в современном конфликте России и Запада, «прежде идеологически стилизованном» [5, с. 14], цивилизационную суть. Иными словами, он характеризует этот конфликт антагонизмом специфических самоопределений.

Лингвистический аспект данного конфликта весьма ощутим, чтобы пренебрегать им и сосредоточиваться лишь на аспектах экономического, политического или, допустим, религиозного толка. А. Панарин, в частности, говорит о двух формах знакового производства и знакового обмена. Сходные взгляды на эту проблему мы обнаруживаем и у таких западных исследователей, как Р. Барт, О. Розеншток-Хюсси, М. Хайдеггер, у русских философов П. Флоренского, С. Булга-

кова и многих других. Две формы знакового производства можно, по всей видимости, считать своеобразными константами, универсалиями культуры. Технологический подход к миру западного человека сказывается и на отношении к знаку (слову, тексту) как нерепрезентативной, независимой от референта, условной абстракции. Производство знака рассматривается им с индустриальных позиций, в «парадигме Соссюра», которая имеет «сугубо инструментальный, а не аксиологическо-онтологический характер» [5, с. 68]. Создание текстов в «западной» соссюрской парадигме понимается как автономная, независимая от задач адекватного описания реальности или служения тем или иным общественным ценностям система производства свободно комбинирующихся знаков. «Формула его «творчества» однотипна с формулой нового спекулятивного богатства. Если там действует ростовщически-спекулятивная формула «Д-Д'» (от денег к большим деньгам, минуя производительную стадию собственного товарного производства), то здесь – формула «З-З'» (от одного знака к новому)» [5, с. 42].

Знаки встречаются на языковом рынке, вступают во взаимные отношения, обмениваются безотносительно к тому, в каком реальном отношении находятся обозначаемые ими референты. Метафоры хитрого рынка, интеллектуальной игры, «веселой науки» точно передают эти отношения. «Производство новой информации здесь происходит на сугубо эндогенной, или «инцестной», основе: в ходе все более произвольного обмена и комбинации знаков «семиотическая» интеллектуальная среда надеется преодолеть требования семантики, касающиеся реального содержания самих знаков» [5, с. 42]. Эта технология направлена не на познание и преобразование действительности с целью гармоничного совпадения с нею, а на трансформацию восприятия и регулировку внутренних импульсов человека, подменяя реальность «блестящими видимостями», тонкими сенсорными имитациями, фетишами, соблазнами виртуального мира, умело сделанными «неподлинными» текстами [5, с. 45].

Человек отдается во власть знака, становится его рабом, пленником, демонстрируя онтологическую глухоту откровенное безразличие к первичной реальности, истинной природе вещей. Знак полностью обезличивается, утрачива-

ет свое конкретное и неповторимое содержание, становится серийно произведенной «вещью», в нем нет и следов причастности к «данному месту, укладу и человеку» [5, с. 71].

Безответственно-декоративным, манипулятивно-наркотическим играм со знаками противостоит творческий диалог с миром и иная формула духовного производства: «Реальное творчество переходит от знака к новому знаку через фазу производства прибавочной стоимости, связанной с открытием новых сторон реальности, расколдовыванием природных сил» [5, с. 41–42]. З (знак) – Д (действительность) – З' (новый знак) – вот формула подлинного творчества. Здесь работает иное воображение – воображение натурального пантеистического человека («человека традиционного типа», «земледедца», «космического человека», «пассионария духа»), «мобилизованное для проникновения в сокровенные тайны мира». Эротическая привязанность к миру, признание «теплой органики» космоса всегда сопровождается чувством ответственности. Оно распространяется и на область использования языка, нерасточительного и внимательного отношения к слову. Слово должно быть наполнено глубоко личностным смыслом, вызывать к разуму и чувствам, сопрягаться с «веществом природы», бытийными основами. Его использование квалифицируется в терминах логики дара, бескорыстного дарения, а не логики меновых отношений. Современный антропологический конфликт, дилемма цивилизаций состоит в том, что интенциональное и энтероцептивное, т.е. направленное на внешний мир и открытое ему, сознание творческого человека постепенно вытесняется интероцептивным (закрытым от внешнего мира) подсознанием, расширяющейся областью инстинктов и желаний виртуала. «Человек космический, связанный кровными узами с действительностью и аффицированный ею, сменяется человеком текстуальным – сменившим теплокровное существование, заряженное естественной энергией бытия, механической подзарядкой от искусственной энергии знаковых аккумуляторов» [5, с. 55]. Исследование коммуникативных практик современного города подтверждает многие выводы философов относительно формирования новых структур повседневности, изменения метрики и топик мышления, кардинальной смены парадигм мироощущения человека и его языка.

Литература

1. Лотман Ю.М. Внутри мыслящих миров. Человек–Текст–Семиосфера–История. М., 1999.
2. Марков Б.В. Философская антропология. Очерки истории и теории. СПб., 1997.
3. Современный словарь иностранных слов. М., 1992.
4. Томахин В.Д. Америка через американизмы. М., 1982.
5. Панарин А.С. Православная цивилизация в глобальном мире. М., 2003.
6. Яковенко И.Г. Город в пространстве диалога культур и диалог города//Социокультурное пространство диалога. М., 1999.
7. Садохин А.П. Этнология / А.П. Садохин, Т.Г. Грушевицкая. М., 2001.
8. Бодрийяр Ж. Система вещей. М., 1995.