



НАВИГАЦИОННАЯ СТРУКТУРА МОСКОВСКОГО МЕТРОПОЛИТЕНА КАК СОВРЕМЕННАЯ МЕДИАКОММУНИКАЦИОННАЯ СРЕДА

УДК 316.773:656.34.052.1(1-25)

<http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-3119-21-28>

Н. Ю. Паудаль

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова,
Москва, Российская Федерация,
e-mail: ansyna@yandex.ru

Л. В. Филиндаш

Государственный университет управления,
Москва, Российская Федерация,
e-mail: lfilindash@mail.ru

Аннотация. Наиболее востребованная городская транспортная структура рассматривается в статье с точки зрения условий, обеспечивающих ей роль актуального средства передвижения. Решение поставленной задачи стало возможным благодаря комплексному изучению мегаязыка московского метрополитена в рамках коммуникативистики и семиотики. Авторы изучают оригинальную классификацию языковых средств, используемых в навигации, и вводят понятие «метроязык». Предлагается анализ вербальных и невербальных способов информирования, цветовой и предметной символики, звукового и изобразительного рядов. Универсальность навигационного языка наряду с технологической составляющей обеспечивает безопасность и комфортность коммуникации большой массы пользователей, хотя метро, как любой вид транспорта, относится к зоне повышенного риска. Рассмотрение навигационных стратегий в единстве нарративной и фоновой семиотики позволяет сделать вывод об их положительной коммуникативной функциональности. Транспортные и градостроительные проекты мегаполисов, нацеленные на реализацию экзистенциальных возможностей массовых коммуникаций, актуализируют дальнейшее развитие метрополитена.

Ключевые слова: аудиовещание, знаки индексальные/иконические/символические, логотип, массовая коммуникация, мегатекст, метрополитен, метроязык, навигационная стратегия, открытая знаковая система, социокультурный феномен.

ПАУДАЛЬ НАДЕЖДА ЮРЬЕВНА – кандидат философских наук, доцент кафедры стилистики русского языка, Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

ФИЛИНДАШ ЛАРИСА ВАСИЛЬЕВНА – кандидат философских наук, доцент кафедры философии, Государственный университет управления

PAUDYAL NADEZHDA YURIEVNA – CSc in Philosophy, Associate Professor at the Department of Stylistics of the Russian language, M. V. Lomonosov Moscow State University

FILINDASH LARISA VASILYEVNA – CSc in Philosophy, Associate Professor, Associate Professor at the Department of Philosophy, The State University of Management

© Паудаль Н. Ю., Филиндаш Л. В., 2024



Для цитирования: Паудяль Н. Ю., Филиндаш Л. В. Навигационная структура московского метрополитена как современная медиакommunikационная среда // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2024. №3 (119). С. 21–28. <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-3119-21-28>

NAVIGATION STRUCTURE OF THE MOSCOW METRO AS A MODERN MEDIA COMMUNICATION ENVIRONMENT

Nadezhda Yu. Paudyal

M. V. Lomonosov Moscow State University,
Moscow, Russian Federation,
e-mail: ansyna@yandex.ru

Larisa V. Filindash

State University of Management,
Moscow, Russian Federation,
e-mail: lfilindash@mail.ru

Abstract. The most popular urban transport structure is considered in the article from the point of view of the conditions that ensure its role as an actual means of transportation. The solution of this task became possible thanks to a comprehensive study of the metalanguage of the Moscow Metro in the framework of communication studies and semiotics. The authors study the original classification of language tools used in navigation and propose to introduce the concept of “metrolanguage”. The analysis of verbal and non-verbal ways of informing, color and object symbols, sound and visual series is proposed. The versatility of the navigation language, along with the technological component, ensures the safety and comfort of communication for a large mass of users, although the metro, like any type of transport, belongs to the high-risk zone. Consideration of navigation strategies in the unity of narrative and background semiotics allows us to conclude about their positive communicative functionality. Transport and urban development projects of megacities aimed at realizing the existential possibilities of mass communications actualize the further development of the Subway.

Keywords: audio broadcasting, index/ iconic/ symbolic signs, logo, mass communication, megatext, metro, metro language, navigation strategy, open sign system, sociocultural phenomenon.

For citation: Paudyal N. Yu., Filindash L. V. Navigation structure of the Moscow metro as a modern media communication environment. *The Bulletin of Moscow State University of Culture and Arts (Vestnik MGU-KI)*. 2024, no. 3 (119), pp. 21–28. (In Russ.). <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-3119-21-28>

Московский метрополитен, которым ежедневно пользуются от 5,6 до 9,7 миллионов человек, является сочетанием части пространства мегаполиса и самостоятельной значительной общественно-культурной среды [9]. Представляя комплекс надземных и подземных конструкций, эта коммуникативно-транспортная система отличается постоянно расширяющимися социально-культурологическим полем, включающим музейные, концертные, экскурсионно-познавательные и эвристические

действия. Для выполнения подобных функций используются присущие всем названным формам выразительные средства, которые дополняют специфический язык коммуникативной структуры метро.

Одним из создателей научной лингвистической теории является ученый и государственный деятель XIX века Ф. В. фон Гумбольдт, который разрабатывал проблемы истории, философии, психологии языка. Идея о постоянном развитии и о динамич-



ном характере языка заключается в его тезисе «язык не есть продукт деятельности, а деятельность», высказанном в работе «О различии строения человеческих языков и его влиянии на духовное развитие человечества». Он различал две формы языка: постоянную, статичную («эргон») и активную, возобновляющую работу духа («энергейю»). Дух постоянно вносит в язык новации, объем которых и «в известной мере также способ порождения остаются совершенно произвольными» [4, с. 78]. Важным направлением лингвистических исследований ученого стала проблема связи между мышлением и языком. Немецкий философ использовал термин «дух народа», рассматривая его как такую духовную форму человечества, которая имеет «языковую определенность» [4, с. 9]. Данная концепция исходила из задачи выявить причины значительных отличий в языках разных народов мира. Результатом стал вывод о том, что различия в характере мышления разных народов проявились в различии языков. Продолжая учение о языке как творческом процессе и воплощении национального сознания, он разработал теорию о «внутренней форме языка» как средстве самоидентификации народа, т. е. в широком смысле – способа реализации его ментальности.

Другой универсальной теорией в науке о языке стала семиология, основателем которой считается швейцарский лингвист Фердинанд де Соссюр (1857–1913). Язык как система знаков рассматривается им в основательной монографии «Курс общей лингвистики» [10]. Соссюр дифференцировал две лингвистические формы: язык как принятый в социальном измерении универсальный код и речь как его историческую и пространственную реализацию в качестве хронотопа. Закодированные знаки представляют комплекс признаков, которые формируют понятие, что дает возможность заменить его абстрактным символом. Являясь сложной семиотической системой, язык выступает в виде целостной структуры знаков, которая существует в культурологическом измерении.

Теория Соссюра легла в основу множества ныне существующих классификаций знаков, одна из которых предлагает подразделять знаки на индексальные, иконические и символические.

Индексальные знаки подчеркивают субстанциальные признаки объекта или явления. Перечеркнутое изображение бегущего по эскалатору пассажира означает запрет этого действия. Силуэты сидящих людей с палочкой, костылем, ребенком или беременной женщины расшифровываются в звуковом сопровождении: «Уступайте места пожилым людям, инвалидам, пассажирам с детьми и беременным женщинам».

Иконические знаки исходят из подобия реального образа и его изображения. Так, рисунок здания с колоннами ориентирует на музей. Схематичный вид автобуса с цифрами указывает на выход к остановке автобуса конкретного маршрута.

Символические знаки замещают, а не иллюстрируют обозначаемые объекты. В метро часто используются стрелки, определяющие маршрут и направление движения, цифры и цвет помогают найти нужную линию. Зеленый цвет периметра двери вагона означает разрешение входить-выходить, а красный – запрещение движения. К буквенным аббревиатурам (БКЛ), графическим схемам (карта линий), тактильным формам (шуц-линия) обращаются в подземном транспорте в качестве информационных, нормативных регуляторов.

Условный язык, принятый в метро, использует все названные типы знаков и воплощается в разнообразных формах: письменной и устной, иллюстративной и схематичной, поли- и моно-колористической, мобильной и стационарной. Многофункциональность рассматриваемого коммуникативного средства определяется технологическими достижениями, спецификой социального пространства, что проявляется в модернизации старых и выработке новых знаков, в формировании определенной стилистики. Языковые новации доступны и понятны огромной аудитории пассажиров, поскольку основаны на универсальных представлениях



и на привычных для сознания концептах. Так, изображение снежинки означает процесс охлаждения воздуха, а расходящиеся дуги окружности – наличие интернета.

Русской ментальности присуще восприятие закодированной информации, что связано с многозначной семантикой русского языка и умением понимать подтексты живописных и литературных произведений. Например, иконопись как универсальный богословский текст учила понимать композиционную, цветовую, образную символику, тем самым формируя когнитивные умения. «Эта практика прочтения невербального материала, господствовавшая многие века, закрепились в такой ментальной черте, как готовность воспринимать скрытую информацию» [8, с. 172]. Обращение к классическому наследию отечественной культуры закрепляет когнитивные особенности мировоззрения русского национального характера, что проявляется в интерпретации многоаспектных текстов.

В середине прошлого века для обозначения письменных, изобразительных и сенсуалистических текстов сложного характера американским социологом и философом Т. Нельсоном вводится дефиниция «гипертекст» (от англ. *hypertext*) [13]. Он используется в интернет текстах, в которых для получения дополнительной информации можно переходить на другие веб-страницы по ссылкам. Развитие языка обусловлено скоростными цивилизационными изменениями, что вызывает спонтанность и множественность социокультурных текстов и подразумевает создание гибридных языковых систем. В качестве подобных образований можно рассматривать экспозиционно-выставочные проекты, транспортную, архитектурно-планировочную среду и другие структуры, в основе которых лежит онтологический подход.

В современных реалиях технико-технологический прогресс обеспечивает дискурсивное единство, характеризующееся общепринятыми символами, знаками, понятиями, стилевыми признаками, которое понимается как мегатекст. Его феноменологической реализацией является современная постоянно из-

меняющаяся мультимедийная система метро, обладающая характером универсалии. В социокультурном пространстве цивилизационной цифровой парадигмы она означает умножение смыслов многообразных текстов и увеличивает экзистенциальные возможности массовой коммуникации.

Метрополитен продолжает играть роль масштабной коммуникативной зоны в мегаполисе [1; 2] в отличие от привычных мест публичного взаимодействия, где объем непосредственного общения сокращается из-за естественного течения технического прогресса. Метро сохраняет традиционные уровни взаимодействия коммуникантов – массовый, непосредственный, опосредованный.

Массовый уровень выражается в постоянном воспроизведении норм поведения множества незнакомых друг с другом людей в процессе транспортных ситуаций: *вход-выход, по направлению движения и против него, поведение на эскалаторе.*

Непосредственный уровень предполагает общение находящихся рядом субъектов с помощью мимики, жестов, речи: *пассажир – пассажир, пассажир – сотрудник метро.*

Опосредованный или косвенный уровень обусловлен технической оснащенностью: *пассажир – инструментарий Метрополитена.*

Последний уровень взаимодействия поддерживается уникальным языком, используемым в мегатексте навигационной структуры Метрополитена.

Термин «навигация» восходит к словам латинского языка *navis* и *agere*, что означает «корабль» и «двигать, вести». Если первоначально значение объединенного понятия соответствовало месту нахождения и скорости движения корабля, то с развитием транспорта оно приобретает новый смысл. В настоящее время оно имеет значение как управление движущимися объектами, так и выбор оптимального пути следования. Навигационный комплекс выполняет многие функции, в том числе информационную, регулятивно-управленческую, познавательную, рекламную, этическую, эстетическую, поскольку в мегатексте Метрополи-



тена создаются знаковые последовательности любой формы, обращенные к эпистемологическим ресурсам ментального уровня.

Этот символический язык, представленный нарративной, визуальной и аудиальной, цветовой и монохромной, технологической и традиционной формами, фиксирует коды поведения и формирует уникальное семиотическое поле культуры. Таким образом, научный интерес представляет многофакторный и сложно структурированный феномен, который можно выразить в понятии «метроязык». Навигационные ситуации в метро в целом ограничены, но социокультурная среда подвержена постоянным изменениям. Эстетические предпочтения, тенденции в моде имеют вариативный характер. Кроме того, наземная городская структура регулярно модернизируется, что должно найти отражение в образах транспортного информирования. Таким образом, метроязык можно считать открытой системой знаков, которую семиотика рассматривает в сравнении с закрытой. Косвенным свидетельством доступности и понятности метроязыка может служить рост внутреннего и внешнего туризма в 2023 году. Российские и иностранные туристы, количество которых составило рекордное число 24,5 млн человек, в качестве пассажиров метро легко ориентируются в сложном мире подземного транспорта, согласно сайту Мэрии Москвы [3].

Нарративная форма по-прежнему остается преобладающей в мегатексте популярного столичного транспорта. Единообразие в написании букв и графике знаков устанавливалось на протяжении всей истории Московского метрополитена. Особенно очевидно это проявляется на примере изменений, которые претерпел логотип. С момента открытия в мае 1935 года на первых станциях использовали букву «М» в сочетании с надписью «Метро». Авторами буквенных начертаний выступили советские архитекторы И. Г. Таранов и С. М. Кравец, работавшие над проектами первых станций метрополитена в Москве и Петербурге. В 1979 году в процессе ребрендинга транспорта Москвы в метро установили единый логотип, в кото-

ром до этого времени неоднократно менялись пропорции и шрифт буквы «М», ширина и цвет контуров. С 1979 по 2014 годы в составе логотипа изображали синий полукруг, символизирующий тоннель, с 2014 года замененный так называемой «булавкой» в виде разорванного полукруга. Сочетание части круга и отрезка можно «прочитать» как структуру московского метро: комбинирование кольцевой и радиальных линий, а уходящую с правой стороны вниз прямую – отсылкой к подземной конструкции метро. Красный цвет логотипа восходит к его трактовке как символу власти с периода Московского царства, а также – к полисемичности этого понятия, что отразилось в российской топонимике: Красная площадь, Красногорск, станция Красносельская, Краснодар. Более того, в христианской интерпретации красный ассоциируется с крестными страданиями Христа и победой над смертью, то есть выражает и муку, и Пасхальную радость. Логично, что первое в СССР столичное метро приобрело логотип такого цвета.

Комбинированность языка мегатекста приводит к тенденции замены именных названий цифровыми обозначениями. Аргументами могут быть динамичный тип поведения и необходимость скоростного реагирования, поскольку существительные с цифровым значением читаются быстрее, чем прилагательные: *первая* вместо *Сокольническая*, *вторая* – *Горьковско-Замоскворецкая*, *третья* – *Арбатско-Покровская* и т. д.

Цветовые и графические элементы являются равноценными буквенным обозначениям средствами навигационного мегатекста метро. Цифровые и цветовые наименования используются параллельно с традиционными названиями: Кольцевая – коричневая или пятая, Филевская – голубая или четвертая, Таганско-Краснопресненская – фиолетовая или седьмая. Цвет и буква применяются для ориентирования пассажиров в сложных конструктивных пространствах. Например, выход к конкретной башне Москва-Сити обозначается указателем определенного цвета и начальной буквой ее названия: Э – «Эволюция», Ф –

«Федерация», М – «Меркурий». Аббревиатуры повторяют привычные сокращения: ТРЦ – торгово-развлекательный центр, ЦВК «Экспо-центр» – центральный выставочный комплекс, МЦК – московское центральное кольцо, МЦД/ D2 – московские центральные диаметры, второй диаметр.

Кроме буквенных знаков широко употребляются символы с легкоузнаваемым начертанием: автобусы – автостанции, самолет – аэровокзал, силуэт человека в коляске – лифт, портфель с вопросительным знаком – пункт с забытыми вещами. Читаемость схематичных рисунков объясняется их соответствием архетипам, закрепленным в генетической памяти.

Изображения, используемые в мегатекстах Метрополитена, систематически пополняются в связи с расширением оказываемых им услуг и совершенствованием технического оснащения. Стикеры с образом Чебурашки определяют для потерявшегося ребенка место встречи, раскрытая ладонь на входных дверях в зимний период подчеркивает необходимость придер- живать их.

Являясь высокотехнологичным видом транспорта, метрополитен использует лайт-боксы, телеэкраны, бегущие строки в качестве современного инструментария [5; 11].

Лайтбоксы относятся к стационарным справочникам с информацией транспортного характера, суммирующего данные о дорожной инфраструктуре, включающей подземную (метро) и наземную (МЦК, МЦД) части, пересадочные узлы, пункты назначения и отправления, в том числе аэропорты и железнодорожные вокзалы. Яркая подсветка лайтбокса обеспечивает доступность и наглядность информации. Небольшие лайтбоксы в вагонах позволяют выстроить наиболее оптимальный маршрут при введении в программу станции нахождения пассажира и места его прибытия. Они бывают разные по форме (круглые, прямоугольные), по месту нахождения (на платформе, в вагонах, при входе-выходе), по содержанию и объему информации – общая или конкретная (о прилегающем к данной станции метро району).

Телевизионные экраны московского метро предлагают обширную информацию, не ограничиваясь транспортной или конкретно московской тематикой. Оперативные данные об изменениях в работе транспорта, в том числе метро, новостные, рекламные ролики, развлекательные сюжеты обновляются и ярко оформляются, зачастую с использованием анимационных приемов, документальных кадров, киноматериалов [6; 7]. Благодаря актуальным сведениям общественно-значимого характера политического и культурного звучания этот справочный канал предназначен пассажирам разных социальных и образовательных уровней. Тестовая подача информации, разрабатываемой Географическим и Военно-историческим обществами России, предполагает активное участие пассажиров. Заложенные в тестах материалы имеют патриотическое содержание и включают задания о событиях военной истории, памятниках природы, о национальностях, языках народов России.

Сервис «бегущая строка» в вагонах предоставляет информацию о текущей и очередной станциях, о времени прибытия, право- и левостороннем нахождении платформы, пересадочных пунктах в лаконичной форме.

Специфическим средством мегатекста, выполняющим не только информационную, коммуникативную, но и важную нормативную функцию социокультурного характера, выступает аудиовещание. Оно появилось в 1951 году на перегоне «Сокол» – «Площадь Свердлова», позднее, с 1953 года, голосовое оповещение на кольцевой линии. Первоначально объявления делали помощники машиниста, которых позже заменили профессиональные дикторы. Специальная подготовка обеспечивает при существующем в метро шумовом фоне необходимый тембр, высоту, скорость и громкость записанных ими голосовых сообщений. Качественная подача информации обеспечивается такими критериями как расстановка акцентов и логических ударений, четкая дикция и ровная интонация, спокойный и доброжелательный



тон. Направление движения подчеркивается звуковым сопровождением: мужским голосом при поездках в центр, женским – из центра на радиальных линиях. На Кольцевой линии записи мужчин-дикторов включают во время поездок по часовой стрелке, а женщин – против часовой стрелки. Подобное правило было введено в 1984 году по предложению Общества слепых.

В заключение можно утверждать, что метрополитен играет в столичном мегаполисе роль инновационного коммуникативного центра, использующего интегративный язык. Наиболее активно он проявляется при выполнении навигационной функции с включением культурного, информационного, рекламного контекста.

Рассматривая Метрополитен как общественно-культурный социокультурный феномен, авторы вводят концепт «навигационный язык», что соответствует постулату

известных филологов, философов и культурологов о том, что «гуманитарные науки, как и любые дисциплины, не могут развиваться без обновления своей концептуально-терминологической системы» [12, с. 17]. Сочетание функциональности технических средств и образно-смысловой выразительности, включающей такие языковые категории, как знак, символ, графика, цвет, свет, звук, позволяет рассматривать используемый в метро специфический язык в более широком дискурсе, как мегаязык.

Исследователи подчеркивают, что «многообразие текстов постоянно усложняющегося мира коррелируется с необходимостью понимания современным человеком различных языковых систем, кодирующих информацию. Комплекс ключей к кодам представлен в виде вербальных и невербальных средств, цветовой и предметной символики, звукового и изобразительного рядов» [8, с. 171].

Список литературы

1. Белоусова М. М. Метрополитен в системе культурной коммуникации // Философия и культура информационного общества. Тезисы докладов. Санкт-Петербург: ГУАП, 2018. С. 146–149.
2. Вальдес Одриосола М. С. Московский метрополитен как культурный феномен. // Вестник Университета Правительства Москвы. Москва, МГУУ Правительства Москвы им. Ю. М. Лужкова, 2017. № 1. С. 62–63.
3. В Москве растёт число туристов и бизнес-поездок. [Электронный ресурс] URL: t.me/mos_sobyainin/8895
4. Гумбольдт В. Избранные труды по языкознанию. Москва: Прогресс, 1984 397 с.
5. Дронов Р. В. Метрополитен для пассажиров // Метро и тоннели. Москва, ООО «Метро и тоннели», 2010. № 6. С. 30.
6. Евдокимов О. Г., Кирилова А. А. Метрополитен как вид рекламной площадки // В сборнике: Концептуальные проблемы экономики и управления на транспорте: взгляд в будущее. Труды Международной научно-практической конференции. Отв. редактор В. А. Подсорин. Москва, РУТ (МИИТ), 2022. С. 115–118.
7. Евин И. А., Соловьев А. А., Чернобровкин Д. А. Московский метрополитен как безмасштабная сеть // Информатизация и связь. Москва, «Омп группа», 2013. № 6. С. 76–80.
8. Паудяль Н. Ю., Филиндаш Л. В. Социальная значимость гипертекста для ментальной идентификации человека цифровой эпохи // Вестник университета. Москва, Издательский дом ГУУ, 2022. № 1. С. 169–174.
9. Пресс-служба Московского метрополитена. Метрополитен – основа транспортной структуры города Москвы. // Горный журнал. Санкт-Петербург, «Руда и Металлы», 2010. № 4. С. 81–84.



10. Соссюр Ф. Курс общей лингвистики. Москва: Логос, 1998. 235 с.
11. Эвалльё В. Д. Экранная среда в пространстве Московского метрополитена // Вестник славянских культур. Москва, ФГБОУ ВО «Российский государственный университет им. А. Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», 2021. № 60. С. 8–20.
12. Эпштейн М. Н. Проективный словарь гуманитарных наук. Москва, «Новое литературное обозрение», 2017. 609 с.
13. Nelson Th. H. Complex information processing: a file structure for the complex, the changing and the indeterminate in Association for Computing Machinery. / Theodor Holm «Ted» Nelson // Proceedings of the 20th National Conference. Ed. Lewis Winner: Cleveland, (Canada). 1965. С. 84–100.

*

Поступила в редакцию 12.04.2024