

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ УРБАНОНИМОВ ЛИТВЫ

Е. А. Федорченко,

Южный федеральный университет, филиал в г. Железноводске

Известно, что в урбанонимии находит свое отражение историческая смена культурных и ценностных стереотипов общества. Наша задача – проследить перемену языкового сознания литовцев и произошедшую в короткий исторический период переориентацию на новые культурные ценности (время пребывания Литвы в Европейском союзе – 6 лет). Это ярко заметно на примерах урбанонимов, появившихся (либо переименованных) сравнительно недавно. Они не только «называют» объект и указывают на его основную социальную функцию, но и имеют социокультурную подоплеку, что позволяет в известной степени заглянуть за занавес историко-этно-лингвокультурных изменений в языковом сознании литовцев. Здесь будет выполнен анализ семантики и мотивации наименований некоторых внутригородских объектов г. Вильнюса, возникших в постсоветский период.

К урбанонимам относятся названия улиц, площадей, переулков, кварталов, отдельных домов, магазинов, кафе, ресторанов и т. д. Представляется целесообразным провести наше исследование отдельно по каждому объекту урбанонимии.

Улицы

В советское время из Москвы в Литву, как, впрочем, и в другие республики, часто приходили указания, как называть улицы. Однако, комиссия по переименованию всячески избегала названий, связанных с советским режимом (улицы *Карла Маркса* и *Фридриха Энгельса* были

подальше от центра). Улицам давали нейтральные названия цветов, фруктов, деревьев, животных, рек. В итоге получилось много «сельскохозяйственных» улиц и переулков. Звучат эти наименования в переводе на русский язык как улицы *Грушевая, Яблочная, Сливовая, улица Розы, Тополя, Ромашки, Воробьев* и др.

Для того чтобы избавиться от советизмов, многие улицы в постсоветский период переименовываются. Так, *проспект Ленина* переименовали в *пр. Гедиминаса* (Гедиминас – великий князь, основавший Вильнюс). Во многих городах Литвы появились *European street* или *square*. Новым районам и улицам просто дают красивые названия, чтобы привлечь туристов.

Можно отметить основные тенденции наименования улиц: это, во-первых, обращение к культурно-историческому наследию Литвы, во-вторых, переориентация на общеевропейские ценности. Мы наблюдаем сильное стремление литовцев отказаться от советского прошлого.

Магазины

Если пройтись по улицам г. Вильнюса, бросается в глаза отсутствие названий магазинов вообще, парикмахерских салонов, фотосалонов. Они так и называются: *kioskas, kirpykla, fotosalonas, suvenyrai*. Имеются также узнаваемые фирменные магазины: *Loreal, Avon* и др., что в известной степени может свидетельствовать о сдержанном характере рассматриваемого этносоциума.

В связи с развитием торговли большие торговые центры «поглотили» отдельные магазины. Например, бывшие магазины *Rytas (Утро), Šilas (Сосновый лес), Pirmigas (Бутон)* объединены в сеть торговых магазинов *Maxima*, известных по всей Прибалтике.

Другие наименования торговых центров, с одной стороны, отражают национальные ценности литовцев (торговый центр «*Gedimino 9*», новый торгово-развлекательный центр «*Акрополис*», коммерческий комплекс «*Вильняус Вартай*», *Еуропа*, и др.), с другой - являют собой короткие запоминающиеся названия (*Iki, Rimi, Norfa, Prisma*), которые с чисто прагматических позиций положительно влияют на реципиентов.

Кафе, бары и ночные клубы

Наиболее интересно проследить специфику языкового сознания литовцев на примере наименований кафе, ночных клубов и баров, так как здесь уже появляются хоть какие-то названия вообще. Часто кафе носят имена женщин: *Helena, Sandra, Ignas* (мужское имя). Иногда это иностранные имена (*Bobo*), что вполне соответствует моде и может привлечь посетителей. Раньше кафе носили преимущественно топонимический характер, например, кафе *Neris* – по названию реки *Нярис*, или *Merkurijus - Меркурий*. Встречаются также и кафе, хозяева которых отличаются чувством юмора: например, *Blusynė*, что в

переводе на русский язык означает *Блошка*. Сюда посетители могут приводить с собой четвероногих друзей, которые найдут себе развлечения. Славянские наименования в названиях кафе увидеть можно редко. *Kalinka, Metelica* были названы так, видимо, потому, что их хозяева – родом из славянских государств. В названиях многих кафе в центре столицы Литвы присутствуют иностранные наименования. Например, *Café de Paris* (хозяева заведения – парижане), *G-lounge, Tores* и проч.

В названиях ночных клубов г. Вильнюса преобладают латиноамериканизмы (*Pacha* (ital), *Tarantino, La Bamba* (соляриум), *Cactus*). Это, скорее всего, связано со стойко сложившимся стереотипом, что именно в Латинской Америке (Италии, Испании) ночная жизнь отличается своей неповторимостью, что и привлекает посетителей.

Woo, Гелиос, Пауа, Gravity, Галакси и другие наименования ночных заведений соответствуют «духу времени». (Так, например, бывший кинотеатр «Комсомол» вряд ли бы сейчас набирал полный зал, если бы не был переименован в *Coca Cola Plaza Vilnius*.)

Мы видим, что в семантической структуре многих урбанонимов Литвы отражены ценностные культурные представления литовского этносоциума. Характерной чертой литовских урбанонимов является большое количество ботанизмов, что объясняется, с одной стороны нежеланием называть городские объекты именами советских или коммунистических деятелей и всем, что связано с коммунизмом. А с другой стороны, сами литовцы изначально по духу более близки к лесу: даже имена людей представляют собой названия деревьев или растений (например, *Linas* – лен, *Eglė*– ель, *Rūta* и др.). Можно сказать, что языковое сознание литовцев отмечено мифологичностью, еще не утратившей силу связью с языческим прошлым.

1. Комсомольская правда, 06. 08. 2010 // <http://kp.by/daily/24535/679333/>

2. Литовский курьер on-line, 21. 04. 2009 // <http://www.kurier.lt/?r=1&a=1995>