



Czas w kulturze rosyjskiej Время в русской культуре

pod redakcją
Andrzeja Dudka

Czas w kulturze rosyjskiej
Время в русской культуре



Seria Antropologia Kultury Rosyjskiej
pod red. Andrzeja Dudka

Dotychczas ukazały się:

Rosyjskie dzieciństwo. Русское детство, pod redakcją Katarzyny Dudy i Andrzeja Dudka, Kraków 2015

Katarzyna Anna Duda, *Szkice o prozie rosyjskiej XXI wieku. Ulicka, Szyszkina, Pilewin, Minajew, Sienczyn, Kuricyn, Starobiniec...*, Kraków 2017

Czas w kulturze rosyjskiej

Время в русской культуре

pod redakcją
Andrzeja Dudka



Kraków 2019

© Copyright by individual authors, 2019

Recenzenci:

prof. dr hab. Tereza Obolevich (SBDNP)

prof. dr hab. Anna Woźniak

prof. dr hab. Joachim Diec

prof. dr hab. Zbigniew Greń

Redakcja

Helena Piecuch, Magdalena Romanowska

Koncepcja okładki

Marta Dudek

Opracowanie graficzne

Paweł Sepielak

ISBN 978-83-8138-138-3

DOI <https://doi.org/10.12797/9788381381383>

Publikacja dofinansowana przez Wydział Studiów Międzynarodowych i Politycznych
Uniwersytetu Jagiellońskiego

KSIĘGARNIA AKADEMICKA

ul. św. Anny 6, 31-008 Kraków

tel./faks: 12 431 27 43, 12 421 13 87

e-mail: akademicka@akademicka.pl

Księgarnia internetowa: www.akademicka.pl

Spis treści. Содержание

Andrzej Dudek , Czas w kulturze rosyjskiej. Uwagi wstępne.....	9
---	---

CZAS W JĘZYKU. JĘZYK W CZASIE ВРЕМЯ В ЯЗЫКЕ. ЯЗЫК ВО ВРЕМЕНИ

Ewa Komorowska , Frazeologizmy z wykładnikiem <i>время</i> w języku rosyjskim.....	23
Алла Лихачева , Фактор времени в современном российском городском номинативном дизайне.....	41

SAKRALNE I MITOLOGICZNE RYTMY CZASU САКРАЛЬНЫЕ И МИФОЛОГИЧЕСКИЕ РИТМЫ ВРЕМЕНИ

Елена Левкиевская , Время земное и время мифологическое в русских мифологических нарративах.....	55
Hanna Kowalska-Stus , Пространственное восприятие времени в кругу византийской культуры.....	65
Józef Kuffel , Aspekty temporalne w <i>Żywocie św. Kirylla Biełozierskiego</i>	77
Anna Kościółek , Пост в жизни и творчестве Андрея Муравьева	89
Наталья Мариевская , Историческое и сакральное время в структуре современного российского фильма. Звягинцев – Сокуров – Балабанов	101
Małgorzata Abassy , Człowiek w czasie i czas w człowieku. Fenomen czasu w ujęciu Jewdokiji Marczenko – „Radasteja”	115

KONCEPTUALIZACJE CZASU W ROSYJSKIEJ MYŚLI TEOLOGICZNEJ I FILOZOFICZNEJ ОСМЫСЛЕНИЕ ВРЕМЕНИ В РУССКОЙ БОГОСЛОВСКОЙ И ФИЛОСОФСКОЙ МЫСЛИ

Dymitr Romanowski , Александр Шмеман. <i>Sub specie aeternitatis</i>	133
Виктор Троицкий , Энантиодромия как обобщенная форма времени в русской культуре Серебряного века.....	149

Оксана Седых , Миг и вечность как антиномия: П.А. Флоренский и культура Серебряного века.....	157
Елена Тахо-Годи , Проблема времени в художественной прозе А.Ф. Лосева	171
Leszek Augustyn , Kultura transcendencji: czas egzystencjalny w ujęciu Mikołaja Bierdiajewa	181
Marta Lechowska , Маскарад как бегство от самого себя. Рассуждения Федора Степуна о человеке, времени и вечности	195
Roman Mnich , Проблема времени в философском литературоведении Дмитрия Чижевского	203

KULTUROZNAWCZE I HISTORYCZNE KONCEPTUALIZACJE CZASU КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ И ИСТОРИЧЕСКИЕ ОСМЫСЛЕНИЕ ВРЕМЕНИ

Ирина Колесник , Категория времени в науке и культуре: рефлексии историка	217
Ирина Едошина , Эпоха <i>fin de siècle</i> : культурфилософские очертания	233
Александр Турыгин , Теория „переломного времени” Райнхарта Козеллека: возможности применения в изучении российской истории XVIII в.	249

CZAS JAKO ASPEKT ŻYCIA SPOŁECZNEGO ВРЕМЯ КАК АСПЕКТ ОБЩЕСТВЕННОЙ ЖИЗНИ

Елена Самойлова , Локальные маркеры времени в традиционной культуре поморов XIX-XX вв.	265
Валентина Веремenco , Ощущение времени в концепте передовой педагогики в России в начале XX века	275
Ирина Синова , Революция 1917 года в России как фактор времени в контексте ретрансляции на повседневную жизнь	287
Алла Сальникова , „До” и „после”: репрезентация времени в детских автобиографических нарративах первого советского десятилетия	297
Татьяна Руюткина , Трансформация понятий „раньше” и „теперь” в народной памяти (по материалам „устной истории”)	307
Ильнара Ханипова , Реалии нового советского времени в деревне татарской АССР и их отражение в национальной литературе 1920-1930-х гг.	317
Kinga Nędza-Sikoniowska , „Czasie, naprzód!” Chronometraż w zakładzie pracy, w radzieckim społeczeństwie, w nowej rodzinie.....	331
Stanisław Fiszer , Концептуализация социального и исторического времени в позднем творчестве Александра Зиновьева	347
Иван Радиков , Проблема баланса потоков политического времени в развитии российского общества	355
Marian Broda , Paradoxy teorii rosyjskiej (nie)współczesności? Iwana Jesaulowa koncepcja mitologicznej dominaty w strukturach postsowieckiej codzienności	367

Anna Kadykało , Забыть Афган? Нет, невозможно. Об эволюции восприятия советско-афганской войны (1979-1989) в общественном сознании россиян и в российском политическом дискурсе	379
--	-----

TEMPORALNE ASPEKTY LITERACKIEGO OBRAZU ŚWIATA ВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ ЛИТЕРАТУРНОЙ КАРТИНЫ МИРА

Василий Щукин , Художественные модели времени в русской литературе XIX века (на материале избранных произведений классиков)	395
Михаил Строганов , Одолеть пространство временем. Время в русском тревелогe XIX века	405
Константин Баршт , Время и Апокалипсис в произведениях Ф.М. Достоевского	413
Magdalena Dąbrowska , Wiersz Michała Murawjowa <i>Noc</i> – tekst i konteksty	433
Елена Созина , Время и место. Феномен восьмидесятилетия и его рефлексии: М.Н. Альбов, Д.Н. Мамин-Сибиряк, А.П. Чехов	443
Евгения Строганова , Тюремно-каторжные тексты И.П. Ювачева: особенности восприятия и репрезентации времени	455
Светлана Титаренко , Идея вечного возвращения Фридриха Ницше в поэзии русского символизма	465
Izabella Malej , „Жизнь и смерть в круженье вечном”. О metamorfozach czasu w twórczości Aleksandra Błoka	479
Йозеф Догнал , Роль времени в повести А.М. Ремизова <i>Часы</i>	495
Andrzej Dudek , Между мгновением и вечностью. Временные аспекты картины мира в творчестве Дмитрия Мережковского	505
Iwona Krycka-Michnowska , Wobec przemijania. <i>Jegor Bułyczow i inni</i> Maksyma Gorkiego – próba (re)interpretacji	523
Monika Sidor , Czas historyczny i doświadczenie. Strategia opisu przeszłości w eposie <i>Czerwone Koło</i> Aleksandra Sołżenicyna	535
Kristina Vorontsova , Время как постмодернистская игра в повести Елены Шварц <i>Концерт для рецензий</i> : Гоголь, Довлатов и все-все-все	545
Elżbieta Tyszkowska-Kasprzak , „Время для космоса болезнь, а для нас – древо жизни”. Метафизика времени в прозе Михаила Шишкина	557
Martyna Kowalska , Хаос времени – время хаоса. Роль и значение времени в современной российской драматургии	573
Bartłomiej Brządkiewicz , Потерянный во времени. Сюжетные сложности современной русской прозы. Выбранные примеры	591

Алла Лихачева

Вильнюс, Вильнюсский университет

Фактор времени в современном российском городском номинативном дизайне

The Factor of Time in Modern Russian Urban Nominative Design

Abstract: Today's Russian urban nominative practices demonstrate a complex trend, which can be interpreted as inhibiting the influence of globalization and emphasizing the continuity and distinctiveness of the sociocultural life of Russians. The activation of the time factor plays a key role here.

The article discusses typical linguistic technologies used in the language design of Russian cities. The names of the most visited and numerous urban objects that most clearly form the linguistic image of the city are analyzed: places of trade, cafes, bars, restaurants, etc.

From this, it is concluded that by using traditional Russian communicative models as urbanonyms, reviving the designations of past city realities, turning to authentic, but significant primarily for the older generation, cultural phenomena, specific graphic and orthographic signs, etc., a single indigenous cultural space is being indicated, the reformatting of collective memory and the maintenance of a collective sense of not only the continuity of language, culture and time, but also the real *reversibility* of the latter.

Keywords: linguistic design of the city, urbanonyms, Russian communication culture, national cultural habitat, time reversibility.

Сегодняшние российские урбанистические номинативные практики демонстрируют комплексную тенденцию, которая может быть интерпретирована как торможение влияния глобализации и акцентирование преемственности и своеобразия социокультурного бытия россиян. Активизация фактора времени играет здесь ключевую роль.

В статье рассматриваются названия самых многочисленных и посещаемых городских объектов, наиболее очевидным образом формирующих языковой образ города: мест торговли, кафе, баров, ресторанов и т. п. По словам

американской исследовательницы Шарон Зукин, автора многих книг о трансформациях современных городов,

Рост культурного потребления (искусства, еды, моды, музыки, туризма) и обслуживающих это потребление предприятий питает символическую экономику города, развивая его способность производить как пространство, так и символы. [...] любая попытка привлечь покупательское внимание становится фактом культурного производства¹.

Анализируемые названия собраны на улицах и интернет-сайтах российских городов, некоторые единицы извлечены из работ о языке Москвы². Во многих случаях это названия общероссийских сетевых торговых центров или мест питания. Из всего многообразия урбанонимов отбирались единицы, обладающие культурными ассоциациями и коннотациями, предположительно понятными русским, и связанные с установками русской коммуникативной культуры³. Важно отметить, что, по наблюдениям российских ученых, названия такого типа стали появляться относительно недавно, т. к. в советское время в городах доминировали безликие, чисто информативные обозначения типа *Продукты*, *Обувь*, *Товары для детей* и т. п.⁴ Рассмотрим типичные лингвистические технологии, применяемые в языковом оформлении российских городов.

1. Использование формул, заимствованных из устного режима бытования, напр.: названия магазинов, кафе, баров *Ёшкин кот*, *Как огурчик*, *Вкуснятина*, *Пушка* (Пушкинская площадь в Москве). Названия зоомагазинов *Дружок*, *Барбос* включают типичные клички беспородных собак у русских. В названиях магазинов канцтоваров используется школьная лексика прежних лет⁵: *Промокашка*, *Клякса*, *Копирка*. Традиционные русские дразнилки выступают в качестве названий баров – *Жади́на-говя́дина* или *Жади́на-говя́дина, соленый огурец*; салонов оптики – *Очкарик*; магазинов одежды больших размеров – *Толстушка*, *Толстяк*.

¹ Ш. Зукин, *Культуры городов*, Москва 2015, с. 18, 32.

² М.В. Китайгородская, Н.Н. Розанова, *Языковое существование современного горожанина: На материале языка Москвы*, Москва 2010; Р.И. Розина, *Чужие и свои слова на московских улицах. Опыт социолингвистического анализа*, [в:] *Язык в движении*, под ред. Е.А. Земской, М.Л. Каленчук, Москва 2007, с. 491-495.

³ См. А.Б. Лихачева, *Вербальные особенности городского пространства как часть национальной коммуникативной культуры*, „Slavistica Vilnensis” № 61, с. 161-172.

⁴ М.В. Китайгородская, Н. Н. Розанова, *Языковое существование современного горожанина...*; Р.И. Розина, *Чужие и свои слова на московских улицах...*

⁵ О.П. Ермакова, *Жизнь российского города в лексике 30-40-х годов XX века*, Москва 2011, с. 117-119.

2. Использование **(пост)фольклорных элементов**: зоомагазины *Котофей* (шутливое прозвище кота в русских сказках); магазины товаров для дома и интерьера *Домовой* (персонаж славянской мифологии); пиццерии *Жар-птица* (аллюзия к имени русского сказочного персонажа *Жар-птица*). Как пишут Китайгородская и Розанова, вывески, помимо названий, могут включать традиционные тексты-зазывы: ресторан „Погребок”: *Заходи на вечерок к нам в радужный погребок!*; кафе „Сам пришел”: *Улыбнулся и зашел* и т. п.⁶ Тексты-прибаутки используются на карточках-визитках: *Много есть вредно, а мало – скучно* (ресторан „Борщ&Сало” в Калининграде); в письменном оформлении интерьера: *А я грабли-вешалка. Подержу в трудную минуту* (игра на омонимии словоформ *подержу* и *поддержу* в объявлении в кафе „Лепим и варим” в Москве).

3. Перенесение в письменное оформление города приемов разговорного экспрессивного словообразования демонстрируют **двухчастные эхо-конструкции** „со своеобразным рифмованным прицепом, как бы отзвуком к базовому слову” (Н.А. Янко-Триницкая⁷). Такой способ образования слов получил распространение в русской разговорной речи в 60-е годы прошлого века для имитации речи среднеазиатов и кавказцев, он обладает снижающим эффектом⁸. Современные урбанонимы, построенные как эхо-конструкции, используются не только для передачи национального колорита городских объектов, но и для создания атмосферы неофициального, непринужденного общения в городской среде. Ср.: кафе и рестораны *Тандыр-Мандыр*, *Шашлык-машлык*, *Тары-Бары*, *Любовь-морковь*, *Ёлки-палки*.

4. Заметная форма городской языковой игры – **номинации-каламбуры**. Например, в названии кафе быстрого питания *Куручка рядом* каламбур строится на фонетическом сходстве с названием русской народной сказки *Куручка Ряба*. Омофония формы глагола *быть* и инфинитива глагола *есть* (‘поглощать пищу’) создает каламбурный эффект в названиях сетевых кафе *Время есть*, *Счастье есть* и т. п. (ср. с названием мясных ресторанов *Рыбы нет*). Разговорное выражение, означающее ‘разное, всякое’, в качестве названия сети кафе японской кухни *ТоДаСё* остроумно имитирует японскую речь. В названии магазинов сантехники *Сан Саныч* обыгрывается омонимический повтор частей слов *сан(техника)* и *Сан Сан(ыч)* (обычная для русского общения разговорная форма имени и отчества *Александр Александрович*). Сеть блинных называется *Блиндаж*, что, помимо военного, имеет сленговое

⁶ М.В. Китайгородская, Н.Н. Розанова, *Языковое существование современного горожанина...*

⁷ Об этом: В.З. Санников, *Русский язык в зеркале языковой игры*, Москва 1999, с. 168.

⁸ Там же, с. 168-169.

значение ‘подвал, используемый в качестве временного убежища’⁹. В названии пивных баров *Биру-бир* обыгрывается схожесть звучания англ. *beer* (‘пиво’) и лозунга советских времен *Миру – мир!*¹⁰.

5. Частотны **названия-неологизмы**: кафе быстрого питания *Закусity* (с обыгрыванием возникающей у носителей русского языка ассоциации с императивом *закусите*); сетевые аптеки *Ноль-Боль*, *Неболейка*; пивной *Бар-Пивасий*; магазины *Ценопад*.

Во всех подобных случаях реализуется игровая функция русского словообразования, являющаяся весьма продуктивной¹¹.

6. Использование названий **реалий русского быта**: кафе и рестораны – *Дрова*, *Грабли*, *СамоварЪ*; блинные – *Печка*, *Теремок*, *Масленица*. Рестораны *Компот*, *Солянка.ги*, *Борщ* получили свои названия благодаря любимым русскими блюдам. Названия салонов часов *Ходики* напоминают о популярных в прежнее время настенных часах¹². Продуктовые магазины *Авоська*, *Лукошко*, *Полушка* номинациями простых обыденных предметов коннотируют гарантию невысоких цен.

7. Характерной чертой современной городской номинации является тот факт, что многие из анализируемых урбанонимов могут рассматриваться не только как номинативные, но и как собственно коммуникативные единицы. Так, урбанонимами становятся **предикативные конструкции**, выражающие призыв, оценку, похвалу, побуждение и предполагающие соответствующее этим иллокутивным целям интонационное оформление. Авторы книги о языке Москвы называют это „яркой чертой устности, проникающей в письменные городские тексты”¹³. Примеры: блинные *Готово!*, магазины *Вещь!*, магазин-салон необычных подарков и сувениров *Надо же!*, торговые лотки *Ура!!! Мороженое!*. Магазины сувениров приветствуют *Здравствуйте!*; кафе и рестораны расхваливают *Как дома!*; приглашают *Заходите в гости*; настаивают *Зайди и попробуй*, *Поешь-ка!*; дают команду *Сели-поели*; обувной магазин призывает *Сделай шаг!* В таких названиях нередки формы совершенного вида (*зайди* и т. п.) и случаи транспозиции – переносного упо-

⁹ См. Словари и энциклопедии на Академике, [online:] dic.academic.ru.

¹⁰ Здесь можно вспомнить мнение Н.А. Купиной, согласно которому средством языкового сопротивления реализации в речи канонических высказываний, отвечающих идеологическим стандартам, является прием их деформации (Н.А. Купина, *Тоталитарный язык: словарь и речевые реакции*, Екатеринбург – Пермь 1995, с. 107).

¹¹ Е.А. Земская, *Игровое словообразование*, [в:] *Язык в движении...*, Москва 2007, с. 186-193.

¹² О.П. Ермакова, *Жизнь российского города...*, с. 86.

¹³ М.В. Китайгородская, Н.Н. Розанова, *Языковое существование современного горожанина...*, с. 68.

требления форм прошедшего времени, характерное для разговорного призыва-повеления (*сели-поели* и т. п.), что придает им оттенок неформальности и настойчивости.

Формы приветствия, императива, использование в названиях восклицательного знака – все это показатели приглашения к непринужденному диалогическому общению между городом и горожанами. С точки зрения особенностей русской коммуникативной культуры, здесь проявляются присущая русским контактность, коммуникативная эмоциональность и стремление к интенсификации высказывания, близкая психологическая проксемика, некоторая фамильярность, коммуникативная регулятивность¹⁴.

Все перечисленные урбанонимы вплетаются в языковую ткань города как своеобразные показатели национального обыденного пространства, где осуществляется любимое русскими неофициальное свойское общение¹⁵.

8. Специфику русской коммуникативной культуры особенно ярко отражает городская номинативная стратегия, включающая **лексику родства**, часто используемую русскими не в прямых, соотносительных значениях, а в так называемых абсолютных значениях – по отношению к неродственникам и даже к незнакомым лицам¹⁶. Неудивительно, что единицы родственного кода в городском языковом дизайне являются популярными индикаторами домашнего, семейного общения. Например, рестораны и кафе домашней кухни *Мама дома, К тёще на блины, У бабушки; Братишка*; магазины *Дочки-сыночки; Мама, папа и я; Моя Родня*; аптечная сеть *Семейная аптека*.

Названия кафе *Старый друг*; пивных ресторанов *Друзья*; супермаркетов *Станем друзьями!*; магазинов косметики *Подружка* включают обозначения друзей, а для русских „друг – это близкий и родной человек, который порой ближе родственника”¹⁷. Характерны также названия *Посиделки, Беседа, Соседи, Хорошо сидим!* (фраза из советского кинофильма 1979 г.: так говорят о хорошем застольном общении). Все это в русской коммуникативной культуре отвечает потребности родственников, друзей, знакомых в периодических встречах, цель которых обычно выражается безэквивалентными в коннотативном отношении лексемами *пообщаться, собраться, посидеть*¹⁸.

¹⁴ Ю.Е. Прохоров, И.А. Стернин, *Русские: коммуникативное поведение*, Москва 2006.

¹⁵ Об этом: В.В. Дементьев, *Коммуникативные ценности русской культуры: категория персональности в лексике и прагматике*, Москва 2013; Ю.Е. Прохоров, И.А. Стернин, *Русские: коммуникативное...*

¹⁶ А.Б. Лихачева, *Лексика родства в русской коммуникативной культуре*, „Kalbų studijos / Studies about Languages” 2011, № 19, с. 106–112.

¹⁷ А.В. Сергеева, *Какие мы, русские?*, Москва 2006, с. 105–106.

¹⁸ И.Б. Левонтина, *Особые события в современном русском языке (о названиях жанров времяпрепровождения вечеринка и событие)*, [online:] <http://www.sgu.ru/structure/philological/linghist/sbornik-zhanry-rechi/materialy-vypuskov/vypusk-6> (29.10.2019); А.А. Зализняк,

9. В языковом оформлении города, как и в русском общении в целом, большой популярностью пользуются **отсылки к прецедентным феноменам**, апелляция к которым является частотной, коннотативно окрашенной и одинаково понимаемой представителями данной культуры¹⁹. Так, названия магазинов мужской одежды больших размеров *Три богатыря* должны вызывать в памяти россиян известную картину В. Васнецова *Богатыри* (1898), изображающую русских былинных героев. В названиях ресторанов и магазинов *New Васюки* использована крылатая фраза из сатирического романа И. Ильфа и Е. Петрова *Двенадцать стульев* (1928). Книжные магазины „Знайка” названы по имени персонажа популярных в 50-60-е гг. XX в. детских книг Н. Носова. Ветеринарные аптеки и клиники *Доктор Айболит* названы именем героя сказки К. Чуковского (1938). В названиях ресторанов русской кухни *Обломов*, *Идиотъ*, *Dr. Живаго*; рюмочных *Дядя Ваня* используются ставшие классическими образы русской литературы.

С вышеназванным типом городских номинаций тесно связаны культурно специфичные феномены, включающие имена реальных личностей, названия известных фильмов, книг и имена их персонажей, названия песен. Так, ресторан *Гилей* назван по имени московского бытописателя (80-е гг. XIX – 30-е гг. XX в.) Владимира Гиляровского, *Вертинский* – по имени популярного в первой половине XX в. шансонье Александра Вертинского, *Колчак* – по имени руководителя Белого движения в 1918-1920 гг. адмирала Александра Колчака. Номинациями ресторанов и кафе становятся названия популярных комедий советского периода: *Кавказская пленница* (1967), *Не горюй!* (1969), *Джентльмены удачи* (1971). Названия пивных ресторанов *Старина Мюллер* и *Штирлиц* понятны поклонникам многосерийного фильма *Семнадцать мгновений весны* (1973). Название сказки Павла Бажова (1939) и мультипликационного фильма (1977) *Серебряное копытце* используют салоны маникюра и педикюра. Название сказки Самуила Маршака *Кошкин дом* (1947) и мультфильма, снятого по ней (1958), используют владельцы зоомагазинов и приютов для животных. Название патристического романа Александра Фадеева *Молодая гвардия* (1946) используют книжные магазины. Сетевые кафе, кондитерские и кулинарные магазины *Конфетки-бараночки* названы по строчке из популярной песни начала XX в., рестораны *Рябинушка* – по песне, ставшей известной более полувека назад.

Прецедентные и другие знаки русской или советской культуры являются указателями единого культурного пространства, но с изменением общих

Заметки о словах: общение, отношение, просьба, чувства, эмоции, [в:] *Ключевые идеи русской языковой картины мира*, Москва 2005, с. 280-288.

¹⁹ *Русское культурное пространство*, Москва 2004, с. 10-16.

культурных ориентиров эти указатели эффективны и информативны в большей степени для старшего поколения жителей России, они также могут быть малопонятны нероссийским русским²⁰. Можно ожидать, что многие из подобных знаков в функции современных урбанонимов молодым поколением русскоязычных воспринимаются не как понятийные, интенциональные, или коннотативные единицы (как это присуще прецедентным явлениям), но экстенциональные, или денотативные единицы²¹, содержащие культурно значимую энциклопедическую информацию, не сопровождающуюся, однако, привычной семантической компрессией и инвариантными для русского культурного сообщества коннотациями.

10. Обращение к так называемым „говорящим фамилиям”, обладающим прозрачной внутренней формой для владеющих русским языком: магазины *Пивоваров* – от *варить пиво*; *Баимачников* – от устаревшего *баимак*; аптеки *доктор Столетов* – от выражения *сто лет*. Сетевые блинные называются *Вкуснолюб* и *Сковородовна*. В названии *Товарищество Пироговъ и Караваяевъ* использованы обозначения традиционных хлебных изделий русской кухни, а выбор слова *товарищество* вместо современного заимствования *фирма*, а также признаки дореволюционной орфографии подразумевают преемственность и надежность любимой русскими продукции.

11. **Популярность ретро-стилизации** обсуждается в статье Раисы Розиной о языке московских улиц, опубликованной в 2007 г.²² По словам Розиной, оживляются обозначения ушедших реалий – например, *трактир*, *лавка*²³, *лечебница*, аптечная сеть *Старый лекарь*; возвращаются вышедшие из употребления в первые десятилетия минувшего века средства русского письма: шрифты и знаки старой орфографии (*Гастрономъ*, *Аристократ*). Автор отмечает, что этот прием активизировался параллельно с появлением большого количества иноязычных названий во время перестройки после долгого периода непопулярности иностранных урбанонимов в советское время, при

²⁰ Ср. Т.Т. Марсакова, *Новое в „городской” номинации современного русского языка в аспекте преподавания иноязычным учащимся*, [в:] *Россия и Запад: диалог культур. Сборник статей XIV международной конференции*, Вып. 16, ч. IV, Москва 2012, с. 231, 237.

²¹ О подобном разграничении прецедентных и непрецедентных имен см. *Русское культурное пространство...*, с. 24–25.

²² Р.И. Розина, *Чужие и свои слова на московских улицах...*

²³ Такие лексические единицы в последние годы используются в качестве самостоятельных урбанонимов, напр. фермерские рестораны и магазины *LavkaLavka*, рестораны и кафе *Буфет*, *Столовка*, *Закусочная*, *Рюмочная* и т.п. Соответствующий названиям колорит дополняется дидактическими плакатами в советской стилистике, радиолками, швейными машинками, фарфоровыми статуэтками и прочими бытовыми атрибутами воссоздаваемой эпохи.

том, что даже те, что существовали, никогда не передавались латиницей. Р. Розина полагает, иностранные названия во многом меняют взаимоотношения между человеком и городом, делают город для части населения чужим:

В отличие от названий советского времени, большинство новых названий мотивировано только для части населения – той, которая ездит работать и отдыхать за границу (речь идет о появившихся в перестроечное время названиях типа *Брайтон*, *Акапулько* и под. – А.Л.) [...] Непонятность вывесок подчеркивает недоступность рекламируемых ими товаров, материальных и духовных, [...] и усиливает существующую в российском обществе враждебность разных социальных слоев²⁴.

С этим мнением трудно не согласиться и сегодня. Конкуренцию между иностранной и русской лексикой в городской номинации в настоящее время можно усмотреть в том, что за „иномарками” сохраняется ореол престижности, они нередко ассоциируются с более деловым, светским, „западным” типом общения (например, кафе и рестораны *Тоскана гриль*, *Restaurant Schengen*, салон-парикмахерская *Persona Grata* и под.), в то время как аутентичные российские урбанонимы в большей степени воспринимаются как знаки-приглашения в свойское, непринужденное пространство коммуникации. В особенности это применимо к названиям торговых объектов, рассчитанных на среднестатистических неамбициозных потребителей, на посетителей рынков, предполагающих максимально демократическую атмосферу общения, в создании которой эффективно используются языковые ресурсы. Нынешние российские городские названия, эмоционально окрашенные, экспрессивно-игровые, с оттенком родственно-дружеской фамильярности, выступают имплицитными маркерами образа места для общения в кругу тех, кто не нуждается в разъяснениях и словарях для комфортного существования в русском языке и русской коммуникативной культуре. При этом этнокультурная спецификация языкового дизайна города значительно легче и эффективнее, чем при использовании латинского шрифта, поддерживается кириллическим алфавитом.

На это обращают внимание и лингвисты, исследующие языки мировых мегаполисов. В частности, сегодняшняя российская столица, обычно «направляющая» и другие города страны, характеризуется как практически полностью русскоязычный город, в том числе в сфере языкового ландшафта, что регулируется законами о внешнем облике города и общими установками на моноязычие²⁵.

²⁴ Р.И. Розина, *Чужие и свои слова на московских улицах...*, с. 496, 504.

²⁵ О статье В.В. Барановой и К.С. Федоровой *Москва: скрытое разнообразие* – см. Д.Ю. Зубалов, Ю.В. Мазурова, [Рец. на: / Review of:] D. Smakman, P. Heinrich (eds.), *Urban*

Обобщение

Долгий период советской, единообразной, идеологизированной, но *своей* городской языковой среды²⁶, в постперестроечное время практически тотально сменился остро-популярным иноязычным и инокультурным языковым оформлением городов.

В сегодняшней российской городской номинации наблюдается поворот к традиционному, известному или еще не забытому – происходит символическое возвращение обыденной языковой ткани города в лоно привычной культуры. Как пишет Шарон Зукин, именно культура является источником образов и воспоминаний и обозначает принадлежность того или иного пространства: „Кто создает образы, тот и формирует коллективную идентичность”²⁷. Российские социологи-урбанисты отмечают важность территориальной идентичности как фактора социальной активации жителей города²⁸. В этом отношении рост российского начала в урбанистическом языковом оформлении должен поддерживать позитивную самоидентификацию с местом проживания и с национальной культурой.

Упомянутые процессы могут иметь и иную интерпретацию, иначе оценивающую укрепление в сознании российского общества идеи собственной „отдельности” и возрастание харизмы прошлого, в особенности – советского. В статье *История как культура и культура как история* (2015) российский философ Андрей Флиер пишет, что наряду с изменением социальных обстоятельств жизни общества меняется их символическое отражение в культуре: „общество самореализуется в формах своей культуры и меняет ее параметры в соответствии с собственным развитием”, однако „чрезмер-

sociolinguistics: The city as a linguistic process and experience, London 2018, 242 pp., „Вопросы языкознания” 2018, № 5, с. 155-161.

²⁶ Ср.: „[К]руг слов, из которых выбирались названия ресторанов, магазинов и кинотеатров, был так ограничен, что они часто совпадали. Они многократно воспроизводили тот хорошо знакомый советскому человеку редуцированный мир, который насаждался официальной идеологией повсюду – в школьных учебниках, на вузовских семинарах по истории КПСС, на собраниях и праздничных демонстрациях. В этом мире не было места ничему непонятному, пугающему или неожиданному. Он напоминал матрешку – в какой бы слой этого мира ни попадал человек, он находил там одно и то же” (Р.И. Розина, *Чужие и свои слова...*, с. 495-496).

²⁷ Ш. Зукин, *Культуры городов...*, с. 19.

²⁸ А.А. Желнина, *Креативность в городе: реинтерпретация публичного пространства*, „Журнал социологии и социальной антропологии” 2015, т. 18, № 2 (78), с. 45-59; О.С. Чернявская, *Город как коммуникативное пространство*, [online:] <https://www.hse.ru/pubs/share/direct/document/64374784> (19.10.2018).

ное возрастание культурно-консолидирующей тенденции чревато опасностью трансформации социума в религиозную секту или что-то подобное”, и, по мнению Флиера, в России наблюдается именно этот процесс²⁹.

С точки зрения другого философа и культуролога Михаила Ямпольского,

[В] тот момент, когда государство исчерпывает свои возможности по гарантированию будущего, начинает непропорционально возрастать роль памяти и наследия, этих островов прошлого [...] Это хорошо видно в сегодняшней России, где распад горизонта будущего ведет к образованию целого архипелага несвязанных между собой элементов прошлого. Невозможность конструирования «стрелы времени» почти автоматически ведет к возрастанию роли памяти³⁰.

Каковы бы ни были оценки социальной ситуации в российских городах, ясно, что фактор времени здесь имеет особое значение, в том числе и в российском урбанистическом дизайне последних лет. Современные городские номинативные стратегии есть отражение общей российской медийной и, в особенности, экранной стратегии „культы исторической памяти” и противостояния „чужому стилевому коду” (М. Ямпольский), возврата к герметизации социокультурного существования российского общества – аналогично советскому периоду.

С помощью активизировавшегося в последние годы использования в качестве урбанонимов традиционных русских коммуникативных моделей, оживления обозначений ушедших городских реалий, обращения к аутентичным, но значимым в первую очередь для старшего поколения культурным феноменам, специфическим графическим и орфографическим знакам и т. п., происходит индикация единого исконного культурного пространства, переформатирование коллективной памяти и поддержание коллективного ощущения не только преемственности языка, культуры и времени, но и реальной *обратимости* последнего.

Библиография

- Дементьев В.В., *Коммуникативные ценности русской культуры: категория персональности в лексике и прагматике*, Москва 2013.
- Ермакова О.П., *Жизнь российского города в лексике 30-40-х годов XX века. Краткий толковый словарь ушедших и уходящих слов и значений*, Москва 2011.

²⁹ См. А.Я. Флиер, *История как культура и культура как история*, [online:] http://zpu-journal.ru/e-zpu/2015/4/Flier_History-Culture/ (29.10. 2019).

³⁰ М.Б. Ямпольский, *Без будущего. Культура и время*, Санкт-Петербург 2018, с. 17, 39-40.

- Желнина А.А., *Креативность в городе: реинтерпретация публичного пространства*, „Журнал социологии и социальной антропологии” 2015, т. 18, № 2 (78).
- Зализняк А.А., *Заметки о словах: общение, отношение, просьба, чувства, эмоции*, [в:] *Ключевые идеи русской языковой картины мира*, Москва 2005.
- Земская Е.А., *Игровое словообразование*, [в:] *Язык в движении*, под ред. Е. Земской, М. Каленчук, Москва 2007.
- Зубалов Д.Ю., Мазурова Ю.В., [Рец. на: / Review of:] D. Smakman, P. Heinrich (eds.). *Urban sociolinguistics: The city as a linguistic process and experience*, London: Routledge, 2018. 242 p., „Вопросы языкознания” 2018, № 5.
- Зукин Ш., *Культура городов*, пер. с англ. Д. Симановского, Москва 2015.
- Китайгородская М.В., Розанова Н.Н., *Языковое существование современного горожанина: На материале языка Москвы*, Москва 2010.
- Купина Н.А., *Тоталитарный язык: словарь и речевые реакции*, Екатеринбург – Пермь 1995.
- Левонтина И.Б., *Особые события в современном русском языке (о названиях жанров времяпрепровождения вечеринка и событие)*, [online:] http://www.sgu.ru/structure/philological/linghist/sbornik-zhanry-rechi/materialy_yupuskov/vypusk-6.
- Лихачева А.Б., *Вербальные особенности городского пространства как часть национальной коммуникативной культуры*, „Slavistica Vilnensis” 2017, № 61, <https://doi.org/10.15388/SlavViln.2016.61.10649>.
- Лихачева А. Б., *Лексика родства в русской коммуникативной культуре*, „Kalbu studijos / Studies about Languages” 2011, № 19, <https://doi.org/10.5755/j01.sal.0.19.953>.
- Марсакова Т.Т., *Новое в „городской” номинации современного русского языка в аспекте преподавания иноязычным учащимся*, [в:] *Россия и Запад: диалог культур. Сборник статей XIV международной конференции*, вып. 16, ч. IV., отв. ред. А.В. Павловская, Москва 2012.
- Прохоров Ю.Е., Стернин И. А., *Русские: коммуникативное поведение*, Москва 2006.
- Розина Р.И., *Чужие и свои слова на московских улицах. Опыт социолингвистического анализа*, [в:] *Язык в движении*, под ред. Е. Земской, М. Каленчук, Москва 2007.
- Русское культурное пространство. Лингвокультурологический словарь*, ред. И.С. Брилева, Н.П. Вольская, Д.Б. Гудков, И.В. Захарченко, В.В. Красных, вып. 1-ый, Москва 2004.
- Санников В.З., *Русский язык в зеркале языковой игры*, Москва 1999.
- Сергеева А.В., *Какие мы, русские? (100 вопросов – 100 ответов). Книга для чтения о русском национальном характере*, Москва 2006.
- Флиер А.Я., *История как культура и культура как история*, [online:] http://zpu-journal.ru/e-zpu/2015/4/Flier_History-Culture/.
- Чернявская О.С., *Город как коммуникативное пространство*, [online:] <https://www.hse.ru/pubs/share/direct/document/64374784>.
- Ямпольский М.Б., *Без будущего. Культура и время*, Санкт-Петербург 2018.
- Словари и энциклопедии на Академике, [online:] dic.academic.ru.

Информация об Авторе

Алла Лихачева (Ałła Lichaczewa) – доктор гуманитарных наук, профессор. Вильнюсский университет, Институт языков и культур Балтийского региона, Кафедра русской филологии.

e-mail: a.lichaciova@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-8768-7815>

Utrwalone w świadomości Rosjan wyobrażenia o istocie czasu, odzwierciedlone w ich dziełach artystycznych, w myśli filozoficznej i teologicznej, w praktykach społecznych, rytuałach, mitach, w przeświadczeniach o naturze codzienności, stanowią materiał dla refleksji podjętej przez autorów tomu *Czas w kulturze rosyjskiej. Время в русской культуре*.

Rosyjskie doświadczanie i konceptualizowanie czasu analizowane jest z perspektywy kulturoznawstwa, filozofii, literaturoznawstwa, filmoznawstwa, językoznawstwa, folklorystyki, politologii i historii.

Rozważania o swoistym dla Rosjan odczuwaniu czasu, myśleniu o nim i jego wyobrażeniach, przedstawione zostały w rozdziałach poświęconych następującym zagadnieniom: czas w języku – język w czasie; sakralne i mitologiczne rytmy czasu; konceptualizacje czasu w rosyjskiej myśli teologicznej i filozoficznej; kulturoznawcze i historyczne ujęcia czasu; czas jako aspekt życia społecznego; temporalne aspekty literackiego obrazu świata.

W niniejszym tomie swoimi refleksjami dzielą się badacze reprezentujący uniwersytety i centra badawcze z siedmiu krajów.

