

Грамматические особенности наименований заведений общественного питания (на примере г. Астаны, Казахстан)
пищевой код, номинация, глуттонический дискурс

Современная лингвистика занимается изучением языковых реалий с позиции триединства языка, культуры и мышления. Как справедливо отмечает С. Г. Тер-Минасова, каждый компонент в такой цепи представляет собой равноправное звено, поэтому функционирование одного без двух других невозможно [Тер-Минасова 2000: 40].

На наш взгляд, особый интерес вызывает изучение пищевого кода культуры, поскольку его формирование тесно связано как с факторами внешними (историко-географическими, общественно-политическими, экономическими), так и с факторами внутренними (особенностями мышления носителей языка).

Согласно В. А. Масловой, понятие кода перешло в научную терминологию языкознания из семиотики и основывается на соответствии плана содержания плану выражения. Код придает некую значимость знаку, а задачей интерпретатора представляется расшифровка закодированной информации. При этом прочтение кода должно соответствовать культурным особенностям носителей языка [Маслова 2011: 137].

Наименование объектов общественного питания (столовых, ресторанов, кафе и др.) является неотъемлемой составляющей презентационной функции глуттонимов. Посетитель ресторана может преследовать, помимо основной цели (удовлетворения потребности в пище), цели второстепенной значимости: получение удовольствия, эстетического наслаждения и следование модным тенденциям; поэтому презентационная функция выполняет важную роль в глуттоническом дискурсе.

В рамках комплексного изучения глуттонического дискурса, функционирующего на территории современной Республики Казахстан, нами было рассмотрено 275 наименований заведений общественного питания г. Астаны, среди которых встречаются: рестораны, кафе, рестораны быстрого питания, бары, суши-бары, гастробары, кофейни, столовые, пиццерии, кулинарии. Под *глуттонимами*, вслед за А. В. Оляничем, понимаем «собственно знаки пищи и ее компонентов» [Олянич 2014: 401]. Таким образом, наименования заведений питания выступают своего рода знаком, сигнализирующим о возможности удовлетворения потребности в пище.

В данной работе приведем классификацию наименований предприятий общественного питания по грамматическим параметрам.

По количеству структурных компонентов все номинации можно разделить на монокомпонентные и поликомпонентные. Под монокомпонентными мы понимаем односложные лексические единицы, под поликомпонентными – синтаксические конструкции.

Так, нами было выявлено 133 ед. однокомпонентных наименований, напр.: кофейня «*Saramel*», бар «*Brooklyn*», кафе «*Dami*», ресторан «*Divan*», кафе «*Giraffe*», ресторан «*Mumtaz*», кафе «*Ac*», кафе «*Пиала*» и др.

Стоит отметить, что чаще всего в названии содержится:

1. Имя или фамилия: ресторан «*Багратиони*», ресторан «*Rabiya*», кафе «*Мария*», ресторан «*Томирис*», ресторан «*Дареджани*», рестобар «*Emil*» и др.

2. Топографическое наименование: кафе «*Vadr*», кафе «*Кашгар*», кафе «*Бухара*», ресторан «*Хива*», ресторан «*Фергана*», кафе «*Шымкент*».

Большее количество наименований – 142 ед. – представляют собой синтаксические конструкции, которые могут:

1. Передавать какое-либо сообщение: ресторан «*На крыше*», кафе «*One more burger*» (с англ. 'еще один бургер'), кафе «*В дрова*», ресторан «*Кафе Целинников*», кафе «*Ресторан блюд*», ресторан «*Del papa*» (с ит. 'у папы'), кафе «*Boom Boom Room*» и др.

2. Указывать на тип заведения и основное блюдо: ресторан «*Aura Verdi Restaurant*», кофейня «*Discovery Coffee*», кафе «*Ferrum Cafe*», ресторан «*Olivier Restaurant*», бар «*Shashlykbar*», пиццерия «*Pizza Red*» и др.

3. Содержать приветствие: кафе «*Саламалейкум*» (с каз. 'здравстуйте'), кафе «*Come inn bistro*» (с англ. 'добро пожаловать').

4. Передавать эмоции, давать оценку: кафе «*Sochno Vkusno*», кондитерская «*Тэп-тэтти*» (с каз. 'очень вкусно'), столовая «*Рахат*» (с каз. 'удовольствие'), ресторан «*Mamma Mia*», бар «*Райский уголок*».

5. Выражать пожелания: столовая «*Ac болсын*» (с каз. 'приятного аппетита').

Использование поликомпонентных конструкций позволяет сообщить какую-либо дополнительную информацию в названии заведения, что способствует привлечению внимания потенциальных посетителей. В то время как однокомпонентные конструкции кратки и лаконичны, удобны в запоминании.

Графическое оформление наименований заведений общественного питания также представляет большой интерес для изучения. Как видно из представленного графика (см. рис. 1), незначительно, но преобладают названия с использованием латинской графики. В ходе исследования было выявлено 7 % наименований заведений, в которых наблюдается смешение двух типов графики и использование цифр и символов. Приведем примеры: бар «*Gaz Мяс*», ресторан «*ПРЯНИК*», рестобар «*VЗлетный*», ресторан «*Восток Story*», гастробар «*ЗаграВка*», ресторан «*M&D*», бар «*МужикоFF*», кафе «*ПельМен*», гриль-бар «*ШашлыкоFF*», ресторан «*ШЕFF Bar & Kitchen*», ресторан «*#Тепло*», бар «*Beef & Beer*», кафе «*Cloud 9*», кафе «*Corner 57*», кафе «*Шашлычная № 1*» и др.

Использование и латиницы, и кириллицы (явление диграфии) придает наименованию и заведению, соответственно, оригинальность, вызывает интерес у жителей столицы. Цифры в наименовании позволяют владельцам указать на безусловное лидерство своего заведения в обозначенной сфере (кафе «*Шашлычная № 1*» – лучшая шашлычная в городе), либо являются неотъемлемой частью идиомы (английское название кафе «*Cloud 9*» –

соответствует русскому выражению «(быть) на седьмом небе»). Символ «&» – амперсанд – заменяет союз «и» (ресторан «Turandot & Bolognese»), знак «#» – хэштэг – обозначает ключевое слово, отсылку на что-либо (ресторан «#Терло») и отражает состояние современной семиотики как системы знаков.

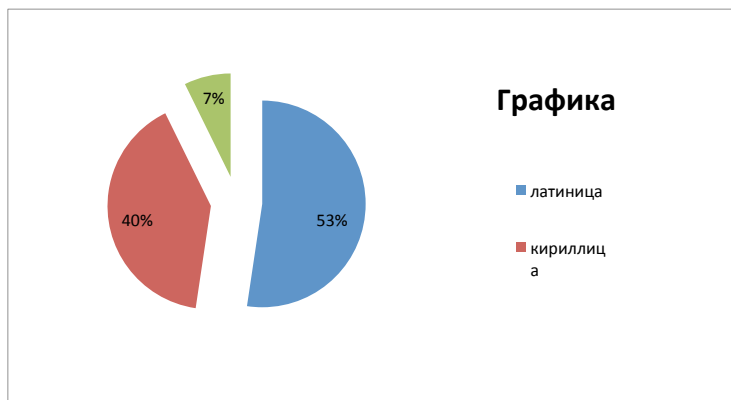


Рис. 1. Классификация номинаций по графическому оформлению

Графическое разнообразие наблюдается в связи с такими лингвистическими явлениями, как:

1. Транслитерация: *ресторан «Halva», гриль-бар «Lafa», ресторан «Svoу», ресторан «Sunduk», ресторан «Vinograd» и др.*

2. Использование специфических знаков разных языков: *кафе «CaféLa» (фр.), ресторан «Butcher's street» (англ.), ресторан «Жеті қазына» (каз.), ресторан «Тифлисъ» (древнерусск.).*

3. Аббревиация: *ресторан быстрого питания «KFC», бар «WTV», ресторан «AAA Resto Hall».*

4. Использование разных регистров письма: *кафе «ДоДо пицца», бар «ПИВкО», кулинария «БуфетЪ», ресторан «МёD», кафе «АндерСон».*

5. Сочетания слов из разных языков: *кафе «Pchelkin Good Food», ресторан «ЛАПША bar & wok», кафе «Tagam plus».*

Как было видно из рассмотренных выше примеров, на территории г. Астаны функционируют заведения общественного питания с казахскими, русскими, итальянскими, английскими, турецкими наименованиями, в которых, соответственно представлена традиционная кухня различных этносов.

Поддержанию традиционной казахской пищевой культуры придается большое значение. Так, в г. Астане в рамках программы «Рухани жаңғыру» в институте «Қазақ қызы» педагоги-этнографы провели мастер-классы, основным из которых был процесс приготовления мяса, умение его правильно подать и накрыть праздничный стол – дастархан [Аменова].

Такие наименования заведений, как *ресторан «Qazaq Gourmet»*, *ресторан «Томирис»*, *ресторан «Жібек жолы»*, *кафе «Damdes»* – сигнализируют о принадлежности к казахской кухне. Изучив меню *ресторана «Qazaq Gourmet»*, мы выявили особенность глуттонимов-наименований готовых блюд – использование казахского названия вне зависимости от выбора языка меню. Так, глуттонимы «*қазақ еті*», «*құрт*», «*құйырықбауыр*», «*тоқты*», «*жілік*» не переводятся ни на русский, ни на английский язык, а записываются на латинице или кириллице без специфических для казахского языка символов. Стоит отметить способ образования глуттонима «*фишбармақ*». Наблюдаем следующие особенности:

1. сложение основ, принадлежащих к разным языкам – сложение основ «*фиш*» (с англ. 'рыба') и «*бармақ*» (с каз. 'палец').

2. использование кириллицы для записи английского слова *fish*.

Таким образом, выявленные нами грамматические особенности презентационной функции глуттонимов отражают языковые процессы на территории Республики Казахстан. Во-первых, это функционирование и взаимодействие нескольких языков: казахского, русского, английского. По мнению Е. А. Журавлевой, «интерференция между языками, функционирующими в ситуации двуязычия (многоязычия) и пребывающими в состоянии перманентного контакта, может охватывать практически все языковые уровни» [Журавлева 2013: 34]. Нами же были рассмотрены особенности взаимодействия нескольких языков на уровне грамматическом. Во-вторых, использование разнообразных способов графического оформления для привлечения интереса к заведению общественного питания. В-третьих, сосуществование различных национальных кухонь подтверждает специфику полиэтничного социума Казахстана и во многом определяет пищевую культуру современного населения, в частности, г. Астаны.

Литература

Аменова Д. Возрождение традиций / Д. Аменова. URL: <http://vechastana.kz/vozrozhdenie-tradicij/> (дата обращения: 20.09.2018).

Журавлева Е. А. Активные процессы в русском языке стран СНГ (на примере Казахстана) / Е. А. Журавлева // Русская словесность в России и Казахстане: аспекты интеграции. – Барнаул, 2013. – С. 31-38.

Маслова В. А. Русский язык как совокупность кодов: растительного, архитектурного, духовного / В. А. Маслова // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». – Т. 24. – № 1. – Ч.1 – Симферополь, 2011. – С. 137-140.

Олянич А. В. Потребности – дискурс – коммуникация: монография / А. В. Олянич. – Волгоград: ФГБОУ ВПО Волгоградский ГАУ, 2014. – 216 с.

Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация: учеб. пособие / С. Г. Тер-Минасова. – М.: Слово/Slovo, 2000. – 624 с.