

УДК 81'373.2:642.1

Позніхіренко Ю. І.
Національний педагогічний університет
імені М. П. Драгоманова

КРИТЕРІЇ ВИЯВЛЕННЯ МОТИВАЦІЇ НАЗВ ЗАКЛАДІВ ХАРЧУВАННЯ В УКРАЇНСЬКІЙ ТА АНГЛІЙСЬКІЙ МОВАХ

У статті аналізуються мотиваційні ознаки творення назв закладів харчування в українській та англійській мовах. Розроблено попередні робочі критерії виявлення мотивації найменувань закладів харчування, з поміж яких: мова назви закладу харчування в її варіаціях, графіка назви та прецедентність, наявність гри слів та елементів ребусу, етнолінгвістична мотивація назви, етноорієнтовані немотивовані назви, образно-символічна мотивація назв.

Ключові слова: назви закладів харчування, мотивація назв, критерії мотивації.

З розвитком ринкових відносин значно зросла кількість підприємств, фірм, мереж та інших закладів, особливо недержавної (приватної) форми власності. А тому актуальним видається вивчення мотиваційних ознак, покладених в основу найменування таких закладів (М. В. Голомидова, В. В. Катернюк, Н. М. Лесовець та ін.), з-поміж яких особливо численними і різноманітними на тлі інших є назви мереж і закладів харчування. При цьому найменування закладів харчування віддзеркалюють різноманітні аспекти соціальних відношень і психологічних уявлень, зокрема: особисте самовираження власників закладу і (або) розробників його дизайну; ідентифікацію авторів назви з тим або іншим соціокультурним середовищем; орієнтацію на страви певного макрорегіону (європейська кухня, азійська кухня), країни (українська, іспанська, італійська, грузинська кухня) або субрегіону (страви з різних етнографічних областей України); настанову на ексклюзивність; прагматику закладу, наприклад, його спрямування на молодіжну або дитячу категорію відвідувачів тощо.

Метою статті є виявлення механізмів мотивації назв мереж харчування в українській та англійській мовах.

Класифікація будь-яких об'єктів стосується філософської проблеми пізнання й наукового дослідження співвідношення сутності явища, його *онтології*, з одного боку, і наших знань про це явище, його *гносеології*, з іншого (Н. Д. Арутюнова). Досвід розробки різноманітних класифікацій, включаючи й лінгвістичні, показує, що у своїх найелементарніших аспектах класифікація, віддзеркалюючи доволі очевидні закономірності, може бути визнана за об'єктивну а, отже, онтологічну. Проте поглиблене уявлення про певні об'єкти буття змінює їх вивчення на користь гносеології.

Комплексне моделювання процесу найменування / номінації закладів харчування передбачає створення реєстру назв закладів, вивчення їхніх електронних репрезентацій у мережі Інтернет і паперової рекламної продукції, а також відвідування окремих закладів та спілкування з іншими відвідувачами щодо психолінгвістичної та лінгвокультурологічної інтерпретації згаданих електронних текстів та наративу споживачів.

На окрему увагу заслуговують родові, “жанрові” диференціації закладів харчування, здійснювані самими власниками, як-от: *гастрономічний бар*, *гастробар*, *рестобар*, *стейк-хаус*, *meateria* (заклад, переважно, м'ясних страв від англ. *meat* “м'ясо”) та ін.

Виходячи зі сказаного, вважаємо за доцільне запропонувати такі попередні, робочі критерії класифікації досліджуваних найменувань:

1. Мова назви (в її співвідношенні до державної мови країни); враховано також випадки, коли в назві використано матеріал більше ніж однієї мови.

Так, в україномовній культурній сфері було виявлено найменування закладів харчування, що репрезентують українську, російську, англійську, французьку, іспанську, італійську, грузинську та інші мови. Наприклад:

За двома зайцями (К), *Підпільний Кіндрат* (Л), *Криївка* (Л), *Чесне м'ясо* (Л), *Тлустий гусак* (Л), *Ресторан-музей "Сім поросят"* (Л), *Остання барикада* (К) – українська мова.

Barvy (К), *Salatnyk* (К), *Lvivski Pljacky* (О) – українська мова в латинській графіці.

Золотий теленок (О), *Пряности и радости* (Х), *Клюква и брюква* (К), *Наши Блинок* (О), *Версия* (О) – російська мова.

Leto (К) – російська мова в латинській графіці.

Babylon (Л), *Black Market* (К), *Just Relax* (К) – англійська мова.

Биг Бен Паб (Х) – англійська мова в російській графіці.

Vintage Nouveau (Л), *Très Français* ("Три французи", К) – французька мова, останній заклад відтворює паризьку атмосферу.

Monte Cristo (О) – італійська мова.

Fijiwara Yoshi (К) – японська мова в латинській графіці.

Окремий випадок становлять *комбіновані* назви, що включають елементи більш ніж однієї мови:

Ресторан The Дом (О) – українська і англійська мови.

Сыто-пьяно Italiano (К) – російська й італійська мови.

Складніший випадок – використання в назві двох мов, одна з яких наведена в іншій графіці: *Korchma Restaurant Kachka* (О), *Panske Selo Restaurant* (Х) – українська (латинською графікою) та англійська мови; *Restaurant Zolotoye Runo* (О) – англійська і російська мови, де остання подана латинською графікою.

В англomовному середовищі спектр найменувань дещо відмінний. Грузинські та вірменські ресторани, популярні в Україні, відсутні. Натомість італійські та іспансько-латиноамериканські заклади більш поширені, так само як і індійські ресторани, які численні у Великій Британії та США, майже відсутні в Україні. Такі відмінності зумовлюють враховувати *позамовні чинники* у процесах номінації закладів харчування.

2. Графіка назви та прецедентність (відповідність графічних систем назви закладу і державної мови країни).

Слід припустити, що в деяких випадках розробники назви орієнтувалися на споживачів поряд із загальною лінгвокраїнознавчою інформацією, а також на додаткові позитивні асоціації, які може викликати найменування закладу.

Так, ресторан грузинської кухні *Міміно* (К) (означає "Сокіл") має назву, що вказує не на традиційні грузинські страви (як інші подібні ресторани), а на відомий і певною мірою культовий гумористичний фільм радянського періоду під такою назвою. Ресторан *Сыто-пьяно Italiano* (К) своєю назвою не тільки вказує на італійські страви й імітує засобами російської мови звучання італійської, а й відсилає до такого знаного в країнах колишнього СРСР прецедентного тексту, як популярний мультфільм "Пригоди капітана Врунгеля", де італійську мову жартівливо змодельовано в такій пісні персонажа з Італії: *Постоянно пьем чинзано, // Постоянно сыто-пьяно, // Держим в банке миллионо // И плеванто на законо*. Назва ресторану *Червона рута* відсилає до популярного гурту, а глибше – до фольклорного образу квітки, отже, в

розгляданому випадку може йтися про двошаровість прецедентних текстів та концептів. Таким самим прикладом двошаровості (утім, навіть тришаровості) прецедентних текстів є назва ресторану *Еней* (Л), яка вказує на героя поеми І. П. Котляревського, а глибше – до героя поеми Вергілія, ще глибше – до персонажа давньогрецької та давньоримської міфології. Ще один подібний приклад – *Мишкина малина* (Х), що передбачає знайомство споживача не стільки з дитячими казками про Мишку (антропоморфного ведмедя), скільки з творчістю російського автора пісень Михайла Шуфутинського, де використано слово з кримінального сленгу *малина*.

Назва ресторану *Симсим* (Х) відсилає до чарівного слова в популярних східних казках і створює ефект простору, де можливі чудеса (передусім, ідеться про сферу гастрономії). Назва *Золотий теленок* (О) не тільки вказує на м'ясні страви, а й натякає на назву однойменного популярного роману І. Ільфа і Є. Петрова. Назва *Monte Cristo* (О) мотивована детективним романом О. Дюма.

Складний приклад, що поєднує використання прецедентного тексту з графічною грою, репрезентує назва *Арт-кафе “Пластилиновая vorona”* (Х), що відсилає до популярного мультиплікаційного фільму з пластиліновими фігурками.

3. Наявність або відсутність у назві гри слів та графічної гри, зокрема, елементів ребусу.

Для розшифрування прикладів гри слів необхідний рівень володіння мовами, на основі яких побудовані відповідні назви. Так, ресторан *Чачанурі* (К) має назву, штучно сконструйовану на основі назви, добре відомої в Україні грузинської страви *хачанурі* (хліб із сиром, від грузинськ. *хачо* “сир” і *нурі* “хліб”) і менш уживаного носіями української мови грузинського слова *чача* “горілка”. Українською назвою, стилізованою під британську, є *О’Панас* (К).

Назви ресторанів *PartyFon* (Л), *Party-fon* (О) обіграє англійське слово *party* “вечірка” і елемент назви давнього музичного пристрою патефона. Назва ресторану *Блинофф* (Харків) поєднує рос. *блин* (що вказує на спеціалізацію закладу) із типовим для французької мови й поширеним у творах ХІХ ст. оформленням російських прізвищ. Назва *Beerlin* (Х) є ігровою контамінацією назви німецької столиці й англійськ. *beer* “пиво”. *Франс.уа* (Х, французькі страви) є контамінацією назви Франції та позначення України в мережі Інтернет, що разом утворюють популярне французьке ім'я *Франсуа* (тут маємо приклад на зразок ребусу).

Очевидно, до такого типу близькі грайливі й навіть *римовані* назви, мова яких розходиться з асортиментом закладу, як-от: *Клюква и брюква* (К) – ресторан із російськомовною назвою орієнтований на споживання української сезонної рослинної продукції у київській атмосфері. Інший подібний приклад – *Пряности и радости* (Х).

Інший примітний приклад гри слів – назва *Wok this way* (NY, китайські страви), де використано омонім *wok* замість *walk*. Ще вишуканіший репрезентант словесної гри – назва *Thai Tanic* (NY, тайські страви), де назва тайського етносу використана як омонім до першого складу назви сумнозвісного затонулого корабля *Титанік*. Можна зробити припущення, що розробники назви віддають перевагу епатажній грі слів перед можливим негативним емоційним ефектом від звернення до такого прецедентного концепту. Подібний приклад – назва *Thai me up* (NY, тайські страви).

4. Етнолінгвістична мотивація назви, її зв'язки з історією, матеріальною і духовною культурою країни, де функціонує заклад, або іншими культурними середовищами.

У межах названого типу доцільно виділяти найменування з різною мірою легкості декодування для пересічного носія мови.

До розглянутого типу належать назви, що включають географічні найменування, які репрезентують відповідні країни: *Бейрут Експрес* (К) – столиця Лівану, *Siam Café* (К), Сіам – колишня назва Таїланду, *Женева* або *Geneve* (Л, назва існує у двох варіантах), *The Mexican* (Л, атмосфера Мексики), *Париж* (Х, французькі страви), *Севілья* (О, іспанські страви), *Пекин* (Л, китайські страви), *Япошка* (Х, японські страви), *Georgia* (Х, грузинські страви), *Буданеум* (О, угорські страви), *Sherlock* (О, англійський стиль) та ін. Подібну роль виконують і власні імена людей, як-от: японський ресторан *Fijiwara Yoshi* (К), названий на честь свого шеф-кухаря. Атмосферу англомовного світу в цілому віддзеркалює назва закладу *Goodman* (К), визначеного власниками як *стейк-хауз*.

Серед назв ресторанів Лондона (див. докладніше про це: В. В. Катернюк) етноорієнтовані (у назві яких зазначена країна, етнос, окремих регіон держави тощо) є дуже популярними: *The Real Greek* (“справжній грек”, страви з відповідної країни), *Mexicali* та *Azteca* (мексиканські страви), *Bengal* (індійські страви), *Di Roma* та *Parma* (страви з Італії та інших європейських країн), *Capri*, *Casa Italiana*, *Italia*, *Venice* (італійські), *Espana* (іспанські страви), *Gallipoli* (турецькі), *Japan* (японські), *Marcel* (французькі), *Portugal* (португальські), *Rio* (бразильські), *Cappadocia* (турецькі), *Carib Inn* (страви Ямайки).

Серед способів їхньої номінації поширеними є власні імена з вказівкою на країну, страви якої домінують, наприклад: *Jamie's Italian*. Назва може репрезентувати й більший регіон, як-от: заклад мексиканських страв *Pacifico*. Нарешті, на позначення країни, страви якої пропонують, використовують певне слово з відповідної мови: *Piazza* (італійські страви).

5. Глибина мотивації найменування з використанням прямої або образно-символічної номінації.

Серед ресторанів Лондона так само зустрічаємо приклади *символічного* позначення країни або регіону: *Cardamon* (виявлені два лондонські ресторани під такою назвою, в одному з яких пропонують індійські, а в іншому – бангладешські страви), *Saffron*, *Spice*, *Spice Namaste* (індійські страви), *Caravaggio*, *Casa Mamma*, *Casa Mia*, *Del Mare Dal Corsaro*, *Gondola* (італійські страви), *Canyon* (страви США) та ін.

Атмосферу російської культури відтворює варенична під назвою *Катюша* (К). *Che Guevara grill pub* (К) відтворює атмосферу Куби, використовуючи в назві ім'я популярного латиноамериканського діяча. Ресторан *Башня Мерлина* (К) моделює дух лицарства короля Артура.

Ресторан *Фигаро* (К, іспанські та середземноморські страви) імітує атмосферу Іспанії різних регіонів і часів (зали “Севільська площа”, “Барселона”, “Мавританський” та ін.) і названий на честь іспанця, героя п'єс П. Бомарше, в основі імені якого – назва іспанського короткого піджака. Ресторани *Биг Бен Паб* (Х, британські страви), *Парма* (Х, італійські страви), *Итальянский квартал* (О, італійські страви) моделюють відповідну атмосферу. *Бизон* (О) – ресторан американських страв, де культурну атмосферу репрезентовано, зокрема, найменуванням типової тварини. Ці назви ресторанів є російськомовними.

6. Етноорієнтовані немотивовані назви.

Тут виявлено немотивовані етноорієнтовані назви, бо кухня цих закладів не виявляє зв'язку з назвою. Так, ресторан українських страв з назвою *Царське Село* (К) відсилає до населеного пункту поряд із Петербургом, відомого з творчості О. С. Пушкіна (очевидно, так відзначено багатство вибору страв у закладі).

Цікавим прикладом є назва ресторану італійської кухні *Пантагрюель* (К), названого (як підкреслено самими власниками) на честь персонажа французької

літератури (твору Франсуа Рабле), який любив смачно поїсти. Причини обрання французького персонажа для символізації італійських страв не є мотивованими.

Показовим з погляду сучасного освоєння прецедентних концептів та текстів є найменування лондонського ресторану *Sanaan* (історична назва місцевості на східному узбережжі Середземного моря в Азії), де подають не азійські, а африканські страви. Тут прецедентний концепт, репрезентований зазначеною назвою, відсилає до прецедентного тексту Біблія (Книга Буття, розділ 10), де в переліку нащадків Ноя мешканці Ханаану (азійці) з політичних причин є приналежними до африканців. Розв'язання подібних ономастичних парадоксів належить до найскладніших аспектів дослідження найменувань закладів харчування.

До немотивованих назв, у яких відсутній зв'язок із атмосферою та стравами закладів, належать такі назви: ресторан *San Paolo* (К), назва якого асоціюється з бразильським містом, а спеціалізується він на японських і європейських стравах. До недостатньо мотивованих можна віднести назву ресторану *Шекспір*, що позиціонується як зорієнтований на моделювання атмосфери *вікторіанської* (другої половини ХІХ ст., тобто через три століття після Шекспіра) Англії, до того ж великий письменник ні за особливостями своєї біографії, ні в уявленні сучасних людей не асоціюється зі сферою харчування.

Підсумовуючи, зазначимо, що попередніми робочими критеріями виявлення мотивації найменувань закладів харчування, є такі: мова назви закладу харчування в її варіаціях, графіка назви та прецедентність, наявність гри слів та елементів ребусу, етнолінгвістична мотивація назви, етноорієнтовані немотивовані назви, образно-символічна мотивація назв.

Перспективами подальших досліджень є уточнення цих критеріїв та розробка нових, пов'язаних зі способами прямої і непрямой номінації та моделями творення таких назв.

Умовні скорочення:

- К – заклади харчування м. Києва
- Л – заклади харчування м. Львова
- О – заклади харчування м. Одеси
- Х – заклади харчування м. Харкова
- NY – заклади харчування м. Нью-Йорка

Література:

1. Арутюнова Н. Д. Номинация и текст / Н. Д. Арутюнова // Языковая номинация (виды наименований). – М., 1977. – 357 с.
2. Голомидова М. В. Nature Morte в современной эргонимии: эстетика массовой культуры и вербальная трактовка образа товара в названиях деловых объектов / М. В. Голомидова // Лингвокультурологические проблемы толерантности. – Екатеринбург, 2001. – С. 41–43.
3. Катернюк В. В. Номінації ресторанів Лондона: лексико-семантичний аспект / В. В. Катернюк // Філологічні студії: [зб. наук. пр.]. – 2015. – Вип. 5. – С. 76–79.
4. Лесовець Н. М. Ергонімія м. Луганська: структурно-семантичний і соціально-функціональний аспекти: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01 / Н. М. Лесовець. – Луганськ, 2007. – 19 с.
5. Стадульська Н. А. Функціонально-прагматическая направленность и лингвистический статус товарных знаков (на материале английского языка): дис. ... канд. фил. наук / Н. А. Стадульська. – Пятигорск, 2003. – 186 с.

References:

1. Arutyunova N. D. Nominatsiya i tekst [Nomination and text] / N. D. Arutyunova // Yazykovaya nominatsiya (vidy naimenovaniy). – M., 1977. – 357 s.

2. Golomidova M. V. Nature Morte v sovremennoy ergonomii: estetika massovoy kul'tury i verbal'naya traktovka obraza tovara v nazvaniyakh delovyykh ob'yektov [Nature Morte in modern ergonomics: aesthetics of mass culture and verbal interpretation of the image of goods in the names of business objects] / M. V. Golomidova // Lingvokul'turologicheskiye problemy tolerantnosti. – Yekaterinburg, 2001. – S. 41–43.
3. Katernyuk V. V. Nominatsiyi restoraniv Londona: leksyko-semantychnyy aspect [Nominations for London restaurants: lexical-semantic aspect] / V. V. Katernyuk // Filolohichni studiyi : [zb. nauk. pr.]. – 2015. – Vyp. 5. – S. 76–79.
4. Lyesovets' N. M. Erhonimiya m. Luhans'ka: strukturno-semantychnyy i sotsial'no-funktsional'nyy aspekty [Ergonomics of Luhansk: Structural-Semantic and Socio-Functional Aspects] : avtoref. dys. ... kand. filol. nauk : 10.02.01 / N. M. Lyesovets'. – Luhans'k, 2007. – 19 s.
5. Stadul'skaya H. A. Funktsional'no-pragmaticheskaya napravlennost' i lingvisticheskiy status tovarnykh znakov (na materiale angliyskogo yazyka) [Functional-pragmatic orientation and linguistic status of trademarks (on the material of the English language)] : dis. ... kand. filol. nauk / H. A. Stadul'skaya. – Pyatigorsk, 2003. – 186 s.

Познихиренко Ю. И. Критерии определения мотивации названий заведений питания в украинском и английском языках.

В статье анализируются мотивационные признаки создания названий заведений питания в украинском и английском языках. Разработаны предварительные рабочие критерии выявления мотивации наименований заведений питания, среди которых: язык названия заведения питания в его вариациях, графика названия и прецедентность, наличие игры слов и элементов ребуса, этнолингвистическая мотивация названия, этноориентированные немотивированные названия, образно-символическая мотивация названий.

Ключевые слова: названия заведений питания, мотивация названий, критерии мотивации.

Poznihirenko Yu. I. Criteria for determining the motivation of the name of eating places in ukrainian and english languages.

The article analyzes motivational signs of creation of the names of nutrition establishments in the Ukrainian and English languages. The previous working criteria for identifying the motivation of the names of food establishments have been worked out, among which: the language of the name of the institution of food in its variations, the title and precedent graphics, the presence of word games and elements of the rebus, the ethno-linguistic motivation of the name, ethno-oriented unmotivated names, figurative and symbolic motivation of the names.

Keywords: names of nutrition institutions, motivation of names, criteria of motivation.

УДК 821.111:81'22

Серякова І. І.

Київський національний лінгвістичний університет

СЕМІОТИЧНИЙ ПРОСТІР ТІЛЕСНОСТІ АНГЛОМОВНОГО ХУДОЖНЬОГО ДИСКУРСУ

У статті проаналізовано три групи функцій, характерні для номінацій соматикону в англомовному художньому дискурсі: онтологічна група, інструментальна і прагматична, кожна з яких поєднує кілька функцій відповідного реєстру. Онтологічна група функцій ґрунтується на специфіці знакової природи компонентів соматикону, зокрема на їх здатності позначати ментальні зусилля, розумові дії людини (когнітивна функція); суб'єкта дискурсивної діяльності (дейктична функція), а також змістовий аспект комунікативного акту (інформаційна функція). Інструментальна – спрямована на встановлення зв'язку між невербальною і вербальною частинами комунікативного акту. Прагматична група функцій пов'язана з цілеспрямованою передачею інформації й породженням засобами соматикону нових дискурсивних смислів.

Ключові слова: соматикон, онтологічні функції, прагматичні функції, інструментальні функції, невербальний семіозис, дискурсивні практики.