

Е. В. Степаненко, Р. Р. Сабитова, А. Н. Куц

РУССКИЙ ЯЗЫК В ЛИНГВИСТИЧЕСКОМ ЛАНДШАФТЕ ГОРОДА КОКШЕТАУ

Кокшетау – это город в Казахстане, где русский язык играет значительную роль в лингвистическом ландшафте, наряду с казахским языком, который является государственным. Русский язык получил широкое распространение в республике во времена Советского Союза и до сих пор остаётся важным элементом коммуникации в городах, особенно среди городских жителей, независимо от их этнической принадлежности.

Многие казахстанцы говорят на двух языках: на русском и казахском, что отражает этноразнообразную природу страны. В Кокшетау проживают представители разных национальностей: казахи, русские, белорусы, поляки, немцы, корейцы, татары, чеченцы, ингуши, узбеки и многие другие, используя русский язык в образовании, в деловой сфере, в культурной жизни и в повседневном общении (Э. Д. Сулейменова, 2005). Русский язык остаётся также важным языком для доступа к международной информации и культурному наследию, продолжая таким образом играть значительную роль в повседневной жизни жителей, отражая богатство и разнообразие языкового ландшафта.

Языковой ландшафт – это «язык рекламных щитов, табличек-названий улиц, вывесок», предназначенный для исследования «видимости и заметности языков на общественных знаках на какой-либо территории» (В. Баранова, К. Федорова, 2020). Через призму этих показателей отражается реальная языковая ситуация, языковое сознание и культурная ситуация в рассматриваемом районе.

Слово «нейминг» в переводе с англ. name – «имя» – это область маркетинга, которая занимается поиском названий для услуг, товаров и фирм. (Л. В. Минаева, 2010). Таким образом, идеальное имя должно не только отражать суть товара или услуги, но и легко запоминаться, произноситься на одном дыхании, быть благозвучным и ни на что не похожим. В данной статье рассмотрим, придерживаются ли предприниматели Кокшетау этих рекомендаций при выборе названий заведений в сфере общественного питания, определим основные принципы и тенденции нейминга городских кафе, столовых и ресторанов.

В Кокшетау можно найти разнообразные заведения общепита, отражающие как местные кулинарные традиции, так и влияние мировой кухни. Анализ названий заведений общепита в Кокшетау может дать представление о культурной, языковой и коммерческой динамике города.

Если рассмотреть названия кокшетауских кафе с точки зрения национальной принадлежности, то здесь наблюдается очевидное разнообразие.

В данном случае в именах уместно отражаются их принадлежность к определенной стране и местный колорит (казахские – «Акку», «Бай-Өлке», «Атажұрт», «Құлагер»; корейские – «Сеул»; американские – «Grill house», «The beze», «Family mood», «Scol pub», «Silk way»; турецкие – «Istanbul», «Rumman», «Asmani», «Evde»; грузинские – «Хинкальная», «Тбилиси»; русские – «Новинка», «Гавань», «Охотник», «Радуга»; японские – «Киото», итальянские – «GQ Chalet»; китайские-«Lanzhou»).

Считаем достаточно удачным выбором в качестве коммерческих имён названия объектов-топонимов, которые демонстрируют гостю не только информацию о принадлежности заведения стране, но и определённой национальной кухне.

Некоторые владельцы заведений предпочитают давать названия, используя латиницу, потому как буквы латинского алфавита распространены во всем мире, поэтому брендам, которые используют ее в названиях, легче выйти на мировой рынок и быть узнаваемыми. Приведем примеры подобного нейминга в названиях некоторых заведений: «Gurman», «Bedduin», «Panarama», «Leto Terrace», «Orda», «Barhat», «Veranda», «Shalkar», «Koster».

В Кокшетау также можно встретить заведения, в названиях которых, латинские буквы используются частично: «Шашлык onv13», «МясоРубка», «Плов центр номер 1», «Теремок».

Вместе с этим в качестве наименований кафе и ресторанов встречаются антропонимы, хоть и не так часто, как в других сферах деятельности. Они отражают личные имена владельцев или их родственников, например, «Abai», «Celentano», «Индира», «Ержан», «Меруерт», «Арай», «Маржан», «Алдар косо», «Мерей».

Мы классифицировали названия предприятий общественного питания по темам.

Наименование блока	Тема	Название кафе
столовая	Еда, напитки	«Блинная»
		«Пельменная»
		«EDA»
		«Чебуречная»
		«ПельМеню»
кафе		«Sushi Tema»

		«Шеф Бургер»
		«Шеф Шашлык»
		«ПивГрад»
		«Бауырсақ центр»
		«Центр плова»
		«Beshparmak»
		«Appetito»
		«Мёд»
		«Кесесамса»
Национальный колорит		
рестораны		«Ас болсын»
		«Тойхана»
		«Дәстүр»
		«Атамұра»
		«Ак желкен»
		«Тбилиси»
		«Istanbul»
		«Евразия»
		«Ани»
		«Абаі»
кафе		«Шафран»
		«Узбечка»
		«Алатау»
Животные и птицы		
ресторан		«Золотая антилопа»
кафе		«Панда»
		«Золотой телец»
		«Zebra»
		«Сова»
		«Colibri»
пиццерия		«Додо пицца»

Морские термины		
кафе		«Гавань»
		«Оазис»
		«Боцман»
		«Лагуна»
Немотивированные названия		
кафе		«Рубин»
		«Радуга»
		«Инжир»
		«Ниагара»
		«Шах»
Дом		
ресторан		«Veranda»
кафе		«Шатер»
		«Leto Terrace»
		«Home»

В нашей статье мы произвели подсчет не только длины слов, но и словосочетаний (с пробелами), и обнаружили, что большинство наименований кафе (57 %) средней длины от 5 до 8 знаков: «Шатер» (5), «Лагуна» (6), «Colibri» (7), «Ас болсын» (8). Чуть более трети названий (33 %) состоят из 9–12 знаков, что также можно считать нормой («Ак желкен» – 9, «Пельменная» – 10, «Перекресток» – 11. Слишком короткие (3–4 знака) – 5 % – «Шах» (3), «Home» (4), «Элиж» (4), – и слишком длинные имена (более 12 знаков) составляют не более 5 % – «Бауырсақ центр» (13), «Золотая антилопа» (15), «Плов центр номер 1» (18) – не столь распространены. Если в первом случае речь идёт о легко звучащих словах, но со скудной экспрессивной палитрой, то во втором – о словосочетаниях, трудных для произношения, запоминания и нередко с чрезмерной ассоциативной нагрузкой. Согласно этому, можно сделать вывод о малоперспективности их использования при выборе коммерческого названия. Также нам встретились несколько заведений, в названиях которых встречается жаргонная лексика: «Salam bro», «Саке, я еду», «На рахате».

Статистика показала, что в Кокшетау существуют монолингвальные (казахские, русские и английские) знаки, а также двуязычные названия. Мы подсчитали, что названия заведений на русском языке доминируют и составляют 60 % от общего числа, на казахском языке – 22 %, на английском – 13 %, и 5 % владельцев кафе и ресторанов предпочли дать названия своим заведениям путем смешения нескольких языков.