

Ю. А. Толмачёва

КУЛЬТУРНЫЕ СМЫСЛЫ В НАИМЕНОВАНИЯХ ГАСТРОНОМИЧЕСКИХ ОБЪЕКТОВ ГОРОДА МИНСКА

В представленной работе проводится выявление культурнозначимых смыслов в наименованиях городских гастрономических объектов города Минска.

Трофонимы в исследованном материале представлены рядом лингвистических знаков, обозначающих наименования кафе, ресторанов, баров, а также пабов. Материалом анализа является вывеска, включающая в себя собственно наименование (вербальный элемент). Трофонимы, как элемент лексического состава языка, несут в себе культурные смыслы как имплицитно, через ассоциации и контекстуальные значения, так и эксплицитно, через прямое указание на культурные атрибуты, традиции и обычаи.

Реалии разного типа в наименованиях способствуют реализации информативной функции номинаций. Такие номинации зачастую являются эксплицитными, например, реалии, понятные русскому человеку (наименования ресторанов *Берёзка*, *Раковский бровар*, *Арбат*, *Усадьба*), так и реалии, принадлежащие иной культуре (названия баров и кофеен *Яр*, *BOULEVARD*, *Cinnabon*).

В нейминге также находят отражение ценностные установки, присущие определенной культуре. В наименованиях различных заведений зафиксированы такие жизненные ценности, как дом, друзья, семья. Их находим на вывесках пабов, ресторанов и кофеен (*L'atour*, *Фамилия*, *Друзья*, *Поси-*

делки). Находим и наименования кофеен, отражающие социальную направленность на семейные ценности и домашний уют, отношение к животным (*Мамслет, Кофта, Little tops coffee; Seadog&Friends*).

Использование художественных и мифологических образов в нейминге городских объектов является ещё одним способом придания уникальности и глубины культурной атмосфере. Городские объекты могут носить имена героев из мифологии или литературы, такие как *Золотой Гребешок (=La Crête D'Or)*, *Шерлок Кофе Холл, Мюнхаузен, Три медведя*, а также ссылаться на фигуры западной христианской культуры (*Claus*).

Исторические реалии в нейминге объектов общественного питания являются отражением богатого культурного наследия и исторических традиций. Исторические события, атмосфера различных эпох, переживших свое воплощение, отражены в названиях ресторанов (*Вестфалия, Tiflis*), баров/пабов (*Rasputin, Pub 1067*), столовых (*Gaudeamus, Эполет*) и других заведений общественного питания.

Таким образом, общая тенденция в нейминге отобранных наименований заключается в использовании языковых средств как русского, так и иностранных языков, включение экстралингвистических факторов в процесс нейминга, а также в определении креатором прагматической функции номинации своего гастрономического заведения.