

УДК 81'373.2(470.67)

**РЕЧЕВОЙ ПОРТРЕТ СОВРЕМЕННОГО ДАГЕСТАНСКОГО МЕНЮ:
ОНОМАСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ*****П. А. Лекова**Дагестанский государственный университет
кафедра русского языка

Статья посвящена анализу наименований блюд, организующих общий речевой портрет дагестанского меню нашего времени. Проанализированы кулинарные прагматонимы, мотивированные именами собственными различных разрядов, – результат вторичной номинации, являющейся основным способом образования единиц подобного типа. Кулинарные названия исследованы с точки зрения семантики и классифицированы в соответствии с видом онима, положенного в их основу. Сделана попытка выяснить причины выбора того или иного имени собственного в качестве коммерческого названия, а также степень мотивированности кулинарных наименований, во многом обусловленной экстралингвистическими факторами.

Ключевые слова: *речевой портрет, меню, кулинарный прагматоним, вторичная номинация, мотиватор.*

В настоящее время в связи с активным развитием ресторанного бизнеса значительно увеличилось число кулинарных продуктов, и все они нуждаются в собственном наименовании. Традиционно в сфере кулинарии названия блюдам даются в честь их авторов, населенных пунктов, связанных с их появлением, в связи с ассоциациями, которые они вызывают, а также по их содержанию, тут работает фантазия.

В современных кулинарных книгах можно встретить множество интересных названий, работающих на привлечение внимания потребителя. То же происходит и в сфере общественного питания. Наименования блюд ресторанов, кафе, столовых могут нести характеристику того или иного кулинарного продукта или просто заинтересовать посетителей; при этом номинация должна быть краткой, запоминающейся, обеспечивающей эффективность восприятия.

Сегодня меню любого региона изобилуют заимствованными названиями, индивидуально-авторскими неологизмами, актуализированными лексемами, этнографизмами и другими единицами, нуждающимися во внимательном лингвистическом изучении, так как знание названий гастрономических реалий для современного человека – часть его повседневной речеповеденческой культуры, отражение национального характера, культурных традиций, вкусовых предпочтений.

Кухня является неотъемлемой частью культуры любого народа. Недаром ученые начинают исследование жизни этноса с изучения его кулинарных традиций, ибо в них в свёрнутом виде отражены история, быт и традиции народа.

Дагестанская кухня прошла интересный путь развития, что отражено в названиях блюд, как известных с древних времен, так и служащих отражением различных

* Работа выполнена в рамках проекта Министерства образования и науки Российской Федерации «Масштабная информационно-пропагандистская поддержка и развитие русского языка в полиязычном культурном пространстве Республики Дагестан».

этапов дагестанской истории. Дагестанцы, как и представители других кавказских народов, трепетно относятся к своим традициям, в том числе ко всему, что касается приготовления и употребления пищи. Они передают рецепты национальных блюд из поколения в поколение. Сегодня в связи с бурным развитием общественного питания меняются и кулинарные традиции многих народов, в том числе и дагестанцев.

Если попробовать представить себе современное дагестанское меню в обобщенном виде, то получится пестрый в содержательном и этимологическом отношении текст: многие дагестанцы, особенно представители молодого поколения, хорошо знакомы не только с европейской и американской кухней, но и с экзотическими блюдами в силу того, что местные рестораторы активно включают их в свои меню с целью разнообразить и расширить его состав, привлечь оригинальностью как можно больше посетителей. В этом случае следует говорить о процессе заимствования кулинарной реалии вместе с ее наименованием. Не менее любопытным в лингвистическом аспекте явлением можно считать и создание оригинальных названий новых блюд, так как при этом используются самые разнообразные ресурсы языка и знания. В любом случае процесс номинирования в этой сфере носит во многом рекламный, зазывающий характер и требует изучения с целью выявления региональных особенностей коммерческой номинации.

Вышесказанное обусловило актуальность предпринятого нами исследования. Его целью является описание лексико-грамматических разрядов онимов в составе кулинарных названий, формирующих общий речевой портрет дагестанского меню.

Для сбора языкового материала были исследованы действующие меню тридцати предприятий общественного питания города Махачкалы, подвергнуты анализу наименования кулинарных реалий, исключая традиционные названия европейских, русских, общекавказских и собственно дагестанских блюд, являющихся достаточно глубоко изученными апеллятивами, как, например, *оливье*, *борщ по-украински*, *котлеты по-киевски*, *мамалыга*, *харчо*, *шашлык*, *хинкал*, *чуду*, *штрудель* и многие другие. Кроме того, не привлекались к анализу отонимические названия, имеющие широкую известность и закрепленные за теми или иными кулинарными реалиями: торт «*Наполеон*», салат «*Цезарь*», торт «*Прага*» и др.

Наибольший лингвистический интерес, на наш взгляд, представляют наименования, появившиеся в результате вторичной номинации, при которой «используется фонетический облик существующей единицы в качестве имени для нового обозначаемого» [7, с. 398]. Они отражают особенности языкового творчества дагестанцев в этой сфере и национальную специфику исследуемых текстов. Эти единицы, мотивированные именами собственными и заключенные в кавычки, выступают как самостоятельные кулинарные прагматонимы. Материал, проанализированный в работе, вводится в научный оборот впервые.

Результаты работы могут быть полезны для разработки теории речевого портретирования, не связанного с описанием индивидуальных особенностей языка отдельной личности, поскольку в подавляющем большинстве случаев невозможно установить конкретного автора названия того или иного блюда. Кроме того, материал, привлеченный для анализа, полезен для сравнительного исследования современных региональных прагматонимиконов.

Как известно, первым в отечественной лингвистике исследованием вопроса речевого портретирования стал заниматься М. В. Панов, создавший ряд фонетических портретов политических деятелей, писателей, ученых своего времени. До 60-х годов XX века «речевой портрет» бытует как литературоведческий термин, обознача-

чающий один из способов создания художественного (в основном драматургического) образа. Лингвистические исследования в области речевого портретирования последующих лет свидетельствуют о существенном усложнении и дифференциации понятийного содержания термина в сравнении с первоначальной трактовкой.

С 80-х годов XX века, с развитием таких научных направлений, как социолингвистика, лингвоперсоналогия, лингвокриминалистика, проблема разработки речевых портретов получает новое содержание. В рамках портретирования языковая личность анализируется как социально-психологическая уникальность и коммуникативно-деятельностная единица [2], а также как участник ролевой речевой деятельности, что, по мнению ученых, позволяет отразить «речевой стиль личности как таковой, в котором складываются и жизненный опыт, и склад ума, и характер, и темперамент, и наклонности, и увлечения» [3, с. 172].

Г.Г. Матвеева понимает под речевым портретом «набор речевых предпочтений говорящего в конкретных обстоятельствах для актуализации определенных намерений и стратегий воздействия на слушающего» [5, с. 14]. С помощью речевого портрета фиксируется речевое поведение, которое «автоматизируется в случае типичной повторяющейся ситуации общения». Кроме того, исследователь отмечает, что, речевой портрет, как и языковая личность, бывает и коллективным [Там же, с. 87].

Применительно к цели предпринятого нами исследования содержание термина «речевой портрет» требует уточнения и расширения. Прежде всего, как было сказано выше, это касается установления номинатора кулинарного названия. Определить, кто им является, представляется затруднительным в силу объективных причин. Следовательно, говорить о том, что является предметом анализа – особенности индивидуального или коллективного творчества, – здесь невозможно.

Учитывая особенности процесса номинации кулинарных реалий, оговорим, что под речевым портретом меню следует понимать *особенности языка его условных создателей, объединенных общностью места проживания, культурных традиций, вероисповедания и других черт*. Чаще всего это владельцы заведений общественного питания или их родственники, повара, люди, имеющие отношение к деятельности подобных учреждений.

Кроме того, требует уточнения и ономастическая терминология, связанная с описанием названий кулинарной продукции. Знакомство с литературой по проблемам ономастики свидетельствует о богатстве терминологического аппарата, применяемого для обозначения корпуса номинаций этой области. В различных исследованиях нами отмечены следующие единицы, обозначающие наименования блюд: *кулинарные онимы, ресторанные онимы, кулинарные прагматонимы, глоттонические онимы* (от лат. *gluttonare* ‘есть, питаться, поглощать пищу’) и др. По нашему мнению, названия в сфере кулинарии следует рассматривать в составе прагматонимов, под которыми обычно понимаются номены «для обозначения сорта, марки, товарного знака» [6, с. 199]. Следовательно, термин *кулинарный прагматоним*, примененный для описания названий кулинарной продукции, отражает сущность исследуемого объекта. Указанное терминосочетание встречается и в работах последних лет [1; 4; 8].

Перейдем к анализу фактического материала. Из 478 исследуемых единиц 139 мотивированы именами собственными. Рассмотрим случаи, иллюстрирующие образование названий блюд от ономастических единиц различных разрядов. Классификация, представленная ниже, отражает фактический материал, распределенный по семи группам – от наиболее до наименее частотных случаев:

1. Топонимы в составе кулинарных прагматонимов: салат «*Шанхай*», лимонад «*Коста-Рика*», напиток «*Сан-Паулу*», рыбное блюдо «*Окинава*», ролл «*Калифорния*», коктейль «*Католония*», рагу «*Таджикистон*», рагу «*Бухара*», коктейль «*Аляска*», пицца «*Сицилия*», ролл «*Марокко*», каша «*Каир*», лимонад «*Майями бич*», чизкейк «*Нью-Йорк*», салат «*Техас*», коктейль «*Гренландия*», салат «*Бухара*», салат «*Цада*» (село в Хунзахском районе Республики Дагестан; известно тем, что в нем родился Расул Гамзатов) и др. Всего 27 примеров.

2. Антропонимы в составе названий блюд: имена реальных людей в основе наименований – торт «*Эстерхази*» (венгерский дипломат Пала Антала Эстерхази), филе куриное «*Виконт де Бражелон*», десерт «*Мерлин Монро*», салат «*Валентина Терешкова*», мясо по-американски «*Чак Норрис*», коктейль «*Клеопатра*», ролл «*Цезарь*», десерт «*Анна Павлова*». Кроме имен исторических персон, используются и обычные антропонимы: «*Галина*», коктейль «*Катрин*», пирожное «*Полина*», бакинский салат «*Лола*», запеканка «*Фатима*», овощи на гриле «*Султанбек*», салат «*Снежана*» и др. Всего 25 примеров.

3. Литературные антропонимы в составе названий блюд: коктейль «*Ромео*», коктейль «*Багира*», сладкая каша «*Мальвина*», кофе с пряностями «*Эмеральда*», десерт «*Джен Эйр*», салат «*Дездемона*», грудинка цыпленка «*Фигаро*», салат «*Герда*», рис-гарнир «*Белоснежка*», рыбное блюдо «*Одиссей*», десерт «*Онегин*», десерт «*Наташа Ростова*», блюдо из морепродуктов «*Ассоль*», пышки «*Плюшкин*», картофельные шарики «*Колобок*» и др. Всего 23 примера.

4. Библионимы в составе прагматонимов: мясное блюдо «*Золотой теленок*», запеченные овощи «*Госпожа Бовари*», салат «*Анна Каренина*», тушеная говядина «*Айвенго*», торт «*Золушка*», салат «*Чук и Гек*», рыбный микс «*Алые паруса*», коктейль «*Снежная Королева*», салат «*Маленький принц*», торт «*Кот в сапогах*», салат «*Курочка Ряба*», куриный супчик «*Курочка Ряба*», салат «*Гранатовый браслет*», пирожное «*Красное и черное*», пирожное «*Алые паруса*», фруктовый салат «*Кладовая солнца*», рыбное блюдо «*Капитан Немо*», мясное фирменное блюдо «*Мой Дагестан*» в одноименном ресторане («*Мой Дагестан*» – произведение Расула Гамзатова) и др. Всего 23 примера.

5. Фильмонимы в составе названий блюд: салат «*Афоня*», блинчики под клюквенным соусом «*Пчела Майя*», салат «*Винни Пух*», чебурек с мясом «*Чебурашка*», острый салат «*Москва слезам не верит*», запеченный картофель «*Антошка*» (песня из мультфильма «*Антошка, Антошка, пойдём копать картошку*»), салат «*Семнадцать мгновений весны*», салатик «*Черепашки Ниндзя*», супчик «*АБВГДейка*» (советская и российская детская образовательная телевизионная программа для дошкольников и младших школьников), коктейль «*В гостях у сказки*» (популярная советская детская телевизионная передача), блюдо «*Ералаш*» (детский юмористический киножурнал), торт «*Чип и Дейл*» («*Чип и Дейл спешат на помощь*» – американский приключенческий анимационный сериал) и др. Всего 20 названий.

6. Мифонимы в составе прагматонимов: чай по оригинальному рецепту «*Граф Калиостро*», салат «*Снегурочка*», салат «*Адам и Ева*», каша «*Геркулес*» (кроме традиционных овсяных хлопьев, в ее состав входят кукурузная мука, сухофрукты, сверху каша поливается пастой урбеч, приготовленной из смолотых в кашницу абрикосовых косточек или семян конопли, льна, подсолнуха), салат «*Али-Баба*», садж «*Лилит*», острый салат «*Змей-Горыныч*» и др. Всего 17 названий.

7. Урбанонимы в названиях блюд. В эту группу можно включить и названия блюд, мотивированные названиями заведений, в которых они являются визитной

карточкой: салат «*Орота*», салат «*Гуниб*», каша «*Кули*», тушеная говядина «*Хунзах*», салат «*Дженгутай*», каша «*Хосрех*» и др. Всего 16 примеров.

8. Прагматонимы в составе кулинарных названий: пирожное «*Баунти*», коктейль «*Сникерс*», торт «*Орео*», десерт «*Рафаэлло*». Всего 4 примера.

Приведенные примеры свидетельствуют о том, что процесс использования ономастической лексики при вторичной номинации в области кулинарии достаточно активен. В некоторых случаях значения исследуемых слов содержат отсылку к информации, заложенной в мотивирующем имени собственном. К примеру, название салата «*Валентина Терешкова*» содержит аллюзию к прецедентному имени первой женщины-космонавта. Хотя мотивы номинации здесь не совсем понятны (можно только предположить, что автор названия с особым уважением относится к этой личности или его хобби – космонавтика), интерес и к названию, и к блюду возникает в связи с использованием прецедентного имени, которое на слуху и привлекает внимание своей широкой известностью. То же самое можно сказать и относительно мотивов выбора названия для молочного десерта «*Мерлин Монро*», яблочного десерта «*Анна Павлова*» и других подобных образований.

В наименованиях с географической составляющей мотивы номинации представляются более понятными: кулинарный оним «*Шанхай*» вызывает в памяти топоним – название крупнейшего китайского города, важного финансового и культурного центра страны – и настраивает на восточную специфику блюда; название холодного коктейля «*Гренландия*», как нам представляется, аллюзивно, оно может отсылать к названию острова, большая часть которого покрыта ледниками.

Название салата «*Цада*» для дагестанца не является необычным, поскольку в основе его топоним *Цада* – родина народного поэта Расула Гамзатова, кроме того, в другом прецедентном антропониме *Гамзат Цадаса* (отец поэта, один из родоначальников аварской поэзии) отражена эта знаковая географическая реалья. Однако не представляется понятной причина появления такого прагматонима. Кухня горцев не отличается большим разнообразием, не много в ней и чисто овощных блюд, тем более салатов, поэтому можно предположить, что наименование появилось в силу субъективных причин: номинатор пожелал назвать салат в честь своей родины.

Прозрачная мотивация, по нашему мнению, характерна и для названий типа «*Курочка Ряба*» и «*Гранатовый браслет*». В первом случае речь идет о курином супе (название зафиксировано в меню детского кафе), а во втором – о салате из зерен граната, которые выложены в форме круга. И хотя данные факты являются примерами вторичной номинации, при которой происходит переосмысление исходного библионима, мотивы выбора потребителю понятны. К подобным прагматонимам примыкают названия «*Золотой теленок*» (запеченная телятина), «*Колобок*» (картофельные шарики) и др.

В одном случае разгадка того, почему блюдо называется «*Семнадцать мгновений весны*», содержалась в информации, данной после названия: в приписке говорилось, что для приготовления этого витаминного салата используются фрукты и овощи, созревающие весной.

Безусловно, не все прецедентные ономастические единицы, выступающие в составе кулинарных онимов, широко известны дагестанцам. Наименование «*Лилит*», например, отсылает к имени первой жены Адама, согласно каббалистической теории, и эта информация может быть известна лишь некоторой части потребителей. Вряд ли в подобных случаях возможно определить конкретный мотив номинации, вероятно, это дань моде и экзотике, заключенной в исходном имени собственном.

Название салата «*Эстерхази*» также не несет никакой культурологической информации для широкого потребителя: рядовой дагестанец вряд ли осведомлен о том, что это вообще антропоним – фамилия венгерского происхождения, что носителем ее был известный дипломат. То же самое можно сказать и о прагматониме «*Виконт де Бражелон*».

В лингвистическом отношении вызывает интерес и название «*Геркулес*». На наш взгляд, в этом случае сложно определить, каким именно прецедентным словом оно мотивировано: как известно, *Геркулес* – имя бога-героя в римской мифологии; *геркулес* – название овсяных хлопьев (представлено в словарях со строчной буквы; здесь налицо процесс апеллятивации мифонима *Геркулес*, то есть перехода имени собственного в имя нарицательное); «*Геркулес*» – название торговой марки, выпускающей каши быстрого приготовления. Возможно, называя свою кашу «*Геркулес*», авторы рецепта сделали акцент на ингредиентах, которые известны дагестанцам с древних времен как дающие силу, энергию, укрепляющие иммунитет, то есть, скорее всего, название мотивировано мифонимом *Геркулес*.

Как нам представляется, не обладают прозрачной мотивацией кулинарные онимы, мотивированные обычными антропонимами, личными женскими и мужскими именами различного происхождения, не имеющими прецедентного характера. Названия типа «*Галина*», «*Полина*», «*Катрин*», «*Султанбек*» и др. возникли, возможно, по любой из следующих причин: в честь автора рецепта, владельца заведения, жены/мужа, любимой/любимого, детей, друзей, хороших знакомых, благозвучность и т. п.

Интерес вызывают факты вторичной онимизации известных прагматонимов: торговые названия популярной кондитерской продукции выступают в роли мотиваторов в четырех примерах: пирожное «*Баунти*», коктейль «*Сникерс*», торт «*Орео*», десерт «*Рафаэлло*». Причем используются данные единицы для названия кулинарных реалий, относящихся к категории десертов. В данном случае мотивы номинации, по нашему мнению, понятны: скорее всего, по своему составу и вкусу новые реалии приближены к известным продуктам.

В группе названий, мотивированных урбанонимами, наблюдается ступенчатая номинация. К примеру, в следующем случае: *Гуниб* (село в Дагестане) – «*Гуниб*» (кафе) – «*Гуниб*» (фирменное блюдо).

Если судить о том, каков культурно-образовательный уровень номинаторов современного дагестанского меню, то можно заключить, что в исследуемых источниках отражена экстралингвистическая информация, свидетельствующая о наличии у них разнообразных фоновых знаний. В меню встречаются литературные, исторические, кинематографические, мультипликационные, фольклорно-мифологические и другие прецедентные онимы («*Анна Каренина*», «*Мой Дагестан*», «*Госпожа Бовари*», «*Плюшкин*», «*Айвенго*», «*Анна Павлова*», «*Семнадцать мгновений весны*», «*Чебурашка*», «*Али Баба*» и др.).

Анализ языкового материала позволяет заключить, что речевой портрет современного дагестанского меню с точки зрения его ономастического компонента весьма разнообразен. В нем широко представлена группа наименований, мотивированных именами собственными.

Дагестанские кулинарные прагматонимы, образованные от онимов различных разрядов, отражают процесс развития номинационной деятельности как отдельно взятого региона, так и в целом страны. Обобщая анализ этих единиц, можно заключить, что им свойственны основные функции прагматонимов: номинативная, дифференцирующая, рекламная и познавательная.

Список литературы

1. Анисимова Е. Е. Ресторанные онимы в русской и немецкой лингвокультурах // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2006. № 1. С. 99–103.
2. Винокур Т. Г. Речевой портрет современного человека // Человек в системе наук. М.: Наука, 1989. С. 361–370.
3. Голомидова М. В. Прагматический аспект именотворчества: общий взгляд // Ономастика и диалектная лексика: сб. науч. тр. Вып. 4. Екатеринбург, 2003. С. 107–120.
4. Исангузина И. И. Прагматонимы в ономастическом пространстве: семантический, лингвокультурологический и синтаксические аспекты (на примере названий кондитерских изделий) // Вестник Башкирского университета. 2008. Т. 13. № 4. С. 990–993.
5. Матвеева Г. Г. Скрытые грамматические значения и идентификация социального лица («портрета») говорящего: дис. ... докт. филол. н.: 10.02.19 / Г. Г. Матвеева; Санкт-Петербург. гос ун-т. СПб., 1993. 449 с.
6. Подольская Н. В. Словарь русской ономастической терминологии. М.: Наука, 1988. 192 с.
7. Телия В. Н. Вторичная номинация и ее виды // Языковая номинация (виды наименований). М.: Наука, 1977. С. 123–137.
8. Файзуллина И. И. Номинация гастрономического дискурса: отражение в языковом сознании жителей полиэтничного региона // Вестник Нижегородского университета. 2012. № 5–3. С. 118–125.

**THE VERBAL PORTRAIT OF THE MODERN DAGHESTANI MENU:
ONOMASTIK STUDY**

P. A. Lekova

Dagestan State University
the Department of Russian Language

The article studies certain names of dishes, which compose verbal portrait of the modern Daghestani menu. The given analysis represents various culinary pragmatonyms derived from proper names by secondary derivational process. The culinary names are semantically studied and classified according to the corresponding onyms. An attempt is made to explain the choice of onyms for commercial branding, as well as to examine some extralinguistic factors, underlying culinary nominations.

Keywords: *verbal portrait, menu, culinary pragmatonym, secondary nomination, motivator.*

Об авторе:

ЛЕКОВА Патимат Абдулаевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка Дагестанского государственного университета (367000, г. Махачкала, ул. Гаджиева, 37), e-mail: Liekova65@mail.ru.

About the author:

LEKOVA Patimat Abdulaevna – Candidate of Philology, Associate Professor at the Department of Russian Language, Dagestan State University (367000, Makhachkala, Hajjiyev str., 37), e-mail: Liekova65@mail.ru.