

Научная статья

УДК 81

DOI 10.25205/1818-7935-2022-20-4-5-16

Восточные гастрономические эргонимы в современном русском языковом ландшафте (на материале названий ресторанов, кафе и стритфуда Москвы)

Ольга Александровна Рыжкина

Новосибирский государственный университет

Новосибирск, Россия

o_ryzhkina@inbox.ru

Аннотация

Рассматриваются названия кафе, ресторанов и предприятий стритфуда восточной (среднеазиатской и кавказской) кухни, ставшей особенно популярной в последнее время в России, с точки зрения их этнической идентификации на примере г. Москвы. В нейминге данных *эргонимов* (разновидности урбанонимов), наблюдается активизация старых ассимилированных в русском языке гастрономических (кулинарных) ориентализмов и приток новых, отличающихся креативностью на разных языковых уровнях.

Многоаспектный анализ 500 эргонимов сферы общепита, отобранных методом сплошной выборки с сайтов и из уличной рекламы, показал, с одной стороны, тенденцию к смешению различных восточных кухонь (*фьюжен*) при лидирующей роли той, которая так или иначе присутствует в названии, а с другой стороны, мы наблюдаем специализацию (диверсификацию) и в самой кухне, и в гастрономических терминах. Выявлены следующие языковые и дискурсивные приемы национальной (этнической) идентификации таких названий: использование характерных топонимов и этнонимов самостоятельно или в сочетании со словами «кафе», «ресторан»; названия колоритных традиционных национальных блюд (*кулинаризм*ов), продуктов, артефактов, кухонных атрибутов; имена собственные с прозрачной внутренней формой; культурно-маркированные прецедентные феномены (включая высказывания) и абстрактные слова; параллельное использование русского и латинского шрифтов, их гибридная форма, а также русский шрифт в восточном стиле; рисунки, фотографии и пр.

Языковое (дискурсивное) богатство тематической группы «Восточная кухня» на примере эргонимов и кулинарных терминов, на наш взгляд, косвенно свидетельствует о формировании более положительного имиджа восточных (среднеазиатских и кавказских) мигрантов в современном российском обществе, чем это было примерно десять лет назад, следствием чего становится повышенный интерес русских к их культурным ценностям. Результаты исследования могут пополнить данные словарей современных восточных заимствований, способствовать упорядочиванию их терминологической системы, а также быть использованы в курсах по лингвокультурологии, межкультурной коммуникации и урбанистике.

Ключевые слова

гастрономические эргонимы, урбанонимы, кулинарные термины, этническая идентификация, восточные заимствования, восточные культурные ценности

Для цитирования

Рыжкина О. А. Восточные гастрономические эргонимы в современном русском языковом ландшафте (на материале названий ресторанов, кафе и стрит-фуда Москвы) // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2022. Т. 20, № 4. С. 5–16. DOI 10.25205/1818-7935-2022-20-4-5-16

Eastern Gastronomic Ergonyms in Moscow Language Landscape (Based on the Restaurant, Café and Street Food Names)

Olga A. Ryzhkina

Novosibirsk State University
Novosibirsk, Russian Federation

o_ryzhkina@inbox.ru

Abstract

The article considers café, restaurant, and street food shop names related to eastern/oriental (Middle Asian and Caucasian) cuisine that has recently become extremely popular in Russia, especially so in Moscow, with regard to their ethnic identity. The naming system of the above *ergonyms*, being part of urbanonyms, has revealed both activization of old Russian assimilated gastronomic orientalisms and an influx of new ones, highly creative on different language levels.

A complex analysis of about 500 ergonyms in public catering, randomly selected from respective sites and partially from street signs and ads, has shown, on the one hand, a tendency towards *fusion* of various eastern cuisines with one of them dominating, and on the other hand, we observe a kind of specialization (diversity) in oriental cuisine and gastronomic terms. The following language and discursive ethnic identical devices have been found: use of specific toponyms and ethnonyms employed in isolation and in combination with the words 'restaurant' or 'café'; names of top traditional dishes (*culinary terms*), products, plants, artefacts, kitchen attributes; personal names with transparent inner form; culturally marked precedent phenomena (including utterances), and abstract words; parallel usage of Russian and Latin types, their hybrid form as well as Russian type imitating eastern style.

Language and discursive diversity of the thematic group "Eastern cuisine", in our opinion, indirectly contributes to forming a more positive image of the eastern (Middle Asian & Caucasian) immigrants in the Russian citizens' minds compared to that of about ten years ago, as a result of which Russians are taking a far greater interest in the Middle Asians' and Caucasians' cultural values.

The results of the research may enrich modern Eastern borrowing dictionaries, help systematize their terminology and be of use in such courses as Cultural linguistics, Inter-(cross-) cultural communication, and Urbanology.

Key words:

gastronomic ergonyms, urbanonyms, culinary terms, ethnic identification, Eastern borrowings, Eastern cultural values

For citation

Ryzhkina O. A. Eastern Gastronomic Ergonyms in Moscow Language Landscape (Based on the Restaurant, Café and Street Food Names). *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2022, vol. 20, no. 4, pp. 5–16. DOI 10.25205/1818-7935-2022-20-4-5-16

Введение

Изучение языковых заимствований, порожденных тесными межнациональными, межкультурными и языковыми контактами, в современной лингвистике неизменно актуально. В течение примерно 25 лет с начала перестройки в России по понятным причинам происходила англизация русского языка, что привело к появлению многочисленных публикаций на тему англицизмов, которые рассматривались отечественными лингвистами с разных точек зрения: мотивированность и источники, классификация, ассимиляция, влияние на процессы словообразования в русском языке, воздействие на менталитет русскоговорящих и т. п. (см. работы Нарочной Е. Б., Шевцовой Г. В., Дьякова А. И., Плунгяна В. А., Эпштейна М. Н., Кравченко А. В., Бойко С. А. и др.).

Сегодня мы столкнулись с ситуацией, когда поток англицизмов в русский язык несколько ослаб [Стернин, 2004], а восточные заимствования по-прежнему активно проникают в него, главным образом в лексикон сферы общепита. Предварительное знакомство с темой исследования показало, что восточные кафе, рестораны и предприятия стритфуда сегодня, если не преобладают над западными (европейскими, средиземноморскими, американскими), паназиатскими, русскими и другими, то, по крайней мере, вполне соотносимы с ними.

Новый приток восточных заимствований ставит перед исследователями задачу упорядочивания терминологической системы иноязычной и, в частности, восточной лексики с уче-

том того, что восточные заимствования входят в эквивалентную ассимилированную лексику и в лексику безэквивалентного характера [Мухина, 2021, с. 1759–1763]. Другая задача, стоящая перед исследователями, – интерпретация данных ориентализмов в культурологическом (аксиологическом) аспекте.

Вопрос о лингвистическом изучении города, как пишет Е. В. Красильникова в своей статье «Язык города как лингвистическая проблема», ставил еще Б. А. Ларин в далеком 1928 г.: именно он предлагал рассматривать язык города как социолингвистический феномен [Красильникова, 1988, с. 5–18]. Это направление получило дальнейшее развитие в работах современных лингвистов, в частности, Н. В. Исмагиловой и О. А. Майоровой, которые определили перспективы такого рода исследований [Исмагилова, Майорова, 2019]. Для изучения городского пространства также, на наш взгляд, важен философско-антропологический подход к его изучению, который предполагает исследование *взаимодействия города и человека в их взаимовлиянии и взаиморазвитии* [Тыхеева, 2004].

Понятие «эргонимика» вошло в научный обиход во второй половине XX века, и с тех пор изучение эргонимов как разряда урбанонимов остается актуальным. Эргонимы – один из активно пополняемых пластов лексики русского языка, они представляют собой собственные наименования предприятий различного функционального профиля: магазинов, ресторанов, казино, аптек современного российского города (<https://www.dissercat.com/content/ergonimy-sovremennogo-russkogo-yazyka-kak-mikrosistema>).

В работе предпринята попытка составить номенклатуру названий московских кафе, ресторанов и предприятий стритфуда, относящихся к восточной кухне (в основном кавказской и среднеазиатской), и проанализировать их с точки зрения национально-культурной специфики. В ходе исследования были выявлены языковые и дискурсивные приемы, используемые рестораторами с целью национальной (этнической) идентификации их предприятий.

В одной из известных нам статей, посвященных изучению названий ресторанов и кафе Москвы, авторы рассматривают данные эргонимы с функциональной точки зрения, отмечая, что их главная функция – информация и реклама. Для ее реализации рестораторы прибегают к различным креативным приемам [Коростылева, Ковалева, 2019, с. 31–38].

В другой статье на аналогичную тему эргонимы анализируются в словообразовательном аспекте с акцентом на гибридизацию [Питина, 2018, с. 60–64].

Еще одна работа на данную тему описывает эргонимы-реплики, т. е. наименования, в которых для привлечения внимания используются фрагменты – чаще реплики – из диалогов [Вепрева, 2019, с. 168–179].

Однако ни в одной из известных нам подобных публикаций гастрономические эргонимы не анализировались именно в национально-культурном аспекте.

Методы и источники исследования

Отобранные на специальных сайтах в Интернете эргонимы дополнялись примерами из наружной рекламы Москвы и Московской области и затем анализировались с точки зрения их происхождения, словообразования и семантики с учетом социокультурных коннотаций. К анализу привлекались энциклопедические, толковые и этимологические словари, а также Национальный корпус русского языка (НКРЯ). Используемые методы: сплошной выборки, лексикографический, описательный, количественный, дискурсивный, интерпретационный, сопоставительный, а также метод интроспекции, который добавил исследованию психологический аспект.

Москва и частично Московская область (МО) были источниками нашего материала, как регионы, наиболее показательные в сфере создания «этнически маркированных» наименований для коммерческих предприятий, – именно там межкультурные и межэтнические контакты особенно интенсивны.

Всего было рассмотрено около 500 номинаторов популярных кафе, ресторанов со средним ценником и предприятия стритфуда восточной кухни (преимущественно узбекской, грузинской, армянской и азербайджанской), состоящие из одного или нескольких слов, с или без сопроводительного мини-текста рекламы. Дополнительными источниками материала послужили отзывы клиентов о рассматриваемых местах общепита на соответствующих сайтах и кулинарные форумы типа forum.good-cook.ru, kulinarnyj-portal.ru, kuharka.ru.

Результаты

Предварительное исследование выявленных эргонимов подтвердило предположение о возросшей за последние 10–15 лет популярности восточной кухни среди русских, о ее диверсификации и, как следствие, о формировании более позитивного имиджа восточных мигрантов в современном российском обществе по сравнению с концом XX – началом XXI века, о чем также свидетельствуют многочисленные позитивные отзывы клиентов, подчеркивающих отличное качество и уникальность той или иной кухни, высокий уровень обслуживания, особую атмосферу и национальный колорит соответствующих заведений, включая точки уличной торговли (быстрое питание).

Номенклатурный анализ эргонимов показал, что в названиях предприятий восточного общепита в Москве отсутствует четкая система, а именно: они не представлены строго по типу какой-то одной национальной кухни, что можно объяснить тенденцией к *фьюжн* – смешению кухонь разных народов. В основе этого смешения лежат лингвистический и экстралингвистические факторы: сотрудничество рестораторов разных национальностей, распространение холдинга как организационной структуры, а также близость восточных кухонь и общие арабские, персидские и тюркские корни большинства восточных кулинарных терминов, которые нередко встречаются в гастрономических эргонимах (например, самса – блюдо, распространенное во многих регионах Азии, в Средиземноморье, в Африке, – тюркизированное слово персидских корней).

Проведенный лингвокультурологический анализ отобранных единиц позволил выявить как старые восточные заимствования тематической группы «Восточная кухня»: *плов, чебуреки, лаваши, манты, самса, хачапури, хинкали, харчо, урюк* и т. п., так и более поздние: *чайхана, халяль(ный), шаурма/шаверма, тандыр(ный), свиха, лагман(ная)*, и т. д.

Многочисленные наименования восточных, в том числе кулинарных, реалий встречаются на кириллице – *Джонджоли* (куропатка), *Сунжа* (река, правый приток Терека, проходящий по территории Северной Осетии, Ингушетии и Чечни); на латинице – *Eshak, Lavash, Nomad*; в гибридной форме – *Esh шаурма, Barashka, Хинкалофф, Плов City, Halif Life* и т. п. Ключевые короткие названия регулярно подвергаются деривации: *халяльный, хачапурия, хинкалидзе, хинкалофф, (самса) тандырная* и т. п. Широко распространено словосложение, преимущественно безаффиксальное $N + N (+ N)$, например: *Плов центр, Гранд урюк, Тандыр шаурма, Курага диван, Урюк Чердак Чайхана*, а также блендинг (*хачабургер, шаурмама*); прецедентные феномены и их перефразирование – «Белое солнце пустыни» (приключенческий фильм В. Мотыля, 1969 г.), «Не горюй!» (известный комедийный фильм Г. Данелии, 1969 г.), «Однажды в Ташкенте» (ср. американский гангстерский фильм «Однажды в Америке», 1984 г.), «Сим-Сим» / «Сезам» («Сим-сим, откройся!» – заклинание из сказки «Али-Баба и сорок разбойников», открывающее вход в пещеру с сокровищами), *Хочу хычин* (хычин – пресные лепешки в карачаево-балкарской кухне), *Гамарджоба* (грузинское приветствие), *генацвале!* (груз. ‘товарищ, друг’; ‘душа моя’, ‘заберу твою боль себе’); игра слов – *Мама тута* (тута – шелковица, ягода, из которой делают мороженое); рифмовка – *Баран в казан, Поймали хинкали, Караван Опе*; аллитерация – *Хачапури и хинкали, Шик шашлык*.

Приток новых специфичных ориентализмов с социокультурными коннотациями, например: *дастархан* (перс. ‘скатерть для трапез’), *батано* (груз. ув. ‘господин’), *дэди* (груз. ‘мама’),

рахат (тюрк. ‘удовольствие, комфорт’), *Райхан* (персидское имя, в переводе ‘ароматная трава’; татар. ‘удовольствие’) впечатляюще велик. Их креативное использование в русском языке, высокая степень лексической разработанности тематической группы «Восточная кухня» в целом, хвалебные отзывы посетителей восточных кафе и ресторанов, в том числе возросшее число любителей быстрого питания (кебаба и шаурмы¹), обсуждение и обмен популярными рецептами восточных блюд на форумах и т. п., как нам представляется, убедительно говорят о высоком уровне экономической и культурной интеграции восточных мигрантов (в первую очередь из Средней Азии и Кавказа) в российское общество. Следует отметить, что хотя кавказская кухня, особенно грузинская, издавна почиталась в России и на территории бывшего СССР, в настоящее время она явно переживает «волну обновления в современном ключе» [restoran.ru; vedomosti-spb.ru].

Анализ названий московских ресторанов и кафе на сайтах «Восточная кухня в Москве», «Узбекская кухня...», «Грузинская кухня...», «Азербайджанская кухня...», «Армянская кухня...» с точки зрения их этнической принадлежности и способов ее идентификации показал следующее:

- В рубрике «**Восточная кухня...**» (48 единиц) преобладают названия, идентифицирующие восточные кафе и рестораны, причем только в названиях трех заведений используется ключевое слово «восточный»: «Восточное бистро», «Восточный гурман», «Восточный двор». Остальные указывают на конкретную кухню через характерные топонимы или этнонимы, в том числе в сочетании со словами «ресторан» и «кафе» (10): «Однажды в Ташкенте», «Ферганское кафе», «Баку», «Ресторан корейский» и др.; названия продуктов, блюд, артефактов восточного происхождения (19): «Урюк», «Айва», «Ясмин» (жасмин), «Золотой абрикос», «Шейх Палас», «Самса № 1», «Халяль»; названия типичных заведений общепита («Чайха(о)на»² – 6, «Шашлычная» – 1). Обращают на себя внимание оригинальные новые наименования, которые звучат по-восточному, но не семантизируются посетителями, вызывая тем самым естественный интерес: «Дэди» (груз. зват. ‘мама, мамочка, мамаша’), «Таманно» (узбек. ‘кокетство’; уст. ‘желание’; ‘просьба’), «Тажинерия» (тажины (араб.) – халяльные мясные блюда марокканской кухни), «Баракат» (араб. ‘благословение, деяние’), «Вай Мэ!» (ваймэ (груз.) – восклицание удивления, радости). Лишь пять примеров из выборки можно квалифицировать как этнически неидентифицирующие: «Вегетарианский фудкорт», «Трофи», Zbs eat, «Кафе-бар», «Тачки».
- в рубрике «**Узбекская кухня...**» (50 названий) половину составляют идентифицирующие названия: через устоявшееся наименование предприятий узбекского общепита «Чайха(о)на» (21), включая «Чайхона № 1» и Vasilchuki Chaihona (совместная российская сеть предприятий), окказиональные («Лагманная», «Столовая Inter»), а также через характерные топонимы и этнонимы типа «Узбекская (национальная) кухня», «Золотая Бухара», «Ресторан Узбекистан». Остальные эргонимы называют узбекские (и другие восточные) блюда, продукты, реалии: *Урюк* (3), *Тапчан* (3)³, *Эзо*⁴ и др.; через прецедентные феномены (ПФ) и регулярные словосочетания: *Однажды в Ташкенте*, *Белое солнце пустыни*, *Базара нет* (сленговое выражение согласия с собеседником), *Сим-Сим*, *Вкус Востока*; через ключевые слова и имена собственные: *Ро(а) хат*, *Райхан*. К этнически неясным в данном случае относится «Страна которой нет» (Novikov Group, сеть ресторанов в Москве, открытых в 1991 г., первоначально рыбное место) – название, в котором угадывается отсылка к бывшему СССР.

¹ Донер-кебаб и шаурма – похожие блюда, отличающиеся происхождением: кебаб – турецкое, шаурма – арабское.

² Кит., перс. ‘чайная’ (в Средней Азии, Азербайджане, Афганистане, Турции, Крыму и Иране).

³ Тип уличной мебели, характерной для Центральной Азии, особенно для Таджикистана и Узбекистана.

⁴ Груз. ‘двор’; ‘дворяжка’.

- на сайте *«Грузинская кухня...»* (50 названий) лишь четыре эргонима содержат в своем составе прямые указания на этнос: «Грузинский ресторан», «Старая Грузия», «Жарим по-грузински», Georgia Hinkali. Большая же их часть представляет собой косвенную референцию, поскольку они образованы от названий традиционных грузинских блюд с аффиксацией или без, в том числе в сочетании с другими словами (14): *Хинкальная, Хинкальная № 1, Хинкальная Легенда, Хинкальная Триумф, Есть Хинкали и Пить Вино, Хачапури и Хинкали, Ткемали, Чача (Room)*; от кулинарных атрибутов (*Мангал*) и грузинских реалий, в том числе ПФ (*Не горюй!, Ресторан Генацвале VIP, Асса⁵, Мама Тута*).

Обращают на себя внимание названия, идентифицирующие восточные предприятия общепита обобщенно, что, как и в предыдущих случаях, свидетельствует о смешении различных кухонь: «Баклажан» (растение рода паслен, родина – субтропики Азии), «Нав(б)ат» (традиционная восточная сладость), «Долмама» (долма – классическое азербайджанское блюдо), Eshak (осел, ишак по-узбекски), «Чайхона Баракат», Vasilchuki Chaihona, Gayane's (армянское популярное женское имя).

Неявно идентифицирующими, и потому наиболее интересными, можно считать названия Vabasha (груз. 'мирное утро / мирный вечер / мирной ночи'), ресторан Vagebi (груз. 'любимый, любимая'), гастромаркет «Балчук»⁶, «Моди» (груз. 'приходи'), «Эларджи» (грузинская кукурузная каша с большим количеством сыра). Остальные названия следует рассматривать как неидентифицирующие: «Сорока», Porto, «Тейст», «Сам пришел», «Архитектор», Pataria и др.

- *«Азербайджанская кухня...»* на сайте представлена 52 эргонимами, 12 из которых топонимы в той или иной форме (*Баку, Азербайджан, Вкус Азербайджана, Бакинский дворик/бульвар/рай*). Остальные наименования – микс восточных эргонимов: *Хинкальная* (груз.), *Чайхана* (в основном узбек.), *Восточный дворик, Ресторан Узбекистан, Сунжа, Ферганское кафе, Шейх Палас, Кавказский дворик, Шафран, Босфор, Миладж* (вознесение пророка Мухаммеда на небеса) и др. Во всех этих заведениях собственно азербайджанские блюда составляют только часть меню, например *долма* (что-то вроде голубцов), *аджапсанда* (овощное соте; азерб. 'какая ты превосходная'), *люля-кебаб* (в просторечье шашлык). Интересно, что в азербайджанском ресторане Plov project в меню встречается два вида узбекского плова, а не азербайджанского: самаркандский плов, ташкентский праздничный плов. Этнически неидентифицирующих названий оказалось больше, чем в предыдущих случаях – 16 ед. («Каретный двор», «Гурман», «Маэстро», «Шарманка», Fox, Mr Gaydar, Olymp Junior, «Виктория», «Водопад», «Гладиатор», «Соседи», Slava и др.)
- Из 42 названий на сайте *«Армянская кухня...»* пять маркированы как этнические: «Армения», «Армянский переулок», «Арапат», «Ноев Ковчег», Gayane's. Остальные смешанного типа: «Самарканд» (узбек.), «Lavash», «Долмама» (груз.), «Оджахури» (груз., мясо с картофелем), «Восход», «Шашлык хаус», «Шашлычный двор», «Хочу шашлык», «Ла Хинкали» и др. Интерес представляют названия неявно идентифицирующие: «Лусар» (тюрк. имя, означает 'чистый цветок') и «Авлабар» (Маленькая Армения в Тбилиси), «Дудук» (армянский деревянный духовой инструмент, 'абрикосовая труба').

Наряду с неидентифицирующими названиями вроде «Старый фаэтон», Slava, Leon, Maer, «Карс фуд», встречаются «русизмы» – названия московских/российских реалий с образными коннотациями: «Ресторан домашний», «Наш двор», «Яуза», «На Басманной», «Загородный», «Трактир на Лодочной», «Тишинка Гастро Холл».

⁵ Восклицание во время кавказского танца, лезгинки, воинственный возглас, призыв к соревнованию.

⁶ Тат. 'глина'; 'рыбный торг, привоз, базар'; Балчук – историческая местность в центре Москвы.

Возможно, по мнению рестораторов, такая реклама более привлекательна для москвичей и гостей города, так как она созвучна с их чувством любви к дому, уюту, «своему» общему прошлому и т. д.

Наружная реклама и вывески мест общепита восточной кухни этническую принадлежность подчеркивают весьма креативно. Нередко они представляют собой распространенные названия с оценочным определением или мини-текст («Курага Диван». *Душевный ресторан*; «Манто-руб». *Сделано с душой*; Turkish Cuisine & Quality Halal Meat; «Батоно». *Вкус Грузии с щепоткой любви. Ресторан гостеприимной кухни*). На уличной доске объявлений (outdoor sign), стоящей около заведения, может быть размещен приветственный текст, в том числе на нескольких языках: английском – Turkish street food, турецком – Hos geldin, русском – *Хорошо, что вы пришли, Вкусная турецкая еда и ароматнейший кофе*.

Для привлечения внимания в наружной рекламе также широко используется визуальная стилистика: стилизованный шрифт, напоминающий арабскую вязь, рисунки (например, барашек), яркие портреты представителей той или иной национальности. Наглядно показана тенденция к комбинации кухонь различных культур в одном заведении (*Турецкая *** Европейская *** Кавказская кухня*).

Наблюдается креативность рестораторов в словообразовании (*Хинкалофф*, *Хинкалидзе*, *Mr Шаверман*, *Шаурмама*); стилистической игре с рифмой (*Поймали Хинкали*) или характерным акцентом (*Белый барашка*), который не воспринимается уже как уничижение. В названиях часто присутствует этнокультурная специализация кухни: *Плов city. Узбекская кухня*; *Кафе Самарканд. Узбекская кухня*; *Шаурма по-турецки/по-арабски/овощная/с курицей/с говядиной*; *Адыгейская кухня* (разновидность северокавказской кухни, по названию горского народа, родственного черкесам); *Хачапури по-аджарски* (аджарская кухня – кухня грузинских мусульман).

Нельзя не заметить тенденцию к «присвоению» еде, блюдам статуса нематериальных объектов: **Формула теста:** *пельмени, манты, вареники, блины, сырники, котлеты, голубцы, овощи*; **Мясная тема.** *Всегда свежая шаурма*. Неудивительно, что грузинская лепешка хачапури в 2019 г. получила статус нематериального памятника культурного наследия Грузии (НКРЯ).

Случайная выборка отзывов и обсуждений национальных восточных блюд на кулинарных форумах подтверждает необыкновенную популярность восточной кухни в современной России. В подавляющем большинстве отзывов дается очень высокая оценка блюдам, продуктам, меню, рецептам и заведениям в целом. Вот характерные примеры: «Слоеный хачапури – пальчики оближешь»; «Пирожки свиха с сыром и мясом, как у мамы»; «Девочки, свиху у нас в городе делают трех видов»; «Симпатичный восточный ресторан»; «Прекрасное атмосферное место»; «Очень приятное место со стильным интерьером»; «Уютное домашнее местечко»; «Можно вкусно и недорого поесть»; «Если хочется немного Грузии, то иду исключительно сюда»; «Отличный ресторан и очень вкусное хинкали»; «Когда в грузинском ресторане подают грузины, это просто вышка удовольствия»; «...Вечером живая музыка, музыкант играл на гитаре и пел песни на грузинском языке».

Что касается уличной торговли, то совершенно очевидно, что самым популярным продуктом быстрого питания среди разных слоев населения в последние 7–10 лет стала шаурма или шаверма (вариант названия, использующийся в Санкт-Петербурге). В связи с большой конкуренцией в сфере фастфуда, его качество значительно улучшилось. О шаурме говорят как об искусстве: «На прошедшей в рамках (шаверменного) форума лекции “Шаурма сегодня” организаторы рассказали об эволюции социокультурного значения шаурмы, о роли стритфуда в жизни горожан, о значимости шаурмы во Владивостоке и мире...». «Шаурма объединяет и студента, и работника, и футболиста “Зенита”, и Сергея Шнурова» (РИА Новости, 02.2017; НКРЯ).

Обсуждение и выводы

Проведенное исследование названий ресторанов, кафе и точек уличной торговли восточного происхождения с позиции этнокультурной идентичности в Москве и МО подтвердило предположение об особой популярности среднеазиатской и кавказской кухни у русских сегодня и позволило выявить наиболее актуальные гастрономические ориентализмы в данной сфере. Среди названий блюд и мест питания встречаются как уже ассимилированные, так и новые; при этом и те, и другие используются весьма креативно и сочетают гибридные культурные смыслы и коннотации, отражающие специфику исторически сложившейся в этом евразийском ареале межкультурной общности. Эти культурные заимствования вполне подпадают под определение *Cultural Translation*, данное в работе Buden & Nowotny [2009].⁷ Конечно, это перевод в переносном смысле, то есть заимствование и освоение чужих форм реализации привычных жизненных потребностей, продуктов материальной культуры. Но именно такой «перевод-апроприация» или «перевод-локализация» (например, американской системы кинопроката, «макдональдсов») оказывает самое прямое воздействие на эволюцию социальных (поведенческих) кодов принимающей культуры.

Источники материала (сайты восточной кухни – как общей тематики, так и специализированные, отзывы посетителей, обсуждения на гастрономических форумах, уличная реклама) и методы его исследования (сплошная и случайная выборка, лексикографический анализ, обращение к корпусным данным, а также метод интроспекции) дают достаточно полную картину языкового ландшафта Москвы, однако для понимания глубинных процессов целесообразно обратиться к данным «Русского ассоциативного словаря» и/или провести ассоциативный эксперимент с московскими информантами на предмет восприятия ими восточных эргонимов (кулинарных терминов) с разных точек зрения. Новые и уточненные уже имеющиеся сведения могли бы пополнить данные словарей современных восточных заимствований.

Важным в дальнейшем представляется также расширение географии исследования. Данные по восточным гастрономическим эргонимам в российских регионах позволили бы провести интересное сопоставительное исследование лингвокультурологического плана.

Главный результат исследования видится в выявлении разнообразных способов этнической идентификации. Они говорят о наличии у владельцев заведений необходимых компетенций, что возможно только в случае успешного сотрудничества предпринимателей разных национальных групп: кавказцев, узбеков, русских, представителей прочих этносов и подэтносов, которые либо успешно интегрировались в российское общество, либо проживают постоянно в статусе мигрантов. Современных горожан, воспитанных в интернациональном духе в советское время, не удивляет, что в грузинском ресторане им предлагают блюда разных восточных кухонь, хотя грузинские будут среди хитов в меню. Смешение кухонь, фьюжен, сегодня главный тренд, который, по-видимому, все принимают (ср. сеть топ-ресторанов «Вокруг света»). При этом, восточная кухня в отличие от классического американского фастфуда не вызывает особой критики и уж тем более отторжения. Она часто ассоциируется в сознании россиян с качественной (иногда деликатесной) кухней и не относится к категории *junk food* (нездоровая пища⁸).

Довольно большое количество незнакомых названий с культурными коннотациями, которые идентифицируются как восточные, но не связываются русскоговорящими с конкретной этнической кухней, вызывают у посетителей естественный интерес к культурным явлениям, стоящим за этими названиями. В целом, можно сказать, что восточная кухня (особенно среднеазиатская и кавказская), которая оказалась у нас на пике популярности в настоящее время,

⁷ Феномен проанализирован подробно с позиций Стандартной (классической) теории лингвистического и текстоцентрического перевода в [Фефелов, 2018, с. 133–169].

⁸ Перевод правильный, но он скрывает крайне негативные коннотации многозначного слова *junk* в американской культуре. В Google Translate они таковы: 'барахло, хлам, рухлядь, отбросы, наркотик'.

транслирует свои многие культурные ценности: веру, приверженность к халяльной еде как ее проявлению, дружелюбие и гостеприимство, уважительное отношение к каждому, кто оказался на «их территории», к родителям и т. д.

Общеизвестно, что в рестораны, кафе и прочие заведения общепита люди все больше ходят не поесть, а пообщаться, так как эти заведения играют важную психологическую роль в жизни современных горожан – поддержание духа. Хочется надеяться, что кухни мира – в частности, среднеазиатская и кавказская – окажутся той объединяющей культурной скрепой, которая поможет городским жителям в нашей стране, независимо от их национальности, пережить непростые времена геополитических конфликтов и социальной нестабильности.

Исследование современных восточных заимствований в русском языке, как и русских в восточных языках, может дать ключ к изучению сегодняшнего состояния межнациональных и межэтнических отношений на пространстве бывшего СССР и СНГ. Оно также интересно в контексте специфики русской национальной идеи, преломленной определенным образом в евразийской теории Н. С. Трубецкого, «русского мира» и т. п. Действительно, как было замечено ранее, хорошо знакомые нам по жизни черты нашей культурной евразийской гибридности часто воспринимаются на Западе как отсталость, как «страшное» ордынское влияние. Тем не менее, «у нас даже есть свой Париж, тоже гибридный – татарский по этносу, русский по административной территории и французский по своей исторической сути <...>» [Фефелов, 2015, с. 71–72].

Список литературы

- Булгаков М. А.** Проблемы этнической миграции в современной России // Вестн. Перм. ун-та. Серия: Политология. Пермь, 2010, №4, с. 88–100.
- Вепрева И. Т.** Современный эргонимикон: в поиске новых форм выражения // Вопросы ономастики. 2019. Т. 16. № 4. С. 168–179.
- Дьяков А. И.** Статика и динамика англицизмов в системе русского языка: многоаспектное лингвистическое моделирование: Автореф. дис.... д-ра филол. наук, Омск, 2015, 42 с.
- Исмаилова Н. В., Майорова О. А.** Язык города как социолингвистическая проблема: перспективы изучения // Филология и искусствоведение. Башкирский гос. ун-т. Уфа, 2019. С. 900–906.
- Коростылева И. С., Ковалева Л. В.** Специфика эргонимов ресторанного бизнеса (на примере названий ресторанов г. Москвы) // Актуальные вопросы современной филологии и журналистики. 2019. № 2 (33). С. 31–38.
- Красильникова Е. В.** Язык города как лингвистическая проблема // Живая речь уральского города: сб. научн. тр-в. Свердловск: изд-во УрГУ, 1988. С. 5–18.
- Ларин Б. А.** О лингвистическом изучении города. 1928 // История русского языка и общее языкознание. М., 1977. С. 175–189.
- Мухина Н. Н.** Система терминологических восточных заимствований в современном русском языке // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2021. Том 14. Вып. 6. С. 1759–1763.
- Нарочная Е. Б., Шевцова Г. В.** Иноязычные слова в современной российской публицистике // Язык и культура. 2009. № 4 (8). С. 84–97.
- Нечаева И. В.** Мотивированность иноязычных заимствований: орфографический аспект проблемы // Русский язык в научном освещении. 2005. № 1 (9). С. 83–95.
- Питина С. А.** Гибридизация в эргонимах (на материале названий кафе и ресторанов) // Вестн. Челябинского гос. ун-та. Серия: Филологические науки. 2018. № 1 (411). С. 60–64.
- Плунгян В. А.** Русский язык – честное зеркало общества [Электронный ресурс]. URL: Genling.ru/news/item/f00/s03/n0000384/index.shtml (дата обращения: 10.06.2022).

- Стернин И. А.** Общественные процессы и развитие современного русского языка / Очерк изменений в русском языке XX – начала XXI века. Воронеж, 2004. 93 с.
- Тыхеева Ю. Ц.** Человек в городском пространстве (философско-антропологические основания урбанографии): Автореф. дис. ... д-ра. филос. наук. Санкт-Петербург, 2004. 35 с.
- Фефелов А. Ф.** Этнокультурные проблемы и дилеммы перевода (критика метафорического разума) [Электронное издание]. Новосибирск: ИПЦ НГУ, 2018. 390 с. URL: e-lib.nsu.ru/reader/bookView.html?params=UmVzb3VyY2UtNDE3Mw/cGFnZTAwMDAw&q=#{simple_query}?collectionHandle=Site (дата обращения: 20.10.2022).
- Фефелов А. Ф.** Геокультурные координаты российской переводческой интерпретанты (Западно-Восточный переводоведческий диван) // Вестн. Новосиб. гос. ун-та. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2015. Т. 13, вып. 3. С. 55–78.
- Шуменко М. А.** Этническая миграция в контексте межкультурных взаимодействий. Автореф. дис.... канд. ист. наук. Ростов-на-Дону, 2009. 22 с.
- Эпштейн М. Н.** Русский язык: система и свобода [Электронный ресурс] // Культура письменной речи. URL: <http://grammar.ru/RUS/?id=1.40> (дата обращения: 15.08.2022).
- Buden B., Nowotny S.** Cultural translation: An introduction to the problem, and Responses // Translation Studies. 2009. vol. 2(2). Pp. 196–219.
- Kravchenko A. V., Boiko S. A.** What is happening to Russian? Linguistic change as an ecological process // Russian Journal of Communication. 2014. Vol. 6, no. 3. Pp. 232–245.

Справочная литература

- Национальный корпус русского языка [Электронный ресурс]. 2003–2022. <https://ruscorpora.ru>.
- Шипова Е. Н.** Словарь тюркизмов в русском языке. Алма-Ата.: Наука, 1976. 444 с.

Список источников

- <https://yandex.ru/search/?clid=2285101&text=Easten+cuisine+in+moscow&lr=65>.
- <https://yandex.ru/search/?clid=2285101&text=georgian+cuisine+in+moscow&lr=65>.
- <https://yandex.ru/search/?clid=2285101&text=uzbek+cuisine+in+moscow&lr=65>.
- <https://yandex.ru/search/?clid=2285101&text=azerbaijn+cuisine+in+moscow&lr=65>.
- <https://yandex.ru/search/?clid=2285101&text=armenian+cuisine+in+moscow&lr=65>.
- <https://forum.good-cook.ru>.
- <https://kulinarnyj-portal.ru>.
- <https://kuharka.ru>.
- <https://maxvps.ru>.
- <https://hlebniydvor.ru>.
- <https://zen.yandex.ru>.
- <https://eda.ksk66.ru>.

References

- Buden, B., Nowotny, S.** Cultural translation: An introduction to the problem, and Responses. *Translation Studies*, 2009, vol. 2(2), pp. 196–219.
- Bulgakov, M. A.** Problems of ethnic migration in modern Russia. *Vestn. Permskogo un-ta. Seriya: Politologiya*, 2010. (in Russ.)
- Epstein, M. N.** Russian language: a system and freedom [Online]. In: *Culture of Written Language*. URL: <http://grammar.ru/RUS/?id=1.40> (accessed on 15.08.2022).
- Diyakov, A. I.** Statics and dynamics of anglicisms in the Russian language system: multi-asset linguistic modelling. Dr Sc. Thesis Abstr., Omsk, 2015. (in Russ.)

- Ismagilova, N. V., Mayorova, O. A.** City language as a sociolinguistic issue: research prospects. *Philology and arts study*, 2019, pp. 900–906. (in Russ.)
- Korostileva, I. S., Kovaleva, L. V.** Restaurant Business Ergonym specificity (based on Moscow Restaurant Names). *Aktualnye voprosy sovremennoy filologii i zhurnalistiki*, 2019, no. 2 (33), pp. 31–38. (in Russ.)
- Krasilnikova, E. V.** City Language as a Linguistic Issue. Live Speech of the Ural City. Sverdlovsk: Ural State University, 1988, pp. 5–18. (in Russ.)
- Kravchenko, A. V., Boiko, S. A.** What is Happening to Russian? Linguistic Change as an Ecological Process. *Russian Journal of Communication*, 2014, vol. 6, no. 3, pp. 232–245.
- Mukhina, N. N.** Terminology System of Eastern Borrowings in Modern Russian. *Philological sciences*, vol. 14, no. 6, pp. 1759–1763. (in Russ.)
- Narochnaya, E. B., Shevtsova, G. V.** Foreign Words in Modern Russian Publicist Genre. *Language and Culture*. 2009. № 4(8). P. 84–97 (in Russ.)
- Nechaeva, I. V.** Foreign Borrowing Motivation: orthography aspect. *Russian Language and Linguistic Theory*, 2006, no. 1(9), pp. 83–95. (in Russ.)
- Pitina, S. A.** Hybridization in Ergonyms (based on the restaurant and café names). *Bulletin of Chelyabinsk University. Series: Philological Sciences*, 2018, no. 1(411), pp. 60–64. (in Russ.)
- Plungyan, V. V.** Russian language is an honest mirror of society [Online]. URL: Genling.ru/news/item/f00/s03/n0000384/index.shtml (accessed on 10.06.2022). (in Russ.)
- Shumenko, M. A.** Ethnic migration in the context of multicultural communication. PhD Thesis Abstr. Rostov-on-Don, 2009. 22 p. (in Russ.)
- Sternin, I. A.** Social processes and development of modern Russian. In: *An essay on changes in the Russian language of the 20th and 21st centuries*. Voronezh, 2004. 93 p. (in Russ.)
- Tikheeva, Yu. Ts.** Man in a City Landscape (on philosophical and anthropological basis for urbanology). PhD Thesis Abstr. St.Petersburg, 2004. 35 p. (in Russ.)
- Fefelov, A. F.** Ethnocultural dilemmas and puzzles of translation: critique of metaphorical reason [Online]. Novosibirsk, Novosibirsk University Press, 2018, 390 p. URL: e-lib.nsu.ru/reader/bookView.html?params=UmVzb3VyY2UtNDE3Mw/cGFnZTAwMDAw&q=#{simple_query}?collectionHandle=Site (accessed on 20.10.2022). (in Russ.)
- Fefelov, A. F.** Geocultural Coordinates of the Russian Translation Thought and of its Interpretative Background (East-West Translational Divan). *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2015, vol. 13, no. 3, p. 55–78. (in Russ.)
- Vepreva, I. T.** Modern ergonyms: in search of new forms of expression. *The issues of Onomastics*. 2019, vol. 16, no. 4, pp. 168–179.

Dictionaries

- National Corpus of Russian Language [Online]. 2003–2022. <https://ruscorpora.ru>.
- Shipova, E. N.** Dictionary of turkisms in Russian language. Alma-Ata: Nauka, 1976. 444 p.

List of Sources

- <https://yandex.ru/search/?clid=2285101&text=Easten+cuisine+in+moscow&lr=65>.
- <https://yandex.ru/search/?clid=2285101&text=georgian+cuisine+in+moscow&lr=65>.
- <https://yandex.ru/search/?clid=2285101&text=uzbek+cuisine+in+moscow&lr=65>.
- <https://yandex.ru/search/?clid=2285101&text=azerbaijn+cuisine+in+moscow&lr=65>.
- <https://yandex.ru/search/?clid=2285101&text=armenian+cuisine+in+moscow&lr=65>.
- <https://forum.good-cook.ru>.
- <https://kulinarnyj-portal.ru>.
- <https://kuharka.ru>.

<https://maxvps.ru>.
<https://hlebniydvor.ru>.
<https://zen.yandex.ru>.
<https://eda.ksk66.ru>.

Информация об авторе

Рыжкина Ольга Александровна, канд. филол. наук, Новосибирский государственный университет, Новосибирск, Россия

Information about the Author

Olga A. Ryzhkina, PhD in Philology, Novosibirsk State University, Novosibirsk, Russia

Статья поступила в редакцию 28.06.2022;

одобрена после рецензирования 07.09.2022; принята к публикации 28.10.2022

The article was submitted 10.06.2022; approved after reviewing 07.09.2022; accepted for publication 28.10.2022