

УДК 801. 313

**НОМИНАЦИЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ДИСКУРСА:  
ОТРАЖЕНИЕ В ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ ЖИТЕЛЕЙ  
ПОЛИЭТНИЧНОГО ГОРОДА<sup>1</sup>**

© 2011 г.

**И.И. Файзуллина**

Башкирский государственный педагогический университет им. М. Акмуллы

ils.82@mail.ru

*Поступила в редакцию 13.09.2012*

Рассматриваются номинации гастрономического дискурса (прагматонимы), в частности номинации продуктов питания, и их связь с мотивирующими единицами. Исследуемые прагматонимы способствуют формированию когнитивной модели мира современного человека, а также, активно функционируя в полиэтничном городе, расширяют языковое сознание горожан.

*Ключевые слова:* гастрономический дискурс, прагматоним, когнитивная модель мира, языковое сознание, полиэтничный город.

Современные научные концепции уходят корнями в прошлое, переосмысление которого приводит ученых к выводу о нереальности изучения человека без языка, а языка без человека (А.А. Ворожбитова, В.И. Карасик, Е.С. Кубрякова, А.П. Чудинов, В.И. Шаховский и др.). Именно поэтому возникновение антропоцентрической лингвистики, рассматривающей язык в неразрывной связи с человеческой деятельностью, свидетельствует о серьёзном методологическом сдвиге, который наметился ещё во времена В. Гумбольдта. Понимание того, что всестороннее описание языкового явления невозможно без учета типа социальной активности, в которую вовлечен человек, приводит ученых к выработке когнитивно-дискурсивного подхода, подчиняющегося принципам «обязательного рассмотрения каждого языкового явления, каждой языковой формы с точки зрения её участия в выполнении языком двух его важнейших функций – когнитивной и коммуникативной» [1, с. 519].

Среди многих проблем антропоцентрической лингвистики в современной науке большое внимание уделяется проблеме изучения дискурса, в рамках теории которого обсуждаются самые разнообразные вопросы, начиная с дефиниции термина до выявления специфики структуры дискурса в различных сферах функционирования. Пространство дискурса многомерно и захватывает такие фундаментальные науки, как история, философия, психология, литературо-

ведение, языкознание. В лингвистике интерес к дискурсу обусловлен тем, что дискурс-анализ позволяет исследовать природу речевого высказывания с самых разных точек зрения. С его помощью становится возможным рассмотрение языковых фактов сквозь призму психических и социальных процессов.

В современном понимании сфера изучения дискурса включает в себя обширный спектр вопросов как лингвистического, так и экстралингвистического свойства, что позволяет рассматривать дискурс в качестве продукта речевого действия с присущей ему смысловой однородностью, актуальностью, жанровой и идеологической принадлежностью, а также соотносённостью с целым слоем культуры, социальной общностью и даже с конкретным историческим периодом [2, с. 24].

В нашей работе под дискурсом (гастрономическим) понимается особое использование языка, в данном случае русского, функционирующего в сфере «повседневной культуры» для выражения особой ментальности, что проявляется в названиях продуктов, национальных предпочтений в еде, специфических поведенческих сценариев. Такой подход активизирует отдельные параметры языка, требующего в конечном счете характерной лексики, грамматики, особого набора речевых жанров и пр. Дефиниция гастрономического дискурса напрямую соотносится с его хрестоматийным определением, данным Н.Д. Арутюновой: «Дискурс... – связанный текст в совокупности с экстралингвистическими, прагматическими, социокультурными и другими факторами; текст, взятый в событийном аспекте; речь, рассматриваемая как целена-

<sup>1</sup> Финансирование

Исследование выполнено при поддержке Министерства образования и науки Российской Федерации, соглашение № 14.В37.21.0095 «Когнитивные исследования национальной концептосферы: язык, текст, культура».

**Funding**

The study was supported by The Ministry of education and science of Russia, project № 14.В37.21.0095.

правленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмах их сознания (когнитивных процессах). Дискурс включает паралингвистическое сопровождение речи (мимику, жесты) и изучается с соответствующими «формами жизни» (репортаж, инструктаж, светская беседа и т.д.)» [3, с. 136–137].

**Гастрономический дискурс**, выступающий в качестве сложной многоаспектной структуры, предстаёт как процесс коммуникативно-прагматической повседневной деятельности человека. Следует также отметить, что сам термин *гастрономический дискурс* вполне соотносится с терминами, именуемыми другие виды дискурсов (городским, религиозным, юридическим, музыковедческим и пр.), которые выделяются исследователями. Данный тип дискурса А.В. Олянич (по его терминологии, **глуттонический** – от лат. *gluttonare* «есть, питаться, поглощать пищу») определил как «особый вид коммуникации, связанный с состоянием пищевых ресурсов и процессами их обработки и потребления» [2, с. 168]. По мнению исследователей, в современном обществе представления о пище, еде образуют когнитивную систему этноориентированных ценностных и культурных доминант, связанных между собой общей идеей глуттонии, т.е. потребления и поддержания жизни человека. Эта система состоит из знаков, образующих четкую иерархию и имеющих свою особую лингвистическую интерпретацию, что приводит учёных к выводу о правомерности рассмотрения гастрономического дискурса как отдельной лингвистической проблемы [2, с. 426].

Ученые относительно недавно приступили к изучению данного вида связанных текстов. Однако в настоящее время анализу уже подверглись содержательное пространство гастрономического дискурса (А.В. Олянич), его семиотика (С.В. Захаров, А.Ю. Земскова), субъекты деятельности, функции, признаки (Н.П. Головницкая) и другие аспекты. В этом плане особый интерес представляет сборник научных трудов «Коды повседневности в славянской культуре: еда и одежда», в котором, в частности еда, представлена как один из центральных концептов повседневности, вокруг которого выстраивается «система ценностных ориентиров человека в различные периоды его жизни и в различных культурных стратах» [4, с. 4].

Количество, качество, ассортимент потребляемых пищевых продуктов решающим образом отличается у разных этносов, а искусство приготовления и потребления пищи является

одной из самых древних областей человеческой деятельности, в которой проявляются национально-специфические, социально-специфические и эстетические нормы поведения [5].

Именно поэтому, говоря о гастрономическом дискурсе, в частности о названиях продуктов, отметим, что здесь основными признаками следует считать национально-специфическую и личностную направленность, а также организацию языка в виде особой знаковой системы, включающей в себя такие факторы, как символы национальной культуры, гендерные, социальные, религиозные и пр. характеристики.

В связи с тем, что номинативная составляющая гастрономического дискурса остается для ученых *tabula rasa*, целью данной статьи является анализ корпуса номинаций продуктов питания и его отражение в языковом сознании жителей полиэтничного города, каковым является столица Башкортостана Уфа. Это тем более важно, поскольку на протяжении времени исследования нами данной проблемы состав языковых единиц постоянно расширяется. Все чаще различия в названиях связывают с новыми квалификационными характеристиками пищи: полезная для здоровья, вредная, традиционная, современная, экологическая, национальная, «заимствованная» и пр.

Проблема номинации всегда была одной из центральных проблем теоретической лингвистики. Определяя номинацию как «образование языковых единиц, характеризующихся номинативной функцией» [3, с. 336], «как название, именование, присвоение имени, процесс наименования» [6, с. 91], исследователи вместе с тем отмечают, что номинация – исключительно сложное явление, уяснение сущности которого связано с решением целого комплекса проблем; что это явление намного шире и сложнее, чем просто создание значимых единиц. Номинация – это «процесс, постоянно сопутствующий познанию человеком окружающего мира» [7, с. 236], и в нем большую роль играет оценочный момент, наличие так называемой избирательной заинтересованности, которая заключается в преимущественном выделении одних объектов (или свойств, признаков, качеств предметов), по сравнению с другими. Как известно, эмоции и оценки, свойственные человеку, становятся одной из форм отражения действительности. В силу этого создание словесного знака как имени «становится фактом психологии и социально-духовной жизни человека, в результате теория номинации сталкивается с непрогнозируемыми по своей природе процессами» [8, с. 135].

В теории различают несколько видов номинации – первичную (явление весьма редкое в современных языках) и вторичную (вторичное использование существующих языковых форм в роли названия).

Названия пищевых продуктов, как и все имена собственные, являются результатом вторичной номинации, когда «в акте номинации используется фонетический облик существующей единицы в качестве имени для нового обозначаемого» [9, с. 87]. Результаты вторичной номинации воспринимаются как производные единицы по морфологическому составу или по смыслу. Способы вторичной номинации различаются в зависимости от языковых средств, привлекаемых к созданию новых имен, и от характера соотношения «имя – реалия».

Теория номинации тесно связана с когнитивным подходом, поскольку одним из её важнейших вопросов является вопрос о том, какая часть знаний об объекте получает отдельное наименование. Осмысление акта номинации с когнитивных позиций означает поиски ответа на вопрос, какие наборы концептов и почему вербализуются в данном языке и какая конкретная языковая форма выбрана при этом для решения обозначенной задачи.

*Названия продуктов*, или *прагматонимы* (от греч. *πραγμα* ‘предмет; вещь’ + *ονομα* ‘имя; название’), трактуются в словаре Н.В. Подольской как “номены для обозначения сорта, марки, товарного знака” [6, с. 81]. Специфичность этих онимов заключается в том, что: 1) они «маркируют» серию, тип однородных объектов и относятся как к отдельному элементу ряда, так и ко всей серии в целом; 2) относятся к сфере производства и торговли, что предполагает наличие аттрактивной и рекламной функций; 3) у данного вида онимов наличествует более значимая связь с экстралингвистическими факторами: они должны соответствовать определенным законодательным нормам, их соотношение с конкретным объектом фиксируется юридически.

Прагматонимы не только отражают, но и во многом способствуют формированию картины мира современного человека, или его когнитивной модели мира. Именно специфика гастрономической номинации составляет характерный для каждой нации арсенал языковых средств, в котором находит своё отражение дух народа. Данное явление со всей очевидностью прослеживается в номинациях значимых для русской культуры продуктов питания. Выявленные нами типы прагматонимов, как выяснилось, участвуют в формировании языковой картины мира

человека с самого его рождения. Так, ориентируясь на детскую целевую аудиторию, номинатор создает названия конфет, в которых отражены знакомые ребенку междометия: *Брысь-Брысь, Жу-Жу, Кис-кис, Кря-кря, Му-му, Мур-Мур, Туп-туп, Цып-Цып, Оп-на!, Сделай Ам!* и др. Подрастая, юный адресат знакомится с антропонимами, состав которых увеличивается год от года и включает названия сладостей и мороженого, обозначающих: русские мужские имена *Ваня, Ванька, Гоша, Дядя Миша, Ивашка, Крошка Антошка, Тимка*; русские женские имена: *Алёнка, Василиса, Манька, Маришка, Валентина, Маринка, Марья, Машенька, Светлана* и т.п.

Поле имен также вбирает в себя названия:

1) животных, обитающих в России: белка (конфеты *В гостях у белки, Бельчонок, Белочка, Белочка-разумница, Белочка-шалунья, Рыжая Белочка*); бурндук (конфеты *Бурндучок с орехами*); заяц (мороженое *Зайчонок*, конфеты *Зайка-зазнайка, Озорной зайчик*); медведь (конфеты *Мишутка, Мишка, Мишка на велике, Мишка на Севере, Мишка-шалунишка*); ёж (торт *Ежик*, пирожное *Ежики*); кошка (*Киска-ириска*); корова (конфеты *Веселая коровка, Коровка, Коровка-красотка*, мороженое *Бодрая корова*);

2) птиц: буревестник (конфеты *Буревестник, Парящий буревестник*); конфеты *Голубка*, гусь (конфеты *Гусиные лапки, Гусь Лапыч*); журавль (конфеты *Веселый журавлик*); ласточка (*Весенняя ласточка, Городская ласточка, Крылатая ласточка, Ластаца, Ласточкина почта, Ласточка, Ласточки*), *Лебедушка*, печенье *Аист, Сова, Нежная пёночка, Пташка*, фазан (конфеты *Золотой фазан, Райский фазан, Серебряный фазан*), *Феникс*, торт *Чайка* и др.;

3) цветов: конфеты *Василек, Васильки, Лилия*, мак (конфеты *Волжские маки, Огненный мак, Красный мак*; торты *Маков цвет, Маковый*; пряники *Маковое зернышко*), *Маргаритка, Мимоза, Лесная незабудка, Подсолнух*, ромашка (печенье *Ромашка, Ромашка глянцева*; конфеты *Белая ромашка; Ромашка для Наташки, Раз ромашка, два ромашка...*), *Одуванчик, Подснежник, Фиалка*; торты *Анютини глазки, Хризантема*;

4) ягод: земляника (конфеты *Земляника, Земляника со сливками*, пряники *Земляничные*), клубника (конфеты *Клубника*, торты *Клубничка, Клубника со сливками*), клюква (конфеты *Клюковка*, торт *Клюквенный*), малина (конфеты *Малина, Малинка, Малина со сливками, Сладкая малина*; торт *Ягода-малина*), смородина (*Душистая смородина, Красная смородина, Черная смородина*), черника (конфеты *Черника*, торт

*Черничный*), ягода (торт *Лесная ягода*, печенье *Сибирская ягодка*);

3) плодов: вишня (пирожное *Вишенка*, торты *Зимняя вишня*, *Пьяная вишня*, *Вишня*, мороженое *Вишня в шоколаде*), яблоко (карамель *Зеленое яблоко*, *Райское яблоко*);

4) деревьев: конфеты *Дубок*, *Елочка*, *Ивушка*, *Лещина*, кедр (конфеты *Кедрик с орехами*), *Рябинушка*; торт *Березка*.

Лингвокультурологическую специфику отражают также следующие названия:

– отмифонимные прагматонимы: конфеты *Буратино*, *Веселые гуси*, *Гуси-лебеди*, *Домовенок*, *Золотая рыбка*, *Золотой теленок*, *Колобок*, *Маша и медведи*, *Мишка Косолапый*, *Петушок – Золотой гребешок*, *Старик Хоттабыч*, *Три медведя*, *Умка*, *Чук и Гек*; мороженое *Коза-Дерева*, *Почтальон Печкин*, *Сорока-Белобока*, *Снегурочка* и т.д.;

– оттопонимные прагматонимы: пряники *Воронежские*, *Львовские*, *Киевский*, *Ленинградский*, булка *Ярославская*, *Московская*, *Тульская*, печенье *Ленинград* (названия городов); конфеты *Старый Арбат*, пирожное *Арбат* (названия улиц); колбаса *Волжская*, *Ленская*, *Чадская*, ветчина *Ладожская*, *Онежская*, сосиски *Невские* (названия рек и озер) и т.п.;

– прагматонимы, связанные с историей (мороженое *Боярское*, *Гусарское*, конфеты *Боярин*, *Сударушка*, шоколад *Петр Великий*, печенье *Царское*, торт *Аристократ*, *Боярушка*, *Купеческий*);

– литературные прагматонимы: (конфеты *Баллада*, *Басня*, *Былина*, *Лесные сказки*, *Песня*, *Сказка*, *Сказки Пушкина*, *Сказки леса*, торт *Зимняя сказка*, печенье *Бабушкины сказки*, мороженое *Серебряная сказка*, печенье *Лесная бэль*, *Загадка*, шоколад *Поэма*, курабье *Русский романс*).

Как видим, прагматонимы участвуют в формировании языковой картины мира человека и обозначают предметы, значимые в его жизнедеятельности.

Интерес для исследования представляют также прагматонимы, мотивированные:

1) лексемами *Русь*, *русский*, *Россия*, *Славянский*, а также словосочетания, образованные по модели «русский (-ая, -ое, -ие) + N». Например, конфеты *Русский сувенир*, мороженое *Русский размах*, печенье *Русские узоры*, колбаса *Русская*, *Русская любимая*, *Русская для Вас*, *Российская*, *Славянская*, *Русский размер*, *Русский трактир*, *Русская чарка*, *Русский Север*. В названиях, указывающих на отнесенность к определенному народу, нации, актуализируется семантическая оппозиция «свой – чужой» [10, с. 68].

2) безэквивалентной лексикой. Это названия, обозначающие реалии, свойственные исключительно русской материальной и социальной культуре. Например, конфеты *Былина*, *Былина Никитич*, *Золотые колокола*, *Матрешка*, эскимо *Балалайка*, торт *Лукошко с грибами* и др.;

3) обозначающие элементы русской материальной и духовной культуры. Русская национальная культура известна во всем мире своими историческими памятниками и художественными традициями, а также традициями русской православной церкви. Часть обозначений элементов российской культуры нашли отражение в названиях продуктов питания: шоколад *Покров*, *Перезвон*, водка *Гжелька*, *Крещенские морозы*. Так, лексема *тройка*, воплощенная в прагматонимах *Тройка*, *Русь-тройка*, является не просто обозначением лошадиной упряжки определенного вида, но и, благодаря знаменитой концовке первой части «Мертвых душ», символизирует Россию, удаль, лихачество и непредсказуемость русского характера, непонятного представителям иных европейских культур. Прагматоним *Перезвон* мотивирован лексемой *перезвон*, которая имеет не только смысл 'перебор колоколов от самого большого до самого маленького', но и коннотации, связанные с русской духовной культурой: колокольному звону приписывается способность изгонять нечистую силу, развеивать злые чары, отводить грозу [11, с. 239]. Прагматонимы *Родные просторы*, *Снежные просторы* воспроизводит другой фрагмент русской концептуальной картины мира. По мнению А.Д. Шмелева, тема пространственной беспредельности является общим местом всех расхожих представлений о России и русском национальном характере; семантически *простор* – это широта во все стороны, зрительно воспринимаемое открытое пространство, чаще всего связанное с равнинным пейзажем. Однако не менее важен эмоциональный компонент: *простор* – это отсутствие границ, когда легко дышится, можно пойти куда угодно [12, с. 69–84]. Концепт *простор* естественным образом гармонирует с концептом *родной*, что находит отражение в сочетаемости соответствующих слов [12, с. 69–84], ср. номинацию *Родные просторы* (шоколад и конфеты);

4) понятиями из сферы советских реалий: мороженое *ГОСТ*, *СССР*, *Советское*. Интересен тот факт, что подобные прагматонимы встречаются только в номинации мороженого, что, несомненно, связано с прошлым данного продукта. Известно, что в годы СССР мороженое было очень вкусным (советское – значит самое хорошее, лучшее), поэтому номинатор исполь-

зует соответствующие онимы для привлечения не только детей, но и взрослых к потреблению этого продукта.

Кроме прагматонимов, характеризующих русскую культуру, в гастрономическом дискурсе встречаются онимы регионального характера. Поскольку город Уфа является полиэтническим мегаполисом, это сказывается и на его языке. Особенностью номинаций уфимского гастрономического дискурса является функционирование регионализмов не только русского, но и местного – башкирского и татарского – происхождения. Названия на тюркском языке составляют приблизительно 10% от общего количества. Их относительную немногочисленность компенсируют выразительность, образность, колоритность таких единиц. Круг избираемых имен «объективирует некоторый “хрестоматийный” апперцепционный фонд, типичный для данного социума на определенных этапах его существования. Именно здесь проявляются региональные особенности, а также специфические для каждой национальной культуры факты» [13, с. 145].

Среди региональных названий продуктов питания наиболее многочисленной является группа **географических наименований**. В ней выделяется несколько подгрупп.

Первая подгруппа включает названия, в которых обозначен сам регион: водка *Башкирия*, торт *Башкортостан*, *Башкирские зори*, *Башкирский стандарт*, *Золото Башкирии*.

Вторую подгруппу составляют прагматонимы, обозначающие наименования городов и поселков, в которых производится тот или иной продукт: водка *Белебеевская*, *Бирская*, *Давлекановская Юбилейная 75*, *Сибайская*, *Стерлитамакская*, *Уфимская хлебная*, торт *Уфа*, хлеб *Уфимский нарезной*, колбаса *Баймакская*, *По-Сибайски*, *По-Уфимски* (от названий городов); водка *Аксаковская*, *Булгаковская*, *Ермолаевская*, *Куургаза*, колбаса *Раевская* (от названия села).

К следующей подгруппе относятся отгидронимные наименования, которые, как правило, называют реки, протекающие на территории Республики Башкортостан: водка *Селеук*, *Тайрук*, *Уфимка*, торт *Караидель*, конина *Агидель*. Немногочисленной является группа прагматонимов, обозначающих названия горных вершин, например бальзам *Иремель*, пиво *Седой Урал*, *Шихан*.

Третью по численности группу составляют наименования, в качестве которых выступают **имена и фамилии исторических личностей, деятелей культуры и искусства, основателей**

**спиртоводочных заводов**. Например, водка *Салават Юлаев*, *Салават*, которая названа в честь национального героя Республики Башкортостан, участника Крестьянской войны 1773–1775 гг., сподвижника Емельяна Пугачёва, поэта-импровизатора.

Салават Юлаев стал воплощением характера башкирского народа. В Уфе 17 ноября 1967 года был открыт первый памятник национальному герою работы скульптора Тавасиева. Изображение этого памятника попало на герб Башкортостана. Именем Салавата Юлаева названы проспект в Уфе, город, муниципальный район, хоккейный клуб, многочисленные организации, предприятия, улицы городов и сел республики. На родине башкирского героя, в селе Малояз (районный центр Салаватского района) и в деревне Алкино (бывшее Юлаево), работает музей Салавата Юлаева. В Республике Башкортостан учреждены орден Салавата Юлаева, Государственная премия имени Салавата Юлаева за лучшие произведения в области литературы, искусства и архитектуры.

С именем знаменитого русского оперного певца связано название водочного бренда *Федор Шаляпин*. Номинатор использует данный антропоним в качестве названия потому, что имя этого человека связано с Уфой. Как известно, Шаляпин дебютировал в Уфе, собирая на своих концертах огромное количество людей.

Удачным примером названия, образованного от имени основателя завода, может служить водка *Шоттовская*, производимая в Республике Башкортостан. Эта водка названа в честь Шоттов трех поколений: деда Ипполита, его сына Льва и внука Бориса, которые владели частью территории на землях деревень Покровка, Знаменка, Новая Отрада, Кунакбаево, Николаевка, Ивановка. У помещиков был свой винокуренный завод, который теперь называется Ермолаевским спиртоводочным комбинатом. К удачным прагматонимам можно отнести также название водки *Деевская* в Республике Башкортостан. Примерно в 1780 году в селе Знаменка Белебеевского района был основан спиртзавод, принадлежавший купцу В.М. Дееву. Это было одно из первых в мире предприятий, где спирт начали очищать по способу немца Ловица – при помощи активированного угля.

Третью по численности группу составляют прагматонимы, **отражающие национальное своеобразие, колорит, культуру Республики Башкортостан**. Ими стали названия обычаев, праздников, национальных торжеств и символов. Так, в основу водочного бренда *Сабантуй* легло название национального праздника, свя-

занного с земледелием. Истоки празднования сабантуй уходят в глубокую древность и связаны с аграрным культом. Об этом свидетельствует его название: *сабан* означает «яровые», или «плуг», а *туй* – «свадьба», «торжество». Таким образом, смысл слова *сабантуй* – торжество в честь сева яровых. Раньше сабантуй праздновали в честь начала весенних полевых работ (в конце апреля), теперь же – в честь их окончания (в июне). Также важным праздником у тюркских народов считается *Навруз* (в переводе с персидского языка означает «новый день»), праздник весны и начала нового года. Это слово стало названием конской колбасы.

Неотъемлемой частью культуры башкирского народа является уникальный духовой музыкальный инструмент *курай*. Он изготавливается из стебля зонтичного растения с одноименным названием. В настоящее время широкое распространение получил деревянный *курай*. Популярность национального музыкального инструмента связана с его тембровым богатством. Русский фольклорист С.Г. Рыбаков писал: «Звуки этого инструмента – тихие, меланхолические и душевные – достаточно хорошо воспроизводят мечтательность башкирских мелодий» [14, с. 88-94]. Популярность *курая* в Башкортостане очень велика, поэтому номинатор, чтобы выделить его на фоне богатой башкирской культуры, использует название музыкального инструмента в качестве наименования водочной продукции как символ республики, атрибут государственного флага и герба Башкортостана: водка *Курай*, *Золотой Курай*.

Своеобразной визитной карточкой ликероводочной промышленности Республики Башкортостан стала водка *Дикий мед*. Дикий мёд – это очень редкий и поистине удивительный продукт, отличающийся вкусом и химическим составом от обычного мёда, о его целебных свойствах встречается множество интересных статей и рассказов. Он находит применение в традиционной и народной медицине, главным образом, как поливитаминное средство для укрепления иммунитета и поднятия жизненного тонуса. Башкирский мед ценится своими свойствами, которые определяются природно-климатическими условиями Башкортостана, его богатой и своеобразной растительностью. Более одной трети территории республики покрывают леса, которых в таком значительном масштабе практически нет от Алтая до Карпат. Для получения дикого лесного меда по сей день люди занимаются бортничеством (выдалбливание в живом дереве дупла и приманивание в него диких пчел, или бурзяночек, которые сегодня в

чистоте популяции сохранились только на территории Бурзянского района Республики Башкортостан). Используя прагматоним *Дикий мед* номинатор вкладывает значение «изготовленная на основе высококачественных продуктов», «лучшая».

Отдельную группу составляют **прагматонимы, обозначающие достопримечательности столицы Республики Башкортостан**. Сюда относятся онимы: водка *Гостинный Двор*, *Гостинка*, *Президент Отель*. Использование их в качестве наименования водочной продукции объясняется тем, что данные объекты являются лучшими, значимыми в столице и в республике. Гостинный двор – это торгово-деловой комплекс, который открылся в 1999 году, что было лучшим подарком городу и его жителям в честь 425-летия Уфы. Это уникальный с точки зрения истории и современности объект, который по праву называют «бриллиантом в оправе старинных улиц» Уфы и «визитной карточкой» республики.

К числу «визитных карточек» Башкортостана относится также гостиница «Президент Отель», в честь которой назван водочный бренд. Гостиничный комплекс расположен в тихом лесном уголке города Уфы с видом на реку в стороне от шумных проспектов и считается лучшим, поскольку здесь можно отдохнуть и приятно провести время, посетив оздоровительный центр.

Нередко для привлечения потенциального покупателя используются **собственно башкирские наименования**, имеющие свои русские параллели: водка *Тантана* – торжество, торт *Байрам* – праздник, *Бахет* – счастье, хлеб *Идель* – река, *Нур* – луч, *Уныш* – урожай, *Юлдаш* – спутник, пряники *Шатлык* – радость, *Арыш* – рожь.

Таким образом, рассмотрев номинацию продуктов питания, производимых на территории Республики Башкортостан, можно сделать вывод, что названия в значительной мере отражают географию региона, имена и фамилии исторических лиц, национальные символы, традиции, праздники, достопримечательности и специфические слова региона. При этом самыми многочисленными являются названия географических объектов, а также имена известных людей.

Однако гастрономический дискурс не ограничивается прагматонимами регионального характера. В условиях современной глобализации наблюдается активный процесс проникновения лексических онимических единиц из языков народов мира. В настоящее

время все больше возрастает влияние на русскую пищевую культуру национальных традиций не только Запада, но и Востока. Обращают на себя внимание заимствованные имена нарицательные из адыгейского языка: *халюж, щелям, курамбий, щипс*. Очень много заимствований из языков народов бывшего СССР: *сациви, хачапури, харчо, чахохбили, чурчхела* (груз.), *хаш* (арм.), *люля-кебаб, долма* (азерб.), *манты, шурпа* (узбек.). Интересны также названия видов продуктов из японского языка: *суши, роллы, темпура, сашими* и пр. Рассмотрим эти явления подробнее.

Национальная культура питания ориентирована на определенные формы её существования, что выражается господствующими в обществе архетипами. Для японской культуры важнейшим архетипом, связанным с культурой питания, выступают традиционные блюда – *суши*, приготовленное из риса с уксусной приправой и различных морепродуктов, а также других ингредиентов, и *роллы* (одна из разновидностей суши). Их можно считать визитной карточкой японской кухни. Суши и роллы – блюда, снижавшие популярность японской кухне по всему миру, в том числе и в России. В нашей стране суши уже не кулинарная экзотика, а скорее, модное светское увлечение: суши готовят к праздничному столу, чтоб удивить гостей, суши-бары становятся привычным местом для бизнес-ланча, а многие японские рестораны готовы предложить доставку этого блюда на дом или в офис.

Номинация суши и роллов богата и разнообразна. Так, выделяется группа прагматонимов, обозначающих географию, традиции, культуру японского народа. Например, широко представлены названия городов Японии: *Мидори, Сайгон, Токио*, а также мужских и женских имен: *Киоши, Мицуки, Мисаки*. В качестве названия традиционного блюда участвуют онимы *Самурай, Гейша, Слезы Гейши*. Большой ассортимент холодной и горячей закуски не перестаёт удивлять посетителей японских ресторанов: роллы *Бонзай, Горячая Gedza, Дракон, Кагами, Кохана, Кин, Рока*, и др.

Следующую группу составляют прагматонимы, образованные от лексических единиц других языков. В большинстве случаев они обозначают оттопонимные названия государств: *Аргентина, Исландия, Колумбия, Мадагаскар, Мальдивы, Мексика*, и городов: *Калькутта, Рио-де-Жанейро, Самара, Филадельфия*. Данное предпочтение в номинации блюд объясняется

большим успехом японской кухни в мировом масштабе.

Таким образом, названия продуктов питания гастрономического дискурса способны внедряться в сознание носителей языка и тем самым участвовать в формировании его языковой картины мира наряду с понятиями, составляющими актуальный когнитивный слой. Благодаря подобным номинациям значительно расширяется языковое сознание жителей полиэтнического города Уфы.

#### Список литературы

1. Кубрякова Е.С. Язык и знание: На пути получения знаний о языке: части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира. М.: Языки славянской культуры, 2004. 560 с.
2. Олянич А.В. Презентационная теория дискурса: Монография. Волгоград: Парадигма, 2004. 507 с.
3. Лингвистический энциклопедический словарь. Советская Энциклопедия, 1990. 685 с.
4. Коды повседневности в славянской культуре: еда и одежда / отв. ред. Н.В. Злыднева. СПб.: Алетейя, 2011. 580 с.
5. Захаров С.В. Лингвосомиотика англосаксонской институциональной глоттонии: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2008. 20 с.
6. Подольская Н.В. Словарь русской ономастической терминологии. М.: Наука, 1978. 198 с.
7. Суперанская А.В. Общая теория имени собственного. М.: Наука, 1973. 366 с.
8. Телия В.Н. Вторичная номинация и ее виды // Языковая номинация (виды наименований). М.: Наука, 1977. 358 с.
9. Голомидова М.В. Прагматический аспект именотворчества: общий взгляд // Ономастика и диалектная лексика: Сб. науч. тр. Вып. 4. Екатеринбург, 2003.
10. Оглезнева Е.А. Семиотика названий русской зарубежной периодики (на материале периодических изданий первой волны русской эмиграции) // Вестник АмГУ. Сер. «Гуманитарные науки». Благовещенск. 2006. Вып. 32. С. 68–71.
11. Маслова В.А. Когнитивная лингвистика: Учебное пособие. Мн.: ТетраСистемс, 2004. 256 с.
12. Зализняк Анна А., Левонтина И.Б., Шмелев А.Д. Ключевые идеи русской языковой картины мира: Сб. ст. М., 2005. С. 69–84.
13. Китайгородская М.В. Активные социолингвистические процессы в сфере городских наименований: московские вывески // Современный русский язык: Социальная и функциональная дифференциация. М., 2003. С. 127–150.
14. Рыбаков С.Г. Музыка и песни уральских мусульман с очерком их быта // Ватандаш. 2000. № 5. С. 88–94.

**NOMINATIONS IN GASTRONOMIC DISCOURSE AS A REFLECTION  
OF THE LANGUAGE CONSCIOUSNESS OF A MODERN UFA TOWNSMAN**

*I.I. Fayzullina*

This paper considers nominations of gastronomic discourse (pragmatonyms), in particular nominations of food-stuffs, and their relationship with motivating units. The pragmatonyms being studied contribute to the formation of the modern man's cognitive model of the world and, through their active functioning in a multi-ethnic city, extend the language consciousness of townspeople.

*Keywords:* gastronomic discourse, pragmatonym, cognitive model of the world, language consciousness, poly-ethnic city.