

## МОСКОВСКИЕ РЕСТОРОНИМЫ В СТРУКТУРНО-ГРАММАТИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ

На большом фактическом материале (более 5 300 названий) рассмотрена форма названий предприятий ресторанного бизнеса Москвы, выявлены наиболее типичные структуры ресторонимов, их лексико-грамматическое содержание. Исследование показало, что наиболее частотными являются одно- и двусловные названия, выраженные существительными («Квас», «Друзья») и атрибутивными словосочетаниями («Большая перемена», «Ноев ковчег»). Из представленных в статье способов образования имен самым продуктивным является онимизация.

**Ключевые слова:** ономастика; эргонимы; ресторонимы; структура имени; способы образования названий.

**Введение в проблему.** Одним из востребованных современной ономастологией аспектов изучения проприальной лексики является структурно-грамматический. Он обусловлен как общим вниманием лингвистов к динамическим процессам в языке новейшей эпохи, активно проявляющимся в эргонимике [1], так и поисками специалистов нейминга оптимальных названий для именования тех или иных объектов, явлений действительности. В частности, М.Е. Новичихина указывает следующие принципы создания коммуникативно эффективной коммерческой номинации: «Обеспечение информативности названия; учет обязательности ассоциативного соответствия названия; обеспечение мотивированности названия (с точки зрения потенциального потребителя); обеспечение фоносемантической привлекательности номинации» [2. С. 225]. Последнее требование напрямую связано со структурой имени, которое должно быть простым по форме, легко произносимым и быстро запоминающимся.

Сказанное выше объясняет продолжающийся интерес языковедов к имеющей национальные особенности структуре онимов [3. С. 5], связанный, как правило, с начальным этапом изучения эргонимического материала в большинстве научных работ. Указанный аспект реализуется в исследованиях как анализ формы (структуры, грамматики) онимов, способов их образования. Его результаты, построенные на региональном материале [4–6], материале отдельных рядов эргонимов [7, 8], послужили моделью для описания нашего объекта исследования – имен заведений питания (ЗП) Москвы, названных нами ресторонимами, что отражает современное понимание этой сферы деятельности именно как ресторанного бизнеса и практику использования слова ресторан в роли родового наименования для различных типов заведений общественного питания.

Основу настоящей статьи составила авторская карта – более 5 300 ресторонимов, из которых был исключен иноязычный материал (около 1 500 имен), т.е. примерно 3 800 эргонимов. Ограничение исследования русскоязычным материалом вызвано задачами исследования – структурно-грамматической характеристикой имен, единство параметров описания которых невозможно соблюсти в условиях принадлежности лексики к языкам с различным строем. Так, название итальянского ресторана «Vivace» (яркий) не может быть отнесено в ту же группу, что и «Белый», «Фестивальное», поскольку у него нет, с точки зрения

системы русского языка, формальных показателей прилагательного. Нельзя «Geek Time» помещать в одну группу с русскими именами-словосочетаниями со связью согласования, опираясь на перевод, который, кстати, может быть неединственным по форме: *гиковое время, эпоха фанатов* (от англ. *geek* – человек, чрезвычайно увлечённый чем-либо; фанат). Исходная информация, в том числе грамматическая, может утрачиваться даже при транслитерации иноязычных ресторонимов, как произошло в русском варианте названия американской пиццерии «Papa John's» – «Папа Джонс», основанной Джоном (не Джонсом) Шнаттером, т.е. «Папы Джона». Поэтому онимы-варваризмы будут привлекаться нами только для сопоставления с русским материалом.

**Структурно-грамматическая характеристика ресторонимов Москвы.** В основе структурной классификации эргонимов лежит количество слов, из которых они состоят. Так, Е.М. Новичихина указывает однословные и составные эргонимы [2. С. 13], Т.А. Новожилова – однокомпонентные и (много-)двухкомпонентные [3. С. 13], Е.С. Самсонова – однословные и неоднословные [8. С. 17] – с выделением некоторых подвидов (названия-коммуникемы: «Будь здоров»!, названия-императивы – «Выпей и закуси»), речь о которых пойдет ниже. В соответствии с установившимися традициями, все ресторонимы с позиций формы делим на три группы: однословные названия, названия-сочетания слов, названия-предложения, составляющие в общей сумме русскоязычных названий 64, 34 и 2% соответственно. Несмотря на то что в качестве онимов все структуры приобретают грамматические характеристики имени существительного, ресторонимы в указанном аспекте подразделяются на типы в зависимости от частеречной принадлежности слов, входящих в их состав.

Так, наименования-однословы представлены существительными (80%), прилагательными (15%) и другими частями речи (5%). Столь серьезное преобладание субстантивной лексики вполне логично и понятно, поскольку именно она соответствует основной сути названий. Данная часть ресторонимикона столицы представлена двумя рядами слов: нарицательными и собственными, первые в три раза превышают число вторых. Некоторые примеры: арт-кафе «Мёд», столовая «Винегрет», бар & ресторан «Мята», ресторан-бар «Чайка», кафе «Кукушка», «Рулет», рестобар «Омар», брассерия «Мост», вареничная «Победа», спорт-бар «Торнадо», ресторан-теплоход «Ре-

ка», вегетарианское кафе «Авокадо», кафе-терраса «Островок», кафе-кулинария «Кладовая» и др.; рестораны «Ермак», «Армения», чайная «Самоварыч», пастичерия «Роберто», кафе-бар «Валентина», пироговая «Штолле», хачапурия «Пиросмани», кафе «Гжель», «Ереван», клуб-ресторан «Петрович», биф-бар «Джуниор», ресторан здоровой кухни «Алтай», *safe-premium* «Бухаров», пивной ресторан «Лондон», кафе «Валико», «Внуково» и др. Легко заметить, что в номинации участвуют слова всех трех родов, при этом данная категория, даже в случае с проприальной лексикой, не зависит от рода номенклатурного термина. Независимой семантически и грамматически является и категория числа имени: пивные рестораны «Друзья», «Кусты», «Палки», крафт-бар «ГЕРОИ», столовая «Гости», антикафе «Бабочки», хотя чаще даются названия в форме единственного числа.

Доля прилагательных в составе ресторанимов тоже значительна, например: рестораны «Загородный», «Лубянский», «Золотой», «Светлый», «Шановный», кафе «Греческое», «Южное», «Доброе», «Лесное», «Молодёжное», «Салатовое», бистро «Восточное», шашлычная «АнтиСоветская», столовая «Рабочая», кафе-кофейня «Часовая» и др. В них обращает на себя внимание явная зависимость между родом названия и типом заведений: ресторан «Белый» – кафе «Белое», джаз-клуб-ресторан «Академический» – кафе «Академическое» и др. Рассогласованность по роду (бары «Балалаечная», «Хмельная», ресторан «Грильная», кафе «Лагманная», «Вареничная», «Трапезная») указывает на возможность перехода данных имен в номенклатурные термины по типу *столовая, блинная*.

В числе других частей речи в образовании названий ЗП участвуют наречия: («Ва-банк» «ZAVTRA», «По-домашнему», «Просто», «Клёво»), числительные («1», «13», «25»), местоимения («Наше», «Моё», «Твоё», «Я»), междометия («Брависсимо», «Уаля», «Алло», «Нихао»). В номинации используются и глаголы («Жуй!», «Жили-были»), но они будут рассмотрены в группе названий-предложений.

Названия-сочетания слов разнообразны по структуре, состоят чаще из двух знаменательных единиц. Их объединяет формальное (неоднословные, не являются предложением) и функциональное сходство (единицы номинативного плана, выражающие единое, но расчлененное понятие о предметах, признаках, действиях). В их составе: 1) собственно словосочетания (конструкции, состоящие не менее чем из двух самостоятельных слов, связанных подчинительной связью) и 2) сочетания слов (знаменательных, знаменательных и служебных), по-другому – объединения слов.

По типу опорного слова абсолютное большинство словосочетаний являются субстантивными, по составу – простыми и осложненными, со связью согласования и управления. Наиболее распространенной является первая, представленная структурой Ad1 / Pro1 / Num1 + N1: городское кафе «Бульварный роман», бургерная «Хорошее дело», пивной ресторан «Бычий хвост», дайнер «Базовый элемент», таверна «Сивый Мерин», ресторан «Британская Королева», кафе «Тридцать царство», «Вишневая метель», «Щедрый барин», пироговая «Царский пир», кафе-клуб «Свой

круг», закусочная «Наша Чебуречная», бар «Хмельные совы», «Сине-желтое кафе», кафе-ресторан «1-ое Офицерское собрание», ресторан & бар «45-АЯ ПАРАЛЛЕЛЬ» и многие другие, примерно половина от общего числа ресторанимов в форме сочетания слов. Единично в их числе представлены согласовательные сочетания в форме косвенных падежей («Морских Гадов»).

Среди словосочетаний на основе связи управления наиболее частотной является структура N1 + N2: котлетная «Парад котлет», кафе-клуб «Точка отрыва», европейское кафе «Сила воли», антикафе «Перекресток миров», «Фабрика плова», «Долина солнца», осетинские пироги «Истоки вкуса», кафе-пекарня «Пироговая Рогова», рыбное кафе «Ботик Петра», которая может дополняться определением к имени: евроресторан «Вечер трудного дня», кафе-бар «Бар вредных привычек», «Пироги Бабы Яги». Ее разновидностью является модель неразложимого нумерологического сочетания Num1 + N2: кафе-клуб «90 градусов», бар «Пять баллов», клуб-ресторан «Восемь с половиной долларов», харчевня «3 таракана», европейское кафе «10 дюймов», кофейня «12 столиков», клуб-бар-ресторан «16 тонн», «100 процентов» и т. д. Другие косвенные падежи в беспредложных конструкциях практически не встречаются, за исключением фразеологизированного сочетания «Ход конем».

Многие структуры со связью управления характеризуются предикативностью и могут быть также отнесены к названиям-предложениям. В их числе N1 + V / НА + N6: ресторан «Алиса в Стране Чудес», чайные «Ходжа Насреддин В Бухаре», «Ходжа Насреддин в Хиве», «Чайковский в Тифлисе» (кто? где?); ресторан «Дом на Патриарших», «Робка на Цветном», «Кабачок на задворках», «Трактир на кругу», кафе-бар «Счастье на крыше» (что? где? / какое?), кафе-пекарня «Фиалки в сахаре» (что? какое?). В следующих структурах используются другие предлоги и падежные формы, проиллюстрируем их примерами, так как регулярностью они не отличаются: «Еда от шефа», «Кулинар от Бога», «Рай у фонтана», «Кружка за Кружкой», «Счастье не за горами», «Пирог на порог», «Андерсон для Пап», «Страсти по пасте», «Еда под пиво», «Трое из ларца», «Кофе с Собой» и др. Несубстантивные словосочетания («Охота мяса», «Суши Вёсла»), словосочетания на основе примыкания, если признать их эллиптический характер («Опять25», «Вдали от жен», «Море внутри», «Руки вверх», «ОЧЕНЬ ДОМАШНЕЕ»), также должны быть включены в названия-предложения.

Отдельного разговора требует модель N1 + N1, где второе имя выступает в роли особого типа определения – приложения. Сюда мы относим такие ресторанимы, как трактир «Ипполит Матвеевич», арт-ресторан «Степа Лиходеев», рестораны «Александр Блок», «Анна Монс», «Мг. Донер», бистро «Мистер Пончик», «Старина Мюллер», «Разбойник Яношик», кафе-пекарня «Фрау Бротхен», рестораны «Пастор Шлаг», летняя веранда «Тетя Мотя», чайная «Братья Кипятковы», корчма «Батка Хмель», кафе «Баба Марта», «Одесса Мама», «Квартира 44», «Гастроном

№ 1» и др. При всем разнообразии лексического наполнения структуры очевидна определительная функция второго имени, уточняющего информацию первого: не просто «Папа» или «Марио», а «Папа Карло», «Марио Макаронник», не любая планета, а «Планета Вок». При этом в зависимости от формы выражения определяемого слова и определения изменяться по падежам в сочетаниях могут оба слова или же только одно из них (чаще определяемое). Поэтому это особая группа словосочетаний, которая неоднородно квалифицируется в лингвистической литературе с позиций синтаксической связи между компонентами.

Так, одни лингвисты склонны считать их согласованием [9. С. 400], другие – неполным согласованием [10. С. 50], которому «скорее приличествует название параллелизма» [11. С. 232]. Е.В. Кротевич называл такую связь, при которой формы рода и числа зависимого слова скорее совпадают с соответствующими формами главного слова, чем обусловлены ими, корреляцией [12. С. 15], а И.П. Распопов – аппликацией (пояснительной связью) [13. С. 40–41], П.А. Лекант – аппозицией [14. С. 152]. В.А. Белошапкова, рассматривая связь между существительным и неизменяемым приложением (озеро Байкал, станция «Университет»), относит ее к примыканию [15. С. 133]. Действительно, в случаях гранд-кафе «Dr. Живаго», таверна «Адмирал Бенбоу», греческий ресторан «Антилопа Гну», спорт-бар-караоке «Арена Олимп» и подобных связь выражается специфическим для примыкания способом – контактным постпозитивным расположением примыкающего компонента, его зависимой грамматической функцией. При изменении обеих или одной из частей сочетания («Братья Караваевы», «Семен Семенович» / «Амиго Мигель», «Сестры Гримм») уместнее, вероятно, говорить о согласовании – полном или неполном.

Семантические отношения в различных словосочетаниях могут быть определены как:

1) атрибутивные (определятельные): «Ёшкин кот», «Наш погребок», «Ноев Ковчег», «Большая Кастрюля», «Пирог на славу», «Сады Семирамиды», «Дом Макарон», «Линия Фронта», «Путь к себе», «По рецептам любимой жены», «Начальник Чукотки», «Князь Голицын», «Дед Пихто»;

2) комплетивные: «2 льва», «5 дней», «12 ульев», «Три кабана», «Океан Суши», «Метр пива», «Море Времени», «Часть Суши» и др.;

3) редко – субъектные: «Восход солнца», «Улыбка прошлого», «Цветение Сакуры».

Выделение обстоятельственных («Счастье не за горами») и объектных отношений («Суши Вёсла») возможно только с прозвучавшими выше оговорками.

Сочетания слов (не словосочетаний) представлены сочинительными рядами, которые могут быть союзными, бессоюзными и смешанными. Примеры первых многочисленны: «Крылышко или ножка», «Кузьма и Ерёма», «Хлеб да соль», «Хмель и солод», «Чай и пряник», «Сосна и Липа», «Плюшка & Ватрушка», «Соль и перец», «Рыба и Хмель», «Филимонова и Янкель», «Я и Ты», «До и после», «Здесь и Сейчас», «Ритм & Блюз», «Чай & Плов», «Хмель & Эль»

«Шашлык & Стейк» «ФОРТЕ & ПЬЯНО», «ВКУС & ЦВЕТ» и др. Бессоюзных рядов немного: «Булки, плюшки, кренделя», «ВЕРА-НАДЕЖДА-ЛЮБОВЬ», «Вилки-Ложки», «Гамма-Дельта», нередко они оформлены по образцу сложных слов. Единичны смешанные ряды: «Пирог, Вино и Гусь», «Мандарин. Лапша и утки».

Замыкают данную группу названия в предложно-словной форме следующих моделей (располагаются в порядке частотности, всего 82 – 2,2% от общего числа русскоязычных имен):

1) У + N2 (39 ресторонимов), указывает на: а) принимающую сторону ЗП (владельца, шеф-повара) – конкретное лицо («У Адама», «У Бонифация», «У Георгия», «У Джузеппе», «У дяди Гены», «У Николаича»), обобщенное («У друзей», «У русов», «У своих», «У генералов») или символическое («У Швейка», «У Пиросмани»); б) место расположения ЗП («У родника», «У забора», «У Никитских ворот»), совмещение этих характеристик в названиях типа «У Гоголя» (рядом с театром им. Гоголя), «У Никулина» (на Цветном бульваре у цирка), «У Елисеева» / «У.Е.» (в гастрономе «Елисеевский»); в) на место встречи в ЗП («У самовара», «У мангала»);

2) НА + N6 (18): «На бульваре», «На Востоке», «На Знаменке», «На Медовом», «На Мельнице», «На Шаболовке», «На столах», «На поляне», «На лестнице», (где?), «На распутье», «На Гаваях», «На Елисейских полях» (где? в каком состоянии?);

3) ЗА + N5 (4): «За Барханами», «За бортом», «За столом!!!» (где?); «За пивом» (за чем? с какой целью?);

4) В + N6 (3): «В раю» (где?), «В ТЕМНОТЕ?!», «В своей тарелке» (как? в каких условиях?); ПОД + N5 (3): «Под кедром», «Под крылом» (где?), рюмочная «Под Мухой» (как? в каком состоянии?);

5) Без + N2 (2): кафе-клуб «Без повода», ресторан на воде «БЕЗ ПОНТОФФ»; НА + N4 (2): «На шашлыки» (куда?), «На брудершафт» (как (выпить)?); ОТ + N2 (2): «От винта», «От всей души»; С + N5 (2): «С акцентом», «S ДЫМ.КОМ» (как? какой?);

6) С + N2 (1): «С УТРА»; ДО + N2 (1): «До рассвета» (когда?).

Востребованность наименований предложно-словной формы подтверждают также случаи слияния слов типа «ДоЗари», «БеЗзабоТ», «Вгости», «#Пропельмени», редкие, тем не менее возможные, иноязычные ресторонимы (чаще усложненной структуры): «For you», «Just for you», «JUST IN SOUL». Этот список дополняют более сложные модели с двумя предлогами: «В гостях у домового», «В гостях у Аннушки» (где?), «ОТ А ДО Я» (сколько? какой?), «От заката до заката» (когда?), «С Пылу с Жару» (какой?), предикативный характер которых еще более явствен.

По структуре названия-предложения могут быть сложными (ресторан-кафе-кондитерская «СТРАНА КОТОРОЙ НЕТ»), простыми – двусоставными и односоставными, распространенными и нераспространенными. Примеры первых: «Все свои», «Люди как люди», «Ехал Грека Через Реку», «Жизнь прекрасна», «Я Самарканд», «Все твои друзья», «Лето Блиско», «Всё есть», «Пиво есть», «Сам Пришёл», «Не просто

пицца» и др. Среди односоставных представлены все типы: «Души не чаю», «Кофе Пью», «Хочу Суши», «Никуда Не Едем», «Едим Стоя»; «Ели – пили», «Ели – сумели», «Панаехали»; «Вкуснее нет», «Время есть», «Рыбы нет», «Кому Охота». В качестве номинативных (назывных) предложений можно указать «Еда и Только», «Ай Да Вок», «Ура-Еда!» и др. Осложнение предложений возможно за счет однородных членов («Лепим и Варим», «Есть хинкали, пить вино»), обращений («Овсянка, сэр!», «Дорогая, я перезвоню», «Sorry, babushka», «Oui, mon Général»), сравнительных оборотов («Едим как Дома»), междометий («Алло! Суши»). Модальность односоставных названий-предложений побудительная («Федя, дичь!», «Дай суши», «Жуй!», «Живи вкусно», «Берегись автомобиля», «Давайте потанцуем», «Виват Пицца», «Разгуляй», «Улетай», «BUY & FLY», «DON'T TELL MAMA», «Give me Waffle»), обычные вопросительные («А Где Я?», «What the Food?»), восклицательные предложения («Вай Мэ!», «Ура!», «За столом!!!»), совмещение этих характеристик («Чё? Харчо!», «В темноте?!»). Очевидна диалоговая суть, контактоустанавливающая роль практически всех названий-предложений («Мерси боку», «Нихао», «Будь как дома», «Хлеб да соль», «Натюрлих!»), что дает основание ономастологам назвать их коммуникативными [3. С. 10–11] – минимальными единицами общения для непосредственной передачи чувств и эмоций коммуникантов.

**Способы образования ресторонимов.** В представлении путей создания проприальной лексики ономастика опирается на положения общей теории номинации. В частности, В.Г. Гак указывал три способа создания названий:

1) на базе имеющихся в языке лексических единиц и аффиксальных средств (морфологическая деривация);

2) путем семантической и лексико-семантической трансформации имеющихся в языке слов и фразеологических сочетаний (лексико-семантический способ номинации);

3) на основе свободного словосочетания (синтаксический или лексико-синтаксический способ номинации) [16. С. 89].

Н.В. Подольская применительно к именам собственным отмечает, что они имеют три источника происхождения: онимизацию (переход лексической единицы из разряда нарицательных в разряд собственных), заимствование иноязычных онимов и трансонимизацию (переход имени из одного типа в другой) [17. С. 473]. Там же она замечает, что они «могут быть созданы и искусственно», не уточняя способов создания. В специальной работе, посвященной данной проблеме, она называет два способа создания имен – семантическую и грамматическую онимизацию, вкладывая в термин онимизация сразу два значения: узкое, соответствующее деапеллятивизации (утрате словом свойств нарицательности – первый способ), и широкое – создание онима вообще, любым способом. Грамматическая же онимизация понимается как образование названий с помощью изменения морфемного состава слова (с помощью аффиксации, плюрализации, сингуляризации, сложе-

ния, сращения, гибридизации) или синтаксическим путем (образование имен-словосочетаний, имен-фраз) [18. С. 42].

Во многом, вероятно, под влиянием сказанного в эргонимических работах прежде всего обосновывается необходимость разграничения этих двух принципиально различных процессов образования названий, объединенных функционально. Например, А.М. Емельянова называет их семантическим и собственно словообразовательными способами. Первый в ее работе представлен онимами-словами, образованными трансонимизацией, онимизацией и заимствованием, онимами-словосочетаниями и онимами-предложениями, второй – аббревиацией, словосложением и материальной индексацией [4. С. 10], что сужает рамки словообразовательного и отказывает неоднословным именам в образовании семантическим способом.

Сходная классификация и у Н.В. Носенко [5. С. 12–16], более логичная, на наш взгляд, хотя и с широким пониманием онимизации, семантической и словообразовательной, в которую вписывается разнородный в структурном отношении эргонимический материал. Так, в семантическом типе процесса представлены его простая (образование описательных имен типа «Государственный архив Новосибирской области»), метонимическая (магазин «Инструменты»), метафорическая (охранное предприятие «Заслон») и метафоро-метонимическая (мебельный магазин «12 стульев») разновидности, в словообразовательном – композиция, аффиксация, аббревиация и номинализация, последняя обозначает названия в форме предложений [5. С. 15].

Новейшая ономастическая литература продолжает демонстрировать отсутствие единых взглядов по этому вопросу, что выражается в наличии разнородных классификаций, порой весьма дробных. Например, в диссертации М.Г. Курбановой дана характеристика девяти способов образования эргонимов: морфемной деривации, субстантивации, лексико-синтаксического способа, аббревиации, усечения, языковой игры, лексико-семантической и лексико-стилистической онимизации с подвидами [19. С. 37–38]. Так, трансонимизация («Клеопатра», «Анталія») предстает в ней одним из типов лексико-семантической онимизации, соположенными с ней оказываются образования «с помощью числового компонента» («777»), «с материальной индексацией» («Квартира 30») [Там же]. Столь же непоследовательно представлена лексико-стилистическая онимизация, подвиды которой выделяются в зависимости от групп стилистически маркированной лексики, используемой в нейминге: сниженной лексики, архаизмов, историзмов, советизмов, в разграничении которых отсутствует единый критерий. Думается, что в этой классификации смешиваются средства и способы нейминга, не выдерживается единство ее основания. Например, языковая игра может быть выражена любым из указанных выше способов, каждый из них (онимизация, трансонимизация, усечение и пр.) может иметь в своей основе как исконную, так и заимствованную лексику.

Эту непоследовательность во многом удалось преодолеть Т.П. Романовой, которая называет шесть спо-

совов образования онимов: лексико-семантические (онимизацию, трансонимизацию, заимствование), морфологические (аффиксацию, плюрализацию, словосложение, аббревиацию, усечение, эллиптирование, телескопию), лексико-синтаксический (образование расчлененных наименований разной структуры), специфические (нумерализацию, инициализацию, сращение, сегментацию, графический, грамматический и семантический каламбуры, стилизацию, гибридизацию), фонетический и комплексный способы [20. С. 205–213]. Ю.В. Вайрах указывает три способа имяобразования: лексико-семантический, морфологический и специфический [21. С. 79], хотя логичнее было употребить данные термины во множественном числе, поскольку каждый из них представлен в работе различными подвидами. Традиционно первые представлены онимизацией, трансонимизацией и заимствованием, вторые – способами деривации, при выделении третьих автор ссылается на идеи более ранней работы другого исследователя [22]. При этом в трансаптонимизацию попали названия вида «Усадьба Егорова», «Мебель от Павла Чердынцева», в суффиксальный тип образования – «Хуторок», «Банька», «Мамочка», в морфологических способах указана субстантивация, что нелогично в свете обречения названием любой структуры грамматического статуса существительного.

Как следует из обзора литературы, у ономастов нет единого представления о способах образования имен, как нет и однозначного определения того или иного способа – в силу целого ряда причин, обусловленных спецификой материала и взглядов ученых на его происхождение, что обосновывает наши поиски своего классификационного пути. Он привел нас к отказу от такого способа, как заимствование: поток иноязычных слов в русский язык настолько мощен, их освоение идет стремительно, особенно если учесть, что случайные слова не попадают на вывеску вообще и ресторанную в частности. Столь ли принципиально отличие в использовании, например, бразильского, канадского антропонима или топонима от использования имен культурного пространства России? Чем онимизация английской лексики будет отличаться от онимизации лексики русского языка, в значительной степени иноязычного происхождения?

Мы выделяем три способа образования наименований: онимизацию, трансонимизацию и деривацию. **Онимизация** (деапеллятивизация) может быть простой и осложненной. В первом случае происходит переход нарицательных номинативных единиц, слов и несвободных словосочетаний в эргонимы: бар «Штаб», пивной ресторан «Экспромт», кафе-клуб «Эйфория», русский ресторан «Опричник», банкетный зал «Дворянский», рюмочная «Штрафная», кафе-бар «Теплая компания», рестораны «Скромное обаяние буржуазии», «Древо Желаний», кафе самообслуживания «Деловая колбаса», столовая «Большая перемена», китайское кафе «Всякая всячина» и др. Это готовые номинемы, которые превращаются в онимы заглавными буквами и кавычками. Аналогично обстоит дело и с иноязычными названиями: кафе-клуб «Blackberry», пиццерия «Aspecto», ресторан «Agoros», кейтеринг «Bon appetit» и др.

Онимизация может осложняться рядом процессов, в их названиях в основном использована терминология работы Т.В. Поповой [23. С. 162]. За исключением первого и последнего из указанных, процессы выражаются различными нарушениями правописательных норм языка, результатом которых является смысловое обогащение названий по сравнению с исходной семантикой нарицательных единиц. Данный факт позволяет подобным эргонимам выполнять аттрактивную, экспрессивную функции, а также особо подчеркивать их дифференцирующую функцию. В числе осложнений можно отметить:

– плюрализацию: «Гости», «Друзья», «КУСТЫ», «Офицеры», «Острова», «Шашлычки», «Угли», «The Waiters», ср.: кафе «Берег» – кафе-бар «Берега», а также «Бублик» – «Бублики», «Небо» – «Небеса», «Мечта» – «Мечты», «Стейк» – «Стейк's» и др.;

– архаизацию: «Граф Орловъ», «Антикваръ», «Обломовъ», «Тютчевъ», «Ланчъ» «Хлб Насущный», «СПОТЫКАЧЪ», «ЧАЙКА», «ГРІЛЬЖЪ» и др., ср. «Компотъ» и «Компот», «Шуваловъ» и «Шувалов» – разные ЗП;

– транслитерацию (латинизацию / кириллизацию): «Dvor», «SMOLENKA», «Sushilka», «VALENOK», «Kotleta» и др. / бары «Брудер», «Гутен таг», «Гроссбир», «Граци», «Прэго», ср. «Белуга» и «BELUGA», «VKUS» и «ВкуS» и под.;

– полиграфикацию (использование графических знаков разных алфавитов – гибридизацию): «ВОДНЫЙ», «ХИЩНИК», «Стейк's», «КЛЮКВА», «ШЛЮЗ», «ТрапеЗа», ср. «Золотой» и «Золотой», «Самарканд» и «Самарканд»;

– кодографикацию (привлечение параграфемных знаков): «#FARШ», «Ставь:ка» (ср. «СТАФКА»), «Д'иван» (ср. «Диван»);

– пунктуализацию: «Ш.Е.Л.К.», «9.1.1.», «B.I.G.G.I.E.»;

– искажение орфографического облика слова: «ХАЛАСЁ», «Панаехали», «Буфет», «Пельмэн», «Этажерька», «Пифной», «КАЮК-КОМПАНИЯ», ср. «Пельмень», «БуФет»;

– выделение значимых сегментов названия (часто – ложных морфем) пробелами, дефисацией, апострофизацией, заглавными буквами (капитализацией), цифрами, другими параграфемными средствами: «Zoo Парк», «Бар би кью», «Занзи-Бар», «Ess-Thetik», «O'Map», «Cook'kareku», «M'ARS», «АмБар», «ШампуRoom», «ШексПир», «PieOK», «100LOVAYA», «Пив&Ко», «Стой!ка», «ПирО.Г.И.», «Чай+хона», ср. «Шекспир», «Омар», «Пирог»;

– варваризацию – придание лексемам русского языка иноязычного вида (по сути – аддитацию, от англ. add – прибавлять): «The Лапша», «THE Американский», «The Сад», «The Столовка», «Ля Фигаро», «Бавариус», «Бутербродус», «Кулинариум», «Экспериментаниум», ср. «Столовка»;

– инетографикацию – стилизацию под интернет-дискурс: «Библиотека», «Гриль.ру», «Ед@.ru», «Сосиска ру», «Суши.ру», «Чайхана.ru» и др.;

– индексацию «Улетай-2», «СОКОЛ-2», «Арбат 9», «10+», «Чебуреки+», «Калитники Плюс», «Викто-

рия-Люкс», «Граф-1», «Vrix II», ср. с «Арбат», «Калитники», «Виктория», «Vrix» и подобными.

Как следует из рассмотренных примеров, в большинстве случаев осложнение онимизации представлено графическими модификациями лексических средств, участвующих в номинации, что позволяет их также квалифицировать как графическую деривацию (графиксацию) – см. ниже. В трех последних случаях можно усмотреть и собственно лексическую деривацию, осложненную элементами графиксации.

**Трансонимизация** предполагает переход имени из одного разряда в другой, в нашем случае – в ресторони́мы. Ее результатом стало появление в данном сегменте эргонимикона Москвы таких типов названий, как:

1) *топоресторони́мы*: «Европа», «Узбекистан», «Лондон», «Нью-Йорк», «Луизаина», «Халонг», «Хуанхэ», «Черное море», «Сэлэнгэ», «Кара-Кум», «Диканька», «Воробьёвы Горы», «Beverly Hills», «Bali», «BOSTON» и многие другие;

2) *антропоресторони́мы*: «Марко Поло», «Novikov», «Клава», «Страдивари», «Денис Давыдов», «Katusha», «Валентина», «Мишель» и др.;

3) *мифоресторони́мы*: «Гулливер», «Гаврош», «Джон Сильвер», «Тарас Бульба», «KRUZO», «Бибигон» и др.;

4) *идеоресторони́мы*, в которых используются названия произведений искусства («Кавказская пленница», «Алые паруса», «Мимино», «Тихий Дон», «Кладовая солнца», «Земля Санникова», «Гусарская баллада», «Дети Райка», «Великолепный век» и др.);

5) редкие *косморесторони́мы* («Альдебарань»), *георторесторони́мы*, в основе которых лежат названия праздников («Татьянин день»), и некоторые другие.

**Деривация** может быть лексической, синтаксической и графической. Первая представлена прежде всего разного вида сложением: кафе «Офис-клуб», «Бистро-Пронто», парк-отель-ресторан «Внуково-Картамазово», ресторан «Банкет-Фуршет», «Москва-Анталья», а также «VKUSKAFE», «VODKA СЕЛЕДКА», «Люксторт», «МАСТЕРВКУС», «Мачо-гриль», «Махалла-клуб», «Москва-Суши / Москва-Sushi», «БУБЛИКШОП», «Булкин-хаус», «Блинкафе», «Тили-Тесто», «Виносыр», «Добродар», в том числе сращением («Этолето», «АллоПирог», «ТОДАСЁ», «МногоСуши», «Мойчай», «Plovebanket», «KILL-FISH»). Названия «Beerokratiya», «Гастронавт», «Delicatering», «Кафеман», «Пицетория», «Пьяниссимо», «Блиноoteca», «Sea-тория», «VITALIANO», «GRILLBURG» и подобные иллюстрируют такой тип, как контаминанты, – результат телескопии. Например, «Ploft» (плов + лофт) позиционируется как «узбекская кухня без излишеств», по подобному принципу созвучия созданы «Пиццелов», «Питербургер» и др. Аббревиация как сложносокращенный способ представлена рядом разновидностей: «У.Е» («У Елисева»), «Х.Л.А.М.» («Художники, Литераторы, Артисты, Музыканты»), «СПБ» («Сеть Пивных Баров»), «ЖЗЛ» («Жизнь Замечательных Людей»), «КПСС» («Каждому Посетителю Современный Сервис»), «HAND» («Have A Nice Day»), «ГСМ» («Горюче-

смазочные Материалы»), «ХЗ» («Хорошее Заведение»), «Я.М» («Япона Мама»), «ФаршМаг», «МосПицца», «Главпирог», «ГлавПивТорт», «РусПыш» и др.

К суффиксальному способу отнесли создание «говорящих» названий в форме фамилий («Борщёв», «Бутербродов», «Пивков», «Рассольников», «САЛАТОВ», «ГурмановЪ», «Пивоваровъ», «Харчевниковъ», «ХмельновЪ», «Пирогофф», «Чайкофф», «Колбасофф», «Шашлыкофф», «Гусятникофф», «Поварофф», «РоллОфф», «Хинкалофф», «Edakoff», «Kalyanoff») и отчеств («Самоварыч») и др. Как отмечалось выше, создание такого рода названий относят к стилизации из числа специфических способов. Возможно, в эту группу следует включить ресторони́мы «Замания», «Zurregia» и некоторые другие.

Синтаксической деривацией образуются неоднословные наименования: «Русский чай», «Моя матрешка», «3 комнаты», «Веранда у дачи», «Только сегодня», «Душевная Мадам», «20:12» (вечеринки ресторана начинаются строго в 20:12) и др., их структурные типы приведены выше. Нередко подобные названия построены на основе прецедентных номинем: «Вечера на Хуторе...», «НеДальний Восток», «Кому жить хорошо», «Москва гостям не верит», «Семь пятниц», «В своей тарелке», «Баловень С» (баловень судьбы), «Сливки.О» (сливки общества), «Посторонним В» (посторонним вход запрещен).

Примерами графической деривации могут служить такие названия, как «100ловка», «Pelmeni & Пельмени», «BaZa», «Колібри», «OrangereЯ», «Буфшет», «VALENOK», «PeПАБлик», «VinoGrad» и др. Сюда же могут быть отнесены случаи, указанные как графические модификации явления онимизации.

**Выводы.** Таким образом, анализ показал многообразие грамматических структур в составе московских ресторони́мов. Как легко заметить, в их основе лежат различные с точки зрения свободы сочетания слов – лексически свободные («Вятский дворик», «Дача на Покровке», «Душевная кухня», «Хижина пекаря», «Мамина кухня») и несвободные («Точка Кипения», «Сухой Закон», «Маленький Мук», «Страна восходящего солнца», «Товарищ Сухов»). К прецедентным структурам восходят и многие, на первый взгляд, свободные сочетания: «Петров и Васечка» («Петров и Васечкин»), «ВКУС & ЦВЕТ» (на вкус и цвет товарищей нет), «Щи да каша» (щи да каша – пища наша), «Посторонним В» (посторонним вход запрещен). Имеют прецеденты и многие однословные наименования, рассмотрим это утверждение на примере названия кафе «ЩиСлива». С одной стороны, данный ресторони́м отражает произношение слова *счастливо*, что соответствует одному из способов образования имен, с другой – в нем актуализированы ложные морфемы, превращающие слово в сложное, что является показателем действия иной тенденции в нейминге ЗП. Все сказанное доказывает вторичный характер искусственной номинации и делает актуальным рассмотрение способов образования не только русскоязычных ресторони́мов, поскольку они общие для всего нашего материала.

Как следует из материала, при создании имени номинаторы следуют принципам коммуникативно эффек-

тивной номинации, требующей от названия не только информативности, оригинальности, но и удобной, благозвучной формы. В поисках подобных названий чаще всего обращаются к номинативному фонду русского и других языков, нередко выбирая простые («Квас», «Люкс», «Пи», «Уют», «Хмель», «Алоха», «Мини», «Нозль», «Яппи») или сложные слова, часто построенные на созвучии типа «Гоголь-Моголь», «Сюси Пуси»,

«Баш на баш», «БирБар», «Гам-там», «Цыпа Цыпа», «Му-Му», «МоМо», «Ням-ням», «Тик-так», «Чак чак», «ТайЧай», «Бонбон», «ВокВок», «Тай Тай», «Маки Маки», «МоМо», «Джу джу», «ЧИР-ЧИР», «Chou Chow», «Вора-Вора» и др. По их подобию созданы «Паста и Баста», «Ладушки Оладушки», «Искусно и Вкусно», «Бульон кругон», «Биф & Пиф», «Ваби Саби», «Тейк & Вейк», «ШАБУ-ШАБУ» и многие другие.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Китайгородская М.В. Активные социалингвистические процессы в сфере городских наименований: московские вывески // Современный русский язык. Социальная и функциональная дифференциация. М.: Языки славянской культуры, 2003. С. 126–151.
2. Новичихина М.Е. Теоретические проблемы исследования эффективности коммерческой номинации: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Воронеж, 2004. 37 с.
3. Новожилова Т.А. Номинация современных коммерческих предприятий (на материале русского, английского и немецкого языков): автореф. ... канд. филол. наук. Ростов н/Д, 2005. 16 с.
4. Емельянова А.М. Эргонимы в лингвистическом ландшафте полиэтничного города (на примере названий деловых, коммерческих, культурных, спортивных объектов г. Уфы): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Уфа, 2007. 23 с.
5. Носенко Н.В. Названия городских объектов Новосибирска: структурно-семантический и коммуникативно-прагматический аспекты: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Новосибирск, 2007. 22 с.
6. Ласица Л.А. Языковые и структурные особенности иноязычных эргонимов города Оренбурга // Вестник Оренбургского государственного университета. 2015. № 11 (186). С. 95–100.
7. Алистанова Ф.Ф. Эргонимы современного русского языка как микросистема: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Махачкала, 2011. 24 с.
8. Самсонова Е.С. Функционирование иноязычных средств в эргонимии // Вестник ТГПУ. 2010. Вып. 6. С. 16–20.
9. Белоусов В.Н., Ковтунова И.И., Кручинина И.Н. и др. Краткая русская грамматика / ред. Н.Ю. Шведова, В.В. Лопатин. М., 2002. 726 с.
10. Валгина Н.С. Современный русский язык: Синтаксис: учеб. 4-е изд., испр. М.: Высш. шк., 2003. 416 с.
11. Овсяннико-Куликовский Д.Н. Синтаксис русского языка. 2-е изд., испр. и доп. СПб., 1912. 322 с.
12. Кротевич Е.В. О связях слов. Львов: Изд-во Львов. ун-та, 1959. 35 с.
13. Распопов И.П. Строение простого предложения в современном русском языке. М.: Просвещение, 1970. 191 с.
14. Лекант П. А. Синтаксис простого предложения в современном русском языке. М.: Высш. шк., 2004. 247 с.
15. Белошапкова В.А. Современный русский язык: Синтаксис. М.: Высш. шк., 1977. 248 с.
16. Языковая номинация. Виды наименований / под ред. Б.А. Серебренникова, А.А. Уфимцевой. М.: Наука, 1977. 360 с.
17. Подольская Н.В. Собственное имя // Лингвистический энциклопедический словарь. М.: Сов. энциклопедия, 1990. С. 473–474.
18. Подольская Н.В. Проблемы ономастического словообразования (К постановке вопроса) // Вопросы языкознания. 1990. № 3. С. 40–53.
19. Курбанова М.Г. Эргонимы современного русского языка: семантика, прагматика: дис. ... канд. филол. наук. Астрахань, 2014. 191 с. URL: <http://www.twirpx.com/file/1648589/> (дата обращения: 4.05.2017).
20. Романова Т.П. Система способов словообразования рекламных собственных имен // Вестник СамГУ. 2007. № 5/2 (55). С. 205–214.
21. Вайрах Ю.В. Способы словообразования наименований коммерческих предприятий Иркутска // Вестник ИГЛУ. 2010. № 4. С. 78–84.
22. Гугунава Д.В. Функционирование иноязычных словоэлементов в современной речи // Мир русского слова. 2003. № 2. С. 72–76.
23. Попова Т.В. Графикация как новое явление в языке и когнитивии // Вестник Челябинского государственного университета. 2011. № 24 (239). Филология. Искусствоведение. Вып. 57. С. 160–163.

Статья представлена научной редакцией «Филология» 27 января 2018 г.

## RESTAURONYMS OF MOSCOW IN THE STRUCTURAL-GRAMMATICAL ASPECT

*Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta – Tomsk State University Journal*, 2018, 427, 63–70.

DOI: 10.17223/15617793/427/8

**Hoang Thi Hong Trang**, Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation). E-mail: hongtrang791@gmail.com

**Keywords:** onomastics; ergonyms; restauronyms; name structure; ways of name formation.

The aim of this article is to describe the structure of names of restaurant business enterprises in Moscow, to reveal the peculiarities of their lexical-grammatical design, the ways of their name-formation. The material for the research was more than 5 300 restauronyms (restaurant names) of Moscow, from which foreign names (about 1 500 titles) were excluded since it is impossible to maintain the unity of classification parameters in the multilingual conditions. The experience of domestic onomasiologist in the description of ergonyms in the structural-grammatical aspect was used in the study. The conclusions of the study are as following. 1. The restauronyms of Moscow are represented by three structures: single words (64 %), word combinations (34 %), sentences (2 %). The first type is shown by the nouns (Myata, Valentina), the adjectives (Yuzhnoe, Svetlyy) and other parts of speech (13, Tvoyo, Zhilybyli, Po-domashnemu, Allo). The second group is word combinations of different structures. Substantive structures with relations of agreement (Khoroshee delo, Tsarskiy pir), government (Parad kotlet, Istoki vkusa) and coordinative combinations (Sol' i perets, Krylyshko ili nozhka, Plyushka & Vatrushka) dominate. 2.2 % of the total number of Russian units are prepositional combinations (U svoikh, Na bul'vare, V rayu). The third group is sentences (Zhizn' prekrasna, Leto blizko, Dorogaya, ya perezvonyu), often expressing hortative modality (Fedya, dich'!, Davayte potantsuem), displaying their dialogue nature (Bud' kak doma, Khleb da sol', Mersi boku, Nikhao). 2. Three methods of restauronym formation are indicated in the article: onymization, transonymization and derivation. Onymization can be simple (Eyforiya, Teplaya kompaniya) or complicated by pluralization (Druz'ya, Bublik), archaization (Graf Orlov", Lanch"), transliteration (original names are represented in Latin letters: Dvor, Kotleta), polygraphization (mixes of Russian and Latin letters: VODNYI [Water]), paraphrases (#FARSH), barbarization (The Lapsha) and others. The results of transonymisation are toporestauronyms (Evropa, London), anthroporestauronyms (Marko Polo, Mishel'), mythorestauronyms (Gulliver, KRUZO), ideorestauronyms (Gusarskaya ballada) and others. Derivation may be lexical (Banket-Furshet, SALATOV), syntactic (Tol'ko segodnya, Dushevnyaya Madam) and graphic (100lovka, VinoGrad). 3. Apart from the brevity and convenience of the

pronunciation, euphony plays an important role in the choice of a name. This is evidenced by the names Gogol'-Mogol', Ladushki Oladushki, Iskusno i Vkusno, and the reduplications VokVok, Momo, CHIR-CHIR, ZamZam.

#### REFERENCES

1. Kitaygorodskaya, M.V. (2003) Aktivnye sotsiolingvisticheskie protsessy v sfere gorodskikh naimenovaniy: moskovskie vyveski [Active sociolinguistic processes in the sphere of urban names: Moscow signs]. In: Krysin, L.P. (ed.) *Sovremennyy russkiy yazyk. Sotsial'naya i funktsional'naya differentsiatsiya* [Modern Russian language. Social and functional differentiation]. Moscow: Yazyki slavyanskoy kul'tury.
2. Novichikhina, M.E. (2004) *Teoreticheskie problemy issledovaniya effektivnosti kommercheskoy nominatsii* [Theoretical problems of research of commercial nomination efficiency]. Abstract of Philology Dr. Diss. Voronezh.
3. Novozhilova, T.A. (2005) *Nominatsiya sovremennykh kommercheskikh predpriyatiy (na materiale russkogo, angliyskogo i nemetskogo yazykov)* [Nomination of modern commercial enterprises (on the material of Russian, English and German languages)]. Abstract of Philology Cand. Diss. Rostov-on-Don.
4. Emel'yanova, A.M. (2007) *Ergonimy v lingvisticheskom landshafte polietnicheskogo goroda (na primere nazvaniy delovykh, kommercheskikh, kul'turnykh, sportivnykh ob'ektov g. Ufy)* [Ergonyms in the linguistic landscape of a polyethnic city (by example of names of business, commercial, cultural, sporting objects in Ufa)]. Abstract of Philology Cand. Diss. Ufa.
5. Nosenko, N.V. (2007) *Nazvaniya gorodskikh ob'ektov Novosibirsk: strukturno-semanticheskiy i kommunikativno-pragmaticheskiy aspekty* [Names of urban objects of Novosibirsk: structural-semantic and communicative-pragmatic aspects]. Abstract of Philology Cand. Diss. Novosibirsk.
6. Lasitsa, L.A. (2015) Linguistic and structural features of foreign language ergonyms of Orenburg. *Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta – Vestnik of the Orenburg State University*. 11 (186). pp. 95–100. (In Russian).
7. Alistanova, F.F. (2011) *Ergonimy sovremennogo russkogo yazyka kak mikrosistema* [Ergonyms of the modern Russian language as a microsystem]. Abstract of Philology Cand. Diss. Makhachkala.
8. Samsonova, E.S. (2010) Funktsionirovanie inoyazychnykh sredstv v ergonimii [Functioning of foreign language means in ergonymy]. *Vestnik TGPU – TSPU Bulletin*. 6. pp. 16–20.
9. Belousov, V.N. et al. (2002) *Kratkaya russkaya grammatika* [Brief Russian grammar]. Moscow: Nauka.
10. Valgina, N.S. (2003) *Sovremennyy russkiy yazyk: Sintaksis* [Modern Russian: Syntax]. 4th ed. Moscow: Vysshaya shkola.
11. Ovsyaniko-Kulikovskiy, D.N. (1912) *Sintaksis russkogo yazyka* [Syntax of the Russian language]. 2nd ed. St. Petersburg: I.L. Ovsyaniko-Kulikovskaya.
12. Krotevich, E.V. (1959) *O svyazyakh slov* [On the relations of words]. Lvov: Lvov State University.
13. Raspopov, I.P. (1970) *Stroenie prostogo predlozheniya v sovremenном russkom yazyke* [The structure of a simple sentence in modern Russian]. Moscow: Prosveshchenie.
14. Lekant, P.A. (2004) *Sintaksis prostogo predlozheniya v sovremenном russkom yazyke* [Syntax of a simple sentence in the modern Russian language]. Moscow: Vysshaya shkola.
15. Beloshapkova, V.A. (1977) *Sovremennyy russkiy yazyk: Sintaksis* [Modern Russian: Syntax]. Moscow: Vysshaya shkola.
16. Serebrennikov, B.A. & Ufimtseva, A.A. (eds) (1977) *Yazykovaya nominatsiya. Vidy naimenovaniy* [Language nomination. Types of nominations]. Moscow: Nauka.
17. Podol'skaya, N.V. (1990) Sobstvennoe imya [Proper name]. In: Yartseva, V.N. (ed.) *Lingvisticheskiy entsiklopedicheskiy slovar'* [Linguistic encyclopedic dictionary]. Moscow: Sovetskaya entsiklopediya, pp. 473–474.
18. Podol'skaya, N.V. (1990) Problemy onomasticheskogo slovoobrazovaniya (K postanovke voprosa) [Problems of onomastic word formation (on the formulation of the question)]. *Voprosy yazykoznaneya*. 3. pp. 40–53.
19. Kurbanova, M.G. (2014) *Ergonimy sovremennogo russkogo yazyka: semantika, pragmatika* [Ergonyms of the modern Russian language: semantics, pragmatics]. Philology Cand. Diss. Astrakhan. [Online] Available from: <http://www.twirpx.com/file/1648589/>. (Accessed: 4.05.2017).
20. Romanova, T.P. (2007) Sistema sposobov slovoobrazovaniya reklamnykh sobstvennykh imen [The ways of word-formation of advertising proper names] *Vestnik SamGU – Vestnik of Samara State University*. 5/2 (55). pp. 205–214.
21. Vayrakh, Yu.V. (2010) Sposoby slovoobrazovaniya naimenovaniy kommercheskikh predpriyatiy Irkutsk [Ways of word formation of names of commercial enterprises of Irkutsk]. *Vestnik IGLU*. 4. pp. 78–84.
22. Gugunava, D.V. (2003) Funktsionirovanie inoyazychnykh slovoelementov v sovremennoy rechi [Functioning of foreign words in modern speech]. *Mir russkogo slova*. 2. pp. 72–76.
23. Popova, T.V. (2011) Grafiksatsiya kak novoe yavlenie v yazyke i kognitsii [Graphixation as a new phenomenon in language and cognition]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta – Bulletin of Chelyabinsk State University*. 24 (239):57. pp. 160–163.

Received: 27 January 2018