

TRƯỜNG TÊN RIÊNG CỦA CÁC CƠ SỞ KINH DOANH DỊCH VỤ ĂN UỐNG Ở MÁT-XCƠ-VA VÀ VIỆT NAM

Hoàng Thị Hồng Trang^{*}

Bài báo phân tích so sánh tên riêng của các cơ sở kinh doanh dịch vụ ăn uống ở Thành phố Mát-xcơ-va và Hồ Chí Minh, thông qua đó làm sáng tỏ những điểm khác biệt của các cơ sở này trên khía cạnh hình thức và ngữ nghĩa. Ngữ liệu của bài báo gồm 1.000 tên riêng ở Hồ Chí Minh và 7.000 tên riêng ở Mát-xcơ-va được thu thập và chọn lọc từ các tờ báo, quảng cáo, biển hiệu và các nguồn trên Internet. Đặc biệt, nghiên cứu này có tính cấp thiết đối với việc phổ biến rộng rãi danh xưng các cơ sở kinh doanh dịch vụ ăn uống và những cấp độ còn thiếu trong việc nghiên cứu chúng. Dựa trên nền tảng nghiên cứu các ngữ liệu có thể đưa ra kết luận về việc phân chia những khác biệt trong tên riêng của các cơ sở dịch vụ này thành một vài nhóm, điển hình là tính đa dạng của việc đặt tên các cơ sở kinh doanh dịch vụ ăn uống và tính đại diện của các nhóm tên vùng miền.

Từ khóa: tên riêng các cơ sở kinh doanh, tên của các cơ sở kinh doanh dịch vụ ăn uống, ngữ nghĩa, hình thức.

The article provides a comparative analysis of the proper names of catering businesses in Moscow and Ho Chi Minh City, thence, sheds light on their formative and semantic differences. The corpus used in the article includes 1,000 names in Ho Chi Minh City and 7,000 names in Moscow collected and selected from newspapers, advertisements, signs and online resources. In particular, this study is critical to the dissemination of the names of catering businesses as well as to a gap in the research. The analysis of corpus concluded that the differences in the proper names of catering businesses can be classified into groups, including diversity of naming and representation of regional names.

Keywords: proper names of businesses, names of catering businesses, semantic, form.

РЕСТОРОНИМИКОН МОСКВЫ НА ФОНЕ ИМЕННИКА ВЬЕТНАМА

В отличие от российской, вьетнамская ономастика является молодой дисциплиной, чьи научные интересы сосредоточены

преимущественно «на изучении имён людей и индивидуальных названий географических объектов. Остальные разряды собственных имен пока не изучены или изучены совсем мало» [Хоанг Тхи Бен, 2014, с. 297]. Одной из первых научных работ вьетнамских лингвистов, посвящённых

^{*} TS., Trường Đại học Sư phạm Thành phố Hồ Chí Minh

Email: hongtrang791@gmail.com

коммерческому неймингу, явилась кандидатская диссертация Фам Ван Фонга, выполненная на материале названий московских торгово-промышленных предприятий, где эргонимия Ханоя явилась лишь сопоставительным материалом, оттеняющим московский [Фам Ван Фонг, 2012]. Поэтому для сравнения было предпринято самостоятельное исследование. Его объектом стали названия заведений питания (ЗП) городов Хошимина и Москвы. Как другой вариант термина на суд научной общественности выносятся рестороны, отражающий современное понимание этой сферы деятельности именно как ресторанного бизнеса и практику использования слова ресторан в роли родового наименования для различных типов ЗП информация, о которых найдена в Интернет-сети на различных вьетнамо- и русскоязычных сайтах (всего около 1000 наименований в г. Хошимине) и в результате исследования о московских ресторанах автора Хоанг Тхи Хонг Чанг (около 7000 наименований г. Москвы). Выбор города обусловлен прежде всего экстралингвистическими причинами – как наиболее знакомый автору. К тому же в 2014 г. Хошимин в мировом рейтинге указан на третьей позиции как место, где очень вкусно и разнообразно кормят (по данным опроса туристов).

Хошимин, который также известен под старым названием *Saigon*, долгое

время был столицей колонии Франции, что объясняет до сих пор сильное влияние французской культуры на вьетнамскую в таких сферах, как письменность, архитектура, образ жизни, в том числе в кухне, что важно для нашей темы. С 1955 по 1975 г. он был столицей независимого Южного Вьетнама, сегодня это второй по значимости культурный, экономический, политический центр Вьетнама с населением в 8,5 миллионов человек, в котором, как пишут в туристических путеводителях, ЗП встречаются на каждом шагу.

В отличие от Москвы, именование ЗП здесь регламентировано «Законом о рекламе» 2012 г.¹ Согласно нему, текст вывески в качестве обязательных элементов должен указывать на:

1) **национальную кухню ЗП:** French Restaurant/ Nhà hàng Pháp (французский ресторан) «La Villa», «Trios Gourmands» (3 гурмана), «La Fourchette» (вилка), «Le Chateau de Saigon», «Le Bordeaux», «Bistrot de Saigon»; аналогично Korean restaurant/ Nhà hàng Hàn Quốc/ Ẩm thực Hàn quốc (корейский ресторан/ ресторан корейской кухни) «Hancook» (Корея), «Full House», «Yuri Yuri» (имя), «Poki Poki», «So Back San» (название горы в

¹ Luật quảng cáo số 16/2012/QH13 ngày 21/6/2012 (Закон № 16/2012/ QH13 «О рекламе» от 21.06.2012г.) http://www.moj.gov.vn/vbpq/lists/vn%20bn%20php%20lut/view_detail.aspx?itemid=27802#Chuong_V

Kopee); Chinese restaurant/ Nhà hàng Trung Quốc/ Ẩm thực Trung Hoa (китайский ресторан/ ресторан китайской кухни) «San Fu Lou» (Три счастливых положения), «Ocean Palace», «Tân Hải Vân» (новый Хайван), «Cát Tường» (пожелание удачи), «Shang Palace» (дворец Шанга); Nhà hàng Nga (русский ресторан) «СССР», «Ivanka-Slavic», «Bạch Dương» (берёза); Vietnamese cuisine или món Việt (вьетнамская кухня) «Lemongrass», «Mountain retreat», «Gà cơ bắp» (толстая /жирная курица), «An Nam Quán» (An Nam – древнее название Вьетнама), «Tâm Cầm» (Там и Кам – герои сказки), «Gạo» (рис), включая Ẩm thực Huế (хуэская кухня) «O Xuân» (тетя Суан), «Bếp Huế» (кухня Хуэ), «Bích Liên» (имя), «Quán Mẹ Oi» (мамочка), «Mơ Cau» (бетелевая пальма); Ẩm thực Thái Lan (тайская кухня) «Thai House», «Con Voi Vàng» (желтый слон), «Ngò Ri» (кориандр), «Sam Yan» (блюдо), «Spice Temple» (храм специй), «Blue Chilli» (голубой перец); Japanese restaurant/ Nhà hàng Nhật/ Ẩm thực Nhật (японский ресторан/ японская кухня) «The Sushi World», «Lá Phong» (клён), «Hương Nhật» (японский вкус), «FUJI» (гора Фудзи), «Sushi Dining AOI»;

2) **уровень (класс) 3П:** quán ăn/ quán (ресторанчик) «Bầu bạn» (друзья), «Tự mình» (мы), «Huyền Trang» (вьет. имя), «Minh Ân» (имя), seмейный ресторан (Home Cooked Vietnamese Restaurant «Đèn Lồng» (фонарь), Quán ăn gia đình «Cau Xanh» (зелёная бетелевая пальма),

«Sông Quê» (река родины), «Như Hà» (Ньы Ха), «Những người bạn» (Друзья), Bếp Nhà «Xứ Quảng» (Провинция Куанг), Ẩm thực cơm nhà «Cục gạch quán» (Кирпичный ресторанчик), Vietnamese family meal «Cycle Resto», *s умеренными ценами* (Quán ăn bình dân «A Thảo» (имя), «Hoàng Hiếu» (имя), Quán cơm bình dân «Ngọc Phú» (имя), «Nhân Thìn» (имя), ресторан высокой кухни (Buffet premier «Hoàng Yến» (имя), Steak Prime «Moo Beef»), банкет-свадьба (Convention Center & Wedding «Five Stars Palace», Trung tâm hội nghị-Tiệc cưới «Queen Plaza»);

3) **тип услуг:** ресторан-buffet («Tung Garden» (сад Тунга), «Hương Rừng» (лесной запах), «Gala Buffet»), a la carte (buffet-a la carte «Market 39 Restaurant»), *fast food* (Nhà hàng thức ăn nhanh «Cantina Central», «Carl's Jr.Hamburger», «Two Two Fried Chicken», «Chaos Chicken», «Папахот» (папин соус), «Pizza Bá Khang», «Otoké Chicken» (Как курица), свадебный ресторан (Nhà hàng tiệc cưới «Phú Nhuận» (Фу Ньуан – район Хошимина), «Kim Bửu» (Ким Быу), «Bến Hồ Palace» (дворец на берегу озера), «MD Star», «Hòa Bình» (покой), Wedding Restaurant «South», Trung tâm Hội nghị-tiệc cưới «Vườn Cau» (пальмовый сад), «Âu Cơ» (Ay Ko), «Claris Palace», Wedding-event center «Bach Kim», wedding & events «Bách Việt» (Бач Вьет)), Delivery (доставка) (Restaurant-bar-delivery «Black Cat», Take away & Delivery «Genki Sushi», Delivery «Crawfish»

(речной рак), «CupnCake», Food & Drink delivery «Vy's Kitchen», «Gogo», «Cow», Fresh & Healthy food delivery «Box 4P's»);

4) **основное блюдо 3П:** hủ tiếu (вермишель(ная)) «171», «Hồng Phát» (Хонг Фат), «Ông Già Cali» (старик Кали), «Cô Giang» (Ко Занг – имя улицы), com tấm (сломанный (дробленый) рис) «Ba Ghiền» (папа очень любит), «Tài», «Bụi Sài Gòn» (пыль Сайгона), «Mộc» (дерево), «Thuận Kiều» (имя), «Bãi Rác» (мусор), hải sản (морепродукты) «Biển Đông» (Восточное море), «Hòn Đảo» (остров), «Hào Sứa» (молодая устрица), «Hoàng Hải» (имя), pho «Dậu» (Зау – литературный персонаж), «Việt Nam», «Quỳnh» (вьет. имя), «Big Bowl», «2000», «Xe Lửa» (поезд), Bún Chả (бун ча) «145 Bui Vien» (адрес), «Ngọc Hà» (вьет. имя), «Dì Xuân» (тетя Суан), «Thủ Đô» (столица), «Bà Bính» (бабушка Бинь), «Quán Ánh Việt» (имя), «Đông Quán» (восточный ресторанчик), Bánh xèo (блинная) «Bà Hai» (вторая бабушка), «Cô Út» (самая младшая тетя), «Miền Tây» (западный район), «A Phở» (А Фу – герой литературы), «Ngọc Sơn» (имя), Bánh cuốn (бань куон – тип блинчиков) «Ba Miền» (3 района), «Tây Hồ» (западное озеро), «Kim Khánh» (имя), «Cuốn +» (куон), «Ba Chị Em» (3 сестры), Bún bò (бунбо – тип латши) «Quán 79», «Hữu Vị Quán» (вкус), «20k» (20 тысяч), «O Thùu» (тетя Тхуй), Bún bò Huế (бунбо г. Хуэ), «Ở Thương» (ну, Тхыонг), «Nhung» (имя), «Song

Anh» (имя), «Đông Ba» (район г. Хуэ), «Nhân Trí» (вьет. имя);

5) **другие типы услуг:** Hệ thống nhà hàng (сетевой ресторан) «Hệ thống Buzza Pizza», «Hệ thống The Sushi Bar», «Hệ thống Marukame Udon», «Hệ thống AB Tower», Café sách/ book café/ bookstore café (книжное кафе) «FYI», «Hub», «Huy Hoàng», «Ciao Café», «Lookinside», «Kafka» и др.;

6) **форму собственности:** Công ty Trách nhiệm hữu hạn/ TNHH Nhà hàng (ООО ресторан) (государственный) «Tiệc Kim Thành» (банкет Кима Тханя), «Thắng Lợi» (победа), «Nam San F&B», «Ngôi Sao Mới» (новая звезда), «Cuốn» (куон), Doanh nghiệp tư nhân/ DNTN Nhà hàng (частный), далее – имена владельцев («Hồng Hà», «Huyền Trân», «Phương Hà»), «Holiday», Công ty Cổ phần (акционерный) «Huynchi», «Vườn Phố» (городской сад).

Традиционными типами 3П во Вьетнаме являются: quán/ quán ăn (ресторанчик) «Ốc Rẻ» (дешевая улитка), «Út Cà Mau» (младшая сестра из Камау), quán cóc (уличное кафе) «Ốc Diêu» (Улитка Зиеу) – на ул. До Куан Дау, «Súp Cua» (крабовый суп) – на рынке ТанДинь, bánh xèo, bánh cuốn (блинчики «Ngọc Xuân», banh kuon «Đường A2» (ул. A2) – блинчиковые), phở, hủ tiếu, bún bò, bún chả (фо, вермишельная) «Ngũ Vị» (5 специй), «Quảng Ký» (имя), bun bo «Mô Tê» (бессмыслица, ничего непонятно), bun cha «Tô» (чаша, блюдо) – латишские),

căng-tin (столовая) «Trường ĐH Sư Phạm TP HCM», bánh mì (хлебная) «Hòa Mã» (имя), cơm tấm (сломанный рис) «Tú Mập» (толстяк Ту), phòng trà (чайная комната) «Saigon M&Toi» (ты и я).

Для Вьетнама информативно значимо, что будет указано в номенклатурной части вывески: *ресторан* (Nhà hàng «Hội Ngộ» (Увидимся), «Suồn Nướng Hàn Quốc» (грильная грудинка из Кореи) или *ресторанчик* (Quán «Thúy» (имя), «Vịt gầy» (худая утка)), *Canteen* (закрытая столовая учреждения – «для своих») или *cantina* (открытого доступа, для всех), потому что, различия между ними принципиальны. Здесь нет той свободы в заменах терминов, как в Москве, т. к. среди них нет абсолютных синонимов. Высокая информативность позволяет им употребляться в функции дифференциатора: Hủ tiếu «Hủ tiếu Nam Vang» (вермишельная провинции Нам Ванг), beefsteak & Món Âu «48 Bistro», «Thái Quán» (тайский ресторанчик), café «Loft», nhà hàng «Món Việt» (ресторан вьетнамской еды)².

Номенклатурный элемент органично входит в названия многих ЗП: «Quán Ăn Việt» («Вьетнамский ресторанчик»), «Quán ăn ngon» («Вкусный ресторанчик»), «Quán Nga» («Русский ресторанчик») и др. Сюда же следует

отнести эргонимы, отражающие специализацию заведения: «Nhà hàng chay Hải Đăng» (Вегетарианский ресторан «Хай Данг»), «Liên hoa Chay» («Вегетарианская еда “Лотос”»), «Ăn thực chay Om» («Тушеное вегетарианской кухни») – вегетарианские рестораны, «Hải Sản Hoàng Hải» («Морепродукты “Хоанг Хай”»), «Ốc Chị Em» («Улитка сестры»), «Cua Hoa» (Краб “Хоа”) – ресторан морской кухни. Названия отражают и более узкую специализацию: «Bánh Xèo Ăn là ghiền» («Вьетнамские блинчики “Язык проглотишь”»), «Bánh Xèo Mười Xiêm» («Вьетнамские блинчики “Мыой Сиём”») – по-русски: блинные, точнее – «нэмные». «Phở Lê» («Суп-лапша “Лэ”»), «Bún bò Xu» («Лапша “Су”») – лапшичные, «Bánh cuốn Hạt gạo vàng» («Бань куон “Золотой рис”»), Bánh Mì “37 Nguyễn Trãi” (Хлеб “ул. Нгуен Чай, 37”) – уличные кафе.

Имя без номенклатора тоже возможно: «Biển Dương» («Море»), «Thiên Quế» («Тхиен Куэ»), «Nhà Tôi» («Моя семья»), «Ngon Đệ Nhất» («Самый вкусный») и др. Как показал наш материал, в данной группе эргонимов Хошимина тоже большая доля иноязычных названий: 52% против 43% вьетнамских (5% – это «гибриды», состоящие из слов двух языков, одним из которых является титульный язык государства). Это обстоятельство может быть объяснено экстралингвистическими факторами –

² Подобное мы отмечали и для российской столицы, но там это не носит массового характера.

как спецификой данного бизнеса и традициями его именования в мире, так и поликультурной средой Хошимина. Следует подчеркнуть, что иноязычные названия характерны для ресторанов, но не ресторанчиков.

Вполне ожидаемо первое место среди названий-варваризмов в современных условиях глобализации жизни занимают имена на английском языке (31%): «Black Cat» («Чёрная кошка»), «Red House» («Красный дом»), «The Refinery» («Очистительный завод»), «We» («Мы»), «Crown» («Корона»), «Fanny» («Веселый»), «Hard Rock» («Хард-рок») «Temple Club» («Храмовый клуб»), «The Deck Saigon» («Палуба (крыша) Сайгона»), «King Kebab» и др. Столь же предсказуемо второе место у эргонимов на французском – 8%: «Noir» («Чёрный») – ужин в темноте, «Trois Gourmands» («Три гурмана»), «Au Parc» («В парке»), «Le Comptoir de Saigon» («Стойка в Сайгоне») и др., поскольку в течение длительного времени Вьетнам оставался колонией Франции. 18% – другие языки, причем все слова переданы исключительно латиницей, транслитерация возможна только с иероглифических языков – китайского, японского, корейского. Эта группа представлена итальянским («Ciao Bella» (привет, красавица), «Basilico» (базилик), «Pomodoro» (помидор), «Pergola» (вид дерева)), немецким («Rosmarin», «Brotzeit» (хлеб + время – комфортная трапеза),

«Deutsches Eck» (немецкий угол), «Krauts» (квашеная капуста), «Munich» (название города)), арабским («Halal» (понятие в исламе – разрешение), «Zeytun», «Sahraan», «Beirut» (название города)), испанским («Amigo» (друг), «Dela Rosa», «Ole», «La Fiesta»), японским («Ichiban Sushi Vietnam» («Лучшие суши во Вьетнаме»), «Kazoku» (семья), «Tachibana» (имя), «Izakaya Miraku» (веселый ресторанчик)), китайским «Xingwan HongKong» («Новая сеть Гонконг», «Geylang@Saigon» (название города), «San Fu Lou» (три счастливых пожелания), «Yu Chu» (имя)), корейским («Kimchi Kimchi» (блюдо), «Dae Jang Gum» (имя), «Cocodak» (блюдо), «Daebak Gogi» (имя)) и др.

Обращает на себя внимание явная зависимость между языком названия и типом кухни, которой характеризуется данный ресторан, что позволяет считать графический облик имени выразителем прагматической информации – клиентов с какими вкусами заывают в данное заведение. Так, о ресторане «Pacharan» (пачаран – алкогольный напиток, традиционный для ряда областей севера Испании) сообщается, что здесь можно отведать «подлинные испанские блюда и тапу (острые закуски)», насладиться широким ассортиментом пазлы и вин «испанских этикеток». Другой пример: «"Cantina Central"» известен среди местных жителей, эмигрантов и постоянных гостей Сайгона благодаря

настоящей подлинности его мексиканской кухни»³. Этот список продолжают названия «Biển Nhớ» (Море скучает), «Xu Lounge», «Mountain retreat» (гора отступает), «Secret garden», «Gà sơ bắp» (курица с крепкими мышцами), «Quê nhà» (вьетнамская кухня – родина), «Zen», «Sora Maki», «Kohaku sushi», «Doraemon Casa», «Sushi Nhí», «Botejyu Okononiyaki» (японская), «Pat a Chou» (слоеное тесто), «Bonjour» (здравствуйте), «Délices» (вкусно), «Coote d'Azur» (Лазурный берег), «Bistro de Saigon», «La Crêperie» (блины) (французская), «Mamá Inéz», «Rico Taco», «TacoLeo», «Balconeando A Las Estrellas», «Gringo Taco y Cantina», «Taco Bich» (мексиканская), «Halal», «Hummus», «Warda», «Beirut shisha» (арабская/ средневосточная), «El Gaucho» (аргентинская) и др.

Есть и обратные примеры, когда кухня ресторана не соответствует языку эргонима. Так, вопреки ожиданиям, «Good Morning Vietnam» – сеть итальянских, а не американских ресторанов, «Giấc mơ nhỏ» («Маленькая мечта») – ресторан русской, а не вьетнамской кухни, но таких случаев немного. Это доказывает, что выбор языка в названии во многом сродни национальному флагу на ресторане. На это же указывают гибридные эргонимы, совмещающие в себе лексические единицы разных

языков, одним из которых обязательно является вьетнамский (5% от числа имён). Из их числа: «Scott and Binh's» («Скотта и Бинь <ресторан>») – имена супругов-владельцев: Скотт – имя мужа-американца и Бинь – имя жены-вьетнамки; соответственно, основная кухня – американская, но в меню есть и вьетнамские блюда. Европейская вкупе с местной кухней представлена в заведениях «Âu Lạc Healthy World» («Здоровый мир первожителей от Адама и Евы»), «Lodge Bụi» («Свободная палатка»), «Maxim's Nam An» («Старинный Вьетнам Максима»), «Ngọc Sương Marina» («Нгок Шьонг Марина»), азиатский микс – в Lẩu “Yummy» (хот-пот «Юмми»), названия которых состоят из слов разных языков.

Названия ресторанов, как вьетнамские, так и иноязычные, разнообразны по структуре – от однословных до формы предложения. В первой – уже известные по московским ЗП номерные имена («333», «94», «3Т» – чаще это адреса заведений) и «Đồng» – «Медный»), во второй – разной структуры: «Good Morning Vietnam!» («Доброе утро, Вьетнам!»), «Quo vadis» («Куда идёшь?»), «Cà Phê Đôi Gió» («Кофе даёт минуту отдыха»), «Biển Nhớ» («Море скучает»), «I love Bun» («Я люблю лапшу») и некоторые др. Основная модель – это словосочетания с различной связью: 1) сочинительной («Wrap & Roll», «New York Steakhouse & Winery», «Phở & Nem», «Grapes and

³ <http://sabaiaasia.ru/Vietnam/ho-chi-minh-restaurants.html>

Bamboo», «Scott and Binh's»; 2) подчинительной разных типов («Breeze Sky» («Небо ветра»), «Bún Sài Gòn» («Лапша г. Сайгона»), «Mùa thu vàng» («Золотая осень»), «Casa Italia» (Итальянский дом), «Hương Lài» («Запах жасмина»), «La Cave de Saigon» («Виноградное подземелье в Сайгоне»); 3) смешанного вида («Bún Chả Hà Nội Nem Cua Biển» («Бунча Ханоя и Нэм с морскими крабами»)).

Названия ресторанов представляют собой результат 1) трансонимизации (переход в эргонимы имен других разрядов), 2) онимизации (использование в качестве онима апеллятивного слова, иначе – деапеллятивизация), 3) синтаксической деривации (составление названия из свободных лексических единиц). Первая группа представлена антропоэргонимами – в абсолютном большинстве это вьетнамские имена владельцев («Ánh Viên», «Mười Xiêm», «Hoàng Long», «Dung», «Ly», «Nam Son», «Xứ Quảng», «Hà Nội»), за редким исключением («Mumtaz» – имя индийской актрисы); топоэргонимами («La Habana», «La Camargue», «Moscow», «Caribe», «Hồng Hải» («Красное море»), «Portofino»), идеоэргонимами («Good Morning Vietnam!», «Mogambo») и др. Это культурномаркированные знаки, что позволяет им легко выполнять информативную функцию, о чем свидетельствуют рекламные тексты, ср.: «Трёхэтажный ресторан «Красное

море» известен блюдами из морепродуктов, приготовленных в стиле Нячанг, по разумным ценам в обстановке тропического сада». Или: «"La Habana" предлагает более 50 видов острых закусок, а также кубинские коктейли, в удобной обстановке, под приятные звуки кубинской музыки». Еще: «Ресторан «Le Bordeaux» («Бордо») – первоклассное заведение французской кухни, воплощение профессионализма, утончённого вкуса и самоотверженности, с которой французы работали над его открытием»⁴.

В качестве наименований используются следующие группы нарицательной лексики: 1) названия продуктов, напитков, специй «Boom Dak» (тип лапши), «Pat a Chou» («Слоеное тесто»), «Pendolasco» (пендоласко – пицца, приготовляемая в дровяной печи), «Skewers» (шашлыки), «333» (сорт пива) и др.; 2) названия растений (фруктовых, овощных, цветочных): «Bông Sen» («Лотос»), «Hoà Túc» («Цветок мака»), «La Taverne» («Берёза»), «Lá Tía Tô» («Перилловый лист»), «Lemongrass» («Сорго лимонное»), «Mandarin» (Мандарин), «Saffron» («Шафран»), «Pomodoro», «Rosmarin», «Basilico» и др.; 3) названия построек, помещений («Atrium», «Cổ Ngự» («Крепость»)),

⁴ <http://sabaiaasia.ru/Vietnam/ho-chi-minh-restaurants.html>

«Boutique» («Ресторанчик»); 4) абстрактная лексика: «Amigo» («Друг» / «Дружба»), «Bahdja» (Удовольствие), «Hữu Nghị» («Дружественность»), «Ciao Bella» («Привет»), «Liberty» («Свобода»), «Signature» («Подпись»), «Thanh niên» (Молодёжь); 5) названия посуды: «Đôi đũa Việt» («Вьетнамские палочки»), «Cái Nĩa», «La Fourchette» («Вилка»), «Mẹt Quán» («Ресторанчик “Корзина”»), «Mâm Bạc» («Серебряный Поднос») и др.

Из лексики указанных групп составляются сложные названия: «Vương Quốc Tôm» («Мир креветки»), «Cham Charm» («Владыка очарования»), «Phía Ngày Nắng Mới» («Направление новых солнечных дней»), «Góc Sài Gòn» («Угол Сайгона»), «Hoa viên Tri Kỷ» («Сад Дружбы»), «Âu Lạc Healthy World» («Здоровый мир первожителей от Адама и Евы»), «Như Ý» («Всего хорошего»), «Hoa Viên Hoàng Gia» («Королевский сад»), «Ichiban Sushi Vietnam» («Лучшие суши во Вьетнаме»), «Jumbo Jungle» («Огромный тропический лес»), «Cô Bảy» («Седьмая тётя»), «Au Parc» («В парке»). Большинство из них тоже выполняют информативную или рекламно-информативную функцию, т. е. включают лексику, актуализирующую культурный код той или иной нации. В их числе «Alibaba», «Chú Cuội» (дядя Куой – имя вьетнамского сказочного персонажа), «Ashima» (героиня легенды о городе

Шанриле), «Daruma» (японская кукла-неваляшка, олицетворяющая Бодхидхарму, приносящая счастье), «Halal» (допустимая у мусульман пища), «Zen» (Дзэн – одна из школ буддизма). Очень показательно название ресторана «Grapes and Bamboo», известного французской и вьетнамской кухнями, символами которых выступают названия винограда и бамбука.

Итак, к особенностям эргонимов Хошимина (с определенной долей вероятности – Вьетнама в целом) следует отнести: 1) высокую долю иноязычных названий в общем списке названий, а в их составе – значительный процент имен на французском языке; 2) частотное включение в эргоним номенклатурных слов *ресторан*, *кафе* и родовых названий блюд, на которых специализируется данное «заведение еды» (*латиша*, *суп-латиша*, *блинчики* и др.); 3) преобладание названий информативного типа, указывающих на характер кухни ресторана как на графическом, так и лексико-семантическом уровне – через наименование блюд, имя владельца, культурно-нагруженные собственные и нарицательные имена; 4) стилистическую нейтральность названий; 5) структурное многообразие имен как отражение, с одной стороны, специфики вьетнамского языка, с другой – поликультурной сути города; 6) ограничение графических

обращений ИС транслитерацией иероглифов.

Московские рестороны отличаются от них большим разнообразием номенклатурного состава, как в части идентификаторов, так и классификаторов, меньшей степенью использования в качестве собственно имен номенклатурных терминов. Приведем наиболее типичные примеры бар, котлетная, хумусия, коктейль-бар, спорт-бар, грузинский ресторан, арт-кафе и др. В именнике российской столицы много стилистически маркированных названий, часть из них является результатом разного рода языковых игр. Напр., использование в названиях слов *ателье, мастерская, фабрика* является для Москвы приемом метафоризации в создании ИС, тогда как «производственные» онимы Хошимина «L'Usine» («Завод»), «The Refinery» («Очистительный завод») – прямое указание на расположение ЗП. К тому же, столичные ЗП обладает культурной маркированностью: по символам стран названы ирландские

пабы «Шемрок» и «Клевер», японские «Цветение сакуры», индийский «Осторожно, слон!», русские рестораны «Romashka Family», «Медведь».

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Старикова, Г.Н., Хоанг, Т.Х.Ч. (2017). Трофонимы (ресторонимы) как особый тип эргонимов (на материале имен заведений общественного питания Москвы). *Вестник Томского государственного университета. Филология*, № 47, с. 72-87.
2. Фам, В.Ф. (2012) *Особенности образования и функционирования русских эргонимов (с точки зрения межкультурного контакта)*. Автореф. дис. ... канд. филол. наук, Москва.
3. Хоанг, Т.Б. (2014). *Ономастическое пространство в русском и вьетнамском языкознании*. Русский язык: система и функционирование (к 75-летию филологического факультета): сб. материалов VI Междунар. науч. конф. Минск, 28–29 октября 2014 г. – Минск: Изд. Центр БГУ.
4. Хоанг, Т.Х.Ч. (2018). *Ресторанный нейминг: структурно-семантический и коммуникативно-прагматический аспекты*. Дис. ... канд. филол. наук, ТГУ, Томск.