

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

На правах рукописи

Исакова Анна Алексеевна

СЕМАНТИКА И ПРАГМАТИКА НАЗВАНИЙ ЗАВЕДЕНИЙ ПИТАНИЯ
В РУССКОМ, АНГЛИЙСКОМ И ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКАХ

Специальность 10.02.20 – Сравнительно-историческое, типологическое и
сопоставительное языкознание

Диссертация на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Научный руководитель:
доктор филологических наук, профессор
Белозерова Наталья Николаевна

Тюмень

2022

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
Глава 1. Теоретические аспекты названий заведений питания: структура, принципы и способы номинации	12
1.1 Названия заведений питания как объект вторичной номинации	12
1.2 Мотивированность названий заведений питания	33
1.3 Социокультурная обусловленность названий заведений питания	38
1.4 Языковая игра в номинации заведений питания	46
1.5 Гибридизация в номинации заведений питания	58
Выводы по 1 главе	67
Глава 2 Семантика и прагматика названий заведений питания в русском, английском и французском языках (на материале заведений питания г. Тюмени, г. Сиэтла и г. Тулузы)	69
2.1 Общее описание материала	69
2.2 Семантические параметры названий заведений питания в русском, английском и французском языках	71
2.3 Прагматические параметры названий заведений питания в русском, английском и французском языках	93
2.4 Специфика гибридных названий заведений питания в русском, английском и французском языках	112
2.5 Языковое разнообразие названий заведений питания в русском, английском и французском языках	119
2.6 Эволюционные процессы в номинации заведений питания, обусловленные последствиями пандемии Covid19	130
Выводы по 2 главе	144
Заключение	148
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	152
Приложение № 1 Названия заведений питания г. Тюмени	168
Приложение № 2 Названия заведений питания г. Сиэтла	178
Приложение № 3 Названия заведений питания г. Тулузы	193
Приложение № 4 Отзывы о заведениях питания г. Тюмени, г. Сиэтла и г. Тулузы	205

ВВЕДЕНИЕ

Тема данной работы – *Семантика и прагматика названий заведений питания в русском, английском и французском языках*¹.

Диссертационное исследование выполнено в рамках специальности 10.02.20 «Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание». Соответствует паспорту специальности в части следующих пунктов:

- исследование распространенности языковых явлений в пространственной протяженности и межъязыковое (междиалектное) взаимодействие внутренней организации языка как системы с ориентацией либо только на план выражения, либо на семантические категории языка и способы их выражения;
- выявление различий (контрастности) между двумя сравниваемыми языками;
- типология генетическая (динамико-генетическая, статико-генетическая); сравнительная, сопоставительная; функциональная (социолингвистическая); структурная, контенсивная; формальная, семантическая; инвентаризационная, импликационная; таксономическая, панхрономическая; фрагментарная, цельносистемная; диахроническая (историческая), синхроническая; количественная, качественная; количественная, семасиологическая, ономасиологическая; классификационная, характерологическая; фонологическая, фонетическая, морфологическая, синтаксическая, лексическая (слов, словосочетаний, заимствований, фразеологизмов, пословиц, поговорок, терминологии); универсальная, специальная; общая, частная; графическая (транскрипции, транслитерации, пунктуации, сокращений, орфоэпии); формализации; текста, систем; языковых союзов;
- языковые (лингвистические и переводческие) универсалии.

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-312-90050

Настоящее исследование посвящено изучению семантики и прагматики названий заведений питания в русском, английском и французском языках.

Материалом исследования послужил авторский каталог названий заведений питания, составленный по данным туристических и информационных сайтов (Google Maps, Restaurant Guru, Toulouse.fr, Tripadvisor, сайт Департамента потребительского рынка г. Тюмени). Всего проанализировано 5200 названий заведений питания (в г. Тюмени – 1250, в г. Сиэтле – 2300, в г. Тулузе – 1650).

Актуальность темы исследования обусловлена необходимостью всестороннего изучения результатов взаимодействия языков в периоды глобализации и деглобализации, значимостью исследования названий заведений питания как наиболее динамичного пласта внутригородской лексики, подверженного влиянию общемировых, государственных и региональных процессов в экономике, политике, языке и культуре. Названия заведений питания относятся к внутригородским названиям (эргонимам), которые наиболее подвержены влиянию политических, экономических и культурных изменений. Различные аспекты номинации хорошо изучены и разработаны, но новый этап развития и функционирования эргонимов, обусловленный глобальной пандемией Covid19, поставил перед исследователями новую проблему, требующую своего решения. Проблема исследования заключается в семантических сдвигах, которые отражают текущее состояние общества, эпистему периода, что в значительной степени находит выражение в культурном и социальном контексте, который определяет семантическую и прагматическую составляющую эргонима.

В работе использованы следующие **методы** исследования: описательный метод, семный анализ, метод семантической декомпозиции, контекстный анализ, сопоставительный метод.

Степень изученности и научной разработанности темы.

Вопросам изучения номинации посвящены труды В.Г. Гака (1977), Б.А. Серебренникова (1977), А.А. Уфимцевой (1977), В.Н. Телии (1981), Т.А. Соболевой (1986), А.В. Суперанской (1973, 1986, 1993), Е.С. Кубряковой

(1977), Н.К. Фролова (1982), М.В. Голомидовой (1998, 2017, 2019), В.И. Супруна (2000), А.К. Матвеева (2008, 2009), М.Э. Рут (2008, 2018).

Вторичная номинация рассматривается в работах В.А. Никонова (1974), В.Г. Гака (1977), В.Н. Телии (1977), Н.В. Подольской (1988), М.А. Кронгауза (2009). Наиболее значимые результаты современных ономастических исследований публикуются в периодическом научном журнале «Вопросы ономастики» в России и научном журнале «Names» в США.

В аспекте когнитивной лингвистики вторичная номинации рассматривается в работах Г.И. Кустовой (2000), Анны А. Зализняк (2001), Н.Н. Болдырева (2006), О.Б. Пономаревой (2013, 2016), Н.Ю. Шабалиной (2013), Т.В. Хвесько (2018, 2019).

Названия заведений питания входят в класс эргонимов. Первые исследования эргонимов появились в работах Л.М. Щетинина (1968), Б.З. Букчиной (1968), Г.А. Золотовой (1968), Т.А. Соболевой (1986) и А.В. Суперанской (1973, 1986, 1993). В начале 90-х годов после распада СССР и перехода бывших республик на рыночную экономику в отечественном языкознании наблюдается повышенный интерес к изучению эргонимов. В XX веке изучением эргонимов занимались А.В. Беспалова (1984), Н.В. Подольская (1988), С.В. Земскова (1996), Т.П. Романова (1998) и другие. В XXI веке – М.Я. Крючкова (2003), И.В. Крюкова (2004, 2007, 2008, 2014, 2015, 2016), О.В. Врублевская (2016), О.В. Кирпичева (2016) и другие.

Ученые исследовали названия заведений питания с различных точек зрения, однако сопоставительному изучению подобных названий в русском, английском и французском языках не уделялось достаточного внимания.

Теоретическая значимость работы обусловлена ее новизной и заключается в комплексном рассмотрении свойств названий заведений питания в аспекте семантики и прагматики. В диссертации рассматривается социокультурная обусловленность названий и их мотивированность. Проводится анализ структуры и способов образования. Определяются семантические и прагматические параметры данного вида эргонимов, специфика

метафорических, метонимических и гибридных названий. Исследование вносит вклад в развитие теории номинации, а также в сопоставительное изучение эргонимов. Кроме того, рассматриваются эволюционные процессы, происходящие в названиях заведений питания, вызванные пандемией Covid19.

Практическая значимость заключается в том, что результаты исследования могут быть использованы в разработке курсов по общему языкознанию, сравнительно-сопоставительной лингвистике, межкультурной коммуникации и теории номинации.

Хронологические рамки исследования охватывают названия заведений питания, функционирующих в г. Тюмени (Россия), г. Сиэтле (США) и г. Тулузе (Франция) в 2019, 2020 и 2021 гг. Данный временной промежуток включает в себя периоды глобализации (когда английский язык выполняет роль глобального языка) и локдауна (когда на протяжении длительного периода времени страны ограничивали въезд и выезд на свои территории). Общеизвестно, что внутригородские названия являются одними из наиболее динамично развивающихся онимов, которые, кроме того, наиболее подвержены внешнему влиянию, следовательно, изучение их трансформации позволит выявить новые актуальные тенденции в языке.

Объектом исследования является вторичная номинация заведений питания в русском, английском и французском языках на материале названий г. Тюмени, г. Сиэтла и г. Тулузы.

Предметом исследования являются семантические и прагматические параметры названий заведений питания г. Тюмени, г. Сиэтла и г. Тулузы.

Общетеоретическая база исследования состоит из работ отечественных и зарубежных ученых. Теоретические аспекты изучения названий заведений питания были рассмотрены на основе работ Н.Д. Арутюновой (1977), М.Я. Крючковой (2003), А.М. Емельяновой (2007), Ф.Ф. Алистановой (2011), М.Г. Курбановой (2015), Н.В. Носенко (2007, 2015) и др.

При изучении семантики названий заведений питания были использованы труды В.И. Супруна (2000), И.А. Стернина (2007), А.М. Емельяновой (2007),

Ф.Ф. Алистановой (2011), Т.А. Кадоло (2011), М.Г. Курбановой (2015), Р.М. Амировой (2016), Н.В. Носенко (2007, 2015) и др.

При исследовании прагматического потенциала названий заведений питания были изучены работы А. Маслоу (1970/1999), В.И. Супруна (2000), Н.В. Шимкевича (2002), М.Е. Новичихиной (2004, 2007), И.В. Крюковой (2004, 2011), М.Г. Курбановой (2015) и др.

Методология исследования построена на основе работ по изучению имени собственного А.В. Суперанской (1973, 1993), Н.Д. Арутюновой (1977), В.Н. Телия (1977, 1981), Н.К. Фролова (1982, 2007), В.И. Супруна (2000), Т.В. Хвесько (2007, 2018, 2019), К.А. Кадоло (2011) и других; по изучению семантики эргонимов – В.Н. Телия (1977, 1981), В.И. Супруна (2000), И.А. Стернина (2007), К.А. Кадоло (2011), М.Г. Курбановой (2015); исследование прагматического аспекта эргонимов – Н.В. Шимкевича (2002), И.В. Крюковой (2011) и др.

Целью исследования является выделение семантических и прагматических параметров названий заведений питания в русском, английском и французском языках на основе построения изоморфных и алломорфных характеристик языкового узуса в эргонимической сфере, а также определение видов деривационных процессов в их номинации.

Достижение поставленной цели предполагает решение следующих **задач**:

- 1) При описании эргонимов определить виды их социокультурной обусловленности.
- 2) Определить наиболее продуктивные способы образования новых имен заведений в русском, французском и английском языках.
- 3) Систематизировать заимствования из различных языков в названиях заведений питания в русском, английском и французском языках, проникшие в результате языковых контактов.
- 4) Рассмотреть взаимосвязь эргонимов с другими компонентами гастрономического дискурса.

Гипотезой исследования стало предположение о том, что все названия заведений питания города в русском, английском и французском языках являются полностью мотивированными. Однако при всей сложности семантической структуры прагматический компонент является доминантным.

Научная новизна исследования заключается в изучении названий заведений питания в русском, английском и французском языках в сопоставительном аспекте.

Апробация результатов исследования. Основные результаты исследования были обсуждены на заседаниях кафедры английского языка, семинарах, конференциях и форумах.

1. XIV Международная научно-практическая конференция «Севастопольские Кирилло-Мефодиевские чтения», 14-15 сентября 2020 года, Севастополь.

2. III Международная междисциплинарная научно-практическая конференция «Язык. Культура. Перевод. Коммуникация», 26–27 октября 2020 года, Москва.

3. V Международный научно-практический симпозиум «История еды и традиции питания народов мира», 12-14 ноября 2020, Москва.

4. American Name Society Annual Meeting (International conference) 2021, 22-24 января 2021, Сан-Франциско, США.

5. RaAM 14 METAPHOR AND SPACE (International conference), 23-26 июня 2021, Вильнюс, Литва.

6. XV Международная научно-практическая конференция «Севастопольские Кирилло-Мефодиевские чтения», 17-18 сентября 2021 года, Севастополь.

Результаты диссертационной работы нашли отражение в 8 научных публикациях, в том числе 5 в журналах, входящих в перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные результаты диссертации на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук.

Наиболее значимые научные публикации:

1. Исакова, А.А. Языковая игра в названиях заведений питания в русском, английском и французском языках / А.А. Исакова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2021. – Т. 14. – № 12. – С. 3997-4004 (ВАК).

2. Исакова, А.А. Типология гибридных названий заведений общественного питания (на материале названий заведений питания в русском (г. Тюмень), английском (г. Сиэтл) и французском (г. Тулуза) языках) / А.А. Исакова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2021. – Т. 14. – № 4. – С. 1313-1319 (ВАК).

3. Исакова, А.А. Социокультурный аспект названий заведений питания в русском, английском и французском языках / А.А. Исакова // Русский лингвистический бюллетень. – 2021. – № 4(28). – С. 39-43 (ВАК).

4. Исакова, А. А. Названия заведений питания в языковом ландшафте города / А.А. Исакова // Традиционная культура в современном мире. История еды и традиции питания народов мира: Материалы V Международного научно-практического симпозиума, Москва, 12–14 ноября 2020 года. – Москва: Новое время, 2021. – С. 172-177.

5. Белозерова, Н.Н. Прагматические доминанты текста регионального меню / Н.Н. Белозерова, А.А. Исакова // Вестник Тюменского государственного университета. Гуманитарные исследования. Humanitates. – 2020. – Т. 6. – № 4 (24). – С. 24-47 (ВАК).

6. Исакова, А.А. Гибридные наименования кафе и ресторанов Тюмени, Сиэтла и Тулузы / А.А. Исакова // Вестник Тюменского государственного университета. Гуманитарные исследования. Humanitates. – 2019. – Т. 5. – № 3 (19). – С. 38-51 (ВАК).

На защиту выносятся следующие положения:

1. Названия заведений питания в русском, английском и французском языках являются мотивированными и социально-обусловленными.

2. Языковая игра является одним из наиболее распространенных способов образования эргонимов заведений питания. В современных наименованиях

заведений питания произошел переход от гибридизации к метафоризации. Метафорический и метонимический переносы являются наиболее продуктивными способами образования новых имен заведений питания в русском, английском и французском языках.

3. Наименования заведений питания в русском, английском и французском языках представляют собой результаты языковых контактов, так как в них обнаруживается большое количество заимствований из различных языков.

4. Эргонимы заведений питания напрямую связаны с другими компонентами гастрономического дискурса такими как меню, внешний и внутренний облик заведения, расположение, уровень комфорта, тип кухни, тип и уровень обслуживания, принадлежность к сети, ценовая категория.

Структура диссертации. Диссертация состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы и источников и приложений.

Во введении определяется тема работы, актуальность и новизна, формулируется цель и задачи исследования, определяется объект и предмет, описывается теоретико-методологическая база исследования.

Первая глава посвящена теоретическим аспектам изучения названий заведений питания. В ней рассматривается и описывается специфика названий заведений питания как объекта вторичной номинации. Изучаются функции этих названий в языковом ландшафте современного города. Раскрываются такие свойства названий заведений питания как мотивированность, социокультурная обусловленность, языковая игра и гибридизация.

Вторая глава посвящена исследованию семантической и прагматической специфики названий заведений питания в русском, английском и французском языках. Анализируется семантика названий и эволюционные процессы, происходящие в номинации заведений питания. Исследуется прагматический потенциал названий заведений питания, определяются его доминанты. Выявляется и описывается связь названия заведения питания с другими текстовыми компонентами гастрономического дискурса. Изучается языковое разнообразие названий заведений питания.

В **заключении** диссертации представлены выводы о семантической и прагматической специфике названий заведений питания в сопоставительном аспекте в русском, английском и французском языках.

Приложения включают названия заведений питания в русском, английском и французском языках и отзывы посетителей.

Благодарности. Соискатель выражает искреннюю благодарность научному руководителю, доктору филологических наук, профессору Наталье Николаевне Белозеровой за фундаментальные знания в области сравнительно-сопоставительного языкознания, мудрое наставничество и оказанную поддержку, а также профессору, доктору филологических наук О.Б. Пономаревой, профессору, доктору филологических наук В.Д. Табанаковой, профессору, доктору филологических наук Н.В. Лабунец, профессору, доктору филологических наук Е.Г. Бруновой и доценту, кандидату филологических наук О.Б. Ульяновой за ценные советы и замечания на различных этапах работы.

Глава 1. Теоретические аспекты названий заведений питания: структура, принципы и способы номинации

1.1 Названия заведений питания как объект вторичной номинации

Названия заведений питания относятся к объектам вторичной номинации и исследуются в рамках теории номинации. Теория номинации (ономасиология) как раздел языкознания занимается изучением процесса и результата номинации, а также совокупности лингвистических проблем, связанных с номинацией. Рассматривается в работах Н.Д. Арутюновой (1977), Б.А. Серебренникова (1977), В.Н. Телии (1977, 1981), А.А. Уфимцевой (1977), В.Г. Гака (1977), Е.С. Кубряковой (1977), Т.В. Шмелёвой (1989), М.В. Голомидовой (1998, 2017, 2019), Н.Д. Голева (2001, 2012), М.Э. Рут (2008, 2018), О.И. Блиновой (2012, 2021), Е.А. Косых (2016) и др.

Вторичная номинация предполагает использование уже существующих названий для новых/других объектов. В данном случае активно используются такие приемы языковой игры как метафора и метонимия, через которые проявляется творчество номинатора. В процессе лингвистического анализа подобных названий можно отследить мотивационные установки номинатора. Вторичная номинация, по мнению В.Н. Телии, реализуется двумя способами: 1. Возникновение нового смыслового содержания у имеющегося слова, которое имеет схожие признаки и свойства с первичным словом. 2. Возникновение у слова дополнительного косвенного значения, как правило, с оценочной характеристикой [Телия, 1977].

Вторичная номинация служит целям языковой экономии и обогащает язык новыми смыслами, является критерием функционирования и развития языка. Например, если мы рассмотрим лексическую систему языка сибирских татар, то отметим, что новые слова проникают в нее в большинстве своем через заимствования посредством русского языка, зачастую даже без адаптации. Это свидетельствует о том, что процесс вторичной номинации не реализуется в полной мере, так как не используются средства родного языка.

В языкознании отдельно рассматривают лексическую, словообразовательную, синтаксическую и коммуникативную номинации, отдельно выделяют языковую и речевую номинации.

В.Г. Гак отмечал, что «основными компонентами акта номинации являются: именуемый субъект (номинатор), именование (номинант), именуемый объект (номинат), слушающий (и условия общения) [Гак, 1977. С. 241]. К номинативным единицам относится слово, словосочетание и предложение. Основная номинативная единица – это слово, которое выполняет номинативную функцию в языке и служит для обозначения предметов во всех языках на любом этапе их развития и на любом уровне их владения, а также способствует реализации познавательной функции человека. Словосочетания наряду со словами активно используются в качестве номинативной единицы и вместе являются номинативными единицами языка, в отличие от предложения, которое в большинстве случаев является номинативной единицей предикации. В ряде случаев к номинативным единицам также относят прецедентные имена. «Прецедентные имена – это широко известные имена собственные, которые используются в тексте не столько для обозначения конкретного человека (ситуации, города, организации и др.), сколько в качестве своего рода культурного знака, символа определенных качеств, событий, судеб» [Нахимова, 2007. С. 4]. Подобные названия всегда обусловлены культурным наследием языка и его носителей. Цифры также могут относиться к единицам номинации.

Следует отметить разноплановость номинативных единиц языка и речи. Номинативные единицы в языке, как правило, устойчивы и многофункциональны. Номинативные единицы в речи характеризуются коннотативностью и включают опыт говорящего и слушающего. [Косых, 2016. С. 33]. Эргонимы заведений питания могут относиться как к номинативным единицам языка, так и к номинативным единицам речи.

Структура номинации зависит от типа номинации. Для лексической номинации характерна четкая структура, для синтаксической напротив предполагается более свободная. В каждом языке имеется своя модель

образования слов, словосочетаний и предложений. В русском языке – падежная система и различные окончания, в английском и французском языках – система артиклей, времен и строгий порядок слов в предложении. В названиях заведений питания соблюдаются как основные модели образования названий, так и языковая игра, которая имеет целью воздействовать на потенциального посетителя с целью выделить, точнее индивидуализировать заведение среди прочих.

Номинация занимает важное место в языке и формирует его номинативный состав. В теории номинации существуют различные типологии. К одной из наиболее известных и цитируемых относится типология лингвистических номинаций В.Г. Гака [Гак, 1977].

Каждый объект в сознании человека имеет свой образ, свое название и поэтому номинация сопровождает человека всегда и везде вне зависимости от того на каком языке он говорит и мыслит. Способ создания номинативной единицы различается в зависимости от языка, который использует номинатор. В этом плане мы разделяем гипотезу лингвистической относительности, а точнее ее мягкую версию, отмечающую влияние языка наряду с другими экстралингвистическими факторами на мышление человека.

Выделяют три пути создания номинации: создание номинатива, его переосмысление, заимствование. В русском, английском и французском языках используются все три способа. Создание номинатива происходит на начальном этапе существования языка, в некоторых случаях на современном этапе при возникновении или открытии новых объектов действительности – новый объект науки (новый вид), новый гаджет (как правило, в этих случаях происходит заимствование), в речи детей. Переосмысление активно используется на последующих этапах развития языка посредством языковых переносов (метонимии, метафоры). Заимствование также активно применяется на всех этапах существования языка вследствие различных языковых контактов его носителей.

Следует отметить потенциальную разноплановость типологий номинаций, так как в зависимости от объекта номинации выделяются различные индивидуальные типы его названий. Тем не менее, общие типы присутствуют во всех типологиях.

В естественном языке механизмы номинации реализуются схожим образом – среди них выделяют комбинаторику, многозначность, омонимию, функциональную дифференциацию языка. Комбинаторика реализуется посредством комбинации и сочетаемости различных морфем. Многозначность – посредством возникновения новых значений у имеющегося слова. Омонимия – посредством присутствия нескольких значений. Функциональная дифференциация языка предполагает использование одного слова в разных терминологических системах (например, гибрид в биологии и гибрид в языкознании).

Традиционными способами номинации признаются лексический, синтаксический и словообразовательный. Эти способы продиктованы уровнями языка.

Лексический способ включает в себя три аспекта: создание первичного слова, переосмысление первичного за счет создания или добавления новых значений и заимствование слов из других языков вместе с новыми реалиями.

Создание первичного слова происходит в следующих случаях: при возникновении новых понятий и предметов; при вхождении новых реалий из других языков; в результате языкового творчества носителей языка; в номинации новых научных открытий.

Переосмысление слов происходит вследствие развития языка и различных экстралингвистических факторов. Появляются дополнительные значения или новые значения у имеющихся слов. Например, *мышка* – животное и *мышка* – компьютерная мышь. В данном случае переосмысление произошло вследствие внешнего сходства двух объектов, т.е. метафорическим путем. Метафора и метонимия активно используются в процессе создания новых лексических единиц способом переосмысления.

Заимствование слов – активный способ пополнения новой лексикой в большинстве современных естественных языков. Многочисленные контакты людей способствуют проникновению иноязычных слов в языки. К данному типу номинации двоякое отношение. С одной стороны, этот способ позволяет языку развиваться и обогащаться новыми реалиями. С другой стороны, активное пополнение иноязычной лексикой способствует снижению престижности родного языка, вытеснению родных слов иноязычными, и может представлять угрозу лингвистической безопасности народа.

Названия заведений общественного питания относятся к именам собственным, которые являются объектом изучения теории номинации и ономастики, и исследуются в логическом, социолингвистическом, сопоставительном, психолингвистическом, семасиологическом и других аспектах. Вопросам изучения данного типа онимов в отечественном языкознании посвящены многочисленные труды ученых – А.В. Суперанской (1973, 1993), Т.П. Романовой (1998), А.А. Трапезниковой (2009), Ф.Ф. Алистановой (2011), Ю.А. Качалковой (2013), Е.П. Багировой (2015), Э.О. Гавриковой (2015), Т.О. Прокофьевой (2015), С.А. Питиной (2018), И.Т. Вепревой (2019), М.В. Голомидовой (2017, 2019) и многих других.

В зарубежном языкознании – работы G.R. Stewart (1954), A.D. Zwicky (1980), A.M. Zwicky (1980), R. Rennick (2005), J. Tentand (2011), D. Blair (2011), D. Light (2015), C. Young (2015), J. Algeo (2015), G.F. Capra (2019), A. Ganga (2019), J. Tent (2015).

Имена заведений общественного питания занимают важное место в языковом ландшафте современного города. А.Х. Маслоу выделил несколько основополагающих потребностей человека, к коим относится необходимость в питании. «Потребность – это всегда потребность индивидуума. Потребность в еде испытывает Джон Смит, а не желудок Джона Смита» [Маслоу, 1999. С. 163]. Заведения общественного питания позволяют удовлетворить эту потребность и, следовательно, рассматриваются как значимый компонент городской среды. С одной стороны, они являются местом коммуникации, с другой – сами являются

опосредованными участниками коммуникации и напрямую участвуют в формировании языкового ландшафта города. В период пандемии Covid19 коммуникативное пространство трансформируется. Заведения общественного питания перестают быть местом коммуникации, но продолжают быть участниками коммуникации. В связи с длительным запретом на посещение кафе и ресторанов была организована доставка готовых блюд. Постепенно название ресторана приобретает большее значение по сравнению с другими элементами (интерьер, место расположения, наличие свободных мест и т.п.) [Исакова, 2021].

Городская среда представляет собой уникальную систему, а ее коммуникативное пространство – уникальную территорию взаимодействия людей. К основным характеристикам города относятся следующие параметры – открытость, автономность, стабильность, диалогичность, темпоральность, когерентность, стабильность, гуманность, комфортность, функциональность и структурированность [Касаткина, 2017]. Язык города рассматривается в рамках двух направлений – социологического и лингвогеографического [Красильникова, 1988]. Первое рассматривает влияние социальных воздействий на язык, многоязычие жителей города и взаимодействие литературного языка с диалектами, второе – пространственный характер языка. В рамках второго направления изучается коммуникативное пространство как «открытая самоорганизующаяся система, неразрывно связанная с социальными изменениями, состоящая из взаимосвязанных уровней, для определения которых выделяются два важных параметра: первый – коммуникативная дистанция и второй – плотность коммуникации» [Лебедева, 2014. С. 186]. В лингвистике еще выделяют языковое, дискурсивное и ономастическое пространства, но наиболее важным для существования человека является именно коммуникативное пространство. «Нахождение человека в коммуникативном пространстве зависит от его нахождения в нужном дискурсивном пространстве – от его способности производить такие дискурсы, которые, во-первых, будут понятными для других людей и, во-вторых, будут востребованными ими» [Плотникова, 2008. С. 134].

Включение человека в единое коммуникативное пространство происходит посредством прямого либо опосредованного контакта с другими участниками.

Е.А. Яковлева и А.М. Емельянова указывают на важность ономастического пространства в языке города [Яковлева, Емельянова, 2006. С. 84]. Это пространство включает названия всех внутригородских объектов, в том числе, названия заведений общественного питания. В языкознании принято относить эти названия к эргонимам, которые определяются как «собственное имя делового объединения людей, в том числе союза, организации, учреждения, корпорации, предприятия, общества, заведения, кружка» [Подольская, 1988. С. 151].

Изучению эргонимов посвящены работы Л.М. Щетинина (1968), Б.З. Букчиной (1968), Г.А. Золотовой (1968), Т.А. Соболева (1986) и А.В. Суперанской (1973, 1986, 1993). В начале 90-х годов после распада СССР и перехода бывших республик на рыночную экономику в отечественном языкознании наблюдается повышенный интерес к изучению эргонимов. В XX веке изучением эргонимов занимались А.В. Беспалова (1984), С.В. Земскова (1996) и другие. В XXI веке – М.Я. Крючкова (2003), И.В. Крюкова (2007, 2015), Т.П. Романова (1998) и другие.

Эргонимы в аспекте межкультурной коммуникации рассмотрены в работе В.Л. Поповой и А.К. Ляминой [Попова, Лямина, 2017]. Ф. Ф. Алистанова изучила эргонимы современного русского языка как микросистему. Автор отмечает важность наличия «у номинатора умения выбрать нужную стратегию и тактику, что, несомненно, определяет будущее его предприятия, в какой-то мере влияет на решение адресата предпочесть ту или иную из конкурирующих фирм» [Алистанова, 2011. С. 39]. Е.С. Бутакова рассматривает эргонимы иноязычного происхождения как средство моделирования коммуникативного пространства города и ономастического сознания горожан [Бутакова, 2013]. Семантика и прагматика эргонимов современного русского языка изучена М.Г. Курбановой [Курбанова, 2015]. Структурно-семантические и коммуникативно-прагматические особенности эргонимов описаны в диссертационной работе

Н.В. Носенко [Носенко, 2017]. Г.М. Боваева, Т.В. Бураева и Э.О.Г. Дальдинова полагают, что ономастическое пространство имеет «сложную многоуровневую структуру и этноспецифичное содержание его составляющих» [Боваева, Бураева, Дальдинова, 2019. С. 87]. Лингвокультурная специфика эргонимов рассмотрена И.Э. Ратниковой и Х.Т. Бен [Ратникова, Бен, 2018]. Основные тенденции в номинации современных эргонимов представлены в работах И.Н. Пономаренко и В.А. Крыжановской, которые утверждают, что «изучение языка города может быть перспективно в плане изучения языковой личности современного носителя языка и способно дать ответ на вопросы, каким образом номинатор выражает свое мировидение и как результат языкового самовыражения фиксируется в актуальной языковой картине мира» [Пономаренко, Крыжановская, 2019. С. 182]. Отличное от общепринятой концепции рассмотрения названий внутригородских объектов имеется в работах Н.В. Михайлюковой. Автор предлагает рассматривать надписи на вывесках как «особый тип текста», включающий идентифицирующий, квалифицирующий и дефиницирующий компоненты [Михайлюкова, 2013. С. 10]. Мы полагаем, что вывеска с названиями заведений общественного питания имеет как минимум два компонента – идентифицирующий, выраженный посредством имени нарицательного (например: бар, ресторан, кафе, столовая, кофейня и т.п.) и дефиницирующий компонент, выраженный посредством эргонима – (например: кафе *Рябинушка*, ресторан *Тургенев* и т.п.). Квалифицирующий компонент не является обязательным для названий заведений питания, но его наличие позволяет уточнить специализацию заведения и, благодаря этому, усиливается прагматический эффект названия (Например: *рыбный ресторан Посейдон*, *ресторан домашней паназиатской кухни Чина* и т.п.).

Главное отличие имени собственного от имени нарицательного заключается в том, что имя собственное выполняет функцию индивидуализации, а имя нарицательное – функцию обобщения. Подавляющее большинство имен собственных вторичны по отношению к именам нарицательным. Достаточно часто происходит переход имени собственного из одной группы в другую.

Например, антропоним *Тургенев (писатель)* перешел в эргоним *Тургенев (ресторан)*. Имена собственные могут наделять предмет какими-либо свойствами и тогда они приобретают свойства имен нарицательных. В таких случаях происходит процесс апеллятивации – переход имени собственного в нарицательное.

Имена собственные по своей структуре разнообразны и неоднородны, поэтому составлены различные виды их классификаций – Н.В. Подольской (1988), В.Д. Бондалетовым (1983), А.В. Суперанской (1973), В.И. Супруном (2000), В.А. Крыжановской (2017) и другими.

Наиболее полная классификация дана А.В. Суперанской, которая разделяет ономастическую систему на три составляющих:

1. Имена живых существ и существ, воспринимаемых как живые – антропонимы, зоонимы, мифонимы.
2. Именования неодушевленных предметов – топонимы, урбанонимы, дримонимы, космонимы, астронимы, фитонимы, хрематонимы и т.п.
3. Собственные имена комплексных объектов – документонимы, фалеронимы, хрононимы [Суперанская, 1973].

В общих чертах данная классификация включает категории, которые отражают все возможные объекты жизнедеятельности человека, и продолжает оставаться универсальной даже после открытия новых разрядов ономастики. Кроме того, как справедливо отмечала А.В. Суперанская, деление имен собственных на классы «всегда искусственно и поэтому может меняться в зависимости от задачи исследователя» [Суперанская, 1973. С. 213].

М.Г. Курбанова выделяет в ономастической системе две группы онимов: «семантически самостоятельные онимы и онимы, не обладающие семантической автономностью» [Курбанова, 2014. С. 54]. К первой группе ученый относит антропонимы, большинство топонимов, космонимы, астронимы, теонимы и мифонимы. Вторая группа включает онимы, которые были образованы от имен нарицательных или других онимов. Названия заведений питания относятся ко второй группе. Они не имеют самостоятельного значения и без

сопроводительного слова не могут быть распознаны. Например, Шаляпин (композитор) – *Шаляпин* (кафе). Как справедливо утверждает М.Г. Курбанова: «если эргоним становится узнаваемым, и его семантическое значение перекрывает все предыдущие значения слова, то он становится семантически самостоятельным» [Курбанова, 2015. С. 54]. Например, Макдональдс (фамилия человека) и *Макдональдс* (ресторан). Второе значение стало устоявшимся и прочно вошло в языки многих государств как название ресторана.

В ономастический ландшафт каждого современного города входят эргонимы. Они представляют «весьма подвижный круг урбанонимов, в которых выразительно проявляются такие общие для городского ономастикона черты, как иноязычие, получающие здесь значение приверженности разным кухням, архаизация и предъявления местного колорита, отталкивания от стандарта и языковые эксперименты» [Шмелева, 1989. С. 125].

Названия заведений питания, как и все эргонимы, обозначают и выделяют определённый, не связанный напрямую с понятием, предмет. С точки зрения грамматических характеристик, эргоним относится к имени существительному. А.М. Емельянова полагает, что эргонимы принадлежат периферийной части ономастической системы [Емельянова, 2007]. Ф.Ф. Алистанова отрицает этот тезис, так как, по ее мнению, они имеют общие для всех онимов закономерности [Алистанова, 2011]. Эргонимы обладают универсальными характеристиками имен собственных и своими специфическими характеристиками (динамичность, национально-культурная коннотация, особая семантика и т.п.). Главная цель эргонима – привлечение потенциальных потребителей, соответственно, к его основным функциям относятся информативная (рассказать о товаре, работе либо услуге) и побудительная (побудить выбрать именно этот товар, работу или услугу).

В структуре эргонима выделяют обязательные и необязательные компоненты. К обязательным относятся наименования организации, к необязательным – номенклатурный термин или слово-сопроводитель [Крыжановская, 2017]. В последние годы появляется тенденция к созданию

новых слов-сопроводителей на основе общих слов категориального значения (например: арт-кафе, кафе-бар и т.п.).

При рассмотрении специфики функционирования эргонимов, следует учитывать тот факт, что в современном мире ежедневно возникают новые внутригородские объекты (турагентства, магазины, парикмахерские, торговые и развлекательные центры, кафе, бары, кофейни, рестораны), которым присваиваются новые названия. «Семантика эргонимов носит коннотативный характер: основная задача номинатора состоит в том, чтобы вложить в эргоним особый смысл, который станет стимулом к дальнейшей эффективной коммуникации» [Крыжановская, 2017. С. 42]. В этой номинации важное значение имеют отношение человека к эргониму, его ассоциации, его интересы, его потребности и т.п.

В настоящее время сфера эргонимики никем не регламентируется. В ней проявляется «лингвистическая свобода» горожанина, его лингвистическая креативность. Вследствие этого, появляются немотивированные заимствования и гибриды. Непостоянство этого пласта эргонимов в первую очередь обусловлено ежедневным возникновением одних названий и исчезновением других. Отличие эргонимов от других имен собственных в том, что они выполняют рекламную и побудительную функции. Эти функции направлены на потребителя с целью заинтересовать его, выделить объект среди других, сформировать определенные ожидания, побудить выбрать именно этот объект среди многочисленных других.

М.Г. Курбанова отметила, что «все ассоциации, возникающие в процессе восприятия эргонима, можно разделить на прямые и косвенные» [Курбанова, 2015. С. 59]. Прямые ассоциации указывают на прямое значение названия заведения. Косвенные ассоциации включают национально-культурный ассоциативный, региональный, культурно-исторический, социально-стратификационный, оценочный, эстетический ассоциативный, эмоционально-экспрессивный ассоциативный, художественный ассоциативный ряды.

На сегодняшний день известны классификации эргонимов А.В. Суперанской (1973), Т.П. Романовой (1998), Н.В. Шимкевича (2002),

М.Е. Новичихиной (2007), И.В. Крюковой (2004), А.А. Трапезниковой (2009), М.Г. Курбановой (2015).

А.В. Суперанская разделяет все названия предприятий и учреждений на реальные и символические [Суперанская, 1973. С. 195]. К реальным относятся те названия, которые демонстрируют местонахождение или сферу деятельности предприятия. Например, эргоним *Блинная забава* – отражает специфику заведения – приготовление блинов. К символическим относятся те названия, которые напрямую не отражают специфику заведения. Например, эргоним *Большое яблоко* не указывает напрямую на тип заведения или кухни, но ассоциативно сообщает об американской культуре².

А.А. Трапезникова предлагает дополнить классификацию А.В. Суперанской следующими типами: эргонимы рекламного типа и эргонимы смешанного типа [Трапезникова, 2009. С. 69]. К эргонимам рекламного типа относятся онимы, которые обозначают ассортимент, качество, цену, специфику заведения. Например: кафе *Ассорти*, кофейня *Coffee Box* и т.п. К эргонимам смешанного типа относятся онимы, в которых соединяется реальная и символическая основа. Например: кафе *Галерея Суши*, кафе *Дон Пончик* и т.п.

В соответствии с реализацией прагматической функции (воздействие на адресата) рассматривают следующие типы эргонимов:

1. Непрагматические: информирующие (значимые и незначимые) и неинформирующие.
2. Прагматические: прагматические информативные и прагматические ассоциативные (ассоциативно-информативные, социально обусловленные, культурно обусловленные) [Шимкевич, 2002. С. 13].

Главное отличие прагматических от непрагматических эргонимов заключается в том, что прагматические напрямую воздействуют на адресата – создают яркий положительный образ объекта и формируют положительные ассоциации. В группе ассоциативных эргонимов автор также выделяет

² Город Нью-Йорк называют городом «Большого яблока».

ассоциативно-информативные (дополнительная положительная субъективная информация), социально обусловленные (апелляция к философским, политическим и социальным идеям) и культурно обусловленные (апелляция к вечным ценностям).

И.В. Крюкова рассмотрела различия между онимами и аппелятивами на материале рекламных имен и предложила следующую классификацию:

1. Имена, образованные от слов естественного языка произвольным образом.
2. Имена, обозначающие объект через значение другого слова, при этом у обоих слов должен присутствовать общий семантический компонент.
3. Имена, обозначающие существенные признаки предмета и напрямую указывающие на его свойства и специфику деятельности.
4. Имена, которые полностью состоят из аппелятивных элементов [Крюкова, 2004].

Эргонимы современного русского языка делятся на прямо информирующие, косвенно информирующие и условные [Алистанова, 2011. С. 35]. Прямо информирующие эргонимы сообщают информацию о специфике заведения, свойствах и ассортименте его продукции (*Булошная*). Косвенно информирующие сообщают сведения, которые опосредованно указывают на специфику определенного заведения (*Домашняя еда*). Условные не сообщают никаких актуальных сведений о заведении, но создают яркую ассоциацию и выделяют объект на фоне других (*Ирония судьбы*).

Названия заведений питания имеют тот же набор функций и свойств, что и другие эргонимы. К отличительным признакам можно отнести принцип мотивированности и прагматичности.

Х.Т.Х. Чанг рассмотрела специфику заведений питания г. Москвы в структурно-семантическом и коммуникативно-прагматическом аспектах и выделила десять языковых маркеров этого вида онима: тип кухни (мононациональный или смешанный), специализация меню (определенный вид

еды или напитка), акцент на здоровом питании, уровень заведения и степень комфортности, место размещения, сопутствующие услуги, адресная специализация, способ приготовления пищи и ценовая политика [Чанг, 2018]. Данная классификация представляется универсальной не только для русской эргониимики, но и для международной. Следует отметить, что в большей степени она применима к комплексному рассмотрению названий заведения питания вместе со словом идентификатором.

А.В. Булатова и Е.А. Ярославцева описали основные приемы и способы образования названий заведений питания в г. Екатеринбурге. «При генерации имен кафе и ресторанов чаще всего встречаются следующие содержательные приемы: метонимия – название одного объекта используется для другого, географическое название, метафора – косвенное сравнение объекта с чем-либо и говорящая фамилия или стилизация (какое-либо известное имя) и формальные приемы: сокращение (сокращение какой-либо части слова), присоединение – соединение значимых морфологических единиц разных слов и графическая ретростилизация» [Булатова, Ярославцева, 2016. С. 198]. Эти приемы широко применяются номинаторами (*Белая Русь, Mr. Шашлыкович, ЕмДаЕм, Булкинъ* и т.п.). В последние годы активно используется такой прием как гибридизация, который предусматривает использование двух основ – русского слова или усвоенного заимствования и иноязычного слова (*Джус бар, Есенин lounge* и т.п.).

Подведем итог нашим изысканиям в эргонимии рассмотрением специфики применения различных терминов применимо к названию заведения питания. В рамках специфики применения ономастических терминов мы выделили урбанонимы, трапезонимы, трофонимы, ресторонимы, ресторанные онимы. В таблице представлено определение каждого понятия (табл. 1).

Табл. 1. Специфика применения ономастических терминов

Разряды онима	Определение термина	Систематические свойства	Независимость от контекста	Однозначность	Точность	Краткость
Урбаноним (урбоним)	Вид топонима. Собственное имя любого внутригородского топографического объекта, в том числе агороним, годоним, название отдельного здания, хороним городской [Подольская, 1988. С. 154]	+	+	-	+	+
Эргоним	Разряд онима. Собственное имя делового объединения людей, в том числе союза, организации, учреждения, корпорации, предприятия, общества, заведения, кружка [Подольская, 1988. С. 166].	+	+	+	+	+

Продолжение таблицы 1

Трапезоним	Отсутствует	+	-	-	-	+
Трофоним	Отсутствует	+	-	-	-	+
Рестороним	Имя собственное заведений общественного питания, один из типов эргонимов [Чанг, 2018]	+	+	+	+	+
Ресторанные онимы	Отсутствует	-	+	+	+	-

Термин «урбаноним» потенциально многозначен, так как включает в себя несколько классов онимов (годонимы, агоронимы, хоронимы и т.п.), и недостаточно удобен для изучения отдельного аспекта – названий заведений питания.

Термин «трофоним» обнаруживает неточность, многозначность и зависимость от контекста. Е.М. Кирсанова под этим термином подразумевает название продуктов питания и готовых блюд [Кирсанова, 2009]. Х.Т.Х. Чанг – названия заведений питания [Чанг, 2018]. Кроме того, термин «трофоним» не имеет полноценного определения в научной литературе.

Х.Т.Х. Чанг ввела термин «рестороним» для обозначения названий заведений общественного питания [Чанг, 2018]. С одной стороны, этот термин определяет определенный класс онимов – заведения питания, и тем самым отвечает требованию конкретики, однозначности и независимости от контекста. С другой стороны, по традициям ономастического терминоведения, которое предусматривает преимущественный выбор грецизмов и латинизмов для новых терминов, данный термин предположительно основан на французском слове *restaurant*. При условии рассмотрения только названий ресторанов термин «рестороним» полностью отвечает критериям удачного термина. При условии включения других типов заведений питания (кофеен, баров, кафе, суши-баров,

столовых и т.п.) представляется, что термин недостаточно точно отражает весь объем подразумеваемых понятий.

Термин «трапезоним» имеет ряд недостатков и, на наш взгляд, не совсем удачен. Сфера его использования ограничена русским языком, в мировой науке, по нашим данным, он не используется. В данном термине отсутствует нейтральность, он имеет религиозную окраску и ассоциативно вызывает образы церковной трапезы. Отсутствует точность и однозначность. В греческом языке слово *τραπέζα* переводится на русский язык как *столовая (комната)*. Термин широко не употребляется и, следовательно, отсутствует общепризнанность. Отсутствует полноценное определение и не обозначено его место в общей классификации.

Все описанные разряды онимов используются в научных исследованиях, но в большинстве научных публикаций, описывающих различные аспекты изучения названий заведений питания, указывается именно эргоним.

Д.С. Лотте отмечает следующие основные требования, предъявляемые к научному термину: систематичность терминологии, независимость термина от контекста, абсолютная и относительная однозначность термина, соотношение между значением термина в целом и значением его составляющих, точность терминологической системы и краткость термина [Лотте, 1941]. При выборе подходящего термина большое значение имеет механизм его восприятия [Табанаква, 1982, 2011, 2013]. Применительно к ономастическим терминам выделяются следующие критерии: однословность и лаконичность; преимущественный выбор грецизмов и латинизмов с целью интернационализации термина и исключения посторонних ассоциаций; создание термина в соответствии с устоявшейся моделью с использованием типовых морфем и с учетом специфики ономастической системы [Подольская, 1988. С. 9].

Мы считаем, что в какой-то степени эргоним приближается к научному термину. Этот термин удовлетворяет требованиям ясности, краткости и ассоциативности. Частично удовлетворяет критерию точности и не

удовлетворяет критерию однозначности. Тем не менее, он удобен для использования, общепризнан и вписывается в терминологическую систему ономастики. В нашем исследовании используется именно этот термин для названий заведений питания.

Вслед за Ф.Ф. Алистановой (2011), которая в своей работе ограничила понятие эргонима, мы будем исследовать только один вид внутригородских объектов, а именно, названия заведений общественного питания. Полагаем, что данный тип эргонимов включает широкую палитру названий:

- 1) названия ресторанов;
- 2) названия баров;
- 3) названия ресторанов быстрого обслуживания;
- 4) названия пабов;
- 5) названия ресторанов доставки;
- 6) названия кафе;
- 7) названия кафе-кондитерских;
- 8) названия кофеен;
- 9) название кейтеринга;
- 10) названия пиццерий;
- 11) названия рюмочных;
- 12) названия столовых;
- 13) названия суши-баров;
- 14) названия фудкорттов;
- 15) названия чайных;
- 16) названия точек безалкогольных напитков (рис. 1).

К наиболее представительным относятся названия ресторанов, ресторанов доставки, ресторанов быстрого обслуживания, баров и кафе.



Рис. 1. Названия заведений питания в структуре эргонима

В последнюю очередь следует рассмотреть понятие языковой нормы в эргонимах. С одной стороны, они позволяют номинатору проявить свою лингвистическую креативность, являются территорией лингвистических экспериментов, следуют языковой моде (некоторые даже ее формируют) и никем не регламентируются. С другой стороны, главная их цель – положительное влияние на адресата, т.е. привлечение потребителей. «Номинативную норму следует понимать, как совокупность средств и правил, регулирующих два аспекта номинативной деятельности: обоснованность прагматической установки номинатора и результативность номинации, достижение цели» [Щербакова, 2009. С. 18]. Т.В. Щербакова предлагает следующую градацию ненормативных названий: аномалия формы (орфографические ошибки и асемантические названия) и аномалия содержания (неинформативные названия). В эргонимии представляется невозможным во всех случаях номинации следовать норме,

наряду с нормативными названиями существуют и ненормативные. Орфографические ошибки являются грубым нарушением номинативной нормы и недопустимы в ономастическом ландшафте города. Асемантические и неинформативные названия в некоторых случаях могут быть отнесены к неудачным названиям, в других – к успешным примерам реализации прагматической функции. Подобные названия заведений питания могут производить ассоциации с определенными культурными ценностями адресата (*ресторан Тургенев, ресторан Дягилев, кафе Ирония судьбы, ресторан 12 стульев, кафе Кабачок 13 и т.п.*), и тем самым вызывать интерес и желание посетить это место.

Предварительный анализ исследовательского материала позволил сделать предположение о специфике названий заведений питания, характеризующейся высокой степенью мотивированности, социокультурной обусловленностью, восприимчивостью к социальным и экономическим процессам, нарушением языковых норм, метафоризацией, метонимизацией и гибридизацией (рис. 2).



Рис. 2. Карта аспектов изучения названий заведений питания в лингвистике

Таким образом, мы определили предполагаемые аспекты изучения названий заведений питания и рассмотрели разнообразие типов названий.

Описали основные и дополнительные способы номинации. Все рассмотренные способы используются в той или иной мере в номинации заведений питания. Были изучены терминологические сложности в определении внутригородских названий заведений. В основу нашего исследования взята классификация И.В. Крюковой [Крюкова, 2014], которая выделила четыре типа эргонимов на основе существенных и несущественных мотивировочных признаков.

1.2 Мотивированность названий заведений питания

В диссертационном исследовании мы выдвинули гипотезу о том, что все названия заведения мотивированы.

В известном диалоге Кратила ведется спор великих философов о способности человека познавать вещи через их имена. Для нашего исследования значимо высказывание Гермогена «я могу называть любую вещь одним именем, какое я установил, ты же - другим, какое дал ты. То же самое я наблюдаю и в городах - иногда одни и те же вещи в каждом городе называются особо, у одних эллинов не так, как у других, и у эллинов не так, как у варваров» [Лосев, 1990. С. 385]. В номинации заведений питания участвуют различные типы номинаторов, у которых имеются свои личные, а также общие для всех, мотивы, объясняющие причину создания того или иного имени. Вопросам изучения мотивации посвящены работы Н.Д. Голева (1977, 1985, 1997, 2012), М.Н. Янценецкой (1979), О.И. Блиновой (2012) и других. Мотивация изучается в рамках мотивологии – направления лексикологии, в рамках которого исследуются мотивы названия различных объектов. Она является значимым звеном процесса создания названия.

Выделяют четыре этапа создания номинации: подготовка идеального содержания; нахождение мотивировочного признака; выбор классифицирующего значения; создание лексической системы [Янценецкая, 1979. С. 64]. Данная система характеризует создание всех номинативных единиц. Если рассматривать названия заведений питания, то можно уточнить эти этапы:

1. Описание специфики заведения и выделение его особенностей;
2. Нахождение всех потенциальных мотивировочных признаков и выбор одного;
3. Составление списка возможных названий и выбор одного;
4. Декларация названия – в документах, на вывеске и т.п.

В зависимости от того, кто выступает в роли номинатора, этапы могут быть дополнены.

В любом языке все номинации, с точки зрения мотивологии, делятся на две большие группы: мотивированные и немотивированные названия. Немотивированные названия – это названия, которые были созданы изначально, т.е. исконные названия. Они, как правило, непроеводные. Мотивированные названия – это названия, которые были мотивированы, являются производными и находятся в «близких» отношениях с немотивированными.

Мотивированность, как правило, осознается только носителями языка для незаимствованных слов, хотя если носитель языка владеет иностранным языком на высоком уровне, то он также может распознать мотивированность заимствованных слов (например, билингв, владеющий с детства и русским и английским языком сможет распознать мотивированность как русских, так и английских слов.

Мотивированность характерна для всех известных естественных языков и присутствует в основных способах мотивации – лексическом, синтаксическом и словообразовательном. Одним из главных атрибутов процесса номинации является выбор мотивировочного признака. Мотивировочный признак – это один из признаков объекта номинации, который был выбран номинатором для создания названия и, в идеальных условиях, наиболее специфично с учетом логики номинации характеризующий объект. В номинации можно выделить два существенных этапа:

1. Выбор признака, который будет служить мотивом;
2. Включение нового слова в общую семантическую категорию [Янцененская, 1979].

На первом этапе мотивировочный признак выбирается из ряда других признаков, как являющийся отличительным идентифицирующим признаком некоего объекта. После этого создается новое слово с учетом орфографических и грамматических правил того языка, в котором оно будет функционировать, затем оно включается в общую семантическую категорию языка. На протяжении всего периода существования слова его мотивировочный признак является единым и неизменным, некоей «нитью», соединяющей форму и смысл слова.

В отличие от семантических признаков слова мотивировочный признак представляет собой фундамент слова, и не может меняться ни в сторону расширения, ни в сторону сужения, он всегда един и неизменен, но с течением времени он постепенно «скрывается» от носителей языка и может ими не распознаваться. Такой процесс естественен для «фундамента» лексической единицы. Возникают новые дополнительные значения, некоторые устаревают и уже не используются, а мотивировочный признак сохраняется неизменно в структуре слова. Семантические признаки играют важную роль в процессе функционирования слова, отражают его понятия и реализуются посредством парадигматических отношений.

Между словами могут возникать мотивационные отношения, базирующиеся на основе мотивационных признаков слов с учетом их семантических и формальных взаимоотношений. Мотивационные отношения различных слов реализуются в таком явлении как многозначность.

В каждом языке имеется большое количество названий, созданных якобы случайно, а также тех названий, процесс создания которых происходил закономерным путем. В названиях заведений питания все названия, на наш взгляд, являются «неслучайными», обусловленными спецификой номинации в сфере общественного питания, в котором важную роль играет воздействие на потенциального клиента. Тем не менее, имеется небольшое количество названий, которые не выполняют эту функцию, и процесс номинации носит для них случайный характер. К таким номинациям относятся названия заведений питания в общественных местах, например, *в автосалоне «Хонда» - кафе «В автосалоне «Хонда»*. Подобные названия выявлены также в английском и французском языках. Эти номинации выполняют только номинативную функцию и не имеют собственного мотивационного признака, их признак зависим от признака другого заведения.

В основе мотивировочных признаков находятся различные реалии жизни, характеризующие объект. К наиболее употребительным относятся следующие разряды номинации – внешний вид, место жительства/рождения, возраст, голос,

размер, вес, цвет, профессия, отрасль, сфера жизнедеятельности и т.п. «Разряды номинации конкретизируются в принципах номинации, непосредственно указывающие на качество мотивировочного признака: по форме, цвету, габаритам, месту, времени, действию» [Косых, 2016. С. 67]. Конкретика имеет важное значение при выборе мотивировочного признака, так как ее игнорирование может привести к возникновению многочисленных наименований одного объекта. В естественных языках подобные наименования утрачиваются и сохраняется наиболее приемлемая номинация. В номинации заведений общественного питания подобные упущения чреваты утратой индивидуальности заведения и не достаточной реализацией прагматической функции. Для названий небольших заведений питания это не является существенным недостатком, но для сетевых глобальных компаний общественного питания это может стать «серьезным» препятствием в дальнейшем развитии. Н.Д. Голев отмечает, что «окказиональные наименования распадаются после их употребления каждый раз, чтобы назвать данный предмет их приходится создавать заново» [Голев, 2001. С. 94]. Узуализация (термин Н.Д. Голева) названий заведений питания происходит искусственным путем: нанесение названия ресторана на стекло или вывеску, дублирование в меню, на столах, размещение информации о ресторане в различных СМИ и т.п. В связи с этим, изначально конкретное мотивированное название (фундамент названия) впоследствии будет правильно выполнять прагматическую функцию и способствовать интересу и притоку потенциальных клиентов.

Мотивационные признаки слова также имеют ядро и периферию – наиболее типичные признаки составляют ядро, наименее типичные признаки – периферию. Мотивационные признаки являются важными инструментами номинации, сохраняющие связь названия с объектом действительности, и соотносимые с внутренней формой слова.

Внутренняя форма слова определяется как «признак, положенный в основу номинации при образовании нового лексического значения» [ЛЭС, 1990, С. 85]. Она является основой мотивации и важным компонентом лексического значения

слова. Для некоторых слов она может соотноситься с мотивационным признаком, для других она утрачена и может быть восстановлена только в результате этимологического анализа. Вопросам изучения внутренней формы слова посвящены труды А.А. Потебни (1862/2007), В. фон Гумбольдта (1867/1984), Г.Г. Шпета (2006), О.И. Блиновой (2012), Н.Д. Голева (2012) и других.

Внутренняя форма слова может быть утрачена по следующим причинам:

1. Утрата слова, от которого была образована данная лексема;
2. Утрата предметом характерного признака;
3. Существенными фонетическими изменениями облика слов в истории языка [Косых, 2016. С. 70].

Сохранение внутренней формы слова позволяет определить мотивационный признак, лежащий в основе стратегии номинации конкретного слова.

«Внутренняя форма слова есть отношение содержания мысли к сознанию; она показывает, как представляется человеку его собственная мысль» [Потебня, 2007, С. 83]. Не вызывает сомнений, что внутренняя форма слова отражает результат когнитивного процесса по называнию определенного объекта и демонстрирует превалирующий конкретный ассоциативный признак, заложенный в слове. С течением времени внутренняя форма слова может быть утрачена или заменена, но ассоциативный признак, как правило сохраняется.

Выявление внутренней формы заимствованных (далее ВФС) слов возможно только для интернациональных слов и несмотря на широкое распространение английского языка, невозможно с высокой степенью вероятности правильно определить ВФС и установить ассоциативную связь между объектом и названием и, как следствие, с его мотивировочным признаком.

Внутренняя форма слова в названиях заведений питания еще не была объектом отдельного изучения, но может позволить рассмотреть стратегию номинации в сфере общественного питания с нового ракурса.

1.3 Социокультурная обусловленность названий заведений питания

Мотивация тесно связана с социокультурной обусловленностью названий заведений питания, которая рассматривается нами через призму социолингвистики, изучающей социальный контекст языка. В данном случае формальная сторона языка уходит на второй план, а на первый выступает его функционирование. На этапе создания названия необходимо учитывать социокультурную специфику городского пространства: одноязычие, двуязычие или многоязычие его граждан, доминирующую языковую политику, предполагаемый контингент посетителей (их возраст, профессию, уровень образования, степень владения языком), виды постоянных и периодических языковых контактов, степень глобализации (влияния английского языка). Языковая реальность в сфере общественного питания демонстрирует, что названия заведений являются отражением социокультурной специфики отдельного города.

Вопросам изучения влияния социальных явлений на язык посвящены многочисленные исследования ученых России, США и Европы. Большой вклад внесли Ш. Балли (1950/1955), Е.Д. Поливанов (1938/1968), У. Вайнрайх (1979), У. Лабов (1976), В.И. Беликов (2019), Л.П. Крысин (2019) и другие. В центре внимания ученых находится социокультурная специфика языка.

Язык отражает в своей системе все аспекты функционирования общества, но в каждой форме существования языка степень отражения будет различной. Как правило, отображается предыдущий этап развития общества, но в разговорной речи и профессиональных языках некоторых языковых сообществ будет представлен текущий этап развития общества. В названиях заведений общественного питания языковая ситуация в период пандемии Covid19 демонстрирует «возвращение» к теме вкусной еды, хорошего отдыха и путешествий (гастрономических путешествий посредством заведения с определенным названием). Фокус внимания создателей названий «сместился» с приезжих на жителей города.

Одна из главных целей названия заведения питания является привлечение потенциальных клиентов. В данном случае, язык выступает инструментом воздействия на человека – акцентирования его внимания. С социолингвистической точки зрения, коммуникация представляет собой общение между участниками коммуникации. Применимо к названиям заведений питания, лингвист может наблюдать следующую коммуникативную ситуацию, возникающую между создателем названия, и посетителем, который это название воспринимает.

Коммуникативная ситуация между номинатором и посетителем

1. Адресант (в данной роли выступает человек, представляющий интересы владельца заведения);

2. Адресат (в данной роли выступает человек, которого необходимо заинтересовать посетить определенное заведение);

3. Отношение между адресантом и адресатом (на наш взгляд, эти отношения можно представить в форме диалога, в котором адресант предлагает адресату посетить заведение питания, а адресат отвечает либо утвердительно (посещает заведение, оформляет доставку) либо отрицательно (не посещает это заведение).

4. Тональность названия (в названиях заведений питания можно выделить следующие тональности: дружеская подразумевает «дружеские» названия, официальная – «официальные» названия, нейтральная – нейтральные, игровая тональность – «игровые» названия, домашняя – названия, напоминающие о домашнем уюте и домашней кухне; культурная - заведения, названные именами известных личностей, а также те, источником для которых, послужили художественные произведения, научные открытия, фильмы, музыка и т.п.; вкусовая – название отдельных блюд, определенной кухни, определенного способа приготовления; территориальная – названия, благодаря которым возникает своеобразное «государство» в государстве (например, Анталья - город в Турции и название ресторана *Анталья*, в данном случае заведение через название представляет собой модель города в культурном смысле и создает

определенные культурные ожидания у посетителей – национальная кухня, национальная одежда, соответствующая атмосфера, проявленная в элементах декора и т.п.).

5. Цель коммуникации (привлечь посетителя).

6. Средство общения (вербальное и невербальное).

7. Способ общения (смешанный - для данного типа коммуникации характерен письменный способ общения у адресата и деятельностный у адресанта (под деятельностным средством общения мы понимаем ответ адресата на воздействие адресанта действием).

8. Место общения (виртуальное – в пространствах Интернета или реальное – в городе перед вывеской ресторана, посредством третьего участника коммуникации – тот случай, когда адресат узнает о заведении от другого адресата) [Исакова, 2021].

Названия заведений питания являются теми лексическими единицами, в которых отражается предшествующая и текущая социокультурная специфика города (в зависимости от времени создания названия).

В соответствии с идеей Е.Д. Поливанова влияние социальной среды на язык происходит особым путем, который мы адаптировали для названий заведений питания. «Экономико-политические сдвиги видоизменяют контингент носителей языка (или так называемый социальный субстрат) данного языка или диалекта, а отсюда вытекает видоизменение отправных точек его эволюции [Поливанов, 1968. С. 86]. Применимо к функционированию языка в сфере общественного питания регулярно происходят различного рода видоизменения, которые обусловлены в первую очередь изменением контингента – номинаторов названий заведений и потенциальных посетителей.

Названия заведений питания являются маркерами социокультурной специфики города и наиболее быстро (по сравнению с другими видами урбанонимов) реагируют на изменения в обществе, языке и культуре.

На наш взгляд, наиболее удачными, с точки зрения реализации прагматической функции, являются названия, которые имеют общие

ассоциативные пересечения с номенклатурным термином (ресторан, кафе, бар, кофейня, паб, столовая и т.п.). Такие названия реализуют ожидания потенциальных потребителей и воспринимаются как «знакомые». Например, название заведения *Чарка* имеет многочисленные ассоциации, одна из которых (яства) совпадает с ассоциацией на номенклатурный термин *ресторан*.

Прагматическая функция в названиях заведений питания реализуется посредством трех аспектов:

1. Прием пищи (завтрак, бизнес-ланч, доставка еды на дом или в офис).
2. Прием пищи + Коммуникация (деловые обеды и ужины, свидания, торжественные мероприятия, встречи с друзьями).
3. Прием пищи + Коммуникация + Культурный опыт (дегустация «заведения питания», дегустация новых блюд в ресторане, посещение ресторана в другой стране, посещение национального ресторана в своем городе).

Название заведения питания должно коррелировать с одним из трех аспектов. Если заведение рассчитано только на прием пищи, то в таком случае его название ассоциативно должно быть максимально приближенным к маркерам еды (названию блюд, процессу приготовления, способу подачи и т.п.). Если предполагается, что заведение будет предназначено не только для приема пищи, но и с целью коммуникации, то в таком случае необходимо учесть это в названии. Для таких заведений маркеры еды не являются главными, здесь на первый план выходят ассоциации, связанные с подходящим местом для общения. Если предполагается, что заведение питания будет предоставлять своим потенциальным посетителям возможности не только питаться, общаться, но и получать культурный опыт, то название подобного заведения может быть создано с использованием маркеров того типа культуры, который планируется продемонстрировать (например, *Чум (название жилища некоторых северных народов) – Чум (ресторан северной кухни)*).

В названиях заведений питания отражается социокультурный контекст общества, в котором это название было создано. Полагаем, что в общей

совокупности всех названий заведений питания отдельного города можно выделить следующие социокультурные категории:

- **Культура разнообразных этносов** – демонстрирует толерантность общества.
- **Культура, доминирующая в данном обществе** – демонстрирует значимое положение в обществе.
- **Культура иностранных государств** – демонстрирует открытость границ исследуемого общества и его включенность в мировую экономику через сферу общественного питания. Например: McDonalds, Subway, Burger king.
- **Свобода выбора**
Видовые заведения (рыбный, мясной, вегетарианский, японский и т.п.) – демонстрируют свободу выбора для человека и, косвенно, уровень развития общества.
- **Культурные традиции определенного общества.**
Например, семейные традиции – демонстрируют важность института семьи через создание уютных заведений с домашней кухней. При создании названий для подобных заведений используются наименования родственников. Например: *Мамины пироги, Папины булочки, Papa Johns* и т.п.
- **Мировое культурное наследие**
Мифология (имена богов и богинь) – демонстрирует знание мировой культуры. Например, рыбный ресторан *«Посейдон»*.
Мировые религии – использование религиозных терминов в названиях заведений питания демонстрирует религиозную толерантность. К подобным заведениям, например, используется дополнение «халяль».
Мировой кинематограф – название фильмов, их персонажей и актеров.
Мировая музыка – различные многочисленные музыкальные понятия, стили музыки, исполнители, музыкальные инструменты и т.п.

Мировая живопись – имена художников, название их произведений и персонажи этих произведений.

Мировая литература – название художественных произведений, персонажи и имена писателей.

- **Культурное наследие определенного общества.**

Кинематограф – название фильмов, созданных в данном обществе или каким-либо образом с ним связанные, их персонажей и актеров.

Музыка – различные многочисленные музыкальные понятия, стили музыки, исполнители, музыкальные инструменты, характерные для данного общества.

Региональная литература – название художественных произведений, персонажи и имена писателей.

Все указанные социокультурные категории присутствуют в любом корпусе названий заведений питания и характеризуют специфику и индивидуальные черты того общества, в котором были созданы и функционируют. На наш взгляд, это закрепляет за ними статус маркеров социокультурной характеристики общества, в котором они существуют.

В диссертационной работе исследуются названия заведений питания в России (Тюмень), США (Сиэтл) и Франции (Тулуза). Во всех этих странах конституцией гарантируется свобода слова и отсутствие цензуры с учетом некоторых незначимых для нашей работы исключений. Свобода слова в определенной степени связана с действием семиотических модальностей, о которых писал А.Ж. Греймас [Греймас, 1976]. Из всех выделенных им модальностей для нашего исследования релевантны быть/казаться.

А.Ж. Греймас является ярким представителем Парижской семиотической школы и внес значительный вклад в разработку семиотических моделей языка. Труды ученого внесли значительный вклад в гуманитарные науки, а его модель стала объектом изучения многих исследователей. Его семантическая модель – быть/казаться, которая представляет собой семиотический квадрат (рис. 3) –

быть/не быть – казаться/не казаться, может быть применена к исследованию названий заведений питания.

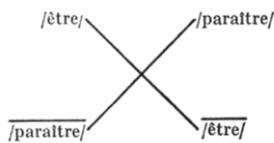


Рис. 3. Семиотический квадрат А. Греймаса

Главная цель любого названия заведения питания (популярного бара, небольшой закусочной или фешенебельного ресторана) привлечь потенциального посетителя. В зависимости от вида заведения и потенциальной аудитории смысловая и визуальная нагрузки на название могут различаться.

Кроме того, специфику названий заведений питания можно рассмотреть с нескольких позиций – с позиции номинатора (владельца заведения или специального агентства, занимающегося созданием названий), с позиции потенциального либо реального посетителя.

С позиции номинатора семиотический квадрат выглядит следующим образом (рис. 4):

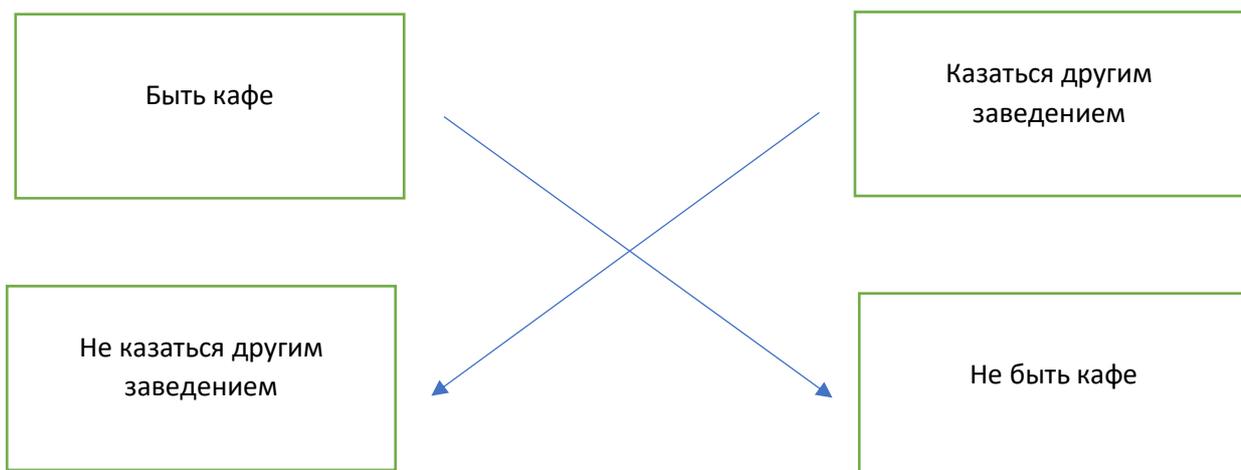


Рис. 4. Семиотический квадрат с позиции номинатора

В данном квадрате представлена тайна – быть кафе/не казаться другим заведением (*Пельмени, Суши, Шашлыкофф* и т.п.), истинность – быть

кафе/казаться другим заведением (*кафе Суаре Маркет, кафе Каза миа* и т.п.), ложность – не казаться другим заведением/не быть кафе (*Ассорти, Узбечка, Есенин, Тургенев* и т.п.), обман – казаться другим заведением/не быть кафе (*Калькутта, Чум* и т.п.).

В общем смысле названия заведений питания можно рассматривать через призму двух оппозиций – быть/казаться. Как известно, эргонимы, да и в целом все онимы семантически опустошены и их значение раскрывается только через контекст, соответственно, если мы возьмем название заведения питания вместе с сопроводительным словом (например, *Кофейня Максим*), сразу станет понятно, что это кафе, которое называется *Максим*. Посетитель, впервые узнавший о подобном заведении, может предположить, что это заведение названо в честь владельца или его родственников. Впоследствии, в соответствии с определенным контекстом ему «будет казаться», что это название кофейни. На наш взгляд, большинство названий заведений питания основаны на принципе *быть/казаться*. Например, *быть* известной личностью – *казаться* кафе (*писатель Тургенев – ресторан Тургенев, композитор Прокофьев – кофейня Прокофьев* и т.п.).

1.4 Языковая игра в номинации заведений питания

Истоки понятия языковой игры находятся в работах Людвига Витгенштейна, который впервые ввел этот термин в широкий научный оборот, и рассматривал языковую игру как проявление творческого потенциала личности. Языковая игра имеет большое разнообразие видов. Любопытно, что философ предлагал рассматривать номинацию как один из видов языковой игры – «Существует и такая языковая игра: изобретать имя для чего-нибудь. А стало быть, и говорить: "Это называется..." и затем употреблять это новое имя» [Витгенштейн, 1922/1985. С. 10]. В таком случае, создание имени ресторана или кафе является одним из видов/подвидов языковой игры.

Языковая игра как, впрочем, и любой вид игры, практически одинаково воспринимается во всех языках. Как справедливо утверждал Й. Хейзинга: «Не исследующая наука, но творящий язык породил совместно и это слово, и это понятие» [Хейзинга, 1935/1992. С. 45]. Этот феномен характерен для любого народа и любого языка, так как является естественным видом человеческой деятельности.

Й. Хейзинга дает следующее определение понятию игры – «игра есть добровольное поведение или занятие, которое происходит внутри некоторых установленных границ места и времени согласно добровольно взятым на себя, но безусловно обязательным правилам, с целью, заключающейся в нем самом; сопровождаемое чувствами напряжения и радости, а также ощущением "инобытия" в сравнении с "обыденной жизнью"» [Хейзинга, 1992. С. 45]. Действительно, данное занятие является добровольным, регламентируется определенными правилами и действует внутри определенных границ. Полагаем, что игра является полноценным видом деятельности человека и необязательным, но возможным атрибутом любого вида деятельности человека. Игра в номинацию заведений питания является напротив обязательным атрибутом гастрономического дискурса и определяет в соответствии с установленными правилами место, роль и значение будущего названия для потенциальных посетителей.

В современной науке превалирует два подхода к пониманию процесса языковой игры. Первый был предложен Т.А. Гридиной – языковая игра предполагает сознательное отклонение от нормы [Гридина, 1996]. С.Ж. Нухов напротив полагает, что это происходит неосознанно в процессе выражения своих мыслей [Нухов, 1997]. На наш взгляд, такой феномен как языковая игра может происходить как на сознательном, так и на бессознательном уровне. В первом случае, это происходит в ситуации, когда человек целенаправленно отклоняется от действующей нормы по различным причинам (профессиональная деятельность (например: маркетологи, стендап комики, юмористы, писатели при создании как юмористических так других разножанровых произведений). Во втором случае, механизм языковой игры запускается в мышлении человека неосознанно в тех случаях, когда он пытается выразить свои мысли.

Языковая игра в названиях заведений питания в подавляющем большинстве случаев является актом сознательным и направленным на создание прагматического эффекта, т.е. воздействия на адресата – потенциального посетителя.

Вопросам изучения языковой игры посвящены многочисленные труды отечественных и зарубежных ученых: Л. Витгенштейна (1922/1985), Й. Хейзинга (1935/1992), С.Ж. Нухова (1997), В.З. Санникова (1999), Е.А. Земской (1983), М.В. Китайгородской (1983), Н.Н. Розановой (1983), Т.А. Гридиной (1996, 2000), С.Н. Антоновой (2004), С.С. Беловой (2004), Ю.О. Коноваловой (2008), Н.Н. Белозеровой (2001, 2013), Л.Е. Чуфистовой (2013) и других.

Творческое мышление напрямую связано с лингвокреативным мышлением, которое в свою очередь построено на языковой игре. Т.А. Гридина предложила три характерные черты такого типа мышления:

1. Оперирование единицами языка по законам ассоциативных сближений;
2. Реализация потенциала языка в области конструирования и варьирования языковых форм и значений;

3. Тенденция к нарушению языкового стандарта [Гридина, 1996. С. 11-12].

Первые проявления лингвокреативного мышления можно заметить уже на начальном этапе изучения языка. Это проявляется в детской речи (когда ребенок познает мир) или в речи людей, изучающих новый для себя язык (когда выстраиваются новые ассоциативные ряды через родной язык). В номинации лингвокреативное мышление проявляется в различных сферах по-разному. При создании названий заведений питания использование лингвокреативного мышления может способствовать усилению прагматического эффекта на адресата.

«Языковая игра в большинстве случаев – стереотипное (стандартное) творчество, чем объясняются часто повторяемые разными людьми шутки» [Коновалова, 2008, С. 12]. Действительно, в названиях заведений питания действуют определенные шаблоны использования языковой игры (метафора, метонимия, парафраз, ирония, эпитет), но в то же время в редких случаях возникают неординарные для данного типа номинации способы ее применения (оксюморон, рифмовка, гиперболизация, антитеза и т.п.).

Языковая игра является важной составляющей языка и речи и рассматривается в разных аспектах как речевой жанр и языковой код. Как речевой жанр она рассматривается в работах Ю.В. Шуриной, которая определяет шутку как отдельный речевой жанр [Шурина, 1997]. Т.А. Гридина предлагает рассматривать языковую игру как особый языковой код, который предполагает наличие общих ассоциативных связей у адресанта и адресата [Гридина, 1996]. О.Ю. Коновалова, анализируя мнения о языковой игре Ю.В. Шуриной и Т.А. Гридиной, отмечает, что языковая игра – это «особое использование языка» и вопрос о способах включения данного феномена языка в какую-либо классификацию остается открытым [Коновалова, 2008, 16].

На наш взгляд, языковая игра – это уникальное явление, которое является результатом мыслетворчества человека и свойственна только ему. Процесс создания нового названия в какой-то мере также является игрой и может

рассматриваться как один из видов языковой игры, для которого характерны свои принципы и способы реализации.

Е.А. Земская, М.В. Китайгородская, Н.Н. Розанова отмечают такие функции языковой игры как игровая, установка на комический эффект, реализация эмотивной функции языка и как средство смягчения речи [Земская, Китайгородская, Розанова, 1983. С. 173-174].

В.З. Санников также выделяет четыре функции языковой игры: языкотворческая, развлекательная, психотерапевтическая и маскировочная [Санников, 1999].

В языке существуют различные приемы реализации языковой игры к коим можно отнести метафору, метонимию, рифмовку, каламбур, прецедентность и многие другие. В настоящее время составлено несколько классификаций приемов языковой игры. Классификация Е.А. Земской, М.В. Китайгородской, Н.Н. Розановой выделяют две большие группы приемов:

1. Приемы, основанные на выборе чужеродных средств выражения.
2. Приемы, основанные на построении единиц необычных по форме и/или значению [Земская, Китайгородская, Розанова, 1983].

В общем плане среди приемов языковой игры авторы выделяют балагурство, рифмовку, фонетические деформации, речевую маску, «веселую грамматику», словообразовательную игру, остроловие, стилевой контраст, нарушение законов сочетаемости, использование особенностей редких фонетических подсистем, цитацию, каламбуры, паронимические аттракции и непрямые номинации [Коновалова, 2008. С. 50].

Языковая игра в названиях заведений питания также реализуется различными способами. С учетом рассмотренных классификаций мы выделили следующие приемы языковой игры в номинации заведений питания:

1. Метафоризация;
2. Метонимизация;
3. Гибридизация;
4. Прецедентность;

5. Рифмовка;
6. Морфологическая трансформация.
7. Сочетание несочетаемого.

Т.А. Гридина пишет, что в основе языковой игры находится отход от стереотипа и ассоциативное мышление человека [Гридина, 1996. С. 10]. Исходя из этого, мы предлагаем рассматривать метафору, метонимию и прецедентность в номинации как проявления языковой игры по причинам нестереотипного использования слов в названиях заведений питания и проявления творчества номинатора через использование ассоциативного потенциала лексем.

К.О. Цыплякова отмечает три свойства метафоры, позволяющие отнести ее к проявлению языковой игры:

1. Новизна (отсутствие нового употребления в словарях).
2. Авторство (намерение автора направлено на создание особого эффекта).
3. Многофункциональность (не должна ограничиваться номинативной функцией) [Цыплякова, 2012. С. 172].

На наш взгляд, данные свойства можно применить не только к метафоре, но и к метонимии и прецедентности в номинации. Метафорические, метонимические и прецедентные названия заведений питания обладают новизной, в них вложены авторские намерения номинатора, и они выполняют сразу несколько функций (номинативную, прагматическую, аттрактивную и т.п.). Гибридизация, рифмовка, морфологическая трансформация и сочетание несочетаемого являются классическими приемами языковой игры. В данном случае имеет место нарушение языковых норм с целью создания остроумного или необычного эффекта.

Метафоризация предполагает создание нового названия на базе другого названия на основе какого-либо сходства. Данный прием используется во многих разрядах онимической лексики, но наибольшее распространение, на наш взгляд, получил именно в эргонимах. Метафора, с точки зрения когнитивного подхода, «пронизывает всю нашу повседневную жизнь и проявляется не только в языке,

но и в мышлении и действии. Наша обыденная понятийная система, в рамках которой мы мыслим и действуем, метафорична по самой своей сути» [Теория метафоры, 1990. С. 387].

В процессе образования метафоры участвуют четыре звена – объект в прямом значении, свойства объекта в прямом значении, объект в переносном значении, свойства объекта в переносном значении. Многие исследователи отмечают двойственность метафоры, на наш взгляд, это обусловлено тем, что метафора оперирует с двумя объектами, которые имеют определенную (когнитивную) связь друг с другом.

Метонимизация предполагает создание нового названия на базе другого названия на основе принципа смежности.

Первый и второй прием предполагает игру смыслами, так как «старое» название переносится на новый объект, происходит своего рода замена смыслов. «Языки различаются по степени использования метафорических обозначений по сравнению с другими способами формирования номинаций, в частности, метонимическим» [Пономарева, 2013. С. 47]. Действительно, в русском, английском и французском языках соотношения использования метафоры и метонимии будут различаться.

Гибридизация достаточно «молодой» прием языковой игры, который обусловлен влиянием глобализации и активными языковыми контактами жителей различных стран. Данный прием предполагает наличие в одном названии заведения питания лексических единиц из двух или более языков. Полагаем, что подобные названия можно назвать «компромиссными», так как они являются неким компромиссом, точнее балансом между своей и чужой культурой (Мы сохраняем свой язык и культуру, но мы открыты для другого языка и культуры).

Прецедентность как прием языковой игры активно применяется для создания названий заведений питания и выражается в использовании известных текстов, названий фильмов, художественных произведений, их героев, названий

музыкальных композиций, имен известных личностей (художников, певцов, актеров, политиков, писателей, меценатов и т.п.).

Рифмовка как прием языковой игры в названиях заведений питания используется нечасто. Данный прием предполагает создание названия, в котором созвучны окончания слов.

Морфологическая трансформация как прием языковой игры активно применяется в названиях заведений питания. Данный прием реализуется посредством изменения корня слова, включения новой приставки, суффикса или окончания. Сочетание несочетаемого как прием языковой игры реализуется посредством включения различных графических небуквенных символов и цифр в название, изменения регистра букв и т.п.

Рассмотренные приемы языковой игры сопоставимы с функциями названий заведений питания. Метафора как прием языковой игры, как правило, соотносится с функцией создания уникального заведения питания. Метонимия – соотносится с функцией идентификации заведения через название как объекта общественного питания. Имеется ввиду, что большинство подобных названий соответствуют названию одного из основных блюд (например, в Тюмени – *Шаурма, Пельмень* и т.п.). Все приемы языковой игры нацелены на реализацию главной функции названия заведения питания – функции воздействия на потенциального покупателя. Для названий заведений питания характерно сочетание нескольких приемов языковой игры в одном названии заведения.

Все приемы языковой игры, по мнению Ю.О. Коноваловой, имеют такие свойства как условность, искусственность, вторичность, ассоциативность, заместительность, акцентуальность, рематичность, индивидуальность [Коновалова, 2008. С. 61].

Условность языковой игры обосновывается автором тем, что она не может быть применена в «серьезной» ситуации, т.е. она относится не к реальным ситуациям, а к условным, т.е. игровым.

Искусственность подразумевает намеренное использование языковой игры путем дополнительных умственных усилий в отличие от многих других языковых явлений, возникающих неосознанно в процессе развития языка.

Вторичность языковой игры объясняется ее производностью по отношению ко всем другим лексическим единицам, т.е. созданные с ее помощью слова всегда являются вторичными объектами.

Ассоциативность предполагает, что языковая игра возможна только в случае наличия у слова широкого ассоциативного потенциала, который, с одной стороны является обязательным атрибутом языковой игры, а с другой стороны, ее важным свойством.

Заместительность языковой игры проявляется в том, что она позволяет замещать важную информацию.

Акцентуальность проявляется в том, что языковая игра позволяет привлечь внимание своею неканонизированностью в речи.

Рематичность обусловлена способностью языковой игры наделять, созданные с ее помощью слова возможностью находиться в позиции ремы.

Индивидуальность проявляется в способности языковой игры сохранять авторство, созданных с ее помощью игровых компонентов. Следовательно, она имеет частный характер.

Все перечисленные свойства языковой игры, предложенные Ю.О. Коноваловой, имеют универсальный характер и представляют полную картину специфики использования разных приемов языковой игры. В нашем исследовании мы имеем дело с частным случаем применения языковой игры – создании названий заведений питания. Мы выделили девять свойств языковой игры, которые могут быть использованы в номинации заведений питания [Исакова, 2021].

Контекстуальность – все названия заведений питания создаются для функционирования в первую очередь в определенной сфере – общественном питании, поэтому игровые компоненты, созданные с помощью языковой игры, войдут в гастрономический дискурс.

Реалистичность – названия, созданные с помощью языковой игры или имеющие в своем составе игровые компоненты, предсказуемо войдут в язык и речь участников коммуникации.

Авторство – названия, созданные с помощью языковой игры, сохраняют принадлежность автору (например, владельцу ресторана) и могут быть запатентованы.

Вторичность – все перечисленные способы языковой игры позволяют создать объекты вторичной номинации.

Шаблонность – большинство приемов языковой игры настолько распространены в сфере общественного питания, что, благодаря им создаются различные генераторы названий, позволяющие по ключевым названиям создать подходящее название без дополнительных усилий. К такого рода сервисам относится, например, генератор названий кафе (<https://businessnamegenerator.com>).

Акцентуальность и актуальность – все приемы языковой игры в названиях заведений питания нацелены на выделение важной информации.

Ассоциативность – способность создавать дополнительные, не предусмотренные ранее, ассоциации, необходимые для создания позитивного образа заведения питания.

Комплексность – т.е. возможность использования нескольких приемов в одном названии.

На наш взгляд, для языковой игры как для особого явления языка, названия заведений питания представляются окном для вхождения в строгую систему языка новейших языковых трендов, их тестирования, закрепления или исчезновения. Тот случай, когда творчество входит в обыденную жизнь и становится ее неотъемлемой частью.

Одной из важнейших предпосылок активного использования языковой игры в названиях заведений питания является вероятная возможность выделить определенное заведение среди других, в том числе подобных заведений. В данном случае роль или, вернее функция названия, может иметь решающее

значение. Допустим, существует несколько заведений питания, в которых предлагают качественную еду по приемлемой цене. Все заведения имеют одно и то же название – *Столовая*. Каким образом в данном случае можно привлечь потенциальных посетителей именно в свое заведение? Ответ очевиден. Необходимо выделиться на общем фоне других заведений интересным названием. Именно в этом случае языковая игра помогает создать название, которое будет отличаться от других и тем самым реализует аттрактивную и прагматическую функции названий.

Развитие общества происходит всегда комплексно. Если одна сфера начинает активно развиваться, то это соответственно влияет иногда напрямую иногда косвенно на другие сферы его жизни. Язык как система постоянно развивается и всегда остается достаточно открытым для новых явлений. В номинации это проявляется через создание различного рода алгоритмов создания названий – в интернете имеется большое количество генераторов названий. Мы провели небольшой эксперимент в этом направлении. Выбрали распространённое название блюда *Пицца* и рассмотрели варианты, предложенные генератором. В русском, английском и французском языках были предложены многочисленные варианты, основанные на таких приемах языковой игры как морфологическая трансформация, суффиксация, необычное сочетание слогов, трансонимизация. Алгоритм создания названия включает в себя выбор категории заведения, выбор ключевого слова и определенного набора слогов (тон, вис, ми и т.п.). На наш взгляд, подобные методы применения языковой игры придают «налет» искусственности созданным названиям и лишают их полноценной реализации аттрактивной и выделительной функций, а также делают фоном для других более креативных названий. Тем не менее, подобные ресурсы позволяют потенциальному номинатору в определенной мере развить собственную лингвокреативность или предлагают профессиональную помощь.

В процессе создания названия номинатор может использовать тот или иной социальный фактор. По мнению Ю.О. Коноваловой, один фактор «обуславливает выбор приема, способа языковой игры или конкретное

наполнение моделей языковых шуток» [Коновалова, 2008. С. 113]. В названиях заведений питания выбор социального фактора безусловно имеет важное значение, так как он позволяет «управлять вниманием адресата» и эффективно воздействовать на потенциальных посетителей. Мы полагаем, что к таким факторам можно отнести следующие:

1. Территориальный – названия, соответствующие названию города, страны и т.п.);

2. Культурный – названия, соответствующие символам культуры отдельного народа или мировой культуры – имена писателей, художников, мыслителей, актеров, актрис, меценатов и т.п. К подобным заведениям относятся также национальные рестораны;

3. Региональный – названия, соответствующие тому региону, в котором располагается заведение;

4. Семейный – названия, апеллирующие к институту семьи. В подобных названиях часто используются такие лексические единицы как мать, отец, брат, сестра, жена, а также само понятие семьи;

5. Дружеский – названия, обыгрывающие посещение заведения как место встречи друзей;

6. Профессиональный – данный фактор используется в тех случаях, когда необходимо акцентировать профессию в названии, используется в тех регионах, где какая-либо профессия является доминирующей или популярной, а также в тех случаях, когда необходимо создать «заведение для своих».

7. Статусный – названия, соответствующие статусу потенциальных посетителей;

8. Стиль жизни – в зависимости от стиля и ритма жизни предполагаемого адресата, номинаторы создают название, в которых учитывается размеренный, спортивный или быстрый стили жизни.

9. Религиозный – данный фактор имеет широкое распространение благодаря проникновению мусульманской культуры в гастрономической

дискурс. К подобного рода заведениям относятся многочисленные «халяльные» кафе и рестораны.

10. Бытовой – использование данного фактора позволяет приблизить заведение питания к домашней атмосфере, создать ассоциацию со вторым домом, где можно поесть домашней еды.

11. ЗОЖ – здоровый образ жизни приобретает важное значение для современных жителей города, в связи с этим использование данного фактора позволяет привлечь потенциальных посетителей, для которых имеет большое значение здоровая еда.

12. Культура гостеприимства – данный фактор может сразу прямым образом воздействовать на две категории посетителей – туристов, желающих познакомиться с культурой гостеприимства, и горожан, желающих не просто удовлетворить потребность в еде, но и насладиться радушием хозяев.

13. Образовательный – данный фактор включает многочисленные аспекты (владение иностранными языками, знание шедевров мировой культуры, уровень образования и т.п.).

14. Возрастной – названия, созданные с использованием данного фактора, позволяют воздействовать на конкретную аудиторию посетителей. Например: детские названия – для детей; молодежные названия – для молодежного населения.

15. Гендерный – данный фактор позволяет учитывать в названии заведения питания интересы мужского и женского населения. Например, названия заведений питания *Дорогая я перезвоню* и *Вдали от жен* в значительной степени ориентированы именно на мужское население.

Все перечисленные социальные факторы при грамотном использовании могут значительно усилить влияние языковой игры, напрямую воздействовать на определенную группу посетителей (туристы, представители профессиональных кругов, статусные посетители и т.п.), а также позволяют успешно реализовать прагматическую функцию названия заведения.

1.5 Гибридизация в номинации заведений питания

В последние годы в номинации заведений питания стали проявляться черты гибридизации, обусловленные языковой модой и лингвистической креативностью номинаторов. Исследований, посвященных именно этой проблематике немного. В разное время изучением гибридизации занимались О.К. Ирисханова (2010), Ф.Ф. Алистанова (2011), Е.С. Бутакова (2013), Т.О. Прокофьева (2015), Е.В. Булатова (2016), Т.В. Попова (2017), В.А. Крыжановская (2017, 2019), И.Н. Пономаренко (2019), М.Н. Романкевич (2019) и др. Гибридизация в аспекте экологии языка рассмотрена Н.Н. Белозеровой (2012) и Н.В. Лабунец (2012).

В общем смысле, языковые гибриды представляют большой класс названий, включающий наименования с иноязычным компонентом. Термин «языковой гибрид» (в английском языке – *loanblends*) был введен Э. Хаугеном для определения заимствований, образованных посредством родного и иностранного языков. Э. Хауген отмечал двуязычную природу подобных заимствований и утверждал, что «это явление не относится к самому процессу заимствования; оно является скорее свидетельством того, что заимствованные элементы усвоены языком настолько органично, что даже стали продуктивными в этом языке» [Хауген, 1972].

Языковой гибрид определяется как «особый класс языковых единиц (комплексов), организованных в естественную категорию по принципу семейного сходства» [Ирисханова, 2010. С. 33]. Большой вклад в изучение языковых гибридов внесла О.К. Ирисханова, которая рассмотрела их с точки зрения естественно-научных и лингвистических подходов и выделила источники, процессы и результаты гибридизации. Были отмечены разные типы гибридизации – фонетическая, лексическая, фразеологическая, межтекстовая, полимодальная, функциональная, межкатегориональная, эксплицитная и имплицитная, устоявшаяся и окказиональная, с равнозначными и неравнозначными фокусами. Согласно гипотезе Ноама Хомского, язык обладает естественной природой, имеет природные свойства и может быть описан с их

помощью [Хомский, 2003]. Действительно, языковой и биологический гибрид имеют одно общее свойство – превосходство над своими «родителями». Биологические гибриды могут быть как искусственными, так и естественными. Языковые гибриды, как правило, всегда возникают естественным путем.

В диссертационной работе гибридные названия рассматриваются вслед за О.К. Ирисхановой как особый класс языковых единиц, образующих в языке особую систему и выделенных по принципу семейного сходства [Ирисханова, 2010]. В процессе анализа учитывается полноценное название заведения питания, т.е. сам эргоним и его номенклатурный термин (кафе, ресторан, бар и т.п.).

Языковой гибрид является одним из результатов языковой игры, которая представляет собой важную составляющую языка, особенно в аспекте номинаций. Языковая игра определяется как «многофакторный процесс множественной интерпретации знаковых единиц, выявляющий их ассоциативный потенциал в системе языка и сознании конкретных индивидов, способность говорящих к использованию нестандартного лингвистического кода при конструировании новых лингвистических объектов или при истолковании уже готовых языковых единиц» [Гридина, 2000. С. 51].

В современном мире гибридизация эргонимов стала логическим результатом процессов глобализации. Ф.Ф. Алистанова определяет гибридизацию как «образование эргонимов из компонентов разных языковых систем» [Алистанова, 2011. С. 134]. Гибридные эргонимы представляют собой «структурно и семантически контаминированные названия коммерческих организаций, которые отражают когнитивные механизмы топообразования, влияние языковой моды, лингвокреативность, с одной стороны, и стереотипность нейминга в эргонимах, с другой» [Питина, 2018. С. 60]. С.А. Питина выделила несколько способов реализации словотворчества в гибридных названиях:

1. Словосложение, суффиксацию и блендинг.

2. Словосложение, транскрибирование и неассимилированный варваризм.
3. Латинский алфавит в русских эргонимах.
4. Иностранные слова в названиях.
5. Гибридные русско-английские слова и словосочетания.
6. Смешанный алфавит в одном слове.
7. Полностью или частично англизированное просторечие.
8. Смешанный алфавит и цифры в написании.
9. Неоднозначные эргонимы, игру слов.
10. Оксюмороны в эргонимах [Питина, 2018].

На наш взгляд, эту классификацию можно рассматривать как одну из самых полных классификаций способов номинации заведений общественного питания. В настоящее время номинаторы используют различные способы гибридизации, которые не всегда приводят к полноценной реализации главных функций эргонимов – номинативной, информативной и побудительной.

Эргонимикон современного города представляет собой набор эргонимов, разнообразных по составу и мотивационным установкам. Особое место отводится эргонимам иноязычного происхождения и гибридам, которых с каждым годом становится все больше и больше. По мнению Т.О. Прокофьевой, «эргонимы, образованные с использованием русских и иноязычных графических компонентов, обеспечивают более эффективную коммуникацию номинатора и адресата» [Прокофьева, 2015. С. 170]. Гибридные эргонимы, на наш взгляд, имеют преимущество перед иноязычными эргонимами, так как представляют собой баланс двух культур – родной и иностранной. Например: *кофейня Wake up* (эргоним иноязычного происхождения, образованный синтаксической конструкцией английского языка *wake up* – просыпайся) и *кафе Пельмэн* (гибридный эргоним, образованный путем сложения двух основ: русского языка – *пель* и английского языка – *man/мэн*). В первом случае, эргоним ограничивает свою потенциальную аудиторию теми, кто владеет английским языком. Во втором случае, значение эргонима абсолютно прозрачно для адресата.

«Гибридное название кафе, ресторана – это единая номинативная единица, в составе которой соединяются компоненты иностранного и родного языка, и понимание которой может строиться на интерпретации ее элементов, но воспроизведение данной единицы целостно» [Романкевич, 2019. С. 119].

Гибридные эргонимы, как правило, включают в себя два компонента – компонент родного языка и иноязычный компонент. В соответствии с типом иноязычного компонента выделяют следующие типы гибридных эргонимов.

1. Номинации, в которых иноязычный компонент представлен самостоятельной лексической единицей языка-источника.
2. Гибридные эргонимы, иноязычный компонент которых реализует какую-либо словообразовательную модель языка-источника.
3. Гибридные номинации с инокомпонентом, представленным одной или несколькими графемами иностранного языка, – инографемами, которые заменяют русские, либо, не имея эквивалента в языке-реципиенте, вставляются в оном искусственно для придания ему «иностранного» вида [Прокофьева, 2015. С. 173].

Первый тип эргонимов представлен широко известными именами нарицательными (*bar, café, restaurant, pub, coffee, pizza* и т.п.), официальными названиями известных брендов (*кафе Traveller's Coffee, кафе KFC, кафе Subway* и т.п.). Второй тип включает эргонимы с различными иноязычными словообразовательными компонентами (*кафе Гаражoff, кафе Гостидзе, ресторан Шаилыkoff* и т.п.). Третий тип представлен многочисленными заменами графических элементов кириллицы латиницей (*кафе EDA Маркет, клуб-кафе Золотой Закат* и т.п.).

М.Н. Романкевич выявила, что наиболее частотно в гибридных наименованиях используются английский, французский и итальянский языки. Автор выявил следующие тенденции в создании эргонимов: использование иностранного слова или русского слова, оформленного латиницей; оформление иностранного слова кириллицей; оформление русского слова латиницей.

«Употребляя иноязычные слова, владельцы показывают свое знание этих языков, а также реальную или мнимую причастность к иноязычной культуре, которая, с их точки зрения, более престижна, с другой – они «требуют» у посетителя соответствующих фоновых знаний о другой культуре и языке» [Романкевич, 2019. С. 119]. В процессе номинации важно учитывать не только вкусы и пристрастия потенциальных потребителей, но и также их культурный и интеллектуальный уровень.

Ряд исследований рассматривают гибридизацию эргонимов в графическом аспекте, а некоторые выделяют отдельно гибридизацию и графогибридизацию. Ф.Ф. Алистанова относит оба типа к видам графической игры [Алистанова, 2011].

Одним из новых способов образования эргонимов является графикация. Этот термин был предложен В.П. Изотовым, который определяет его как «способ образования слов, при котором в качестве словообразовательного оператора выступают графические и орфографические средства» [Изотов, 1998. С. 96]. Т.В. Попова предлагает называть его графодеривацией [Попова, 2009]. В последние годы этот способ активно применяется номинаторами посредством графических выделений и капитализации, а также уместного и неуместного использования пунктуационных знаков.

Выделяют четыре разновидности графодеривации:

- монографикацию;
- полиграфикацию;
- кодографикацию;
- типографикацию [Попова, 2009. С. 125].

Монографикация представляет собой использование средств родного языка для графических выделений (*кафе Булошная*). Полиграфикация предполагает использование средств родного и неродного языка для графических трансформаций (*кафе ШашлыкоFF*). Кодографикация использует неязыковые единицы (*кафе 7я*). Типографикация реализуется посредством изменений стиля и размера шрифта, использования историзмов – *кафе Шашлыкь*

№ 1). Все обозначенные типы графодеривации являются элементами языковой игры и позволяют номинатору создать эргоним, отличающийся от большинства и, следовательно, привлечь внимание потенциальных клиентов. В процессе изучения эргонимикона г. Тюмени, г. Сиэтла и г. Тулузы были выявлены все четыре способа графодеривации.

В.Е. Замальдинов отметил пять вариантов графогибридизации:

1. Неузуальное слабомотивированное или немотивированное чередование строчных и прописных букв.
2. Грамма-редупликация.
3. Графогибридизация.
4. Квотация.
5. Апострофизация [Замальдинов, 2016. С. 211-213].

Способ чередования строчных и прописных букв активно используется в названиях заведений питания (*бар ПиратБИР, мобильная кофейня КофеМЕН* и т.п.). Грамма-редупликация реализуется посредством повтора букв или удвоения корня (*кафе Shaker_shaker72, кафе Roll`n`Roll* и т.п.). Графогибридизация предполагает использование графических средств двух языков, а также различных небуквенных символов (*кафе Бургерная Mr.B*). Квотация реализуется посредством использования кавычек внутри эргонима (*ресторан Concept Hall «VDomike»*). Апострофизация предполагает использование небуквенных графических символов вроде надстрочной запятой (*кафе Roll`n`Roll*).

Как правило, возникновение подобных онимов происходит вследствие языковой моды. В.А. Крыжановская выделила два вида графической трансформации эргонимов: «графическая трансформация с использованием буквенных элементов включает латинизированные (с полным замещением и с двойной графикой) и архаичные графемы; графическая трансформация с использованием небуквенных элементов включает графическую деконструкцию, (графическая контаминация, графическая квазиремотивация, супраграфемика, синграфемика, капитализация), пиктографемикой (цифры,

социокультурные символы, интернет-символы) [Крыжановская, 2017. С. 93]. В результате графической трансформации возникают гибриды и графогбриды.

Выделяют семантическую и асемантическую графогбридизацию. «Результатом семантической графогбридизации, как правило, становится языковая игра, поскольку имеет целью создание комического, остроумного эффекта. Результатом асемантической графогбридизации – лингвистическая креативность – результат лингвотворческой деятельности носителя языка» [Бутова, 2013. С. 148]. Одним из свойств гибридных эргонимов в эргонимиконе города является их неравномерность. «Число гибридных новообразований довольно резко колеблется в зависимости от условий» [Хауген, 1972]. Количество и типы гибридных эргонимов в каждом городе различаются в зависимости от структурных особенностей взаимодействующих языков.

В зависимости от способа словообразования гибридного эргонима мы выделили следующую типологию гибридных названий заведений общественного питания:

1. Морфологические гибриды.
2. Синтаксические гибриды.
3. Словообразовательные гибриды.
4. Графические гибриды.

Гибридные названия воспринимаются неоднозначно. С одной стороны, они пробуждают интерес, так как не вписываются в общую картину коммуникативного пространства. С другой – их значение большинством адресатов остается непонятым и, следовательно, основная функция эргонимов не выполняется и цель коммуникации не достигается.

Главным признаком гибридных эргонимов является наличие не менее двух источников образования. К этим источникам относятся:

1. Иноязычная основа.
2. Графический небуквенный символ.
3. Цифры.
4. Пунктуационные знаки.

5. Буквы различного регистра.

6. Иноязычная графика.

Все эти источники присутствуют во всех языках в той или иной мере, подтверждая тезис А.В. Суперанской о том, что все имена во всех языках имеют что-то общее [Суперанская, 1973]. Тем не менее, в процентном соотношении они различаются в зависимости от города. Активные языковые контакты и глобализация способствовали появлению широкого ряда гибридных эргонимов, составленных на основе английского языка.

Исследователи выделяют несколько причин востребованности гибридного типа номинации в эргонимии:

1. Стремление приобщиться к мировому экономическому пространству.
2. Демонстрация уровня владения иностранным языком и осведомленность о происходящих глобальных событиях.
3. Стремление к экономии языковых средств [Прокофьева, 2015. С. 177].

Приобщение к мировому экономическому пространству осуществляется посредством указания названия известной компании или бренда на языке оригинала. Вторая причина вызвана стремлением выделиться среди других подобных объектов и отметить некое превосходство и новизну. Экономия языковых средств связана с языковой модой и общей тенденцией языка. Данные причины обуславливают большинство типов гибридных названий.

Мы полагаем, что широкое распространение данного способа языковой игры объясняется следующими причинами:

1. Стремление к выделению отдельного заведения среди других подобных.
2. Стремление (осознанное и неосознанное) следовать языковой моде.
3. Общие тенденции в номинации объектов общественного питания.
4. Стремление к креативности.
5. Экономия языковых средств.
6. Стремление вызвать интерес у адресата необычным словом.
7. Стремление к уникальности.

В эргонимах заведений питания можно выделить некоторую дуальность. С одной стороны, номинатор должен создать наиболее информативное и привлекательное название. С другой стороны, номинатор может позволить себе проявить лингвистическую креативность, т.е. выразить себя и свой продукт посредством названия, не ориентируясь на ожидания адресата.

Некоторые исследователи предлагают составить список рекомендаций для «составления наиболее выразительной, информативной и коммуникативно-эффективной гибридной номинации» [Прокофьева, 2015. С. 177]. На наш взгляд, подобные рекомендации в большей степени полезны для негибридных эргонимов. Гибридные названия в какой-то мере нарушают традиции классического языка и предоставление шаблонов их создания в открытом доступе может значительно ускорить процесс глобализации, повлиять на естественный язык и проникнуть в другие сферы номинации, а также с течением времени обнаружиться в литературном языке. В настоящее время гибридные названия отражают естественные процессы языка и позволяют оценить влияние глобализации, выявить языковые контакты населения, языковой потенциал горожан, текущие тенденции в языковой моде. Кроме того, данный тип эргонимов позволяет опосредованно определить потенциальный мировой язык.

Таким образом, был изучен объем понятия «языковой гибрид», представлена полная и краткая классификация гибридных эргонимов, рассмотрены источники их образования и причины востребованности.

Выводы по 1 главе

В первой главе представлены теоретико-методологические подходы, использованные в диссертационном исследовании.

Первичная обработка исследуемых названий заведений питания показала наличие у них следующих свойств: мотивированность, социокультурная обусловленность, языковая игра, модальность и подверженность влиянию экономических и политических процессов, происходящих в обществе (глобализация и деглобализация, пандемия Covid19).

Мотивированность названий заведений питания представляет собой важный компонент всех названий. Абсолютно все названия заведений питания мотивированы. Мотивы могут быть разными, но они присутствуют всегда.

Социокультурная обусловленность является обязательной составляющей городских названий заведений питания, так как она позволяет выделить заведение среди прочих, привлечь внимание клиента и воздействовать на него, т.е. способствовать выбору определенного заведения среди прочих. В этом случае важное значение имеет контекст. Например: ресторан *Тургенев* (Тургенев – русский писатель, следовательно, ресторан ассоциируется со статусным местом, где предлагаются блюда русской кухни). В названиях заведений питания нередко фиксируется нарушение языковых норм, в них допускаются (номинаторами) орфографические, грамматические, пунктуационные и стилистические ошибки, которые в некоторых случаях делаются намеренно, в других – неосознанно. Социокультурная обусловленность названий заведений рассматривается в рамках социолингвистики, получившей наибольшее развитие в работах Уриэля Вайнрайха (1979), Уильяма Лабова (1976), Н.Н. Болдырева (2016), О.Г. Дубровской (2016), В.И. Беликова (2019), Л.П. Крысина (2019) и других.

Языковая игра активно используется номинаторами, так как позволяет индивидуализировать заведение и сформировать его положительный образ у

посетителей. К наиболее активно используемым способам образования названий заведений питания относятся метафоризация, метонимизация и гибридизация.

Метафоризация зачастую используется при создании названий, в некоторых случаях она переходит в метонимизацию.

Гибридизация как способ образования названий заведений питания стала следствием глобализации общества и доминирующего положения английского языка.

Названия заведений питания **подвержены влиянию экономических и политических изменений**. В результате экстралингвистических факторов (деглобализации, вызванной пандемией Covid19) произошли подвижки в названиях заведений питания – новый этап в их эволюции, обусловленный сокращением численности названий, сменой типа посетителя, и проявляющийся в резком изменении способа образования названий и их тематического состава.

Таким образом, первичный анализ материала показал многочисленные аспекты изучения названий заведений питания, которые впоследствии были рассмотрены в сопоставительном аспекте на материале названий заведений питания, функционирующих в русском, английском и французском языках.

Глава 2 Семантика и прагматика названий заведений питания в русском, английском и французском языках (на материале заведений питания г. Тюмени, г. Сиэтла и г. Тулузы)

2.1 Общее описание материала

Для того, чтобы изучить специфику функционирования названий заведений питания в русском, английском и французском языкам, были выбраны городские пространства в России (г. Тюмень), США (г. Сиэтл) и Франции (г. Тулуза). Материалом исследования послужил авторский каталог названий заведений питания г. Тюмени (Приложение № 1), г. Сиэтла (Приложение № 2) и г. Тулузы (Приложение № 3), составленный на основе данных информационных и туристических сайтов – Google Maps, TripAdvisor, Restaurant Guru, Toulouse.fr и официального сайта Департамента потребительского рынка Тюменской области. Названия были отобраны методом сплошной выборки.

Для сравнительного анализа были выбраны именно эти три города, так как они позволяют проанализировать семантику и прагматику названий заведений питания в русском, английском и французском языках. Исследуемые языки входят в различные группы индоевропейской семьи языков (русский язык – славянская группа, английский язык – германская группа, французский язык – романская группа), что позволяет провести сопоставительный анализ специфики названий в неродственных языках.

Тюмень – город в Российской Федерации, столица Тюменской области. В городе проживает около 800 000 человек и функционирует около 1500 заведений питания, среди которых мы выделили 1250 названий заведений, исключив дублирующиеся названия.

Сиэтл – город в Соединенных Штатах Америки, окружной центр округа Кинг. В городе проживает 724 305 жителей. По данным сайта TripAdvisor в нем располагается около 3500 заведений питания. Методом сплошной выборки было выделено 2300 единиц названий.

Тулуза – город во Франции, столица региона Окситания и префектура департамента Верхняя Гаронна и округа Тулуза. Один из самых крупных культурных, научных и промышленных центров Франции. В городе проживает 475 438 человек и функционирует около 1922 заведений питания. Корпус названий составил 1650 единиц.

Общая выборка названий заведений питания составила 5200 лексических единиц.

2.2 Семантические параметры названий заведений питания в русском, английском и французском языках

Семантические параметры названий заведений питания следует рассматривать неразрывно с семантикой имен собственных в широком смысле и эргонимов в более узком смысле. Имена собственные в отличие от имен нарицательных семантически обделены. Их значение, как правило, раскрывается только через призму сопроводительного слова (имени нарицательного), без которого их значение нельзя распознать в полной мере.

Семантический анализ названий заведений питания в русском, английском и французском языках проводился на основе классического линейного сопоставительного метода, включающего несколько этапов исследования [Стернин, 2007]. В первую очередь была определена микросистема дальнейшей работы – названия заведений питания в г. Тюмени, в г. Сиэтле и г. Тулузе. Затем было обосновано необходимость сопоставления данной группы лексем в разных языках. Как известно, лексический уровень является наиболее динамичным уровнем языка, а названия заведений питания еще более динамичным пластом лексики. Эта микросистема наиболее быстро реагирует на изменения, происходящие в языке, мировом и региональном сообществе. Русский, английский и французский языки являются мировыми языками и играют активную роль в деятельности ООН (как известно, документы ООН публикуются на этих трех языках). Исследование семантики названий заведений питания в сопоставительном аспекте позволит выявить изоморфные и алломорфные черты в этих трех языках в сфере номинации. Третьим этапом исследования стало составление списков тематических групп названий заведений питания в исследуемых языках.

В названиях заведений питания в русском языке (на материале г. Тюмени) были выявлены следующие тематические группы:

Прецедентное имя собственное (в т.ч. имена известных личностей): *Будда, Дягилев, Прокофьев, Есенин, Karl Benz, Гримм, У Раневской, Франц Кафка, Юлий, Карл, Сальвадор, Распутинский, Посейдон* и т.д.

Личные имена людей (антропонимы): Евгения, Татьяна, Гузаль, У Равшана, Закусочная у Витали, У Ольги, У Петровича, У Равшана и т.п.

Географическая тематика: *Стара Прага, Старая Тюмень, Сибиря, Boston, J.D.Salinger, Сахара, Прага, Туркестан, Тоскана, Фанагория, На Царской, На Варшавской, Флорида, Уолл стрит, Самарканд* и т.д.

Флора и Фауна: *Дорадо, Додо пицца, Белая акула, Белый тигр, Black bear, Баракуда, Березка, Клюква, Два веселых гуся, Черный ишак, Медведь, Дом оранжевой коровы, Котики* и т.д.

Гастрономические наименования: *Шоколандия, Суши, Шаурма, Булошная, Шашлыкофф, Пирогамы, Пельмень и сметана, Шашлык-Машлык, Калач, Хлеб да Соль, Хлеб и масло, Хлебница, Хинкальная, Тесто_бар* и т.д.

Литература и Кинематограф: *Восточный экспресс, Три богатыря, Три медведя, У Горыныча, Чудо-Печка, Чиполлино, Шахерезада, Чилли-Вилли, Черная жемчужина, Вечера на хуторе, Друзья, Дом оранжевой коровы* и т.п.

Здания и сооружения: *Берлога, У дома, Most, Почта, Мезон, Фазенда* и т.п.

Бытовые предметы: *Ложка и вилка, Самовар, Тар тарелка* и т.п.

Фразеологизмы и устойчивые словосочетания: *Это бургер, Карл; Как мы любим; Аппетитно, вкусно, сытно; Heaven and hell; Вдали от жен; Давай закажем пиццу; Дайте два* и т.п.

Профессии и титулы: *Царь блин, Налоговик, Нефтяник, Король, Принц* и т.п.

Цвета: *Белый тигр, Белая акула, Белые ночи, Белая Русь, Красный Яр, Красный дракон, Gold city, Золотой лотос* и т.п.

Цифры: *24, 333, 40 градусов, 7 сити, 7я, Три сковородки* и т.п.

Тематические группы названий заведений питания в английском языке (на материале г. Сиэтла):

Прецедентное имя собственное: *Lola, Oliver`s lounge, Machiavelli Ristorante, Smith, Fitzgerald's Sports Bar* и т.п.

Личные имена людей (антропонимы): Jimmy Johns, McDonald's, Carl's Jr., Kate's Pub и т.п.

Географическая тематика: *The Grill from Ipanema, Taste of India, Virginia Inn, The London plane, Turkish Delight, Kabul, Americana* и т.п.

Флора и Фауна: *Cactus restaurant, Aqua by El Gaucho, How to cook a Wolf, CAFÉ Flora, Wild Ginger, Brave Horse* и т.п.

Гастрономические наименования: *Pie, I love Sushi, Biscuit Bitch, Palace kitchen, Wasabi, Uli's Famous Sausage, Honeyhole sandwiches* и т.п.

Искусство: *Teatro ZinZanni, Hard Rock Café, Rumbo, Jazz Alley, Can Can* и т.п.

Здания и сооружения: *Tap House Grill, Bastille Café & Bar, Lunchbox Laboratory, Luna Park Café, Elefant and Castle* и т.п.

Бытовые предметы: *Black Bottle, Art of the table, The Red Door, Triple Door, Bottlehouse, Root table* и т.п.

Фразеологизмы и устойчивые словосочетания: *That's Amore!, JuneBaby, Eureka!, Serendipity, Voila* и т.п.

Профессии и титулы: *Truffle Queen, Witness Bar, Queen Mary Tea, Matador, The Fisherman* и т.п.

Цвета: *Purple Café and Wine Bar, Green leaf restaurant, The Golden olive, Red Cedar and Sage, The Red door, Blue Star Café and Pub* и т.п.

Цифры: *13 coins restaurant, Local 360, Six arms, 2120, Super six, 14 carrot* и т.п.

Тематические группы названий заведений питания во французском языке (на материале г. Тулузы):

Прецедентное имя собственное (в т.ч. имена известных личностей): *O Bali, Michel Sarran, Le p'tit Louis, Chez Yannich, Le Semiramis, Chez Emile, Balthazar, New Delhi* и т.п.

Личные имена людей (антропонимы): *Chez Olivier, Chez Lili, Chez Luisa, Chez Jazz, Chez Jean* и т.п.

Географическая тематика: *Mama Toulouse Restaurant, Italian`s pizza, La Pizzeria Francaise, Santosha Toulouse, Le Bombay, Seoul, Le Pyreneen* и т.п.

Флора и Фауна: *Le perche Pinte, Le Foxy, Yeti D`Himalaya, La Fleur de Mai, Le chat Noir Bistrot, Eau de Folles, The Winter Garden, Le Café Cerise, Papillons* и т.п.

Гастрономические наименования: *Eat salad, Le p`tits Fayots, Le cri de la truffe, Miya Fondue, La Pastasciutta, Meet the Meat* и т.п.

Культура и искусство: *L`art & Du Temps, Le Kalinka, Chez Jazz, Van Gogh, Le petit ogre, Le Ti Prince, Le Gavroche, Kebab Ali Baba, Mamma Mia, Tutti Pizza Deodat de Severac, Les Feux de l`amour* и т.п.

Здания и сооружения: *The classroom, Pass` A la Maison, Yard-La Burger Factory, The Dispensary* и т.п.

Бытовые предметы: *La Binocle, La Table de William, Le Bol Rouge, Les coudes sur la table, Le Bouteillon, Le Bidule* и т.п.

Фразеологизмы и устойчивые словосочетания: *Grain de Folie, Hello Raviolli, Namaste, Million d`elephants, Oh Manger Moi, Le Cinq sens, Why not* и т.п.

Профессии и титулы: *Monsieur, Le king, Don Pancho, Neo Samourai* и т.п.

Цвета: *Le radis rose, Blue teapot, Le chat noir bistrot, Le soleil Bleu, Bleu Canard* и т.п.

Цифры: *Une table a Deux, Les 4 z`arts, sept, sixty-two, Jambon 007, Dix-huit, Les 4 petits cochons, Le Bus 111* и т.п.

Табл. 2. Тематические группы названий заведений питания в русском, английском и французском языках

Тематическая группа	Лексические единицы в русском языке	Лексические единицы в английском языке	Лексические единицы во французском языке
Прецедентное имя собственное	95 л.е. (7,6%)	200 л.е. (8,7%)	57 л.е. (3,5%)
Личные имена людей (антропонимы)	140 л.е. (11,2%)	150 л.е. (6,5%)	90 л.е. (5,5%)

Продолжение таблицы 2

Географическая тематика	80 л.е. (6,4%)	110 л.е. (4,8%)	100 л.е. (6,1%)
Флора и Фауна	103 л.е. (8,2%)	90 л.е. (3,9%)	75 л.е. (4,5%)
Гастрономические наименования	500 л.е. (40%)	1125 л.е. (48,9%)	650 л.е. (39,3%)
Литература и Кинематограф	52 л.е. (4,2%)	96 л.е. (4,2%)	200 л.е. (12,1%)
Здания и сооружения	70 л.е. (5,6%)	150 л.е. (6,5%)	150 л.е. (9,1%)
Бытовые предметы	137 л.е. (11%)	254 л.е. (11%)	260 л.е. (15,8%)
Фразеологизмы и устойчивые словосочетания	28 л.е. (2,2%)	20 л.е. (0,9%)	10 л.е. (0,6%)
Профессии и титулы	28 л.е. (2,2%)	80 л.е. (3,5%)	50 л.е. (3%)
Цвета	7 л.е. (0,6%)	10 л.е. (0,4%)	3 л.е. (0,2%)
Цифры	10 л.е. (0,8%)	15 л.е. (0,7%)	5 л.е. (0,3%)

Семантика названий кафе и ресторанов г. Тюмени, г. Сиэтла и г. Тулузы демонстрирует изоморфизм русского, английского и французского языков в сфере эргонимии. Выявлено активное использование антропонимов и топонимов в образовании новых эргонимов. Группы актуализации в целом совпадают по каждому городу (табл. 2). В то же время прослеживаются алломорфные черты. Активное использование прецедентных имен в русском языке, редкое – в английском и французском. Выявлено большое число названий с фразеологизмами в русском и французском языках, меньшее число – в английском языке. Ограниченное использование цифр в названиях на русском языке в отличие от названий в английском и французском. К изоморфизму русского, английского и французского языков следует отнести универсальность тематических групп в сфере названий заведений общественного питания. Полагаем, что это объясняется универсальностью самой сферы функционирования этих названий – общественного питания. Потребность в

питании и коммуникации является одной из базовых потребностей человека, поэтому реализация этой потребности через название заведений питания в целом схожи, следовательно, можно отнести ее к статической универсалии на лексическом уровне.

Результаты анализа показали качественное различие в названиях заведений питания. В русском языке наиболее частотны названия, ассоциирующиеся с именами известных личностей. Мы полагаем, что данная тенденция обусловлена мотивом номинатора представить свое заведение как статусное место и тем самым использовать имя известного человека с целью вызвать доверие у будущих посетителей. В английском языке больше используются названия, относящиеся к названию какого-либо блюда и напитка. Возможно, это объясняется высоким ритмом жизни в США. Подобные названия напрямую воздействуют на потенциального посетителя, сообщая, что в определенном месте, можно купить определенную еду. Во французском языке большей популярностью у номинаторов и, как следствие, у посетителей, пользуются названия из сферы культуры. Это объясняется популярностью, на наш взгляд, встреч в ресторанах у французов, многолетней историей французской кухни и тем фактором, что именно в этой стране был создан и по сей день продолжает действовать всемирный ресторанный рейтинг «Мишлен». Высокая конкуренция в сфере общественного питания и высокая доля ответственности рестораторов предполагает необходимость создания соответствующих номинаций.

Семантические параметры названий заведений питания включают в себя определенную специфику образования лексем. Следующим этапом исследования стало описание словообразования в сфере общественного питания.

Исследуемые названия были образованы морфологическим (сложение, безаффиксный подспособ и аффиксация) и неморфологическим (лексико-семантический подспособ, субстантивация) способами, а также путем заимствования. Одним из наиболее продуктивных способов образования исследуемых названий является языковая игра.

Среди названий заведений общественного питания г. Тюмени выявлены следующие способы словообразования:

1. Морфологические способы: сложение двух и более основ – *Кебаб-сити, Соло – пицца, Соседи-медведи, Спорт-бургер, Такеши-суши, Плюшки-Ватрушки, О!Кофе, НаКурилах, КофеМЕН, КофеБарра, ЕмдаЕм* и т.п.; аббревиация – *АВС, АЮ, ПивСовет, ЧБ* и т.п.; **субстантивация** – *БулоШная, Пельменная, Кебабная, Пончиковая, Смольный, Хачапурная, Хинкальная* и т.п.; **редупликация** – *Сим-Сим*.

3. Лексико-синтаксический способ: *КофеБарра, СушиРитто, ЕмДаЕм, VDomike, LiveBar, ОMYDOG, КофеМЕН*.

4. Лексико-семантический способ: Переход антропонима в эргоним – *Гримм, Екатерина, Сальвадор, Прокофьев, Дягилев, Распутин, Эльвира, Челентано, Карл, Юлий* и т.п. Часть мотивированы именами известных личностей: *Ермак, Ван Гог, Прокофьев, Распутинский, У Раневской, Шаляпин, Дягилев, Карл Бенц, Франц Кафка* и т.п. Подобные названия позволяют персонифицировать и индивидуализировать заведение. Переход топонима в эргоним – *Сибирь, Юрга, Самарканд, Флорида, Туркестан, Прага, Тоскана, Тебриз, Сан-Марино* и т.п. Переход имени нарицательного в эргоним посредством метафоры – *Лесная поляна, Академия вкуса, Галерея суши, Масленица, Республика вкуса, Суши лэнд, Своя Компания, Семейный очаг, Мезон, Сладкий остров* и т.п.; а также посредством метонимии – *Ложка и вилка, Калач, Пара кружечек, Мясо в лаваше, Другая кухня, Долина напитков, Самовар, Тандыр, Хлебница, Шоколадница, Пышка и пудра, Слойка* и т.п.

5. Олицетворение: *Капучиныч, Ням Нямыч, I'm coffee, Mr.B, Mr. Шашлыкович; Mr.Coffeeman, Добрая бабушка, Дон пончик, Дядя Дёнар, КофеМЕН, Мистер Багет* и т.п. Такие названия вносят элемент новизны в обычное название и нередко имеют комический эффект.

6. Заимствование – один из способов образования новых названий кафе и ресторанов г. Тюмени: *NOODLE, Old school bar, ОMYDOG, Korean Kitchen, Wake up, Goldcity, Good food, Джус мастер, КофеМЕН, Суши лэнд, Халяль, Гузаль,*

Кофейня фреш бар и т.п. Данный способ словообразования активно используется в номинации заведений питания. С одной стороны, это демонстрирует результаты процесса американизации, с другой, поликультурность города и его жителей.

В процессе анализа названий заведений общественного питания г. Сиэтла выявлены схожие способы словообразования:

1. **Морфологические способы: сложение:** *VHSpresso, BluWater Bistro, JuneBaby, Lloyd Martin* и т.п.; **аббревиация:** *MKT, CJ's Eatery* и т.п.; **редупликация:** *Knock-Knock*.

2. **Лексико-семантический способ:** Переход из антропонима в эргоним – *Queen Mary Tea, Jane* и т.п. Переход из топонима в эргоним – *NYC Deli Market, Kabul Restaurant, New York Pizza Bar and Grill, Sarajevo Lounge, Marrakesh, Americana Restaurant, Columbia City Ale House* и т.п. Переход от имени нарицательного в эргоним посредством метафоры – *Trove, Emerald Grill, The Blue Glass, Nue, Zig Zag Cafe, Monsoon, The Pink Door, Chan, Pressed Juicery, The Stop* и т.п.

3. **Олицетворение:** *Mr Gyros, Mr & Mrs Wok, Mr. West Café Bar* и т.п.

4. **Заемствование:** *Proletariat pizza, Pel`meni Dumpling Tsar, Nue, El Gaucho Seattle* и т.п.

Названия заведений общественного питания г. Тулузы образованы следующими способами:

1. **Морфологические способы: сложение:** *Burger'N'Co* и т.п., **аббревиация:** *Restaurant SW* и т.п. **редупликация:** *Ma-Ma Suchi*.

2. **Лексико-семантический способ:** Переход из антропонима в эргоним – *Evangelina, Monsieur Georges, Valentina, Long Quan, Le Petit Victor, Van Gogh, etc.* Переход из топонима в эргоним – *New Delhi, Italian's pizza, Seoul, Le New Goa, Le Marrakech, Pho Saigon, France et Marcel, L'Inde, etc.* Переход от имени нарицательного в эргоним: *La Manufacture, La Storia, La Cendrée, The Classroom, La Fabrique, Atmosphere* и т.п.

3. **Олицетворение:** *Senor Taco, Don Pancho, Mr Sushi* и т.п.

4. **Займствование:** *La Storia, Le KING, Toulouse Burger, Istanbul Restaurant Gril Kebab* и т.п.

В Тюмени выявлено значительное количество названий, образованных при помощи олицетворения (например: *Капучиныч, Ням Нямыч*) и заимствований из английского языка (например: *Джус мастер, КофеМЕН, Суши лэнд*). В Сиэтле отмечено множество названий, включающих сочетания «restaurant and bar/café and bar/&», либо оформленных с использованием графического символа «+», например: *Shaker+spear, Place Pigalle Restaurant and Bar, Stanford's Restaurant and Bar* и т.п. В Тулузе зафиксировано значительное число названий с использованием прилагательного «petit», например: *La petit famille* – маленькая семья, *Le petit ogre* – маленький великан и т.п.

Структура названий кафе и ресторанов неоднородна. Были выявлены однокомпонентные (Тюмень - *Ассорти, Смак, Most*; Сиэтл – *Stateside, Orfeo, Conversation*; Тулуза – *Seoul, Monsieur, Sept*), двухкомпонентные (Тюмень - *Узбекская кухня, Чешский дворик, Храброе сердце*; Сиэтл – *Alibi Room, Collections cafe, Zeeks Pizza*; Тулуза - *Le King, Chez Casi, Le comlices*), трехкомпонентные (Тюмень - *Сыр, Хамон, Вино; Давай закажем пиццу; Кабачок 12 стульев*; Сиэтл – *Staple and Fancy; Elliott's Oyster House; Ivar's Fish Bar*; Тулуза - *Le P'tit Louis; Au Pois Gourmand; Crêperie le MENHIR*), четырехкомпонентные (Тюмень - *От зари до зари; Таверна на Казачьих лугах*; Сиэтл - *Ivar's Acres of Clams; Serious Pie & Biscuit*; Тулуза - *Une Table a Deux; Un Air de Quartier*), пятикомпонентные (Сиэтл – *How to cook a wolf*; Тулуза - *Le Bistrot des Sales Gosses*) и шестикомпонентные названия (Сиэтл – *Sansei Seafood Restaurant & Sushi Bar*; Тулуза - *Huitres et compagnie-Cabane a huitres*). К наиболее частотным относятся однокомпонентные – в Тюмени, двух и трехкомпонентные – в Сиэтле и Тулузе. В Тюмени не выявлено пяти- и шестикомпонентных названий.

Языковая игра занимает важное место в коммуникации и, с одной стороны, обогащает и развивает язык, раздвигая рамки его нормы, а с другой, является показателем степени развития языка, его гибкости, и в какой-то мере позволяет

сохранять языковую норму. Она активно применяется в номинации заведений питания, которая также является проявлением креативности, т.е. речетворчества. На наш взгляд, игра и речетворчество являются взаимосвязанными процессами – творение нового названия, как правило, происходит игровым путем.

Мы выделили следующие принципы языковой игры в номинации заведений питания в русском, английском и французском языках:

1. Прагматичность – ориентированность на достижение прагматического эффекта (в г. Тюмени - *Давай закажем пиццу*, в г. Сиэтле - *Eat Pasta*; в г. Тулузе - *Manger Autrement*).
2. Стереотипность – в случае появления нескольких названий с использованием одного приема языковой игры, этот прием постепенно становится шаблоном для создания многочисленных новых названий (в г. Тюмени – Папины пироги, Бабушкины пироги, Мамин хлеб; в г. Сиэтле - *I Love Bento, I Love Sushi, I Love Teriyaki*; в г. Тулузе - *La petite baguette, La Petite Ménagerie, La Petite Pause*).
3. Самостоятельность – номинатор самостоятельно выбирает прием языковой игры для создания названия (в г. Тюмени – *Wake up Кофе, АстроКофе, КофеМен*; в г. Сиэтле – *I am coffee, Coffeebreak, ex.Coffee*; в г. Тулузе - *Crép'eat, Creperie de l'Ecluse, Crepes Paradise*).
4. Обилие ресурсов – использование и сочетание нескольких языков, цифр, различных знаков и картинок в одном названии (в г. Тюмени - *Мир-еды.рф, O!Кофе, 7cumu*; в г. Сиэтле - *1-2-3 Thai Food, @the Peak Cafe*; в г. Тулузе - *@ntic.cafe, dAdA*).

Мы полагаем, что языковая игра выполняет следующие функции в номинации заведений питания:

1. Функция воздействия на потенциального посетителя – данная функция позволяет усилить прагматический эффект названия.
2. Функция развлечения – остроумное название может развлечь адресата и доставить ему эстетическое удовольствие.
3. Функция индивидуализации – выделяет заведение на фоне других.

Эти функции комплексно представлены в большинстве названий заведений питания, созданных с использованием языковой игры. Очевидно, что номинативная и информативная функции названия выполняется вне зависимости от способа создания названия (с использованием языковой игры или нет).

В названиях заведений питания прагматическая функция языка выступает на первый план, в некоторых случаях ущемляя степень проявления информативной функции. Очевидно, что при присвоении имени объекту общественного питания, происходит передача информации и сведений об этом объекте, но в современных названиях степень выраженности этой функции значительно снизилась, уступив информационное пространство реализации функции воздействия, а именно практической задаче – привлечения посетителей.

В номинации заведений питания мы выделили следующие приемы языковой игры.

Классификация приемов языковой игры в названиях заведений питания:

1. **Метафорический перенос** (Например: в г. Тюмени – *ресторан Чайка*; в г. Сиэтле – *Commonwealth*, в г. Тулузе - *Au petit bonheur*);
2. **Метонимический перенос** (Например: в г. Тюмени – *кафе Пельмени*; в г. Сиэтле - *Americano Burgers*, в г. Тулузе - *La Fabriq du Burger*)
3. **Гибридизация** (Например: в г. Тюмени – *кафе Кофетан*; в г. Сиэтле - *Piroshki On Broadway*, в г. Тулузе - *Le Chef du Burger*).
4. **Прецедентность** (Например: в г. Тюмени – *ресторан Тургенев*; в г. Сиэтле - *Fitzgerald's Sports Bar*, в г. Тулузе - *Le Victor Hugo*).
5. **Рифмовка** (Например: в г. Тюмени – *кафе Сели Поели*; в г. Сиэтле - *Heads or Tails*, в г. Тулузе - *Sushi Yuki*).
6. **Морфологическая трансформация** (Например: в г. Тюмени – *La Шаурмуа*; в г. Сиэтле - *Burgerphenia*, в г. Тулузе - *L'sugar*).
7. **Сочетание несочетаемого** (Например: в г. Тюмени – *кафе ШашлыкоFF*; в г. Сиэтле - *Frolik Kitchen + Cocktails*, в г. Тулузе - *Le Cr7*).

8. **Эпитеты** (Например: в г. Тюмени – *кафе Люксовый шопинг-бар*; в г. Сиэтле - *Great State Burger*, в г. Тулузе - *Le Royal's Pub*).

Языковая игра в номинации заведений питания г. Тюмени реализуется следующим образом:

1. **Метафорический перенос**

Метафора активно применяется в номинации кафе и ресторанов г. Тюмени. По нашим данным, около 40 % названий (497) созданы посредством метафорического переноса. (см. рис. 5)

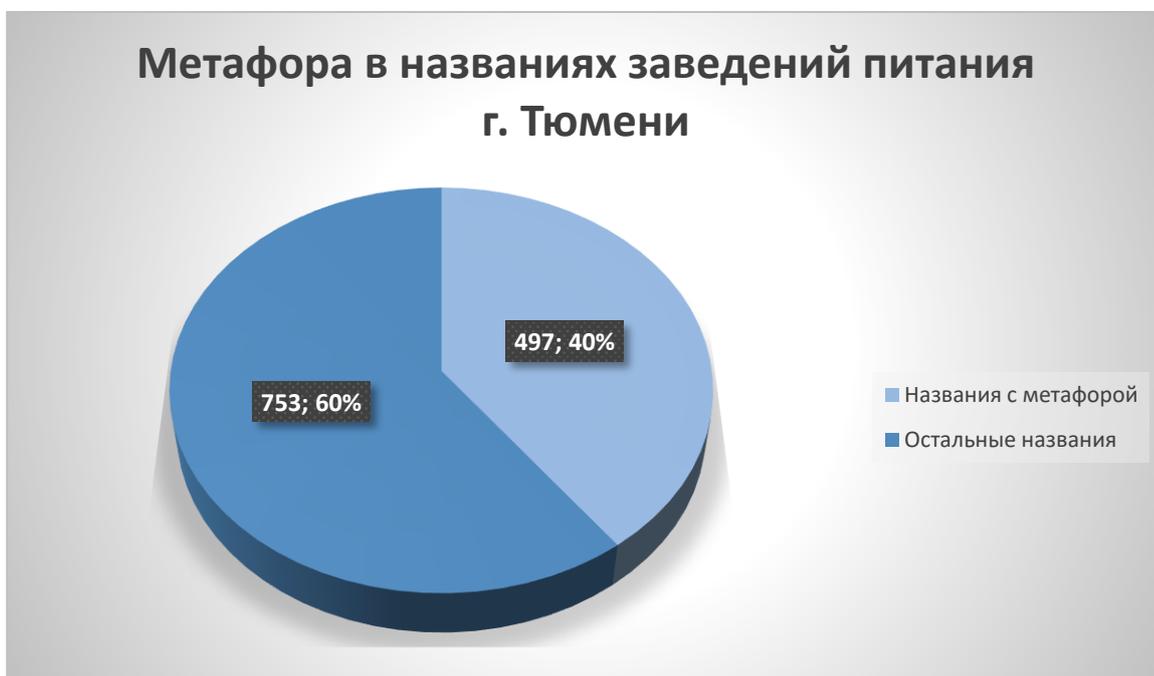


Рис. 5. Метафора в названиях заведений питания г. Тюмени

Проанализировав названия заведений питания, созданные на основе метафорического переноса, мы выявили следующие источники: животные, растения, профессии, живопись, литература и титул.

Животное – заведение питания – *Белая акула, Белый тигр, Черный медведь, Баракуда, Два веселых гуся, Черный ишак, Медведь, Котики* и т.п.

Растение – название заведение питания – *Березка, Золотой Лотос* и т.п.

Литературное произведение/герой – название заведения питания: *Восточный экспресс, Три богатыря, Три медведя, У Горыныча, Чудо-Печка,*

Чиполлино, Шахерезада, Чилли-Вилли, Черная жемчужина, Вечера на хуторе, Друзья и т.п.

Дом/жилище/помещение/территория – заведение питания - *Берлога, Почта, Мезон, Фазенда, Дом оранжевой коровы* и т.п.

Профессия/титул – название заведения питания - *Налоговик, Нефтяник* и т.п.

Титул - *Король, Принц* и т.п.

Рассматривая ментальную сферу источник «Животное» отметим, что в данном случае метафорический перенос происходит на основе разнообразных свойств данной категории. В названии *кафе Белый тигр* происходит метафорический перенос на основе схожих свойств – белый тигр является уникальной особью бенгальского тигра и редко встречается в природе. Соответственно, заведение с таким названием также воспринимается как уникальное в своем роде.

Из сферы источника «растение» произошел перенос на названия заведений питания на основе общих свойств. Например, *кафе Березка* и дерево березка имеют общую ассоциацию «родное растение – родное место». Березка воспринимается негласным символом России.

Из сферы источника «литературное произведение» произошел перенос названий *Восточный экспресс, Три богатыря, У Горыныча* и другие. Название *Восточный экспресс* ассоциируется с детективным романом английской писательницы А. Кристи о преступлении, совершенном в поезде класса люкс. В данном случае метафорический перенос осуществляется на основе сходства функции – Восточный экспресс – поезд для обеспеченных пассажиров, который предлагает высокий уровень сервиса, следовательно, ресторан Восточный экспресс также ориентирован на высокий уровень обслуживания.

Из сферы источника «жилище» произошел метафорический перенос на основе схожих функций. Например, берлога – логово медведя; *бар Берлога* – место (укрытие) для посетителей.

Из сферы источника «профессия» в сферу мишень «кафе» был осуществлен метафорический перенос на основе профессионального статуса по сходству свойств. Например, нефтяник – специалист по добыче и переработке нефти. *Кафе Нефтяник* – место встречи нефтяников.

Из сферы источника «титул» произошел метафорический переход в сферу цель «заведение питания». Например, король – титул монарха. *Кафе Король* – в данном заведении ожидается королевское обслуживание.

2. Метонимический перенос

Метонимический перенос в названиях заведений питания г. Тюмени происходит на основе связи какого-либо предмета с заведением питания. К ним относятся названия какого-либо блюда, посуды, столового прибора, элемента интерьера и т.п.

Автовокзал – данное название, создано на основе метонимического переноса места нахождения заведения (автовокзал) на само заведение питания.

Борщ – создано на основе переноса одного из блюд на само заведение.

Верхний Бор – создано на основе переноса места нахождения заведения питания (района Верхнего бора) на само заведение питания.

Вилка-Ложка – создано на основе переноса названия столовых приборов на само заведение.

Горчица – название заведения питания составлено на основе метонимического переноса названия приправы на заведения питания.

Домашняя еда – составлено на основе переноса способа приготовления еды на заведение питания.

3. Гибридизация

Гибридные названия заведений питания г. Тюмени создаются на основе русского и, как правило, английского языков.

Mr. Шашлыкович – в данном названии использовано два приема языковой игры – гибридизация и олицетворение. Гибридизация проявляется в использовании обращения к мужчине на английском языке (Mr) и олицетворения на русском языке (Шашлыкович).

the Хмель – в данном названии используется сочетание английского артикля (the) и существительного русского языка (хмель).

Wake up Кофе – в данном случае используется английский фразовый глагол (wake up) и существительное русского языка (кофе).

Гаражoff – в этом названии используется существительное русского языка (гараж) и суффикс английского языка (off).

4. Прецедентность

Прецедентность активно используется в названиях заведений питания г. Тюмени и проявляется в использовании имен известных личностей, художественных произведений, мифологии и т.п.

Дягилев – ресторан назван именем известного мецената и театрального деятеля.

Прокофьев – кофейня названа именем русского композитора.

Гермес – ресторан назван именем древнегреческого бога торговли.

Подобные названия создают образ статусного заведения для особого круга посетителей.

5. Морфологическая трансформация

Шашлыкофф – в названии используется аффикс (офф), который выделяет названия на фоне других своей оригинальностью.

КофеМЕН – в данном названии используется словосложение и гибридизация: существительное русского языка (кофе) присоединяется к существительному английского языка (men).

Капучиныч – в данном названии также используется два приема языковой игры – олицетворение (капучино олицетворяется с человеком) и морфологическая трансформация (к существительному добавляется аффикс).

К основным приемам, выявленным в номинации названий заведений питания в английском языке (на примере г. Сиэтла), относятся следующие:

1. Метафорический перенос

В названиях заведений питания г. Сиэтла выявлено 540 метафорических названий, в которых используются такие источники как музыкальные стили и

произведения, виды растений, различные профессии, известные здания и сооружения, королевские титулы и т.п. (рис. 6).

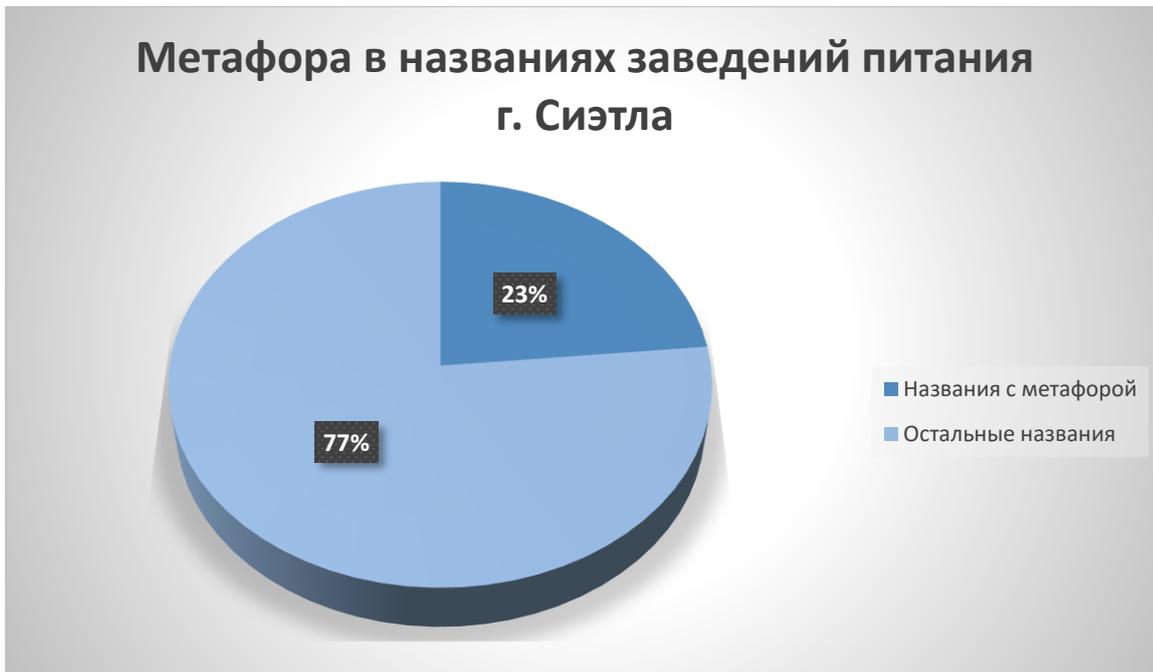


Рис. 6. Метафора в названиях заведений питания г. Сиэтла

Растение – название заведения питания – *Cactus restaurant, CAFÉ Flora, Wild Ginger, Green leaf restaurant, The Golden olive* и т.д.

Музыкальные термины/произведения/стили – заведения питания – *Hard Rock Café, Rumbo, Jazz Alley, Brave Horse, Can-Can* и т.д.

Здания и сооружения – заведение питания: *Bastille Café & Bar* и т.д.

Профессия – заведение питания: *Witness Bar, Matador, The Fisherman* и т.д.

Титул – заведение питания: *Truffle Queen, Queen Mary Tea* и т.д.

Из сферы источника «растение» в сферу цель «заведение питания» произошел метафорический перенос на основе общих свойств. Например, *flora* – это растительный мир. *Кафе Flora* – в соответствии с названием ассоциативно создается образ места, где присутствуют растения. Название, в данном случае, соответствует специфике кафе – кафе предлагает блюда для вегетарианцев.

Из сферы источника «музыка» в сферу цель «заведение питания» произошел переход на основе схожих свойств. *Hard Rock* – жанр музыки. *Кафе Hard Rock Café* – в соответствии с названием возникает ассоциация, что это место

предназначено для любителей тяжелого рока, музыкантов и предполагает, что там присутствует музыкальная атмосфера.

Из сферы источника «сооружения» в сферу цель «заведение питания» произошел переход на основе схожих функций – сооружение, предназначенное для определенной аудитории. Например, Bastille – тюрьма во Франции. *Кафе Bastille Café & Bar* в Сиэтле – уголок Франции в американском городе.

Из сферы источника «профессия» в сферу цель «заведение питания» произошел метафорический перенос на основе общих свойств. Например, матадор – главный участник испанской корриды. *Кафе Matador* – заведение, где предлагают испанскую кухню.

Из сферы источника «титул» в сферу цель «заведение питания» произошел метафорический перенос на основе статуса. Например, Queen – высший титул монарха. *Кафе Truffle Queen* – название данного кафе ассоциативно сообщает о высоком качестве предлагаемых блюд.

2. Метонимический перенос

Данный прием языковой игры в названиях заведений питания г. Сиэтла основан на переносе названия какого-либо блюда на все заведение.

BBQ Chicken – название блюда (Цыпленок барбекю) переносится на название заведения, в котором это блюдо подается.

Best Teriyaki – в данном названии сочетаются два приема – эпитет (best) и метонимия (название соуса, подаваемого в заведении).

Citra Frozen Yogurt – название заведения питания переносится с названия продукта на все заведение.

3. Гибридизация

Kusina Filipina Restaurant – в данном названии сочетаются филиппинский и английский языки.

Dom Polski Zaprasza Polish Home Association – это название заведения питания включает польский и английский языки.

@the Peak Cafe – в данном случае гибридное название образовано при помощи английского языка и знака @.

4. Прецедентность

В названиях заведений питания г. Сиэтла используются прецедентные имена из мифологии, компьютерных игр, науки, а также герои художественных произведений.

Big Mario's Pizza – данное название заведения образовано с использованием имени героя компьютерной игры – Марио.

Dante's Inferno Dogs, Dante's Steak and Grog – в этих названиях используется имя знаменитого итальянского поэта Данте Алигьери.

Morfeys Cake Shoppe – это название образовано с помощью прецедентного имени – мифологического персонажа Морфея, бога сновидений.

Einstein Bros. Bagels – в этом названии используется имя ученого Альберта Эйнштейна.

5. Морфологическая трансформация

Burgerphenia – название кафе образовано с помощью аффикса.

Buriyaki – это название также образовано с использованием аффикса.

Chick-fil-A – данное название создано способом словосложения и аббревиации.

В названиях заведений питания во французском языке (на материале г. Тулузы) относятся следующие приемы:

1. Метафорический перенос

Метафорический перенос используется в названиях многих заведений питания г. Тулузы (обнаружено 620 лексических единиц). К основным источникам переноса относятся растения, животные, насекомые, титулы, музыкальные термины, здания, сооружения и бытовые предметы (см. рис. 7).



Рис 7. Метафора в названиях заведений питания г. Тулузы

Растение – заведение питания: *La Fleur de Mai, Le Café Cerise, Le radis rose* и т.п.

Животное – заведение питания: *La foxy, Yeti D`Himalaya, Le chat Noir, Bleu Canard* и т.п.

Насекомое – заведение питания: *Papillons* и т.п.

Музыкальный термин – заведение питания: *Le Kalinka, Chez Jazz* и т.п.

Здания и сооружения – заведение питания: *Maison de la Poutine, La Maison des Nems* и т.п.

Бытовой предмет – заведение питания: *La Binocle, Le Bouteillon, Le Bidule* и т.п.

Титул - заведения питания: *Monsieur, Le king* и т.п.

Из сферы источника «растение» произошел переход в сферу цель «заведение питания» на основе общей ассоциации – часть природы. Например, *La Fleur de Mai* – майский цветок. Кафе *La Fleur de Mai* – ассоциативно создает образ красивого места, уголка природы, в котором можно не только перекусить, но и отдохнуть от городской суеты.

Из сферы источника «животное» в сферу цель «заведение питания» произошел метафорический перенос на основе сходства поведения. Например,

Le chat noir – черный кот, который как правило представляется во Франции символом свободы. Кроме того, знаменитое французское кабаре имело то же название. Кафе *Le chat noir* – ассоциативно сообщает посетителям, что это место для свободных людей.

Из сферы источника «титул» был сделан переход в сферу цель «заведение питания» на основе сходства высокого статуса и высоких привилегий, которыми обладают высокопоставленные особы. Например, *Le king* – король. Кафе *Le king* – кафе.

Из сферы источника «бытовой предмет» был сделан перенос в сферу цель «заведение питания» на основе сходства функций пользы. Например, *Le Bouteillon* – плоский походный котелок. Кафе *Le Bouteillon* – ассоциативно сообщает о том, что здесь можно перекусить по пути. Кроме того, ресторан располагается рядом с небольшим лесом и тем самым поддерживается ассоциация о том, что здесь предлагают еду для тех, кто любит походы. Наблюдается переход метафоры в метонимию.

2. Метонимический перенос

Некоторые названия заведений питания г. Тулузы образованы с помощью метонимического переноса режима работы, типа кухни, основного блюда или приправы, предметов интерьера на заведение.

5 Par Jour – в данном заведении организовано питание пять раз в день.

A l'Italienne – в этом заведении подают итальянские блюда, и это также отразилось в его названии.

Antalya Kebab – в данном случае название основного блюда находится в названии всего заведения.

3. Гибридизация

Данный прием языковой игры активно используется в названиях заведений питания г. Тулузы. *Grand Cafe Le Florida*, *Gusto Slice*, *Hello Ravioli* – во всех трех названиях мы наблюдаем сочетание французского и английского языков в одном названии.

4. Прецедентность

Некоторые названия кафе и ресторанов г. Тулузы включают имена известных писателей и литературных персонажей.

La Cave Chez Victor et Hugo – данное название заведения питания ассоциируется с погребом Виктора Гюго благодаря обыгрыванию его имени и фамилии.

Le Bistrot D'Hercule – данное название весьма популярно у почитателей творчества Агаты Кристи, так как в его основе используется имя знаменитого детектива Эркюля Пуаро.

Le Gavroche – в основе названия этого заведения питания находится Гаврош, литературный персонаж романа «Отверженные».

5. Морфологическая трансформация

Pizz-A-Toulouse – в данном названии произошло словосложение трех компонентов в одно название.

Flunch – это название заведения питания образовано при помощи телескопии: сращения одного существительного и первой буквы второго существительного (French+lunch).

Таким образом, мы рассмотрели специфику и функции языковой игры в названиях заведений питания. К основным приемам относятся метафорический и метонимический перенос, гибридизация, морфологическая трансформация, прецедентность. Эти приемы составляют фундамент языковой игры в номинации кафе, ресторанов, баров, кофеен и других заведений питания в русском, английском и французском языках. Метафора и гибридизация в большей степени представлены в названиях г. Тюмени. Метонимия – в названиях г. Сиэтла и г. Тулузы. Морфологическая трансформация широко распространена в номинации заведений г. Тулузы. Выделены свойства языковой игры в номинации заведений питания – контекстуальность, реалистичность, авторство, вторичность, шаблонность, акцентуальность, актуальность, ассоциативность и комплексность. Определены особенности языковой игры в номинации заведений питания (прагматичность, стереотипность, самостоятельность, обилие возможных ресурсов).

Семантические параметры названий заведений питания имеет сходства и различия в русском, английском и французском языках. В первую очередь отметим изоморфизм русского, английского и французского языка в семантике исследуемых названий. Подавляющее большинство исследуемых лексем многозначны, т.е. имеют минимум два значения (одно соответствует названию заведения питания, второе – названию блюда/напитка, типа кухни, способа приготовления, различных представителей флоры и фауны, символов культуры, бытовых предметов, традиционных ценностей, социальных институтов, мифологических персонажей и т.п.). Полагаем, что данное свойство названий заведений питания упрощает процесс их создания и может значительно усилить прагматический эффект, поскольку позволяет акцентировать внимание посетителя на нужном для номинатора качестве заведения.

Стилистическая окраска названий заведений питания в русском, английском и французском языке также проявляет черты изоморфизма. Большинство изученных названий относятся к нейтральной лексике, но также выявлены случаи использования сниженной лексики во всех исследуемых языках.

Тематические группы названий заведений питания в качественном аспекте схожи в русском, английском и французском языках, и различаются в количественной представленности той или иной группы.

Способы образования названий заведений питания проявляют черты изоморфизма в способах применения языковой игры – во всех исследуемых языках активно применяются метафорический и метонимический переносы. Морфологические способы – черты алломорфизма, обусловленные различием в морфологической структуре русского, английского и французского языков.

Таким образом, были выделены семантические параметры названий заведений питания в русском, английском и французском языках.

2.3 Прагматические параметры названий заведений питания в русском, английском и французском языках

Каждое наименование заведения питания является собой текст, который несет в себе законченную мысль номинатора заведения, направленную на реализацию прагматической функции. Отношения между названием заведения питания и потенциальным посетителем складываются различными способами в зависимости от типа прагматического воздействия, оказываемого названием, степени совпадения прагматического намерения номинатора и интереса посетителя. Как справедливо утверждает Дэвид Кристалл, прагматика позволяет ответить на вопрос почему было использовано то или иное имя в каком-либо контексте [Crystal, <https://www.youtube.com/watch?v=0xc0KUD1umw>]. В данном параграфе мы попытаемся дать ответ на этот вопрос применимо к сфере общественного питания – Почему номинатор выбрал определенное название для определенного заведения питания?

Номинаторы заведений питания г. Тюмени, г. Сиэтла и г. Тулузы проявили свою лингвокреативность и создали многочисленные прагматические названия, среди которых были выделены шестнадцать универсальных категорий прагматичности на основе вида ассоциативной связи.

Прагматические ассоциативные гастрономические – названия, сообщающие о главном блюде или напитке, типе кухни, способах приготовления и типах питания.

Прагматические ассоциативные специфические – к ним относятся названия, которые сообщают сведения о режиме работы заведения и ценовой политике.

Прагматические ассоциативные культурные – эти названия нацелены на создание у потенциального посетителя образа культурного заведения через использование различных символов культуры (названий художественных произведений, имен писателей, артистов, меценатов и т.п.).

Прагматические ассоциативные вкусовые – цель подобных названий – создать образ заведений с хорошей кухней и вкусными блюдами.

Прагматические ассоциативные атмосферные – главной целью данного вида названий является сообщение потенциальному посетителю сведений об атмосфере заведения.

Прагматические ассоциативные домашние – цель этих названий – создать образ заведения, в котором предлагается домашний уют и домашняя кухня.

Прагматические ассоциативные традиционные – эти названия нацелены на сохранение традиций и могут быть интересны посетителям, которые также любят традиционную кухню и обслуживание.

Прагматические ассоциативные игровые – данные названия могут использоваться в том случае, когда необходимо выделить заведение из многих подобных, а также с целью развлечения потенциального посетителя.

Прагматические ассоциативные теологические – цель этих названий сообщить о статусе заведения, высоком уровне обслуживания и кухни.

Прагматические ассоциативные статусные (король, принц, королева и т.п.) – названия, относящиеся к этому типу, претендуют по большей части на «королевское» обслуживание и сообщают потенциальному посетителю о том, что его может ждать королевский прием.

Прагматические ассоциативные спортивные (фанзона, команда и т.п.) – цель этих названий – создание ассоциации заведения «для своих» и привлечение фанатов, болельщиков и других посетителей, каким-либо образом относящихся к спорту.

Прагматические ассоциативные качественные (свежий, новый и т.п.) – главная цель этих заведений – сообщить о высоком качестве предлагаемых блюд и напитков.

Прагматические ассоциативные профессиональные: данные названия нацелены на привлечение посетителей, для которых имеет важное значение высокий профессионализм шеф-повара, бариста и т.п.

Прагматические ассоциативные строительные: данные названия создают образ заведения-сооружения (*Дом еды, Beer House* и т.п.) и тем самым развлекают посетителя и выделяют заведение среди других.

Прагматические ассоциативные территориальные: этот тип названий создает ассоциацию государства в государстве и, тем самым, позволяет совершить мини-путешествие, не уезжая из родного города.

Прагматические ассоциативные оценочные (оценочные суждения) – названия из этой категории могут сообщать о любой характеристике заведения с положительной коннотацией.

Все заведения питания в русском, английском и французском языках обладают определенной долей прагматичности, в некоторых случаях она едва прослеживается (названия, дублирующее адрес заведения), в других представлена умеренно (спортивные, профессиональные, гастрономические и т.п.), в-третьих – завышена (оценочные суждения и названия, сообщающие о качестве блюд).

В названиях заведений питания города Тюмени мы выявили следующие типы прагматических названий заведений питания в русском языке (табл. 3):

Прагматические ассоциативные гастрономические – *Балкан-гриль, Гриль таверна, Гриль-кебаб, Beer Fish, Пельмени и сметана, Пышка и Пудра* и т.п.

Прагматические ассоциативные специфические – *Все по 199, Кофе с собой* и т.п.

Прагматические ассоциативные культурные – *12 стульев, Beer Times, Beer'n'blues, Black Pearl Coffee, Black Star Burger* и т.п.

Прагматические ассоциативные вкусовые – *Смак, Ням Нямыч, Академия вкуса* и т.п.

Прагматические ассоциативные атмосферные – *Atmosfera, Garden, Советское, Прага* и т.п.

Прагматические ассоциативные домашние – *По-домашнему, Домашняя еда, Домашняя, Кафе домашней кухни* и т.п.

Прагматические ассоциативные традиционные – *Папа Джонс, Мамин хлеб, Папины пироги, Папа крокодил, Семья* и т.п.

Прагматические ассоциативные игровые – *Beerman, I am coffee, Пельмэн, Ням Нямыч* и т.п.

Прагматические ассоциативные теологические – *Посейдон, Афина, Олимп, На Олимпе* и т.п.

Прагматические ассоциативные статусные (король, принц, королева и т.п.) – *Король, Принц, Царь блин* и т.п.

Прагматические ассоциативные спортивные (фанзона, команда и т.п.) – *ATHLETIC FOOD, Fanzone, Спорт-бургер* и т.п.

Прагматические ассоциативные качественные (свежий, новый и т.п.) – *30 бочек, EshFresh, Fresh-bar, Свежие разливные напитки* и т.п.

Прагматические ассоциативные профессиональные: *Barista, Sommelier, Нефтяник, Налоговик* и т.п.

Прагматические ассоциативные строительные: *Beer House, Beerlin, BIERLOGA Бар* и т.п.

Прагматические ассоциативные территориальные: *Кафе на ул.Земляной Вал, На Варшавской, На Рижской, На Царской, Восточный, Север/Северный* и т.п.

Прагматические ассоциативные оценочные (оценочные суждения) – *Bellissimo coffee, Bellissimo Pizza, Best-sushi* и т.п.

Табл. 3. Типы прагматических названий заведений питания в русском языке

Типы прагматических названий	Количество названий в русском языке
Прагматические ассоциативные гастрономические	500
Прагматические ассоциативные специфические	130
Прагматические ассоциативные культурные	247
Прагматические ассоциативные вкусовые.	30
Прагматические ассоциативные атмосферные	25
Прагматические ассоциативные домашние	40
Прагматические ассоциативные традиционные	60
Прагматические ассоциативные игровые	43
Прагматические ассоциативные теологические	7
Прагматические ассоциативные статусные	55
Прагматические ассоциативные спортивные	15
Прагматические ассоциативные качественные	29
Прагматические ассоциативные профессиональные	8
Прагматические ассоциативные строительные	34
Прагматические ассоциативные территориальные	12
Прагматические ассоциативные оценочные	15

В результате проведенного анализа мы определили, что доминируют гастрономические, домашние, культурные и вкусовые типы прагматического воздействия, следовательно, прагматическими доминантами названий заведений питания в русском языке являются пища, дом, культура и вкус.

Реализация прагматического потенциала и прагматические доминанты названий заведений питания в английском языке

Прагматические названия заведений питания в английском языке (на материале г. Сиэтла) включают следующие классы (табл. 4):

Прагматические ассоциативные гастрономические – *Barbecue, Koibito Sushi & Teriyaki, Pasta Bella, Piroshky Piroshky, Indian Food, Wasabi* и т.п.

Прагматические ассоциативные специфические – *Buenos Aires Grill, BB's Teriyaki Grill, Bomba Fusion, Bombay Grill* и т.п.

Прагматические ассоциативные временные – *Chicken Express, Chinese Express, Ezells Express, India Express Restaurant, Moghul Express, New China Express, Pizza Hut Express* и т.п.

Прагматические ассоциативные культурные – *Can Can, Can Can Culinary Cabaret, Dante's Steak and Grog, Elephant & Castle, Botticelli, How to Cook a Wolf* и т.п.

Прагматические ассоциативные вкусовые – *Buen Gusto, China Gourmet, Gourmet Latte* и т.п.

Прагматические ассоциативные атмосферные – *Cozy Nut, Fiesta Fiesta* и т.п.

Прагматические ассоциативные домашние – *Dom Polski Zaprasza Polish Home, Home Pizza* и т.п.

Прагматические ассоциативные традиционные – *Mom's Kitchen, Soup Daddy, Dad's Diner, Daddy G's* и т.п.

Прагматические ассоциативные игровые – *Brother Barrel, Mr Gyros* и т.п.

Прагматические ассоциативные статусные (король, принц, королева и т.п.) – *Burger King, Cupcake Royale* и т.п.

Прагматические ассоциативные спортивные (фанзона, команда и т.п.) – *Olympic express, The Lodge Sports Grille* и т.п.

Прагматические ассоциативные качественные (свежий, новый и т.п.) – *Executive Health Café, Fresh Basil, Fresh Bistro, Fresh Table Café, Freshy's* и т.п.

Прагматические ассоциативные профессиональные: *Chef King, Chef Wang* и т.п.

Прагматические ассоциативные строительные: *Canton Noodle House, Canton Wonton House, Chen's Village, Bottlehouse, Bouncy House* и т.п.

Прагматические ассоциативные территориальные: *Piroshki On Broadway* и т.п.

Прагматические ассоциативные оценочные (оценочные суждения) – *Best Steakhouse in Seattle, Best Teriyaki, Emerald Grill* и т.п.

Табл. 4. Типы прагматических названий заведений питания в английском языке

Типы прагматических названий	Количество названий в английском языке
Прагматические ассоциативные гастрономические	1125
Прагматические ассоциативные специфические	100
Прагматические ассоциативные временные	190
Прагматические ассоциативные культурные	296
Прагматические ассоциативные вкусовые	171
Прагматические ассоциативные атмосферные	25
Прагматические ассоциативные домашние	15
Прагматические ассоциативные традиционные	35
Прагматические ассоциативные игровые	29
Прагматические ассоциативные статусные	40
Прагматические ассоциативные спортивные	20
Прагматические ассоциативные качественные	12
Прагматические ассоциативные профессиональные	12
Прагматические ассоциативные строительные	90
Прагматические ассоциативные территориальные	110
Прагматические ассоциативные оценочные	30

Таким образом, мы рассмотрели прагматические названия заведений питания в Сиэтле и выявили дополнительно в отличие от русского языка – прагматические ассоциативные временные и вкусовые. В целом, прагматическими доминантами названий заведений питания в английском языке являются пища, культура, время и вкус.

Во французском языке выявлены следующие классы прагматических названий (табл. 5).

Прагматические ассоциативные гастрономические - *La Grillee, La petite baguette, Allo Couscous* и т.п.

Прагматические ассоциативные специфические – *La Cook Mobile, Apres L'Ondee, Bistrot Des Marchands* и т.п.

Прагматические ассоциативные культурные – *Quasimodo, Brasserie le Saint Exupéry, La Manufacture Jeanne D'Arc, Les Fils a Maman Victor Hugo, Le Gavroche, Les Réveries d'Hercule* и т.п.

Прагматические ассоциативные вкусовые – *Le Goût des Hôtes, Le Goût En Train, Au bon manger* и т.п.

Прагматические ассоциативные производственные: *L'atelier De L'eharpe, L'Atelier Della Pizza, L'Atelier des Plats, L'Atelier du Burger, L'Atelier du Chocolat* и т.п.

Прагматические ассоциативные атмосферные – *Atmosphère, Le cosy, Ah Table!, Au Petit Bonheur* и т.п.

Прагматические ассоциативные домашние – *Chez Jacques, Chez Jazz, Chez Jean, Maison de la Poutine, Aux Secrets de grand mère* и т.п.

Прагматические ассоциативные традиционные – *Pizza Papa, L'Air de Famille, La belle famille, Mamie Et Les Ours, Les Fils A Maman Toulouse Carmes* и т.п.

Прагматические ассоциативные игровые – *Will I Am Pizza, Mr Sushi* и т.п.

Прагматические ассоциативные теологические – *Anges & Demons* и т.п.

Прагматические ассоциативные статусные (король, принц, королева и т.п.) – *L'Arene Royale, L'atelier du Royal, King Grill France, Le Royal's Pub* и т.п.

Прагматические ассоциативные спортивные (фанзона, команда и т.п.)
– *Sporting Eat* и т.п.

Прагматические ассоциативные качественные (свежий, новый и т.п.)
– *Fresh Food Toulouse, Healthy* и т.п.

Прагматические ассоциативные профессиональные: *Un Chef Dans Votre Cuisine, Chef A Table* и т.п.

Прагматические ассоциативные строительные: *Maison Tavern* и т.п.

Прагматические ассоциативные территориальные: *Restaurant Ô Jardin Gourmand, Au Jardin des Thés, Le Jardin de Roquebrune* и т.п.

Прагматические ассоциативные оценочные (оценочные суждения) – *Delicious Vitamin's, Meilleur Burger – Minimes, MeilleurBurger.fr* и т.п.

Прагматические ассоциативные размерные: выявлено большое количество «маленьких» названий - *Petite ile, Petite Marie, Petit London, Le Petit Jean* и небольшое количество «больших» - *La Grand' Pizzeria, Le Grand Zinc, Lot of Galettes* и т.п.

Прагматические ассоциативные временные: *RapiDéj, Le Temps des Vendanges, Midnight Crepes, Bontemps* и т.п.

Табл. 5. Типы прагматических названий заведений питания во французском языке

Типы прагматических названий	Количество названий во французском языке
Прагматические ассоциативные гастрономические	650
Прагматические ассоциативные специфические.	35

Продолжение таблицы 5

Прагматические ассоциативные культурные	257
Прагматические ассоциативные вкусовые	25
Прагматические ассоциативные производственные	49
Прагматические ассоциативные атмосферные	11
Прагматические ассоциативные домашние	125
Прагматические ассоциативные традиционные	34
Прагматические ассоциативные игровые	10
Прагматические ассоциативные теологические	5
Прагматические ассоциативные статусные	32
Прагматические ассоциативные спортивные.	4
Прагматические ассоциативные качественные	10
Прагматические ассоциативные профессиональные	23
Прагматические ассоциативные строительные	8
Прагматические ассоциативные территориальные	60
Прагматические ассоциативные оценочные (оценочные суждения)	15
Прагматические ассоциативные размерные	50
Прагматические ассоциативные временные	25

Итак, были рассмотрены различные типы прагматических названий заведений питания. К прагматическим доминантам во французском языке можно отнести пищу, размер, родство, производство, культура и дом. Главным отличием прагматических названий заведений питания во французском языке является большое количество «маленьких» и «производственных» названий. «Маленькие» названия ассоциируются с уютом, «производственные» названия ассоциируются с полным циклом производства еды (качественная еда).

Потенциал воздействия названий заведений питания на посетителя усиливается через дополнительный канал коммуникации – отзывы посетителей. В нашей работе мы провели анализ отзывов посетителей ресторанов г. Тюмени, г. Сиэтла и г. Тулузы на материале сайта Tripadvisor. В первую очередь было выявлено межкультурное разнообразие в текстах отзывов. В Тюмени присутствуют отзывы на английском языке, в Сиэтле – на итальянском, в Тулузе – на английском. На наш взгляд, заголовок отзыва о ресторане можно рассматривать следующим образом: название ресторана – это некое понятие, а заголовок отзыва – определение этого понятия. Например, в г. Тюмени – Посейдон – вечер с друзьями. Если рассматривать функционирование названия заведения питания как некую коммуникативную ситуацию, в которой адресант (номинатор) создает название, а адресат его принимает как обозначение объекта заведения питания, то отзывы можно рассматривать как определенный ответ адресата (рис. 8).

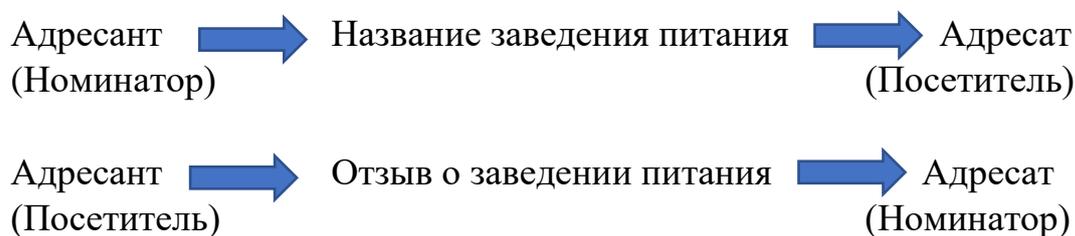


Рис. 8. Схема коммуникативной ситуации

Были изучены отзывы посетителей ресторанов г. Тюмени, г. Сиэтла и г. Тулузы на материале туристического сайта Tripadvisor (Приложение № 4). В нашем исследовании мы рассматриваем только заголовки отзывов, так как они наиболее кратко и конкретно описывают впечатления посетителя с одной стороны, и определение (названия) ресторана с другой. Прежде чем рассматривать отзывы в каждом из трех городов, отметим сразу градацию этих отзывов. Условно можно выделить отзывы трех степеней: с положительной коннотаций, с отрицательной коннотацией и с нейтральной коннотацией.

В результате проведенного анализа было выявлено три разновидности отзывов: с положительной коннотацией, с отрицательной коннотацией и с нейтральной коннотацией. Положительная коннотация как правило выражается через экспрессивные выражения – *очень, супер, великолепно, супер рыбный* и т.п.; эпитеты – *великолепный, хороший, прекрасный, отличный* и т.п.; оценочные суждения – *10 из 10, самые лучшие, однозначно лайк* и т.п. Отрицательная коннотация реализована через эмоциональные суждения – *не впечатлил, разочарование, плохо, отвратительно, ужасно* и т.п.; эпитеты – *отвратительный, неприятный* и т.п. Наиболее интересная группа заголовков отзывов с нейтральной коннотацией, она достаточно обширная и включает в себя различные относительно объективные описания ресторана, его блюд и интерьера (*атмосфера, еда, место; вкусные истории из Грузии; ужин нефтяника* и т.п.), а также цели посещения заведения (*ужин, обед, вечер с друзьями, день рождения* и т.п.). Некоторые заголовки сразу включают в себя как положительную, так и отрицательную или нейтральную коннотацию. Например: *часть блюд прекрасна, часть – не нужны; обслуживание отличное, еда обычная* и т.п.

Рассмотрим распределение отзывов для каждого проанализированного заведения питания в г. Тюмени:

Ресторан Посейдон – 14 отзывов с положительной коннотацией, 3 – с негативной, 2 – с нейтральной.

Ресторан Дягилев – 11 с положительной, 3 – с негативной, 7 – с нейтральной.

Чарка – 11 с положительной, 0 – с негативной, 8 – с нейтральной.

Ван Гоги – 8 с положительной, 2 – с негативной, 9 – с нейтральной.

Самеба – 9 с положительной, 8 – с негативной, 4 – с нейтральной.

На наш взгляд, отзывы с положительной и нейтральной коннотациями усиливают прагматический эффект названия заведения, а с негативной – его ослабляют.

В г. Сиэтле проанализированы заголовки отзывов 10 заведений питания, среди которых наиболее обширная группа положительных отзывов. Рассмотрим количественную представленность в каждом заведении.

Carl`s Jr: 5 – с положительной коннотацией, 6 – с негативной, 1 – с нейтральной, 1 – с положительной/отрицательной.

Da Pino: 5 – с положительной.

Canlis: 11 – с положительной, 7 – с отрицательной, 2 – с нейтральной.

Samurai Noodle: 15 – с положительной, 7 – с отрицательной, 2 – с нейтральной.

Purple Cafe and Wine Bar: 8 – с положительной, 2 – нейтральной.

Krispy Kreme: 7 – с положительной, 3 – с нейтральной.

Breezy Town Pizza: 2 – с положительной, 1 – с нейтральной.

Central Bar: 1 – с положительной, 1 – с негативной, 2 – с нейтральной.

The Cheesecake Factory: 16 – с положительной, 2 – с негативной, 1 – с нейтральной, 1 – с положительной/отрицательной.

Mod Pizza: 18 – с положительной, 1 – с негативной, 1 – с нейтральной.

Положительные коннотации заголовков реализуются через оценочные суждения – *good hamburgers, great ambiance, perfect ramen, etc.* Негативные коннотации заголовков прослеживаются в большей степени через эмоциональные суждения – *Very disappointed; Not so great etc.* Нейтральные коннотации немногочисленны в общей массе отзывов и представлены суждениями о персональном опыте посетителей (*Just me; Not a fan*), а также описанием каких-либо особенностей заведения. Выявлены также единичные случаи заголовков, включающих как положительные, так и негативные коннотации. Как правило, они состоят из двух частей, одна из которых характеризует заведение с положительной стороны, а вторая – с отрицательной. Например: *Great food; pathetic service* и т.п.

В г. Тулузе также были проанализированы заголовки отзывов 13 заведений питания.

Lac du Bistroquet: 16 – с положительной, 3 – с нейтральной.

Le Bistrot du pecheur: 15 – с положительной, 4 – с негативной, 2 – с положительной/отрицательной.

Saveurs Bio: 18 – с положительной, 2 – с нейтральной.

Rouge Comptoir: 7 – с положительной, 1 – с нейтральной.

Bar a` la Une: 14 – с положительной, 4 – с негативной, 1 – с нейтральной.

Restaurant dans le Noir? Toulouse: 14 – с положительной, 1 – с негативной, 4 – с нейтральной, 1 – с положительной/отрицательной.

l`He`done: 13 – с положительной, 3 – с негативной, 4 – с нейтральной.

Le Carrousel: 13 – с положительной, 3 – негативной, 4 – с нейтральной.

Marmites des iles: 15 – с положительной, 1 – с негативной, 2 – с нейтральной, 1 – с положительной/отрицательной.

Le Vauquelin: 13 – с положительной, 4 – с негативной, 1 – с нейтральной, 2 – с положительной/отрицательной.

Les Terrasses de l`Atelier: 12 – с положительной, 3 – с негативной, 1 – с нейтральной, 2 – с положительной/отрицательной.

Janna Restaurant Oriental: 11 – с положительной, 2 – с нейтральной, 1 – с положительной/отрицательной.

Le Keudu: 15 – с положительной, 1 – с негативной, 3 – с нейтральной, 1 – с положительной/отрицательной.

В заголовках отзывов названий заведений питания г. Тулузы прослеживается социокультурная обусловленность – *Une cuisine pour "bobo"*; *On est loin de la cuisine Réunionnaise!!!!*; *Sacré COVID!* и т.п. Заголовки с положительной коннотацией включают оценочные суждения – *Excellent*; *Un merveilleux moment!*; *Super moment* и т.п. Заголовки с негативной коннотацией представляют собой формат советов – *A éviter*; оценочных суждений – *pas bon*; описания собственного опыта посещения заведения – *Déçu*. Нейтральная коннотация реализуется посредством описания причины посещения заведения (*Dejeuner avec mon compagnon*; *Repas entre amis* и т.п.). Заголовки отзывов с положительной/отрицательной коннотацией характеризуются наличием двух

частей – одной - положительной, второй – отрицательной. Например: *Correct, mais peut mieux faire, Oui...mais...non, Joli cadre mais qualité en baisse* и т.п.

Анализ заголовков отзывов названий заведений питания в русском, английском и французском языках показал наличие отзывов на иностранных языках во всех исследуемых городах (в г. Тюмени – на английском языке, в г. Сиэтле – на итальянском, в г. Тулузе – на английском и китайском языках). В заголовках названия заведений не повторяются, но упоминается название города, в котором это заведение располагается (*Лучший сервис и кухня в Тюмени, Best Seattle Fine Dining, Visite de Toulouse*).

Заведение питания может включать в себя два типа имен собственных:

1. Реальное название (зафиксированное в официальных документах и на вывеске).
2. Условное название (название, придуманные посетителями на основе какого-либо ассоциативного признака (*ресторанчик в Тюмени, Итальянский, Отпускной* и т. п.). Например, в г. Тюмени имеется заведение *Café 15/86*, которое многие посетители называют «*Цифры*» и т.п.).

Некоторые заголовки отзывов могут быть рассмотрены как условные названия заведения (*Ужин нефтяника; Мясной вечер; Perfect Ramen; Tasty pizza by the slice!; Pause au bord de l'eau* и т.п.).

Рассматривая отзывы посетителей, мы предлагаем рассматривать заголовки этих отзывов как дополнительное коннотативное значение у названия ресторана, которое может либо усилить прагматический эффект названия, либо его снизить, а в некоторых случаях даже нивелировать.

Названия заведений питания входят в общий комплекс имен собственных, функционирующих в сфере общественного питания, и имеют определенную связь с каждым из них. Наиболее значимо взаимодействие названия заведения и его меню.

Меню ресторана – важный компонент ресторанного дискурса, жанра гастрономического дискурса. По определению А.В. Олянич, «гастрономический

дискурс – это смешанный тип коммуникации, лично-ориентированный, проявляемый в бытовой сфере общения, и статусно-ориентированный, носящий институциональный характер» [Олянич, 2015, С. 157]. Когда посетитель впервые приходит в ресторан, меню представляется своего рода «картой сокровищ», которая позволяет раскрыть определенные секреты ресторана – тип кухни, ценовую политику, перечень блюд, информацию о шеф-поваре, и помогает найти «клад» – подходящее блюдо или набор блюд. В общем смысле, меню – это текст, без указания авторства, который имеет свою композицию, свой дизайн, свое содержание, свою форму, общие (вес блюда, его стоимость, название и т.п.) и индивидуальные характеристики (художественное оформление меню, шрифт текста и т.п.). Меню каждой страны имеет свои особенности, например, в Германии указывается количество аллергенов. В России существует определенная кулинарная номенклатура [Кириленко, 2002], а также родовидовая структура советской кулинарии [Степанова, 2017], которые сформировали традиции наименований блюд в российских ресторанах.

В процессе исследования проанализированы многочисленные заведения питания г. Тюмени, г. Сиэтла и г. Тулуза. Было выявлено, что современный городской ресторан как объект лингвистического исследования включает следующие компоненты (рис. 9):



Рис. 9. Структура современного ресторана

1. Название ресторана – является одновременно первым компонентом и «вершиной пирамиды». Как правило, этот компонент в первую очередь привлекает внимание посетителя и создает соответствующие ассоциации. Правильное (удачное) название может одновременно выполнять номинативную, информативную, аттрактивную и рекламную функции [Исакова, 2021].

2. Внешний облик – после названия посетитель обращает внимание на внешний вид ресторана.

3. Внутренний облик – обстановка в ресторане, мебель, расположение столиков, цветовая гамма и т.п.

4. Расположение – близость к офисным зданиям, культурным объектам, учебным заведениям. В некоторых случаях этот компонент имеет решающее значение для посетителя.

5. Уровень комфорта – площадь ресторана, наличием либо отсутствием террасы, расположением столиков, режимом работы и т.п.

6. Тип кухни – вкус и пристрастия посетителя.

7. Тип и уровень обслуживания – наличие либо отсутствие официантов, их мастерство и профессионализм.

8. Принадлежность к сети – принадлежность к мировой сети заведений общественного питания.

9. Ценовая категория – стоимость бизнес-ланча и средний чек на одного посетителя.

10. Меню – название и состав блюд, цена. Этот компонент является последним и наиболее важным для современного ресторана. От его структуры и содержания зависит окончательный выбор того или иного ресторана.

Для посетителя ресторана название и меню являются одними из наиболее значимых аспектов при выборе заведения. Первый – «знакомит» с заведением и формирует определенный образ ресторана. Последний – позволяет реализовать главную функцию ресторана – организовать питание, и является решающим для потребителя.

При совокупном рассмотрении названия ресторана и его меню могут наблюдаться черты дуальности. Название сообщает о самом существовании заведения, выделяет его среди других, привлекает внимание. Меню, в большинстве случаев, позволяет принять окончательное решение о посещении того или иного заведения. В определенном смысле в нем отражается все компоненты ресторана – внешний и внутренний облик (является атрибутом ресторана), расположение (в некоторых ресторанах в меню указывается карта проезда или информация о близости к культурным объектам), уровень комфорта (наличие меню в открытом доступе), тип кухни (европейская, азиатская и т.п.), тип и уровень обслуживания (информация о чаевых, самообслуживании и т.п.), принадлежность к ресторанной сети (указывается на обложке меню или на первой странице), ценовая категория (информация о стоимости блюд). В большинстве заведений питания г. Тюмени, г. Сиэтла и г. Тулузы название самого заведения дублируется различными способами в меню. На наш взгляд, подобный прием усиливает прагматический эффект названия.

Таким образом, были исследованы прагматические параметры названий заведений питания в русском, английском и французском языках. Общим для всех языков стало использование культурных, оценочных, профессиональных, территориальных, вкусовых, родственных, дружеских, статусных, антропоморфных, качественных, временных ассоциаций. В русском языке

активно используются ассоциации с домашней кухней и спортом в отличие от английского и французского. В английском языке большое значение имеет ассоциация со вкусом и временем. Во французском языке широко распространены ассоциации с размером (значительный перевес в сторону «маленьких» кафе) и производством.

2.4 Специфика гибридных названий заведений питания в русском, английском и французском языках

В данном параграфе рассматриваются гибридные названия заведений питания, функционирующие в русском, английском и французском языках.

В г. Тюмени выявлено 1250 названий заведений общественного питания, среди которых 556 названий относятся к гибридным (рис. 10). Около половины названий включают иноязычный компонент, небольшая часть названий в результате языковой игры стала графогибридами (в них используются различные графические элементы).

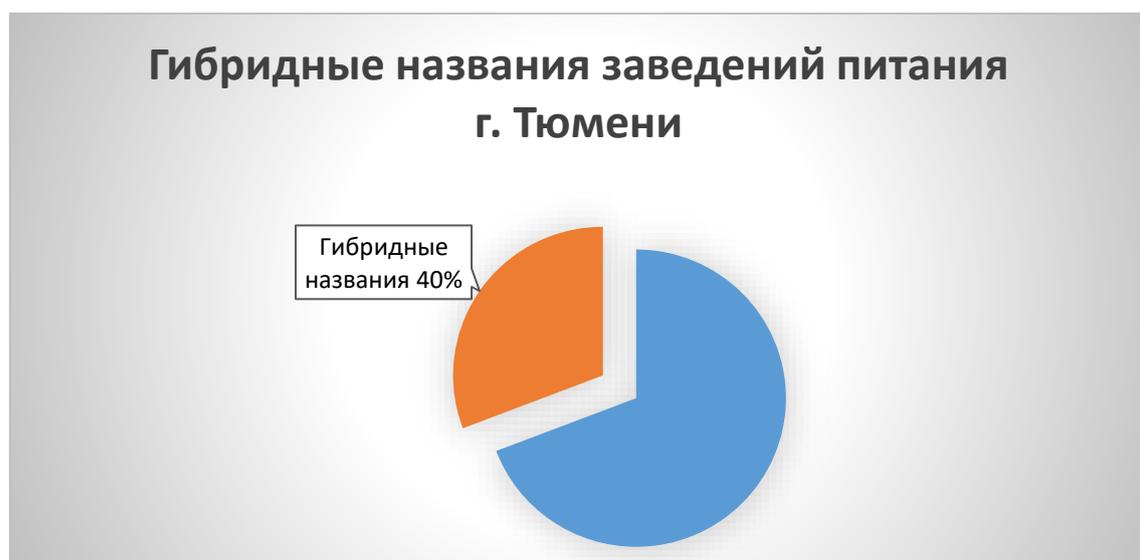


Рис. 10. Гибридные названия заведений питания г. Тюмени

В г. Сиэтле методом сплошной выборки мы выявили 2300 названий заведений питания, среди которых 696 названий составляют гибридные названия (рис. 11). Всего 30% являются названиями, созданными с использованием иноязычных компонентов и неязыковых графических элементов.

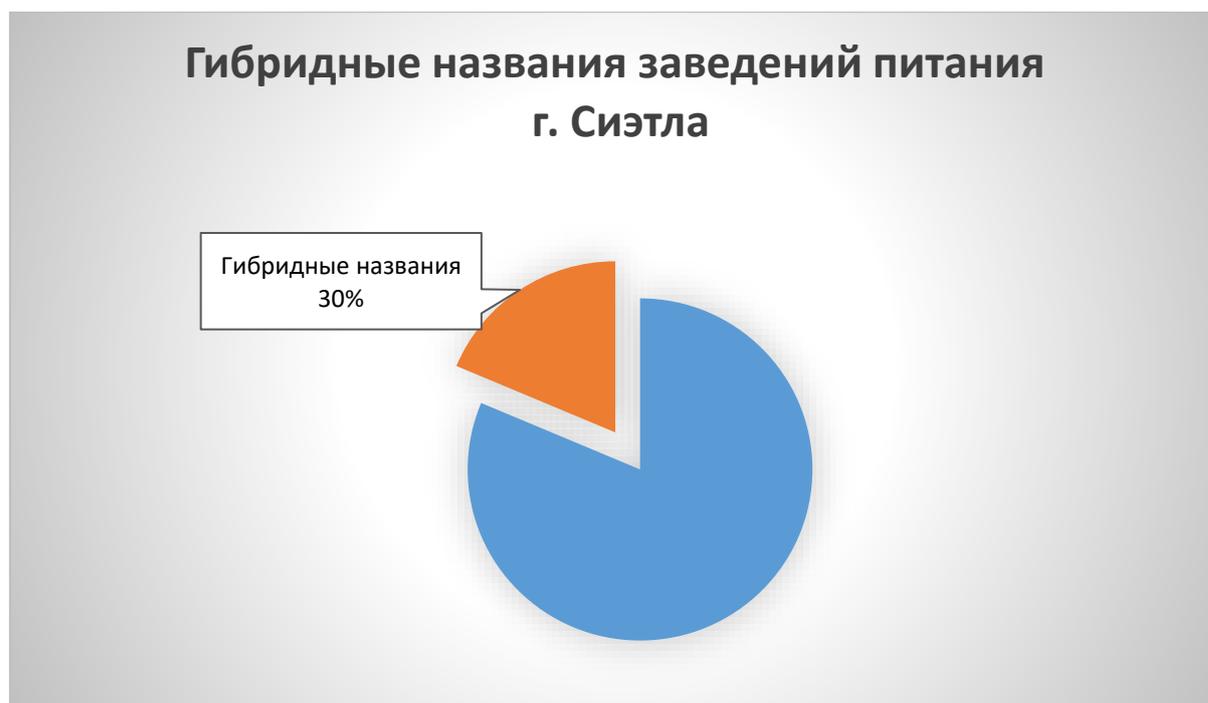


Рис. 11. Гибридные названия заведений питания г. Сиэтла

В г. Тулузе мы выявили 1650 названий, среди которых 413 (около 20%) составляют гибриды (рис. 12).

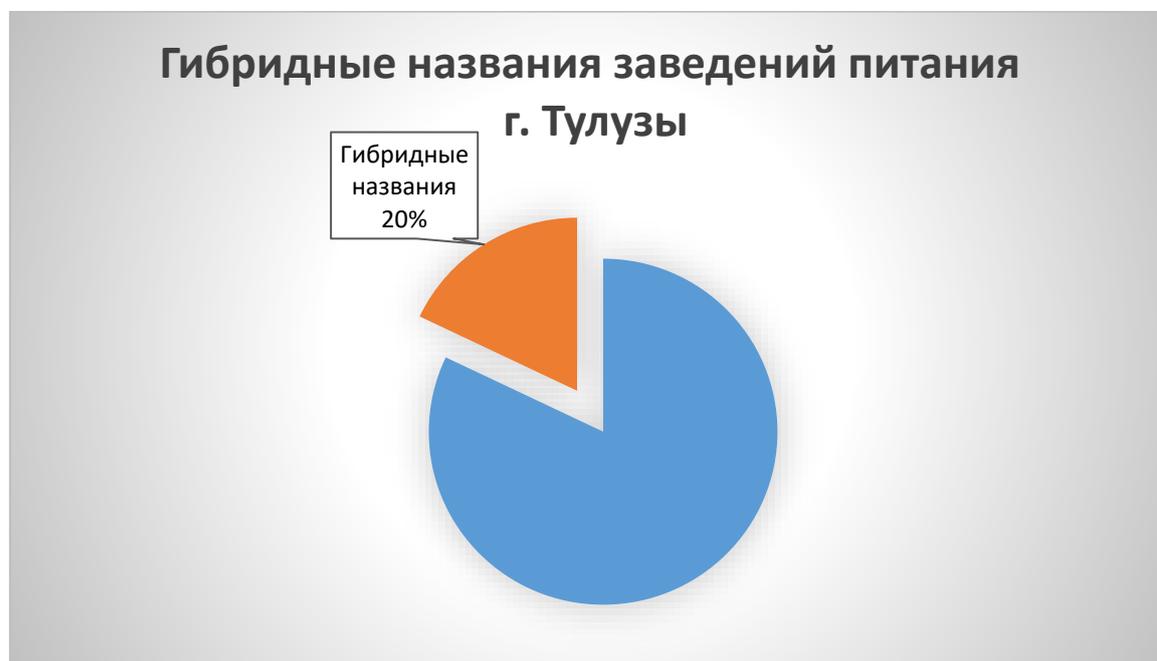


Рис. 12. Гибридные названия заведений питания г. Тулузы

Гибридные названия заведений питания города немногочисленны в общей структуре. Тем не менее они демонстрируют специфику языковых контактов. В

Тюмени выявлены названия, оформленные в иноязычной графике. В Сиэтле и Тулузе названий, оформленных иноязычной графикой, не выявлено.

В соответствии с уровнями языка были выделены морфологические, синтаксические и лексические гибриды. В данном исследовании рассматриваются только письменные названия, поэтому фонетические гибриды не учитываются. Кроме того, в отдельную категорию вошли структурные гибриды – это названия, которые включают эргоним иноязычного происхождения и номенклатурный термин официального либо государственного языка города.

В г. Тюмени выявлены четыре категории:

1 Морфологические гибриды (349) – *La taiga, La Шаурма, SweetOK shawarma, the Хмель, Ле кафе Пушкин, Пицца & Хинкали, фитнес-бар Athletic food, бар Beer times, кафе Burger box, кофе-бар Coffee Like, ресторан Happy, ресторан New York Pizza, бар Prime time, ресторан Subway* и т.п.

2 Синтаксические гибриды (69) - *Wake up Кофе, Кофе Мэйкерс, Лаки бургер, Плов Хауз, Суши лэнд, Чайхана Плов project, Шашлык Хаус* и т.п.

3 Словообразовательные гибриды (37) – *БИР-ХАУС, Блинофф, Бузы-HOUSE, Гостидзе, КофеМЕН, Пельмэн, Пиватория, Шаурмен, ШашлыкоFF* и т.п.

4 Графические гибриды (33) – *EDA MARKET, EshFresh, MUKINET, V cafe, Zerno & Beton, Золотой Закат, МЯСОРООВ, Чайная Podval, 3X, 7сими, 7я, Cafe 15/86, O!Doner, Shaker_shaker72, Surf Coffee x 21, O!Кофе, Шашлык 72 на вынос, Шашлык № 1, Ням.ру, Бутлегер 4.0* и т.п.

Структура гибридных названий заведений общественного питания города Тюмени

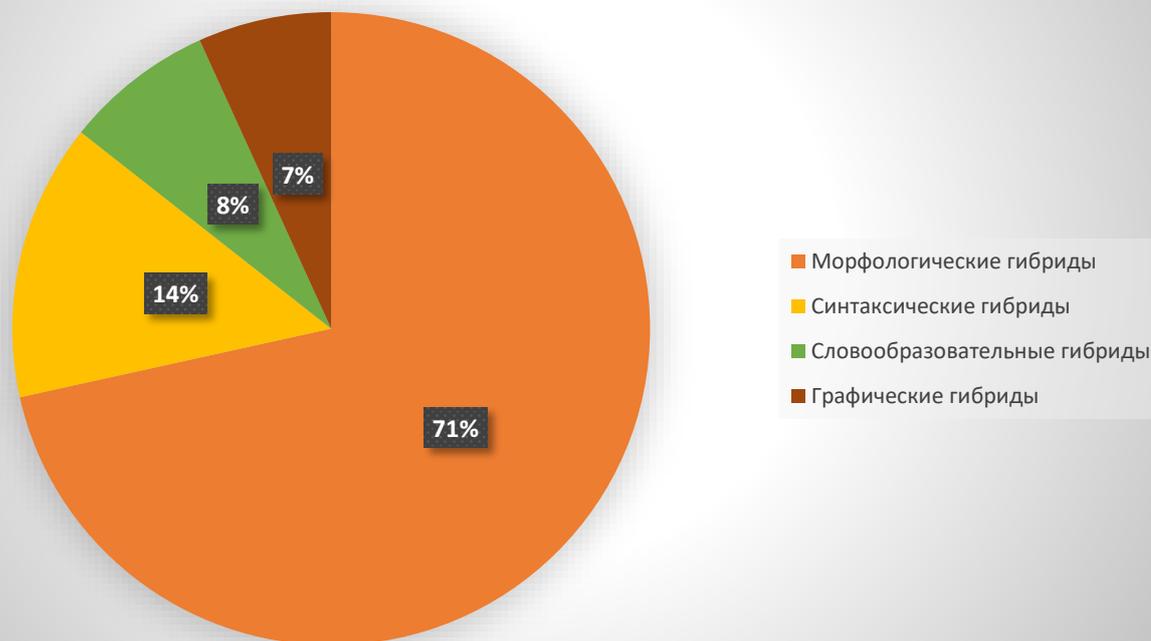


Рис. 13. Структура гибридных названий заведений общественного питания города Тюмени

Типология гибридных названий заведений питания г. Сиэтла представлена следующими категориями (рис. 14):

1. **Морфологические гибриды (93)** – *Chez Daves, El Quetzal Bar & Lounge, En Restaurant, La Conasupo Restaurant and Market, La Vaca Mexican Restaurant, La Vaca Mexican Restaurant, Le Faux Playhouse, L'Forno Pizza, Pita & Sweets, Crepe de France, Delicatus, Dos Amigos, La Carta de Oaxaca, Pasta Bella, Piatti, Piroshky Piroshky, Tacos de la Noche, Tutta Bella* и т.п.

2. **Синтаксические гибриды (104)** – *Dom Polski Zaprasza Polish Home Association, Don Panchos Incorporated, Kiin Kiin Thai Eating Room, Kwanjai Thai Cuisine, Lakomka Euro Deli, Parlor Live Dining & Bar, Po Dog, Proletariat Pizza, Uwajimaya Village Food Court, Venik Lounge* и т.п.

3. **Словообразовательные гибриды (4)** - *Burgerphenia, Buriyaki* и т.п.

4. **Графические гибриды (106)** – *@Cafe, @the Peak Cafe, 1-2-3 Thai Food, 7-Eleven, Asia Bar-B-Que, Chick-fil-A, Craft Bar + Kitchen, FareStart Cafe @,*

Fortuna Cafe 2.0, Frolik Kitchen + Cocktails, U:DON Fresh Japanese Noodle Station, Zane + Wylie's и т.п. (рис.14).



Рис. 14. Структура гибридных названий заведений общественного питания города Сиэтла

Типология названий заведений питания г. Тулузы представлена также четырьмя категориями.

1. **Морфологические гибриды (230)** – *Arthur and Xavier, Pizz Up, Spice of Bengale, Tea. M by le petit, Chicken Cook, Fresh Food Toulouse* и т.п.

2. **Синтаксические гибриды (40)** – *Burger a La Une, Delicious Vitamin's, Eat Pasta, Just Bon, Le New Goa, Troika Royale, Wizz'up TACOS, Will I Am Pizza, Your's* и т.п.

3. **Словообразовательные гибриды (23)** – *Indiawalaa, Sixta, Sushiyuki, Flunch, Underbar, Ytaing* и т.п.

4. **Графические гибриды (41)** – @ntic.cafe, 2JFC, 3lpizz, Be.For, Burger'N'Co, dAdA, Le 5/5 d'Events Five, Ma-Ma Sushi, Oh Fada!, Pizz-A-Toulouse, Shin-ya Ramen, Sim-Py, Thai-Thai SuShi и т.п.



Рис. 15. Структура гибридных названий заведений общественного питания города Тулузы

Типология гибридных названий заведений питания в коммуникативном пространстве города представлена четырьмя категориями – морфологические гибриды, синтаксические гибриды, словообразовательные гибриды и графические гибриды. Эти типы присутствуют в эргонимиконе г. Тюмени, г. Сиэтла и г. Тулузы, что позволяет утверждать об универсальности данной классификации для эргонимов славянских, романских и германских языков. Общим для всех трех городов является наличие морфологических гибридов. По нашим данным, в г. Тюмени – 71%, в г. Сиэтле – 30%, в г. Тулузе – 69%. Во всех случаях отмечено активное использование синтаксических иноязычных средств при номинировании заведений общественного питания. В г. Тулузе и г. Тюмени

также используются словообразовательные иноязычные средства. Использование различных графических элементов обнаружено во всех городах и характеризуется слитным написанием букв и цифр, наличием иноязычной графики, ненормированным сочетанием строчных и прописных букв, а также использованием знака @. В эргонимах Сиэтла выявлено использование математического символа +.

Таким образом, мы пришли к следующим выводам. Гибридные названия заведений питания в общем корпусе названий немногочисленны, но значимы в языковом ландшафте современного города, так как демонстрируют результаты взаимодействия языков, уровень проникновения иностранного языка (морфология, синтаксис, лексика) и современные тенденции в номинации.

В основу наших принципов выделения типов гибридных названий заведений питания заложены морфемный, лексический и синтаксический уровни языка. Предложенная типология включает структурные, синтаксические, словообразовательные, морфологические и графические гибриды.

Типология гибридных названий заведений питания отражает общую специфику номинации в России, США и Франции, и подтверждает влияние глобализационных процессов на коммуникативное пространство современных городов [Исакова, 2019, 2021]. Исследуемые названия функционируют в русском, английском и французском языках, которые входят в одну языковую семью – индоевропейская группа. Наибольшее количество гибридов выявлено в названиях г. Тюмени, что объясняется языковой модой, отражающей глобализационные процессы в языке, когда названия с использованием слов на английском языке представляются более привлекательными. В г. Тулузе также выявлена подобная тенденция. Гибридные названия заведений питания в г. Сиэтле в большей степени присваиваются национальным кафе и ресторанам. Графические гибриды представлены схожими компонентами во всех языках – сочетанием верхних и нижних регистров букв, цифр, знаком @, пунктуационными и арифметическими знаками в ненормированном употреблении.

2.5 Языковое разнообразие названий заведений питания в русском, английском и французском языках

Названия заведений питания представляют собой материал для изучения различных лингвистических проблем. Одной из таких является взаимодействие языков, культур и народов. Такие города как Тюмень, Сиэтл и Тулуза представляют собой территорию, на которой располагаются различные заведения, которые выполняют многочисленные функции для городских жителей. Их заведения общественного питания предоставляют услуги по питанию, а также служат местом коммуникации. В современном мире успешная межкультурная коммуникация имеет важное значение для социальной, экономической, политической, религиозной и культурной жизни государства. Взаимодействие русского, английского и французского языков находит отражение в различных сферах жизнедеятельности общества, в том числе и в номинации названий заведений питания. Спустя почти семидесятилетие после публикации научного труда У. Вайнрайха «Языковые контакты» проблема взаимодействия языков не только не решена, но и продолжает раскрываться перед исследователями, предлагая новые вопросы для изучения.

Тюмень – многонациональный город, в котором проживают многочисленные народы – татары, узбеки, украинцы, армяне, буряты, грузины и многие другие народы (по данным Всероссийской переписи 2002 года). В городе активно развита студенческая мобильность, которая проявляется в широком потоке иностранных студентов, ежегодно пребывающих в городские университеты для обучения. Специалисты из других стран регулярно пребывают в город для работы на предприятиях. Жители города также посещают различные города и страны. В результате подобных процессов языковые контакты жителей и гостей города расширяются и становятся более разнообразными.

Были проанализированы названия заведений питания в г. Тюмени на предмет наличия в них иностранных слов. Выявлено большое количество иностранных лексических единиц, заимствованных из 22 языков (рис. 16).

• **Английский язык (282)** – Hot-Bird's, Freedom, Brother's Coffee и т.п. Большая часть этих названий полностью сохраняет орфографию и синтаксис английского языка. Имеются также гибридные названия, в которых присутствует единицы английского и русского языка – *Wake up Кофе*, *Пельман* и т.п.

• **Латинский язык (38)** – *Farfor (Фарфор)*, *Imperia (Империя)*, *Kaprizz* и т.п. Особое положение в наименованиях кафе занимает латинский язык. Представлены русские слова\устоявшиеся заимствования в латинской графике. Данный процесс можно охарактеризовать как некую латинизацию в названиях заведений питания, которая в тоже время имеет и обратную сторону – кириллизация. Данный феномен проявляется в графическом оформлении иностранных слов или названий – *Бир Кинг (Beer King)*, *Айс Бир (Ice Beer)*, *Джус и Фреш (Juice u Fresh)* и т.п.

• **Итальянский язык (23)** – *Пицца Миа*, *Bellissimo Pizza*, *Casa mia* и т.п. Заведения питания, имеющие итальянские лексические единицы не многочисленны и в большей степени присваиваются пиццериям. На наш взгляд, это удачный ход, поскольку пицца ассоциируется именно с Италией. В тоже время, используются и другие названия, которые в большинстве своем достаточно знакомы горожанину благодаря художественным фильмам и достаточно давно вошли в русский язык в качестве иностранных слов или заимствований.

• **Тюркские языки (20):** *Кебаб*, *Донер кебаб*, *Дядя Дёнар*, *кафе Чинар (дерево)* и т.п.; карачаево-балкарский язык (1) – *Хычинок* (хычины – пироги); узбекский язык (1) – *Rayhon* (базилик).

Тюркские языки представлены многочисленными названиями, которые являются родственными и имеются во многих тюркских языках – татарском, турецком, азербайджанском и т.п. (кебаб, денер и т.п.). Выявлено одно название на карачаево-балкарском и одно название на узбекском. Рассмотрев весь корпус названий заведений питания, мы выявили названия на татарском языке (*Дуслык* (Дружба)). Имеется кафе с турецким названием *НАУАТ* (жизнь). Кроме того, выявлены случаи трансонимизации – перехода тюркских антропонимов в

русские эргонимы (женское имя *Гузаль* – *кафе Гузаль*); тюркских топонимов в русские эргонимы – город в Узбекистане *Бухара* – *кафе Бухара*, город в Узбекистане *Самарканд* – *кафе Самарканд*).

• **Французский язык (13)** – *Le Sommelier, La Шаурмуа, Ле кафе Пушкин* и т.п. Названия на французском языке представлены как во французской графике, так и в гибридном варианте. Гибридные названия отличаются наличием определенного артикля мужского (le) или женского рода (la) и слова на русском языке.

• **Арабский язык (13)** – *Халяль, Шаурма, Шаурма №1, Шаурма у Маги, Шаурма&Суши, Шаурма-Халяль, Шаурмен* и т.п. Многочисленны кафе, которые предлагают блюда арабской кухни и, следовательно, имеются различные варианты названий с арабским словом *шаурма* (гибридные названия – *Шаурмен* (Шаур+мен (man – человек, мужчина)).

• **Немецкий язык (10)** – названия кафе на немецком языке представлены распространёнными лексическими единицами – *Gut, Das Kolbas*, а также известной немецкой фамилией – *Шульц*.

• **Японский язык (9)** – *Yoake* (рассвет), *Акура, Аригато*. Названия на японском языке, как правило, не несут смысловой нагрузки для горожанина, поскольку японский язык не входит в школьную и университетскую программу обучения граждан России. В этом случае название сообщает, что в заведении предлагают блюда японской кухни.

• **Грузинский язык (8)** – *Ван Гоги, Кацо* и т.п. Названия на грузинском языке представлены кириллицей и различными гибридами – *Гостидзе* и т.п.

• **Испанский язык (6)** – *Амиго, Maximo, Tortuga* и т.п. В городе Тюмени функционируют кафе, которые предлагают испанскую кухню, и имеют соответствующие названия на испанском языке.

• **Чешский язык (5)** – *Шпачек, Жбанек, Трдельник* и т.п. Названия заведений питания на чешском языке образованы путем перехода из одного ономастического класса в другой – названия сортов пива *Шпачек* и *Жбанек* –

названия баров и пабов; название кулинарного блюда Трдельник – название кафе *Трдельник*.

• **Армянский язык (3)** представлен многочисленными топонимами *Гюмри, Джавахт* (города в Армении), *Урарту* (древнее государство), которыми были названы кафе армянской кухни в г. Тюмени.

• **Сербский язык (2)** – *Tesla Kuvar Serbian gril, кафана «Београд»*. Заведения питания, которые предлагают блюда сербской кухни, имеют соответствующие названия. *Tesla Kuvar Serbian gril* – гибридный эргоним, состоящий из антропонима (Tesla – сербский ученый Никола Тесла), имени нарицательного *kuvar* (в перевод с сербского – повар) и английского словосочетания *Serbian grill* (в переводе с английского – Сербский гриль).

• **Бурятский язык (2)** – *Бузы House, Буузы*. Кафе, предлагающие блюда бурятской кухни, имеют названия традиционного блюда бурятов – бузы. Кроме того, имеется гибридное название в сочетании с английским словом *house* – *Бузы House*.

Кроме того, были выявлены единичные названия на греческом, корейском, украинском, азербайджанском и вьетнамском языке.

- **Греческий язык (1)** – *Гирос* (название блюда).
- **Корейский язык (1)** – *Корё* (государство).
- **Украинский язык (1)** – *Шинок* (кабак).
- **Азербайджанский язык (1)** – *Шуша* (название города в Азербайджане).
- **Вьетнамский язык (1)** – *ФО* (название блюда).

Греческие и вьетнамские названия кофе образованы по модели – название блюда – название кафе, в котором это блюдо подают. Корейские и азербайджанские названия образованы от топонимов Корё и Шуша. Украинское название кафе образовано от имени нарицательного шинок (в переводе с украинского – кабак).

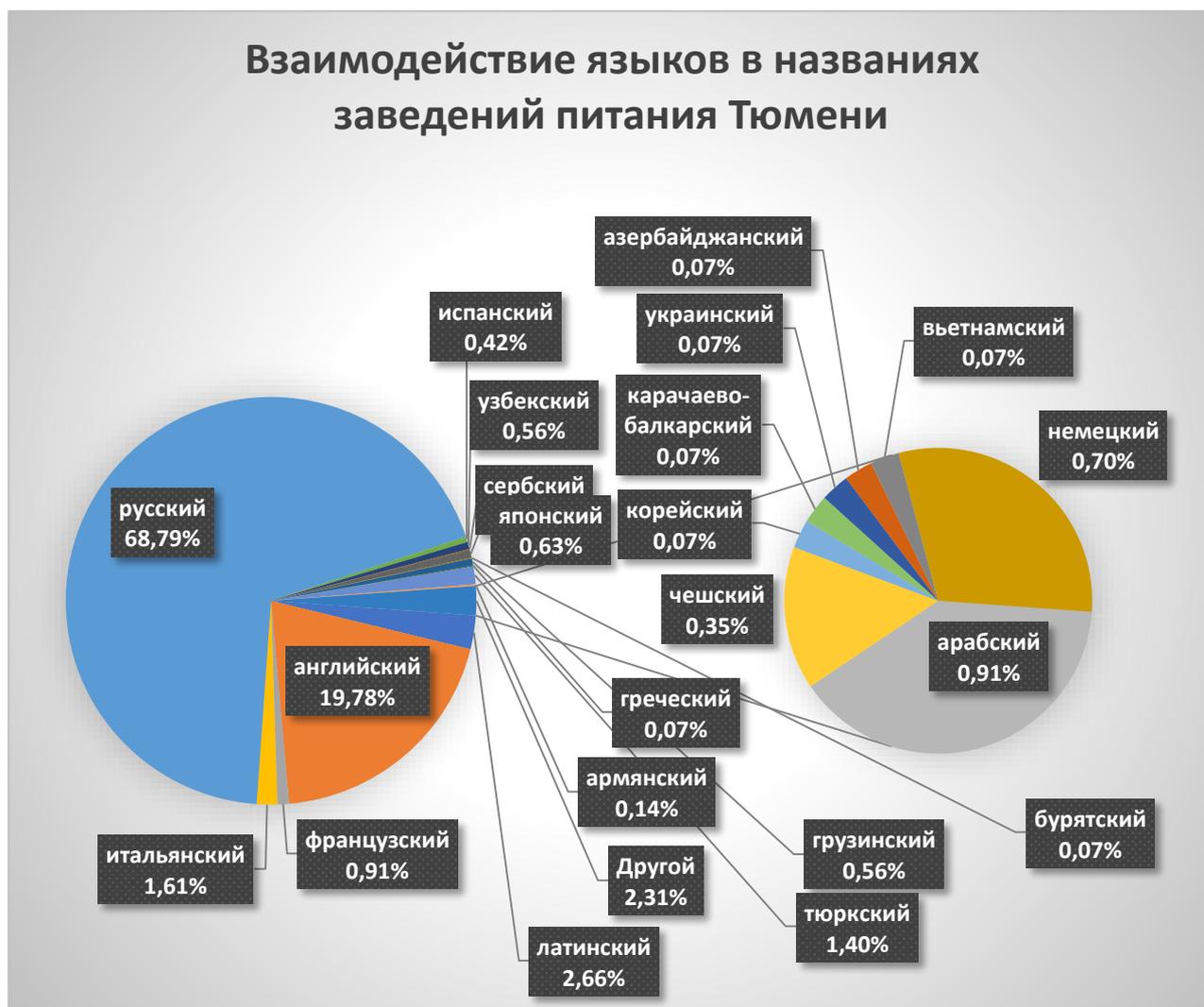


Рис. 16. Взаимодействие языков в названиях заведений питания г. Тюмени

Таким образом, мы рассмотрели проникновение иностранных слов в названия заведений питания в русском языке на материале названий кафе и ресторанов города Тюмени. Выявлено значительное количество лексических единиц на двадцати двух языках. Наибольшее количество иностранных лексических единиц на английском языке. Меньше всего из испанского,

греческого, узбекского, японского, грузинского и чешского. Единичные случаи проникновений из сербского, вьетнамского, украинского и корейского языков.

Сиэтл – город, в котором также проживают различные народы. Проанализировав все названия, мы выявили использование 22 иностранных языков (рис. 17).

Африканские языки (10): *Afrikando Banadir, Al Uruba* и т.п.

Арабский язык (8): *Habibi Mediterranean Restaurant, Mawadda Café* (антропоним – женское мусульманское имя – Мавада), *Mashawi* и т.п.

Латинский язык (7): *Maximus Minimus* (Самый маленький из самых больших), *Terra Plata, AQUA by El Gaucho* и т.п.

Французский язык (44): *Crepe de France, Boulevard Café, Chez Gus, Entre Amis* и т.п.

Итальянский язык (106): *Corte Fino, Cinque Terre Ristorante, Cantina de San Patricio, Caffe Musica* и т.п.

Русский язык (9): *Dacha Diner, Lakomka Euro Deli, Piroshky Piroshky, Proletariat Pizza* и т.п.

Испанский язык (109): *Tacos de la Noche, Taqueria, Tu Cantinas, El Borracho, El Camino* и т.п.

Немецкий язык (19): *Prost! West Seattle* (prost – на здоровье, за здоровье), *Rhein Haus Seattle* (название реки – эргоним), *Zeitgeist* (дух времени).

Японский язык (69): *Banzai Sushi, Dochi, (donuts+mochi), Himitsu Teriyaki, Kamonegi, Mejari Fusion Sushi (MEJARI = "Mexican, Japanese, & American flavors" Fusion Sushi Rolls), Mikado* и т.п.

Греческий язык (4): *Gyro Place, Kouzina Greek Restaurant, L'Forno Pizza, Pita & Sweets, Mr. Gyros.*

Тайский язык (36): *Sabai Sabai Thai Cuisine* (Sabai Sabai в переводе – наивысшее удовольствие), *Jhanjau, Kiin Kiin Thai Eating Room* (Kiin в переводе – еда), *KIN.DEE Thai.*

Хинди (11): *Pabla Punjabi Cuisine, Ra Soi, Roti Cuisine of India.*

Индонезийский язык (1): *Bambu Desserts & Drinks.*

Вьетнамский язык (40): *Cafe Pho, PHo Saigon, Pho.com Restaurant, Pho Vietnam* и т.п.

Корейский язык (6): *Myung-dong Soft Tofu House, Bibimbap, Bibimbap King* и т.п.

Гавайский пиджин (11): *KAU KAU Barbeque Market* (Каукау в переводе – еда), *Ma'ono Fried Chicken* (Ма'оно в переводе – сделать вкусным), *Ohana Belltown* (Ohana в переводе - семья).

Китайский язык (20): *QQ Bites* (QQ - китайская социальная сеть), *Jiaozi* (китайские пельмени), *Kung Fu Tea*.

Польский язык (5): *Dom Polski Zaprasza Polish Home Association* и т.п.

Персидский язык (1): *Mamnoon*.

Португальский язык (1): *Dos Amigos*.

Малайский язык (1): *Kedai Makan*.

Язык Камбоджи (1): *Phnom Penh Noodle House*.

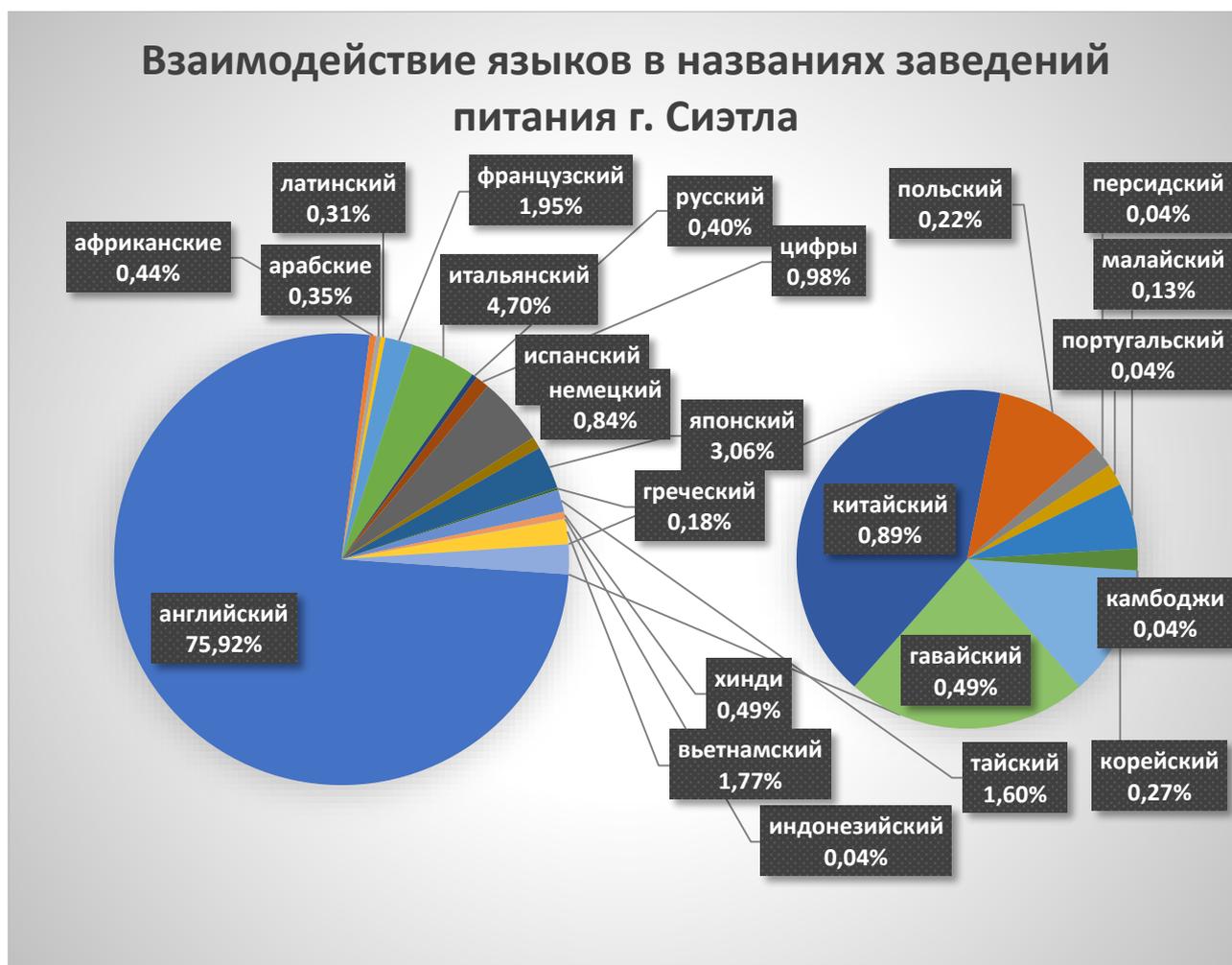


Рис. 17. Взаимодействие языков в названиях заведений питания г. Сиэтла

В городе Тулузе были выявлены названия на 13 языках (рис. 18):

Английский язык (208): *Black Lemon, Bowling Center, Carson City* (топоним – Карсон-сити, столица штата Невада), *Chicken Cheese, Eat Pasta, Eat Salad, Eat Sushi, Eat's time, Duck Me Capitole, Facefood pizza* и т.п.

Итальянский язык (64): *Barrio Mio, Dolce Vita, Dodici Pizza, Al Capone, In Bocca Al Lupo* и т.п.

Вьетнамский язык (1): *Á Đông.*

Испанский язык (64): *BOCA, Borriquito Loco, Buena Vista, La Esquina* (угол), *Las Empanadas* (пирожки с начинкой) и т.п.

Арабский язык (4): *Beyrouth Meshwi* и т.п.

Русский язык (1): *Troika Royale.*

Тайский язык (3): *Boui Boui Lao, Tai, Aloy Thai, Saptawee.*

Турецкий язык (8): *Deniz Kebab, Antalya Kebab* и т.п.

Японский язык (3): *Kabuki Sushi* (кабуки – японская драма), *Teriyaki, Izakaya Toulouse*.

Каталанский язык (2): *Juguem* (Давай поиграем), *Taulièr d'Occitania*.

Португальский язык (1): *Taberna Dom José*.

Баскский язык (1): *Pottok*.

Окситанский язык (1): *A Taula Tolosa*.

В результате проведенного исследования мы пришли к выводу, что большое количество названий на английском языке и с использованием английского языка, обусловлено влиянием глобализации и главенствующей ролью английского языка в сфере межкультурной коммуникации. Названия, представленные в латинской графике, демонстрируют лингвокреативность номинаторов и служат средством привлечения внимания своею непохожестью на другие подобные заведения. Заведения питания, которые имеют названия на итальянском, испанском, французском, арабском, японском, вьетнамском и других языках, как правило, обусловлены спецификой предлагаемой еды и кухни (название кафе на итальянском языке – итальянская кухня, названия на японском языке – японская кухня и т.п.). Отдельно следует отметить названия кафе, образованные от иностранных топонимов (топоним – эргоним). Эти заведения также предлагают соответствующую названию кухню, но в то же время являются своего рода «городом в городе» - родным местом для определенного народа (*Бухара* – город в Узбекистане – кафе в Тюмени, *Шуша* – город в Азербайджане – кафе в Тюмени, *Гюмри* – город в Армении – кафе в Тюмени и т.п.). Подобные заведения способствуют улучшению межкультурного «климата» города.

Взаимодействие языков в названиях заведений питания г. Тулузы

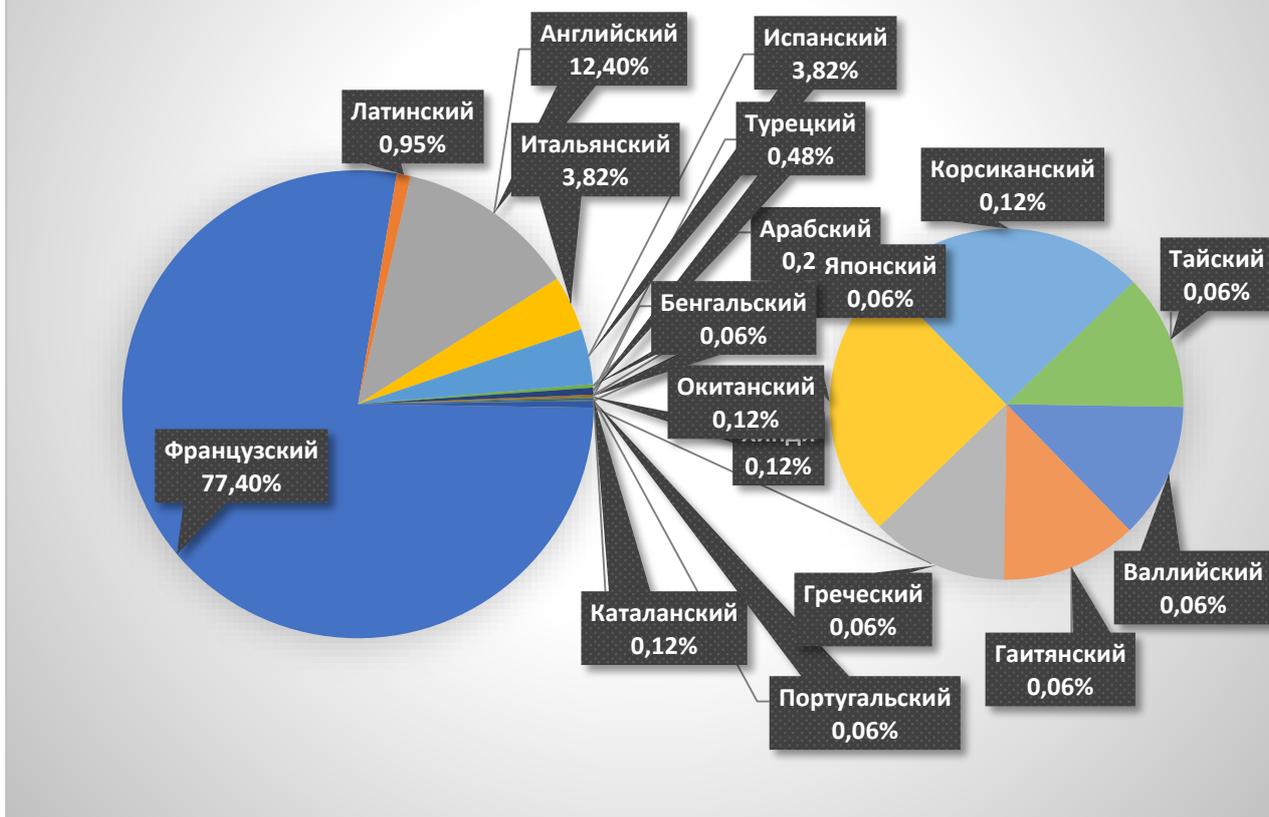


Рис. 18. Взаимодействие языков в названиях заведений питания г. Тулузы

Иностранные слова активно используются в номинации заведений питания и широко применяются в языковой игре, становясь значимыми элементами метафорического и метонимического переноса, гибридизации и прецедентности. Для того, чтобы точно узнать, что на самом деле подразумевается под названием заведения, недостаточно изучить значение слова в словаре. Необходимо каким-либо образом выяснить мотив номинатора. В некоторых случаях, это достаточно просто – информация о значении публикуется на сайте заведения или размещается на других информационных ресурсах. В других случаях – мотив остается скрытым и неявным для адресата. На наш взгляд, в названиях заведений питания наблюдается неявный конфликт интерпретаций, при котором одна и та

же лексическая единица может иметь одно значение для номинатора и другое значение для посетителя.

Названия заведений питания могут также участвовать в процессе сохранения какого-либо языка. Например, если какому-либо заведению присвоено название на языке, который практически не используется данным обществом, это может вызвать интерес к языку и способствовать росту его популярности. В г. Тюмени к подобным языкам можно отнести татарский язык, в г. Тулузе – каталанский и окситанский, в г. Сиэтле – гавайский пиджин. Появление заведения с названием на языке приведет к появлению интереса не только к языку, но и к культуре народа, с одной стороны, а также к возрождению, возможно утраченного интереса к своей культуре у потенциальных носителей этого языка. Как правило, роль родного языка при наличии государственного языка очень ограничена и в некоторых случаях он используется только в бытовой сфере. Вследствие этого фактора, молодые поколения частично или полностью утрачивают интерес к родному языку. В подобных ситуациях название заведения питания может выполнять функцию сохранения родного языка определенной части общества.

Во всех трех городах были выявлены названия на вьетнамском, японском, итальянском, испанском, китайском, русском, турецком и арабском языках, а также национальные языки, представленные в изучаемом городе (в г. Тюмени – украинский, узбекский, татарский, армянский и т.д.; в г. Сиэтле – гавайский, в г. Тулузе – окситанский и каталанский). Кроме того, обнаружены пересечения – в Тюмени имеется большое количество названий на английском и французском языках, в Сиэтле – имеется ряд названий на русском и французском языках, в Тулузе – несколько названий на русском языке и достаточное количество названий на английском языке. Таким образом, результаты исследования демонстрируют представленность иностранных языков на территориях исследуемых городов и подтверждают высокий уровень языкового разнообразия исследуемых городов.

2.6 Эволюционные процессы в номинации заведений питания, обусловленные последствиями пандемии Covid19

В настоящее время сфера общественного питания «переживает» последствия пандемии Covid19 и деглобализации, которые в свою очередь повлияли на названия заведений питания.

Пандемия Covid19 привела к смене ориентиров в номинации заведений питания, вызванную изменением типа конечного потребителя и его возможных предпочтений. Ранее это мог быть иностранный студент, работник, гость города, то теперь это обычный житель города. Не менее важный фактор, это ограничение на въезд в популярные страны для туризма. На наш взгляд, произошла смена тренда в языковой моде с гибридизации на дегибридизацию или метафоризацию.

А.К. Матвеев в статье «Эволюционные процессы в ономастике» выделил следующие две основные причины изменений в ономастике: «социально-политические катаклизмы» и изменения, вызванные прогрессом [Матвеев, 2008. С. 130]. В первом случае – изменения могут быть очень быстрыми и кардинальными. Во втором случае – изменения происходят постепенно и более длительным путем. 2020 год стал знаменательным в жизни всего человечества. Глобальная пандемия Covid 19 является той социально-политической трагедией, которая внесла изменения и ограничения в жизнь каждого человека. Полагаем, что в гуманитарных науках современная ситуация будет впоследствии рассматриваться как отдельный этап в жизни общества и развития некоторых областей знаний (например: в медицине, биологии, социологии, филологии и других науках).

Вследствие изменений, произошедших в обществе, картина названий заведений питания также была изменена и продолжает изменяться. В данном случае, у названий заведений питания даже есть некоторое преимущество (быстрая обновляемость), которое позволяет на их основе рассматривать те эволюционные процессы, которые происходят в современной номинации.

Исследование названий заведений питания в г. Тюмени, г. Сиэтле и г. Тулузе было начато нами в 2019 году. В тот период картина названий заведений

питания характеризовалась наличием большого числа гибридных названий и названий на иностранном языке в каждом исследуемом городе. В 2021 году палитра названий значительно изменилась. Появилась новая тенденция – отказ от иностранных и гибридных названий и возвращение к исконным названиям. Гибридные названия сменились метафорическими. Иностранные названия – названиями на официальном языке города, в котором эти названия создаются.

Пандемия стала новым дополнительным социальным фактором, который теперь учитывается при создании названий заведений питания. Длительная изоляция и ограничение коммуникации, закрытие границ, ограничение любого рода мобильности, высокий уровень неопределенности, обязательное дистанцирование, масочный режим, экономический кризис и общий уровень тревожности – все эти последствия пандемии привели к глобальным изменениям в номинации заведений питания. Гастрономический дискурс «ответил» на эти изменения более простыми негибридными названиями (*кафе Отпуск*) – для снижения уровня тревожности, различными названиями туристических регионов (*ресторан Анталья, кафе Евпатория* и т.п.) – для компенсации длительной изоляции и закрытия границ; новыми названиями заведений быстрого питания – *Чебурекми* – для снижения последствий экономического кризиса.

Одной из значимых тенденций нового этапа в эволюции названий заведений питания является трансформация коммуникативной ситуации между адресантом (номинатором) и адресатом (потенциальным посетителем заведения). В 2019 году до начала пандемии категория адресат включала три типа посетителей:

1. Постоянные жители города (родители, школьники, студенты, представители различных профессий (преподаватели, бизнесмены, служащие, рабочие и т.п.).
2. Приезжие гости города (туристы, абитуриенты с родителями, участники конференций, форумов, семинаров, выставок и концертов, командировочные и т.п.).

3. Временные жители города (иностранцы студенты, специалисты и т.п.)

В результате пандемии тип адресатов «приезжие гости города» была исключена, а тип «временные жители города» значительно сокращена. В 2020-2021 году категория адресата полностью включает в себя только один тип «постоянные жители города». В связи с этим, смена адресата повлекла за собой смену мотивов при номинации заведений питания, смена способов языковой игры, используемых ранее.

Современные названия заведений питания созданы как правило на основе либо метафоризации, либо метонимизации. На наш взгляд, произошло некое упрощение в их номинации, обусловленное сокращением количества заведений и, как следствием, уменьшением конкуренции.

С конца 2019 года по сентябрь 2021 года в городе Тюмени были открыты новые заведения питания, названия которых мы исследовали.

Кафе «Жарим Мясо» - данное название состоит из глагола и существительного, создано на основе метонимии и эллипсиса – словосочетание «жарим мясо» было перенесено на название заведения, в котором готовят жареное мясо, опущено подлежащее – «мы».

Ресторан «Итальянский разговорный» - данное название состоит из двух прилагательных, создано на основе метафоры с эллипсисом – итальянский разговорный язык было перенесено на название заведения, язык – опущено.

Ресторан «Счастье живет здесь» - данное название состоит из простого предложения, создано на основе метафоры.

Кафе «Отпуск» - данное название состоит из одного существительного, создано на основе метафоры (отпуск (временное освобождение от работы) – отпуск (заведение, где можно отдохнуть от работы, побывать в отпуске).

Кафе быстрого питания «ЧебурекМи» - данное название состоит из существительного, создано на основе морфологической трансформации с помощью добавления суффикса «ми».

Кафе «Батуми» - данное название состоит из одного существительного, создано на основе метафоры – название грузинского города Батуми было перенесено на название заведения грузинской кухни.

Кафе «Три шампура» - данное название состоит из двух компонентов – числительного и существительного, создано на основе метонимии – название инструментов для приготовления мяса было перенесено на название заведения.

Кафе «Кофе здесь» - данное название, состоит из двух компонентов – существительного и указательного местоименного наречия, создана на основе метонимии – название напитка кофе было перенесено на название заведения питания, где готовят этот напиток.

Ресторан «Хранитель сказок» - данное название, состоит из двух компонентов – словосочетания из двух существительных, создан на основе метафоры.

Кафе «Старые друзья» - данное название, состоит из двух компонентов, словосочетания из двух существительных, создано на основе метафоры.

Ресторан «Легендарный русский» - данное название также состоит из двух компонентов, словосочетания из двух прилагательных, создано с использованием эллипсиса (опущено слово «ресторан») и эпитета.

Кафе «Сели-съели» - данное название состоит из одного сложного слова с редупликацией, составленного на основе двух глаголов, соединенных посредством пунктуационного знака дефис. Название, создано на основе метафоры.

Кафе «Мама тесто» - данное название состоит из двух компонентов – двух существительных, не согласованных между собой, создано на основе метонимии и метафоры.

Кафе «По-пельмешке» - данное название состоит из одного сложного слова, составленного с помощью морфологической трансформации путем соединения с предлогом «по» посредством дефиса. Название создано на основе метонимии – название блюда «пельмени» было перенесено на название заведения с использованием уменьшительно-ласкательной формы.

Часть названий относится к гастрономическому дискурсу (кофе, пельмешка, шампур, тесто, мясо и т.п.), другая часть имеет следующие ассоциативные связи – родственные узы (мама), национальность (русский), дружеские связи (старые друзья), культурные (сказки), географические (Батуми, Италия), эмоциональные (Счастье, Отпуск). Все названия представлены на русском языке, отсутствуют гибридные названия и названия на иностранном языке.

В городе Сиэтле также возникли новые заведения питания с соответствующими названиями.

Don't Yell at Me (пер. с англ. – Не кричи на меня) – данное название означает в переводе «Не кричи на меня», используется негативная коннотация, название создано на основе предложения.

El Cubano (пер. с испанск. - Кубинский парень) – данное название создано на основе метафорического переноса – кубинский парень (парень с Кубы) – кубинский парень (ресторан).

Sophie's Tacos (пер. с англ. – Тако Софи) – данное название создано на основе метонимического переноса – тако Софи (название блюда) – Тако Софи (название ресторана)

Sizzle & Crunch (пер. с англ. – Шипение и Хруст) – данное название создано на основе ономотопеи и метафорического переноса – шипение и хруст (звуки) – шипение и хруст (название заведения).

Karachi Cowboys (пер. с англ. – Ковбои Карачи) – данное название создано на основе метафорического переноса – Ковбои Карачи (жители Карачи) – Ковбои Карачи (название заведения).

Cakes and Trees (пер. с англ. – торты и деревья) – данное название создано на основе метафоро-метонимического переноса – торты и деревья (название основного блюда и название вида растительности) – торты и деревья (название кафе).

Sushi Ave (пер. с англ. – авеню суши) – данное название создано на основе метафоро-метонимического переноса – суши авеню (суши – название блюда, авеню – улица) – суши авеню (название заведения).

LTD Edition Sushi (пер. с англ. – Ограниченный выпуск суши) – данное название создано на основе метафорического переноса – ограниченный выпуск какого-либо товара – ограниченный выпуск суши.

Matcha Man (пер. с англ. – человек-матча) – данное название создано на основе метафоры и олицетворения – матча (сорт чая) – человек-матча (название кафе).

In the Heart (пер. с англ. – В сердце) – данное название заведения создано на основе метафорического переноса – в сердце (эмоциональная коннотация) – в сердце (название заведения).

Happy Lemon (пер. с англ. – Счастливый лимон) – данное название создано на основе олицетворения и метафоры.

Take It Easy There ... Big Sandwich (пер. с англ. – Полегче там... Большой сэндвич) – данное название создано на основе метонимии и олицетворения.

Mr. Chicken (пер. с англ. – Мистер Цыпленок) – данное название создано на основе олицетворения и метонимии.

Bombay Burger (пер. с англ. – Бомбейский бургер) – данное название создано на основе метонимического переноса – бомбейский бургер (название блюда) – бомбейский бургер (название заведения).

Famous Kitchen (пер. с англ. – Знаменитая кухня) – данное название также создано на основе метонимического переноса и эпитета.

Pub 70 (пер. с англ. – Паб 70) – данное название создано с использованием числительного и номенклатурного слова.

В Тулузе тоже выявлены новые заведения питания.

Point B – Toulouse (пер. с англ. Пункт Б – Тулуза) – данное название создано на основе метафорического переноса.

Réniche Horizon (пер. с франц. – Горизонтальная баржа) – данное название создано на основе метафорического переноса одного предмета на другой.

Pasta Madre (пер. с испанск. – Паста матери) – данное название создано на основе метонимического переноса и олицетворения.

Café Loin de L'oeil (пер. с франц. – Вдали от глаз) – данное название создано на основе метафорического переноса и устойчивого выражения.

Cool et Scout (пер. с англ. и франц. – Крутой и Скаут) – данное название создано на основе метафорического переноса.

Oh, my bowl - Rice and Noodles (пер. с англ. – О, моя чаша – Рис и Лапша) – данное название создано на основе метонимического переноса (название посуды, основных блюд на название заведения).

Le Camion Doré (пер. с франц. – Позолоченный грузовик) – данное название создано на основе метафорического переноса названия транспортного средства на заведение питания.

Glaces, crêpes (пер. с франц. – Мороженое, блины) – данное название создано на основе метонимического переноса названий блюд на заведение питания.

Mademoiselle Confiture (пер. с франц. – Мадемуазель Джем) – данное название создано на основе метафорического переноса и олицетворения.

MIMA'S FOOD (пер. с англ. – Еда Мимы) – данное название создано на основе метонимического переноса.

L'Homme à la Spatule (пер. с фран. – Человек с лопаткой) – данное название создано на основе метафорического переноса.

ADN Aventures De Nomades (пер. с франц. – ДНК Приключения кочевников) – данное название создано на основе метафорического переноса.

Urban Village Toulouse (пер. с англ. – Городская деревня Тулузы) – данное название создано на основе метафорического переноса населенного пункта на название заведения.

На материале сайта Google Maps были составлены карты городов с указанием ресторанов на 13.08.2021 (рис. 19, 20, 21). В поиске были выбраны поочередно – Тюмень, Сиэтл и Тулуза. Затем была выбрана категория

«Рестораны» и сделано фото полученной карты без изменений масштаба. В результате была выявлена следующая картина.

В городе Тюмени представлены следующие названия заведений питания: *Никольский ресторан, Рыбный ресторан «Посейдон», ресторан «Дягилев», ресторан «Добро», ресторан «Чарка», Ван Гоги, Самеба, Своя компания, Максим, ресторан китайской домашней кухни «Чина», Потаскуй, Гостидзе, Балканский ресторан Теразие, Счастье.*

В городе Сиэтле сайт показал следующие названия: *Carl's Jr, Da Pino, Canlis, Samurai Noodle, Food Truck, Purple Cafe and Wine Bar, Krispy Kreme, Breezy Town Pizza, Central Bar, The Cheesecake Factory, Mod Pizza.*

В городе Тулузе обнаружены следующие названия: *Villa Pampa, Lac du Bistrot, Le Bistrot du pecheur, Saveurs, Rouge Comptoir, Bar a` la Une, Restaurant dans le Noir? Toulouse, l'He`done, Le Carrousel, Marmites des iles, Копейский ресторан, Le Vauquelin, Restaurant Brut, Les Terrasses de l'Atelier, Janna Restaurant Oriental, Le Keudu, Royal Cheese / Tacos kebab Colomiers.*

Город Тюмень представляет собой многокультурный город, который активно развивается и, согласно рейтингам, является комфортным для проживания. Все представленные названия, на наш взгляд, являются своеобразными маркерами социокультурной специфики городского пространства. Все названия представлены на русском языке с элементами сербского, грузинского (*Самеба, Ван Гоги*) и китайского (*Чина*) языков. Все названия дополнены коннотативностью – мифологической (*Посейдон*), религиозной (*Самеба, Никольский ресторан*), антропонимической (*Дягилев, Максим*), эмоциональной (*Счастье*), моральной (*Добро*), предметной (*Чарка*), игровой (*Ван Гоги*), географической (*Чина, Теразия*), исторической и географической (*Потаскуй*), общинной (*Своя компания, Гостидзе*).

Социокультурная специфика города Сиэтла представлена в названиях его заведений питания. В ходе анализа обнаружено, что одно название представлено на итальянском (*Da Pino*), остальные названия – на английском языке, с элементами японского языка (*Samurai Noodle*). Выявлена следующая

коннотативность – антропонимическая (*Carl's Jr, Canlis*), которая одновременно является традиционной и семейной; пищевая (*Samurai Noodle, Krispy Kreme, Breezy Town Pizza, The Cheesecake Factory, Mod Pizza*), коннотация моды (*Purple Cafe and Wine Bar*), географическая (*Central Bar, Breezy Town Pizza*), коннотация вкуса (*Krispy Kreme*), производственная (*The Cheesecake Factory, Da Pino*), коннотация моды (*Mod Pizza*).

В городе Тулузе также присутствуют маркеры социокультурной характеристики города. Среди названий выявлены лексические единицы французского и английского языков. Выявлены следующие коннотации: географическая (*Restaurant Oriental*), антропонимическая (*Janna*), предметная (*Rouge Comptoir, Marmites des iles*), пищевая (*Royal Cheese Tacos Kebab Colomiers*), производственная (*les terrasses de l'Atelier*), алкогольная (*restaurant Brut*), профессиональная (*Le bistrot du pecheur*), вкусовая (*Saveurs*), темпоральная (*restaurant dans le Noir? Toulouse*) и эмоциональная (*l'Hedone*).

Таким образом, мы рассмотрели различные виды коннотаций, представленных в названиях заведений питания. В городе Тюмени присутствуют маркеры грузинского, сербского и китайского языков, что свидетельствует о контактах жителей города с грузинским, сербским и китайским народом. В городе Сиэтле обнаружены маркеры языковых контактов с итальянским и японским народами. Город Тулуза отражает языковые контакты его жителей с восточным, итальянским и корейским народами.

Были выделены общие коннотации для названий заведений питания Тюмени, Сиэтла и Тулузы. Антропонимическая коннотация присутствует во всех исследуемых городах: в Тюмени такие названия представлены мужским именем и фамилией известного мецената, в Сиэтле – фамилией или именем основателя семейного бизнеса, в Тулузе – женским именем. Географическая коннотация также присутствует в каждом городе и представлена названиями стран, городов, районов и улиц.

Общими коннотациями для названий Тюмени и Тулузы являются эмоциональная и предметная. Эмоциональная коннотация, которая апеллирует к

чувствам потенциальных посетителей, обнаружена только в названиях Тюмени (*Счастье*) и Тулузы (*Гедон*). В первом случае потенциальный посетитель через название получает ассоциацию на определенный ресторан как счастливое место, где все должно быть хорошо, в том числе и еда, и обслуживание. Во втором случае в Тулузе потенциальный посетитель через название получает ассоциацию с определенным рестораном как местом с отличной едой, от которой можно получить удовольствие. Предметная коннотация представлена названиями столовых предметов – чарка – *ресторан Чарка*, marmites – *café Marmites*.

Общими коннотациями для названий Тулузы и Сиэтла – пищевая, производственная и вкусовая. Пищевая коннотация представлена различными названиями блюд быстрого приготовления в Сиэтле – пицца, чизкейк и лапша. В Тулузе – такос и кебаб. Данные коннотации позволяют напрямую воздействовать на потребность в пище, без дополнительных эмоциональных оттенков значения. Подобные названия характерны для заведений быстрого обслуживания, которые широко распространены в Сиэтле. Вкусовая коннотация относится к кафе Вкусы (*Saveurs*) в Тулузе и Хрустящий крем (*Krispy Kreme*) в Сиэтле. В первом случае создается дополнительное значение вкусной еды, во втором случае – вкусного блюда. Производственная коннотация относится к названиям *Cheesecake Factory* (создается ассоциация о заведении как о заводе по производству чизкейков) в Сиэтле и *Les terrasses de l'Atelier* (относится к месту приема пищи) в Тулузе.

Исключительными коннотациями для Тюмени являются религиозная, мифологическая, общинная, игровая и моральная коннотация. Отличительной особенностью названий заведений питания в Тюмени является наличие славянского названия (*Никольский ресторан*). В Тюмени в качестве названия заведения питания используется имя морского бога в древнегреческой мифологии – *Посейдона*. Игровая коннотация представлена в качестве названия ресторана *Ван Гоги*, который представляет собой имя известного художника Ван Гога, трансформированное в название грузинского ресторана путем добавления аффикса «и» и вследствие этого изменения, получившего дополнительную ассоциацию на грузинскую кухню. Общинная коннотация представлена

заведением *Своя компания* и *Гостидзе*, которое сообщает потенциальному посетителю о месте для своих – друзей, гостей, родственников, коллег.

Исключительными коннотациями для Сиэтла являются коннотации цветовой гаммы (*Purple cafe*) и моды (*Mod pizza*).

Исключительными коннотациями для Тулузы являются алкогольная, темпоральная и профессиональная. Алкогольная представлена в названии заведения питания *Brut*, которое имеет дополнительное коннотативное значение - название алкогольного напитка. Профессиональная прослеживается в названиях заведений питания – *Le bistrot du pecheur, lac du pecheur*. Темпоральная коннотация представлена в названии ресторана – *Restaurant dans le Noir? Toulouse*, которое создает ассоциацию приема пищи в темноте или ночью.

Рассмотрев все коннотации названий заведений питания, мы выделили универсальную типологию коннотативных значений:

- пищевая,
- эмоциональная,
- географическая,
- профессиональная,
- темпоральная,
- алкогольная,
- производственная,
- мифологическая,
- религиозная
- цветовая.

Все коннотации можно отнести к нейтральным и положительным, отрицательных коннотаций не выявлено. Данный подход к названиям заведений питания логичен, поскольку их основная функция – прагматическая, которая может быть реализована через положительные или нейтральные коннотации.

Ассоциативные ряды названий заведений питания в русском, английском и французском языках были рассмотрены на материале данных проекта «Сеть словесных ассоциаций».

В русском языке, по данным названий заведений питания в городе Тюмени, выявлены следующие ассоциативные ряды, связанные с посещением заведений питания – трапезная, морской, оливковый, крупица, водка, мед, ковш, брага, настойка, ром, самогон, огурец, закуска, застолье, квас, кувшин, вино, вина, бутылка, поднос, кабак, чеснок, яство, блюдо, сухарь, кружка, тост, фляжка, скатерть, напиток, хмельной, винный, виноградный, пенный, грузинский, рюмка, ресторан, пиво, угощение, яство, пир, гостеприимство, кушанье, застолье, пиршество, банкет, закуска, празднество, блюдо, шампанский, гостеприимный, свадебный, туристический. Некоторые названия (*Самеба* и *Теразие*) не имеют ассоциаций в русском языке, так они являются заимствованы из грузинского и сербского языков. Часть названий имеют ассоциации, не связанные с процессом приема пищи, что подтверждает факт того, что современные заведения питания являются не только местом для питания, но и выполняют коммуникативную функцию – общение. К такого рода заведениям относятся следующие:

Ресторан *Дягилев* – ассоциации – *балетный, опера, композитор, искусство* и т.п.

Ресторан *Счастье* – ассоциации – *процветание, благополучие, блаженство* и т.п.

Данный тип названий воздействует на потенциального потребителя через эмоциональную сферу, не связанную с питанием. В первом случае название представляет собой прецедентное имя, которое ассоциативно не воспринимается местом для приема пищи, а является неким символом принадлежности к русской культуре, следовательно, выполняет второй аспект прагматической функции заведений питания – место для коммуникации – встреч с коллегами, гостями, друзьями, деловых обедов, свиданий, торжественных мероприятий. Во втором случае, происходит переход абстрактного понятия в материальное – счастье

становится в первую очередь местом для коммуникации, а приему пищи отводится второстепенная роль.

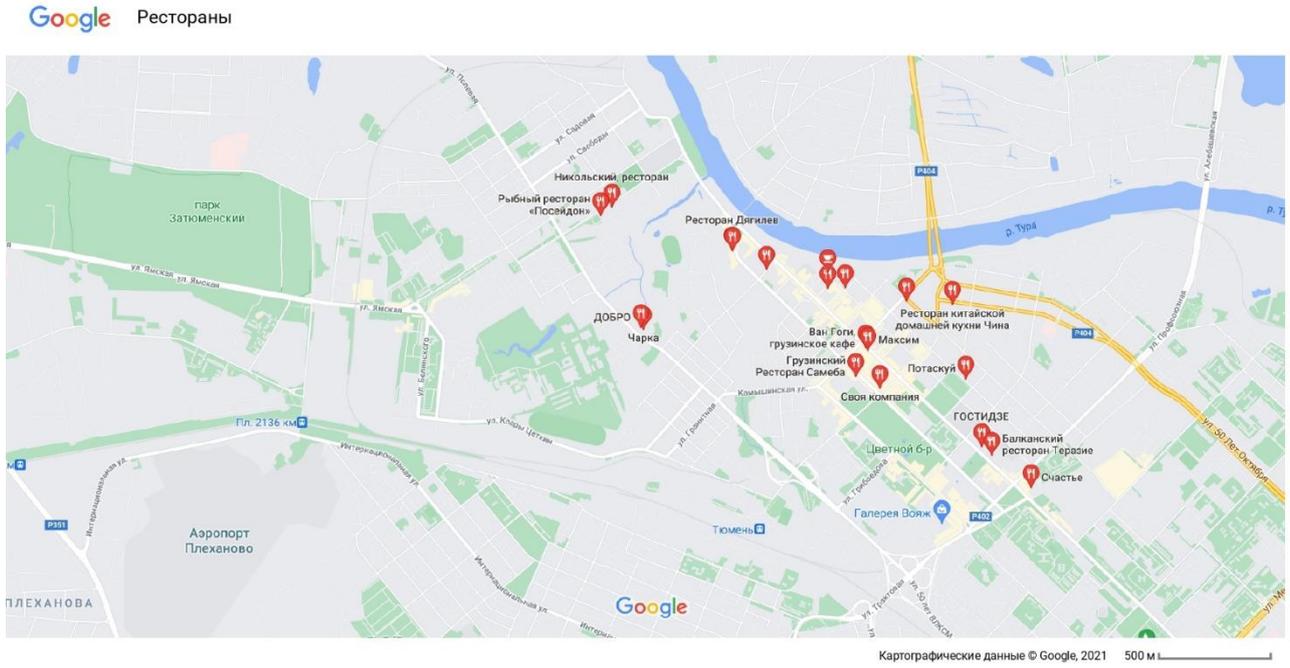


Рис. 19. Карта города Тюмени с указанием ресторанов

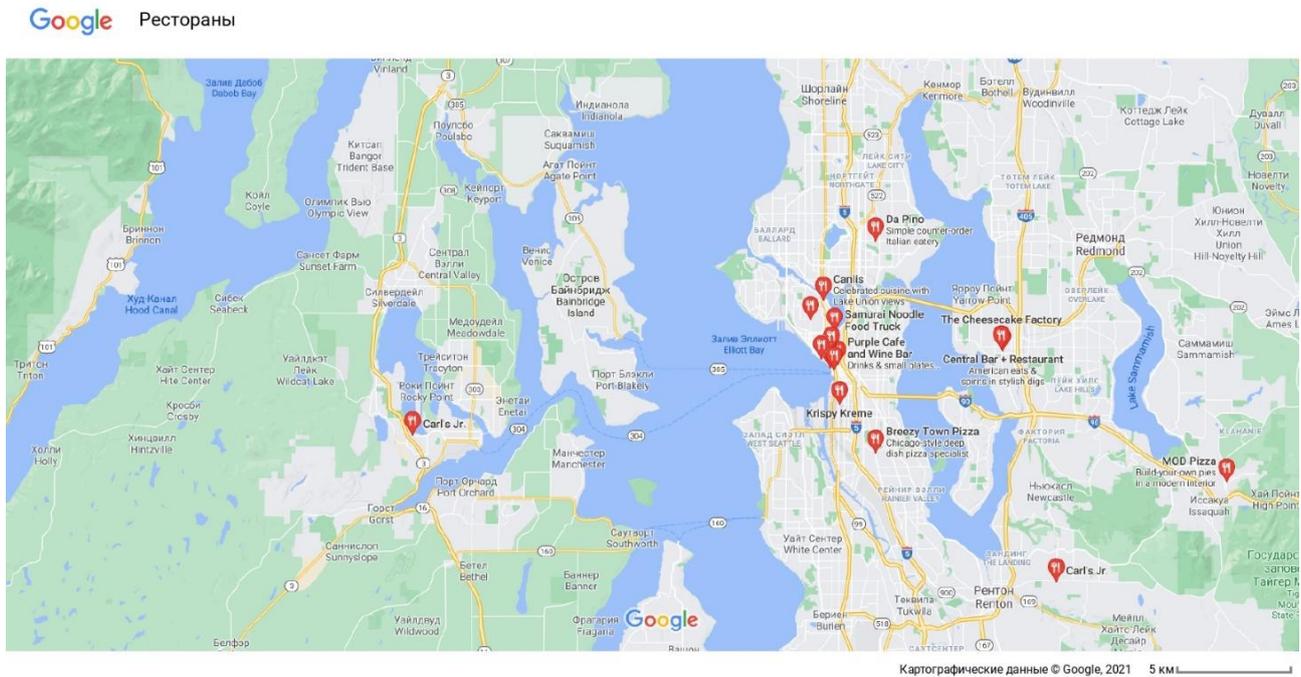


Рис. 20. Карта города Сизгла с указанием ресторанов

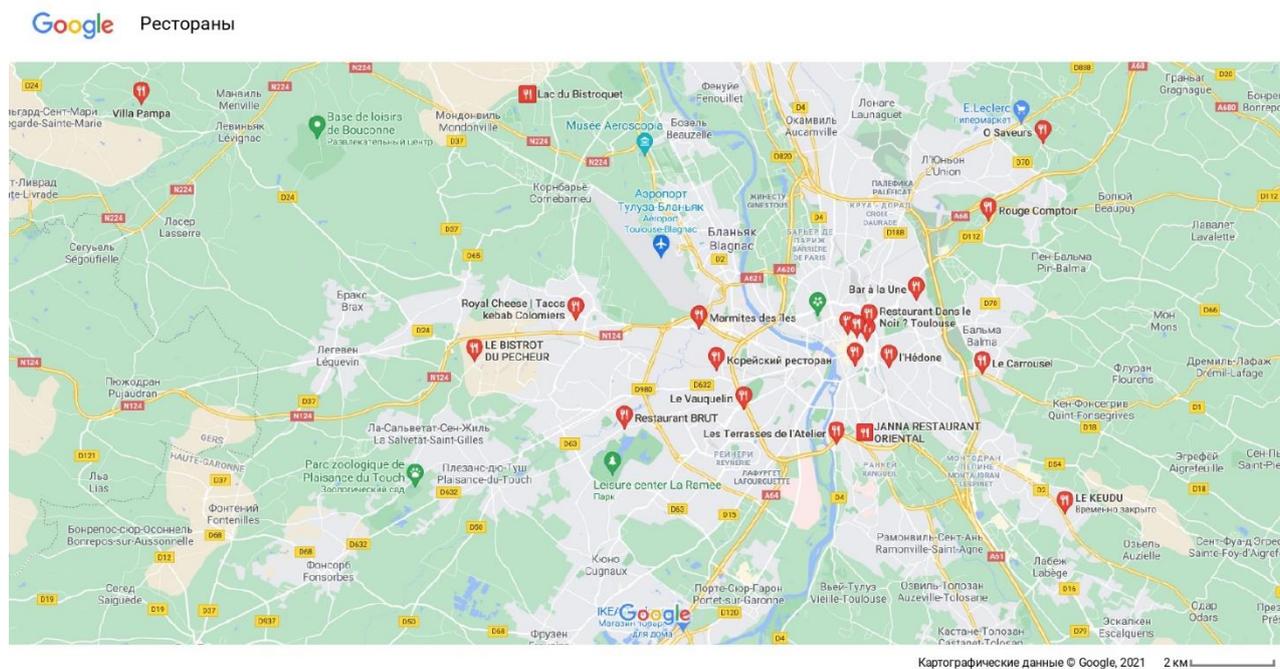


Рис. 21. Карта города Тулузы с указанием ресторанов

Таким образом, мы проанализировали новые названия заведений питания в г. Тюмени, г. Сиятле и г. Тулузе и выявили следующие закономерности – упрощение, метафоризация и метонимизация. В общей массе названий заведений питания доминируют одно, двух или трехкомпонентные названия, гибридные названия единичны. В каждом городе выявлены многочисленные метонимические и метафорические названия. Данная тенденция объясняется тем, что в обществе наблюдается высокий уровень неопределенности и необычные названия в данном случае отталкивают, а не привлекают. Другая тенденция в названиях заведений питания относится к использованию метафорических названий. Подобные названия способствуют снижению уровня тревожности у адресата, развлекают, создают образ заведения как места встречи друзей или уютного места, где можно скрыться от посторонних. В данном случае через название заведения номинатор создает образ другой безопасной реальности.

Выводы по 2 главе

Проведенное исследование продемонстрировало большую долю изоморфизма русского, английского и французского языков в сфере номинации заведений питания.

Описаны семантические параметры названий заведений питания в русском, английском и французском языках и выявлены следующие тематические группы: Прецедентное имя собственное; Географическая тематика; Личные имена людей (антропонимы); Гастрономические наименования; Фразеологизмы и устойчивые словосочетания; Бытовые предметы; Профессии и титулы; Цвета и Цифры. Выявленные тематические группы названий заведений питания можно отнести к лексическим универсалиям, так как они присутствуют во всех исследуемых языках.

К продуктивным способам образования названий относятся метафора, метонимия, олицетворение, заимствование, морфологический и лексико-семантический способы. К непродуктивным – гибридизация. В русском языке в отличие от английского и французского языков активно используются морфологические способы. В названиях в русском и французском языках большая доля заимствований из английского языка. В английском языке уровень заимствованных слов в названиях заведений питания незначителен. В английском и французском языках активно используется метонимия в названиях заведений, в русском – метафора.

В исследовании мы также рассмотрели гибридизацию в названиях заведений и выявили следующую картину. В г. Тюмени выявлено 1250 названий заведений общественного питания, среди которых 556 (около 40%) названий относятся к гибридным. В г. Сиэтле методом сплошной выборки мы выявили 2300 названий заведений питания, среди которых 696 названий составляют гибридные названия. Всего 30% являются названиями, созданными с использованием иноязычных компонентов и неязыковых графических элементов. В г. Тулузе мы выявили 1650 названий, среди которых 413 (около

20%) составляют гибриды. Были выявлены морфологические, синтаксические, словообразовательные и графические гибриды. Данный способ образования был весьма популярен у номинаторов, но после начала пандемии Covid19 новых гибридных названий не было выявлено.

В результате анализа прагматических параметров названий кафе, ресторанов и других заведений питания в г. Тюмени, г. Сиэтле и г. Тулузе было выявлено шестнадцать универсальных типов прагматического воздействия номинатора на посетителя через название заведения. К алломорфизму русского, английского и французского языков в сфере прагматики заведений питания относятся частотное использование ассоциации маленького уютного кафе в названиях г. Тулузы, ассоциация быстрого приготовления блюд в г. Сиэтле и ассоциация статуса заведения через использование многочисленных прецедентных имен в г. Тюмени. Кроме того, были рассмотрены тексты меню заведений питания в русском, английском и французском языках и их взаимосвязь с названиями заведений. Сделан вывод о том, что использование в тексте меню названия заведения усиливает прагматический эффект.

Языковое разнообразие названий заведений питания г. Тюмени, г. Сиэтла и г. Тулузы демонстрирует представленность многочисленных индоевропейских языков и косвенно отражает языковое разнообразие человечества. Значимое место в языковом разнообразии заведений питания в русском и французском языках занимает английский язык как глобальный язык коммуникации. Национальные языки также активно используются – в г. Тюмени номинаторы используют украинский, узбекский, татарский, армянский языки; в г. Сиэтле – гавайский; в г. Тулузе – окситанский и каталанский языки. Названия заведений питания в г. Тюмени и г. Сиэтле включают двадцать два иностранных языка в каждом городе, в г. Тулузе – тринадцать.

После начала пандемии в названиях заведений питания наступил новый этап их эволюции, характеризующийся отказом от гибридных названий в пользу метафорических и метонимических названий (табл. 6).

Табл. 6. Изоморфизм и алломорфизм в номинации заведений питания в русском, английском и французском языках

Изоморфизм	Алломорфизм
<p>В области семантики выявлены общие тематические группы названий заведений питания в русском, английском и французском языках - Прецедентное имя собственное; Географическая тематика; Личные имена людей; Гастрономические наименования; Фразеологизмы и устойчивые словосочетания; Бытовые предметы; Профессии и титулы; Цвета и Цифры. Больше трети всех названий заведений питания в русском (40%), английском (48,9%) и французском (39,3%) языках занимают гастрономические наименования. Около 10% названий заведений питания в русском, английском и французском языках относятся к наименованиям бытовых предметов.</p>	<p>В названиях заведений питания в русском языке в отличие от английского и французского языков активно используются личные имена людей (11,2%), прецедентные имена собственные (7,6%), флора и фауна (8,2%). В английском языке около половины названий заведений питания относятся к гастрономическим наименованиям (48,9%). Во французском языке в названиях заведений питания в отличие от английского и русского языка широко представлены наименования, относящиеся к литературе и кинематографу (12,1%), зданиям и сооружениям (9,1%).</p>
<p>Все заведения питания в русском, английском и французском языках обладают определенной долей прагматичности. В области прагматики определены шестнадцать универсальных типов прагматического воздействия названия на потенциального посетителя заведения, которые выявлены во всех исследуемых языках. Главной прагматической доминантой названий заведений питания в русском, английском и французском языках является – гастрономия.</p>	<p>В номинации заведений питания в русском языке доминируют домашние, культурные и вкусовые типы прагматического воздействия. В отличие от русского языка прагматическими доминантами названий заведений питания в английском языке являются культура, время и вкус. К прагматическим доминантам во французском языке можно отнести размер, родство, производство, культура и дом. Главным отличием названий заведений питания во французском языке является большое количество «маленьких» и «производственных» названий.</p>

Продолжение таблицы 6

<p>К продуктивным способам образования названий заведений питания во всех исследуемых языках относятся метафора, метонимия, олицетворение, заимствование, морфологический, лексико-семантический способы. К непродуктивным – гибридизация.</p>	<p>В русском языке в отличие от английского и французского языков активно используются морфологические способы в номинации заведений питания. В названиях в русском и французском языке выявлена большая доля заимствований из английского языка. В английском языке уровень заимствованных слов в названиях заведений питания незначителен. В английском и французском языках активно используется метонимия в названиях заведений, в русском – метафора.</p>
<p>В названиях заведений питания в русском, английском и французском языках выявлены морфологические, синтаксические, словообразовательные и графические гибриды.</p>	<p>Соотношение гибридных названий к негибридным различается в русском (около 40%), английском (около 30%) и французском (около 20%) языках. Наибольшее количество гибридных названий выявлено в русском языке.</p>
<p>В названиях заведений питания в русском, английском и французском языках выявлено использование иностранных и национальных языков.</p>	<p>Названия заведений питания в русском и английском языках включают двадцать два иностранных языка, в г. Тулузе – тринадцать. Кроме того, в номинации используются национальные языки. В русском языке выявлено использование украинского, узбекского, татарского, армянского и т.п.; в английском – гавайского, во французском – окситанского и каталанского.</p>

Заключение

Названия заведений питания (далее НЗП) представляют собой значимый пласт лексики, динамично развивающийся и подверженный политическим, социальным, культурным и языковым влияниям. На наш взгляд, это один из наиболее подходящих материалов для изучения современного состояния языка. Разные названия заведений питания функционируют по-разному – некоторые существуют очень непродолжительное время, другие – несколько лет, третьи – десятилетиями, четвертые – «кочуют» из одного города в другой и «завоевывают» все большие и большие территории (Макдональдс, Сабвей, Бургер Кинг и т.п.).

Составлена карта аспектов изучения названий заведений питания и описана их мотивированность, социокультурная обусловленность, специфика языковой игры, гибридизация и подверженность влиянию экономических и политических изменений. Исследуемые названия функционируют в городском пространстве, несут в себе информацию, направленную на формирование намерения посетить определенное заведение, обусловлены социальным контекстом и социально-адаптированы. Исследование продемонстрировало взаимообусловленность этносферы, социосферы и семиосферы в названиях заведений питания в русском, английском и французском языках.

Язык как социальное явление подвержен влиянию социальных процессов в большей степени на лексическом уровне. Результаты нашего исследования продемонстрировали смену парадигмы в номинации заведений питания в русском, английском и французском языках вследствие длительного локдауна – гибридные названия уступили место метафорическим и метонимическим.

Были описаны и проанализированы наименования заведений питания, функционирующие в г. Тюмени, г. Сиэтле и г. Тулузе в период с 2019 по 2021 гг. Каждое имя заведения питания являет собой отдельный текст в русском, английском и французском языках. Общий корпус изученных названий составил 5200 лексических единиц.

Семантика НЗП в русском, английском и французском языках имеет универсальные черты, а также демонстрирует изоморфизм и алломорфизм исследуемых языков. Продуктивными способами образования названий заведений питания во всех исследуемых языках являются метафорический и метонимический переносы, заимствование и морфологические способы. К непродуктивным относится гибридизация. В этом проявляется изоморфизм исследуемых языков. Рассмотрев тематические группы названий заведений питания в русском, английском и французском языках, мы пришли к выводу, что они могут относиться к общим семантическим универсалиям. Общим семантическим фундаментом для трех языков в аспекте номинации заведений питания является культура, флора, фауна, а также названия блюд или напитков, топонимы, прецедентные имена, бытовые предметы.

Прагматические параметры названий заведений питания являются наиболее значимыми для номинатора. В результате комплексного изучения названий заведения питания было выявлено три степени прагматического эффекта названия на посетителя. Первая степень прагматического эффекта реализуется через логично мотивированное название. Вторая степень достигается через повторение названия на других компонентах заведения (обеденных столах, салфетках, витринах, меню и т.п.). Наибольший эффект достигается через указание названия заведения в его меню. Третья степень прагматического эффекта реализуется через отзывы посетителей. В данном случае, заголовок отзыва выступает характеристикой самого заведения. Положительные отзывы значительно усиливают степень воздействия названия на потенциального посетителя. Описано шестнадцать универсальных типов прагматического воздействия номинатора на посетителя через название заведения.

К алломорфизму русского, английского и французского языков в сфере прагматики заведений питания относятся частотное использование ассоциации с маленьким уютным кафе в названиях г. Тулузы, ассоциации с быстрым

приготовлением блюд в г. Сиэтле и использование прецедентных имен в г. Тюмени.

В русском языке важное значение имеют ассоциации с домом, родственными узами и спортом. В данном случае номинатор использует потребность потенциального посетителя в домашнем уюте, тем самым апеллируя к его чувствам и «обещая» удовлетворить эту потребность. Спортивные ассоциации нацелены на определенную публику (болельщиков и спортсменов) и создают образ спортивного клуба «для своих».

В английском языке широко применяются ассоциации с США, американской культурой жизни и скоростью (быстротой). Ассоциации с Америкой используются номинаторами для того, чтобы привлечь с одной стороны туристов, желающих попробовать национальную кухню, а с другой стороны – апеллируют к патриотизму жителей города. Ассоциации скорости используются для демонстрации посетителю возможности быстро перекусить в определенном заведении.

Во французском языке выявлено активное использование ассоциации с размером (маленький/уютный) и производством. Ассоциации размера используются с целью создания атмосферы уюта (в случае «*petit*») и широты охвата (в случае «*grande*»). Ассоциация с производством используется для создания образа изысканной французской кухни.

Анализ показал, что способы воздействия на потенциального посетителя через названия заведений питания осуществляется на основе использования общечеловеческих потребностей (дом, близкие люди, здоровая и качественная еда) и ценностей (культура, профессионализм и т.п.), которые схожи в русском, английском и французском языках. Их можно отнести к семантическим фреквенталиям. Различия в способах воздействия проявляются в использовании атрибутов национальной идентичности и специфике языковых контактов номинатора и потенциального потребителя, а также языковой палитре отдельного города. Кроме того, большое значение имеет национальная

самоидентификации номинатора, которая выражается в использовании в названиях определенных национальных стереотипов и традиций приема пищи.

Изучена специфика функционирования иноязычных заимствований в названиях заведений питания г. Тюмени, г. Сиэтла и г. Тулузы, которые фиксируют широту и количество языковых контактов городских жителей. Языковое разнообразие названий заведений питания г. Тюмени представлено значительным количеством лексических единиц на двадцати двух языках. Наибольшее количество иностранных лексических единиц на английском языке. В г. Сиэтле также выявлены заимствования из двадцати двух языков. В г. Тулузе – из тринадцать языков.

Составлена типология гибридных названий заведений общественного питания, рассмотрены гибридные названия заведений питания, их специфика, основные типы и свойства. Гибридизация является показателем глобализации русского, английского и французского языков как мировых языков. В связи с тем, что английский язык на протяжении длительного времени сохраняет статус глобального языка, это отразилось в названиях заведений в русском и французском языках. Многочисленные гибридные названия заведений питания г. Тюмени и г. Тулузы созданы с использованием английского языка.

После начала пандемии Covid19 произошли значительные изменения в семантике и прагматике названий заведений питания в русском, английском и французском языках. Прагматика названий реализуется в первую очередь через ассоциации с курортной и национальной кухней, топонимами и туристическими поездками. Данная смена ориентиров обозначила новый этап в номинации заведений питания – уход от глобализации и возвращение к национальной культуре.

Таким образом, проведенное исследование подтвердило выдвинутую гипотезу: действительно все названия заведений питания являются полностью мотивированными в русском, английском и французском языках.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алистанова, Ф.Ф. Эргонимы современного русского языка как микросистема: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Алистанова Фарида Фажрудиновна. – Махачкала, 2011. – 179 с.
2. Амирова, Р.М. Функционирование коммерческих эргонимов города Казани в условиях двуязычия / Р.М. Амирова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2016. – №. 3-1 (57) – С. 74-77.
3. Антонова, С.Н. Функционально-игровой аспект становления компьютерного дискурса (на материале английских и русских журнальных статей о компьютерных технологиях): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20 / Антонова Светлана Николаевна. – Тюмень, 2004. – 210 с.
4. Арутюнова, Н.Д. Номинация, референция, значение / Н.Д. Арутюнова // Языковая номинация (Общие вопросы) / отв. ред. Б.А. Серебренников, А.А. Уфимцева. – М.: Наука, 1977. – С. 188-206.
5. Багирова, Е.П. Языковой имидж современного города: (на материале топонимов и эргонимов г. Тюмень) / Е.П. Багирова, Э.О. Гаврикова // Вестник Тюменского государственного университета. Гуманитарные исследования. Humanitates. – 2015. – Т. 1. – № 4 (4). – С. 43-55.
6. Балли, Ш. Общая лингвистика и вопросы французского языка / Ш. Балли. – М.: Издательство иностранной литературы, 1955. – 416 с.
7. Беликов, В.И. Социолингвистика: учебник для бакалавриата и магистратуры / В.И. Беликов, Л.П. Крысин. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 337 с.
8. Белова, С.С. Номинативная и этимологическая игра в художественном дискурсе (на материале произведений Джеймса Джойса и Велимира Хлебникова): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20 / Белова Светлана Сергеевна. – Тюмень, 2004. – 26 с.
9. Белозерова, Н.Н. Когнитивные модели дискурса: учебное пособие для студентов и аспирантов лингвистических и филологических факультетов

высших учебных заведений / Н.Н. Белозерова, Л.Е. Чуфистова. – Тюмень: Тюменский государственный университет, 2013. – 256 с.

10. Белозерова, Н.Н. Прагматические доминанты текста регионального меню / Н.Н. Белозерова, А.А. Исакова // Вестник Тюменского государственного университета. Гуманитарные исследования. Humanitates. – 2020. – Т. 6. – № 4 (24). – С. 24-47.

11. Белозерова, Н.Н. Семиолингвистические аспекты интегративной поэтики (на материале русских, английских и ирландских художественных текстов): дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.20 / Белозерова Наталья Николаевна. – Тюмень, 2001. – 352 с.

12. Белозерова, Н.Н. Эколингвистика: в поисках методов исследования / Н.Н. Белозерова, Н.В. Лабунец. – Тюмень: Изд-во Тюменского государственного университета, 2012. – 256 с.

13. Беспалова, А.В. Структурно-семантические модели эргонимов и их употребление в современном английском языке (на материале названий компаний): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Беспалова Алла Васильевна. – Одесса, 1984. – 16 с.

14. Блинова, О.И. Внутренняя форма слова: мифы и реальность / О.И. Блинова // Вестник Томского государственного университета. Филология. – 2012. – №. 4 (20). – С. 5-11.

15. Блинова, О.И. Мотивология и ее аспекты / О.И. Блинова // Вестник Томского государственного университета. – 2003. – № 277. – С. 29-32.

16. Боваева, Г.М. Исследование эргонимов городского ономастикона / Г.М. Боваева, Т.В. Бураева, Э. О. Г. Дальдинова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2019. – №. 1. – С. 84-87.

17. Болдырев, Н.Н. Социокультурный контекст интерпретации мира и формирования дискурса / Н.Н. Болдырев, О.Г. Дубровская // Известия Российской академии наук. Серия литературы и языка. – 2016. – Т. 75. – № 1. – С. 29-39.

18. Болдырев, Н.Н. Языковые категории как формат знания / Н. Н. Болдырев // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2006. – № 2 (7). – С. 5-22.
19. Бондалетов, В.Д. Русская ономастика: Учебное пособие для студентов педагогических институтов по специальности – 2101 «Русский язык и литература» / В.Д. Бондалетов. – М.: Просвещение, 1983. – 224 с.
20. Букчина, Б.З. Слово на вывеске / Б.З. Букчина, Г.А. Золотова // Русская речь. – 1968. – № 3. – С. 49-56.
21. Булатова, А.В. Нейминг и городская среда (на примере названий кафе и ресторанов города Екатеринбурга) / А.В. Булатова, Е.А. Ярославцева // Культурологические чтения – 2016: материалы международной научно-практической конференции (16-19 марта 2016, г. Екатеринбург, Россия). – Екатеринбург: УрФУ, 2016. – С. 194–198.
22. Бутакова, Е.С. Лингвистическая креативность в Томской эргонимии / Е. С. Бутакова // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2013. – № 3 (131). – С. 146-152.
23. Бутакова, Е.С. Эргонимы иноязычного происхождения в коммуникативном пространстве города: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Бутакова Екатерина Сергеевна. – Томск, 2013. – 26 с.
24. Вайнрайх, У. Языковые контакты / У. Вайнрайх. – Киев: Вища школа. Изд-во при Киевском университете, 1979. – 263 с.
25. Вепрева, И.Т. Эргонимы Екатеринбурга в коммуникативно-прагматическом аспекте / И.Т. Вепрева // Этнолингвистика. Ономастика. Этимология. – Екатеринбург, 2019. – С. 70-72.
26. Витгенштейн, Л. Философские исследования / Л. Витгенштейн // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. 16. – М., 1985. – С 79 – 128.
27. Гак, В.Г. К типологии лингвистических номинаций / В.Г. Гак // Языковая номинация (Общие вопросы). – М.: Наука, 1977. – С. 230-294.
28. Голев, Н.Д. Внутренняя форма слова как предмет мотивологии и дериватологии: антиномический анализ / Н.Д. Голев // Актуальные проблемы

мотивологии в лингвистике XXI в. – Томск: Национальный исследовательский Томский государственный университет, 2012. – С. 14-27.

29. Голев, Н.Д. Некоторые проблемы лексической и словообразовательной мотивации (к построению теории количественной мотивологии) / Н.Д. Голев // Человек - коммуникации - текст. - Вып. 1. - Человек в свете его коммуникативного самосуществования / Под ред. А.А. Чувакина. – Барнаул: Изд-во АГУ, 1997. – С. 90-97.

30. Голев, Н.Д. О семантических типах мотивационных отношений / Н.Д. Голев // Вопросы словообразования в индоевропейских языках (форма и значение). – Томск: Изд-во ТГУ, 1985. – С. 31-42.

31. Голев, Н.Д. О соотношении семантических и мотивировочных признаков / Н. Д. Голев // Вопросы языкознания и сибирской диалектологии. – Томск, 1977. – Вып. 7. – С. 21–26.

32. Голев, Н.Д. Стихийная узуализация номинативных единиц / Н.Д. Голев // Известия Уральского государственного университета. – 2001. – № 21. – С. 99-101.

33. Голомидова, М.В. Искусственная номинация в русской ономастике / М. В. Голомидова. – Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 1998. – 232 с.

34. Голомидова, М.В. Современная урбанонимическая номинация: стратегические подходы и практические решения / М. В. Голомидова // Вопросы ономастики. – 2017. – Т. 14. – № 3. – С. 185-203.

35. Голомидова, М.В. Урбанонимы как ресурс управления восприятием городского пространства / М. В. Голомидова // Коммуникативные исследования. – 2019. – Т. 6. – № 1. – С. 11-30.

36. Гридина, Т. А. Языковая игра: стереотип и творчество / Т. А. Гридина – Екатеринбург: Урал. ГПИ, 1996. – 215 с.

37. Гридина, Т.А. Ассоциативный потенциал слова и его реализация в речи. Явление языковой игры: дис. ...д-ра филол. наук: 10.02.01 / Гридина Татьяна Александровна. – М.: 1996. – 566 с.

38. Гридина, Т.А. Произвольная мотивация как механизм языковой игры / Т.А. Гридина // Известия Уральского университета. – 2000. – № 17. – С. 51-56.
39. Гумбольдт, В. Избранные труды по языкознанию / В. Гумбольдт; пер. с нем. с предисл. Рамишвили Г.В. и послесл. Гулыги А.В. и Звегинцева В.А. – М., 1984. – 397 с.
40. Емельянова, А.М. Эргонимы в лингвистическом ландшафте полиэтнического города (на примере названий деловых, коммерческих, культурных, спортивных объектов г. Уфы): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Емельянова Аксана Михайловна. – Уфа, 2007. – 170 с.
41. Зализняк, Анна А. Семантическая деривация в синхронии и диахронии: проект «Каталога семантических переходов» / Анна А. Зализняк // Вопросы языкознания. – 2001. – № 2. – С. 13-25.
42. Замальдинов, В.Е. Новообразования-гибриды как проявление языковой игры в текстах СМИ / В.Е. Замальдинов // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2016. – № 1. – С. 210-214.
43. Земская, Е.А. Языковая игра. Русская разговорная речь / Е.А. Земская, М.В. Китайгородская, Н.Н. Розанова. – М.: Наука, 1983. – С. 172–214.
44. Земскова, С.В. Лексико–семантический и словообразовательный анализ эргонимов г. Тольятти Самарской области Российской Федерации: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Земскова Светлана Владимировна. – Самара, 1996. – 20 с.
45. Изотов, В.П. Параметры описания системы способов русского словообразования: монография / В.П. Изотов. – Орел: Орловский государственный университет, 1998. – 149 с.
46. Ирисханова, О.К. О языковой гибридизации, лексических гибридах и фокусе внимания / О.К. Ирисханова // Вестник МГЛУ, серия «Языкознание». – Выпуск 24 (603). – М.: РЕМА, 2010. – С.27-44.
47. Исакова, А.А. Гибридные наименования кафе и ресторанов Тюмени, Сиэтла и Тулузы / А.А. Исакова // Вестник Тюменского государственного

университета. Гуманитарные исследования. *Humanitates*. – 2019. – Т. 5. – № 3 (19). – С. 38-51.

48. Исакова, А.А. Названия заведений питания в языковом ландшафте города / А.А. Исакова // Традиционная культура в современном мире. История еды и традиции питания народов мира: Материалы V Международного научно-практического симпозиума, Москва, 12–14 ноября 2020 года. – М.: Новое время, 2021. – С. 172-177.

49. Исакова, А.А. Социокультурный аспект названий заведений питания в русском, английском и французском языках / А.А. Исакова // Русский лингвистический бюллетень. – 2021. – № 4 (28). – С. 39-43.

50. Исакова, А.А. Специфика гибридных названий городских заведений питания / А.А. Исакова // Язык. Культура. Перевод. Коммуникация: сборник научных трудов. – Выпуск 3. – М.: «КДУ», «Университетская книга», 2020. – С. 102-106.

51. Исакова, А.А. Типология гибридных названий заведений общественного питания (на материале названий заведений питания в русском (г. Тюмень), английском (г. Сиэтл) и французском (г. Тулуза) языках) / А.А. Исакова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2021. – Т. 14. – № 4. – С. 1313-1319.

52. Исакова, А.А. Функции названий заведений питания в языковом ландшафте города / А.А. Исакова // Севастопольские Кирилло-Мефодиевские чтения. – 2021. – № 14. – С. 106-111.

53. Исакова, А.А. Языковая игра в названиях заведений питания в русском, английском и французском языках / А.А. Исакова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2021. – Т. 14. – № 12. – С. 3997-4004.

54. Кадоло, Т.А. Анализ эмоциональной окраски наименований городских торговых объектов (на материале эмпоронимов г. Абакана) / Т.А. Кадоло // Вестник Томского государственного педагогического университета. – Томск, 2011. – № 3 (105). – С. 10-15.

55. Капанадзе, Л.А. Лексика города (к постановке проблемы) / Л.А. Капанадзе, Е.В. Красильникова // Способы номинации в современном русском языке. – М., 1982. – С. 282-295.
56. Касаткина, С.С. Семиотический подход к исследованию города как системы / С.С. Касаткина // Философская мысль. – 2017. – № 6. – С. 101–110.
57. Качалкова, Ю.А. Урбанонимическое пространство современного Екатеринбурга (официальные названия) / Ю.А. Качалкова // Вопросы ономастики. – 2013. – № 1 (14). – С. 88-104.
58. Кириленко, С.А. Культурная унификация в сфере питания как отражение функционализации телесного опыта / С.А. Кириленко // Альманах «Studia culturae». – Выпуск 3. – №3 – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургское философское общество, 2002. – С. 111-125.
59. Кирсанова, Е.М. Прагматика единиц семантического поля «ПИЩА»: системный и функциональный аспекты (на материале английского и русского языков): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20 / Кирсанова Елена Митрофановна. – М., 2009. – 294 с.
60. Коновалова, Ю.О. Языковая игра в современной русской разговорной речи: монография / Ю.О. Коновалова. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2008. – 196 с.
61. Косых, Е.А. Русская ономазиология: учебное пособие / Е.А. Косых. – Барнаул: Алтайская государственная педагогическая академия, 2013. – 118 с.
62. Красильникова, Е.В. Инвентарь морфем / Е.В. Красильникова // Способы номинации в современном русском языке. – М., 1982. – С. 133–158.
63. Красильникова, Е.В. Язык города как лингвистическая проблема / Е.В. Красильникова // Живая речь уральского города. – Свердловск, 1988. – С. 5–18.
64. Кронгауз, М.А. Вторичная номинация и языковая игра / М.А. Кронгауз // Актуальные проблемы современного словообразования: материалы международной научной конференции, Кемерово, 01–03 июля 2009 года / Под

общей редакцией Л.А. Араевой. – Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2009. – С. 251-257.

65. Крыжановская, В.А. Эргонимы с элементами графической трансформации: структурно-семантический и прагматический аспекты: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Крыжановская Валентина Александровна – Краснодар, 2017. – 241 с.

66. Крюкова, И.В. Волгоградская эргонимия в диахроническом аспекте / И.В. Крюкова // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание. – 2007. – № 6. – С. 21-26.

67. Крюкова, И.В. Имена собственные в городской лингвокультуре: направления исследований / И.В. Крюкова // Городской ономастикон: материалы международного научно-теоретического онлайн-семинара молодых исследователей, Волгоград, 1 января – 31 января 2015 года. – Волгоград: Издательство ВГПУ "Перемена", 2015. – С. 4-11.

68. Крюкова, И.В. Имена собственные в макро- и микросоциуме: монография / И.В. Крюкова, О.В. Врублевская, О.В. Кирпичева. – Волгоград: Издательство ВГПУ "Перемена", 2016. – 168 с.

69. Крюкова, И.В. Прагматика онима: направления исследований и методика анализа / И.В. Крюкова // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2011. – № 8 (62). – С. 139-143.

70. Крюкова, И.В. Рекламное имя: от изобретения до прецедентности / И.В. Крюкова. – Волгоград: Издательство ВГПУ "Перемена", 2004. – 286 с.

71. Крюкова, И.В. Социолингвистические аспекты ономастических исследований: постановка проблемы / И.В. Крюкова // Вопросы филологии. – 2014. – № 2 (47). – С. 30-35.

72. Крючкова, М.Я. Многокомпонентные эргонимы в аспекте орфографии: проблема совершенствования нормы правописания: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Крючкова Маргарита Яковлевна. – Волгоград, 2003. – 19 с.

73. Кубрякова, Е.С. Теория номинации и словообразование / Е.С. Кубрякова // Языковая номинация: Виды наименований. – М., 1977. – С. 222-304.

74. Курбанова, М.Г. Эргонимы современного русского языка (семантика и прагматика): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Курбанова Малика Гумаровна. – Волгоград, 2014. – 190 с.

75. Курбанова, М.Г. Эргонимы современного русского языка: семантика и прагматика: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Курбанова Малика Гумаровна. – Волгоград, 2015. – 23 с.

76. Кустова, Г.И. Когнитивные модели в семантической деривации и система производных значений / Г.И. Кустова // Вопросы языкознания. – 2000. – № 4. – С. 85-109.

77. Лабов, У. Единство социолингвистики / У. Лабов // Социально-лингвистические исследования. – М., 1976. – Т. 28. – С. 174-176.

78. Лебедева, Е.В. Коммуникативное пространство городской среды: перспективы и направления исследования / Е.В. Лебедева // Журналістыка–2014: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 16–й міжнар. навук. – практ. канф. – Мінск, 2014. – С. 186–189.

79. Лингвистический энциклопедический словарь (ЛЭС) / главный редактор В.Н. Ярцева. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – 685 с.

80. Лотте, Д.С. Некоторые принципиальные вопросы отбора и построения научно-технических терминов / Д.С. Лотте. – М.-Л.: Издательство Академии наук СССР, 1941. — 26 с.

81. Маслоу, А.Х. Мотивация и личность: монография / А.Х. Маслоу. Пер. с англ. А.М. Татлыбаева. – СПб: Евразия, 1999. – 478 с.

82. Матвеев, А.К. Тенденции и практики в современной российской урбономинации / А.К. Матвеев // Вопросы ономастики. – 2009. – № 7. – С. 100-105.

83. Матвеев, А.К. Эволюционные процессы в ономастике / А. К. Матвеев // Вопросы ономастики. – 2008. – № 2 (6). – С. 130-136.

84. Михайлюкова, Н.В. Тексты городских вывесок как особый речевой жанр (на материале языка г. Владивостока): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Михайлюкова Наталья Владимировна. – Владивосток, 2013. – 27 с.
85. Нахимова, Е.А. Прецедентные имена в массовой коммуникации / Е.А. Нахимова. – Екатеринбург: УрГПУ, 2007. – 207 с.
86. Никонов, В.А. Имя и общество / В.А. Никонов. – М.: Наука, 1974 – 280 с.
87. Новичихина, М.Е. Как вы фирму назовёте. / М.Е. Новичихина. – Москва: АСТ: Восток-Запад, 2007. – 160 с.
88. Новичихина, М.Е. Теоретические проблемы исследования эффективности коммерческой номинации: автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.19 / Новичихина Марина Евгеньевна. – Воронеж, 2004. – 36 с.
89. Носенко, Н.В. Названия городских объектов Новосибирска: структурно–семантический и коммуникативно-прагматический аспекты: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Носенко Наталья Владимировна. – Новосибирск, 2007. – 28 с.
90. Носенко, Н.В. Языковая игра в современной эргонимической номинации / Н.В. Носенко // МНКО. – 2015. – № 2 (51). – С. 365-368.
91. Нухов, С.Ж. Языковая игра в словообразовании: На материале лексики английского языка: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.04 / Нухов Салават Жавдатович. – М., 1997. – 372 с
92. Олянич, А.В. Гастрономический дискурс / А. В. Олянич // Дискурс-Пи. – 2015. – № 2. – С. 157-160.
93. Питина, С.А. Гибридизация в эргонимах (на материале названий кафе и ресторанов) / С.А. Питина // Вестник Челябинского государственного университета. – 2018. – № 1 (411). – Выпуск 111. – С. 60–64.
94. Питина, С.А. Языковая игра в эргонимах / С.А. Питина // Слово, высказывание, текст в когнитивном, прагматическом и культурологическом аспектах. Материалы IX Международной научной конференции, Челябинск, 18-20 апреля 2018 года. – Т. 1 – 2018. – С. 184-186.

95. Платон. Собрание сочинений в четырёх томах / Общая редакция А.Ф. Лосева, В.Ф. Асмуса, А.А. Тахо-Годи. – М.: Мысль, 1990. – Т. 1. – С. 613—681.
96. Плотникова, С.Н. Языковое, дискурсивное и коммуникативное пространство / С.Н. Плотникова // Вестник ИГЛУ. – 2008. – №. 1. – С. 131–136.
97. Подольская, Н.В. Словарь русской ономастической терминологии / Н.В. Подольская. – М.: Наука, 1988. – 192 с.
98. Поливанов, Е.Д. Статьи по общему языкознанию / Е.Д. Поливанов. – М.: Наука, 1968. – 376 с.
99. Пономарева, О.Б. Когнитивное моделирование семантической VS. концептуальной деривации в субстандартной подсистеме / О.Б. Пономарева // Слово, высказывание, текст в когнитивном, прагматическом и культурологическом аспектах: материалы VIII Международной научной конференции, Челябинск, 20–22 апреля 2016 года. – Челябинск: Энциклопедия, 2016. – С. 110-115.
100. Пономарева, О.Б. Субстандартная семантическая деривация: когнитивно-коммуникативный аспект / О.Б. Пономарева, Н.Ю. Шабалина. – Тюмень: Тюменский государственный университет, 2013. – 244 с.
101. Пономаренко, И.Н. Современный эргоним: основные тенденции в нейминге / И.Н. Пономаренко, В.А. Крыжановская // Ученые записки Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского. Филологические науки. – 2019. – № 3. – С. 176–186.
102. Попова, В.Л. Номинация эргонимов в сфере межкультурной коммуникации / В.Л. Попова, А.К. Лямина // Иностранные языки: лингвистические и методические аспекты. – 2017. – №. 37. – С. 385–390.
103. Попова, Т.В. Новые словообразовательные форманты русского языка (на материале графодериватов) / Т.В. Попова // Материалы международного научного симпозиума «Славянские языки и культуры в современном мире», секция «Новые явления в славянском словообразовании: система и функционирование». – М., 2009. – С. 124–125.

104. Потебня, А.А. Мысль и язык / А.А. Потебня. – М.: Лабиринт, 2007. – 248 с.
105. Прокофьева, Т.О. Типы гибридных образований в эргонимии (на примере номинаций г. Тамбова) / Т.О. Прокофьева // Вестник Тамбовского государственного университета. Серия Гуманитарные науки. Язык. Познание. Культура. – 2015. – Выпуск 4 (144). – С. 169–177.
106. Ратникова, И.Э., Бен, Х.Т. Эргонимия белорусского и вьетнамского городов в ракурсе сопоставительной лингвокультурологии / И.Э. Ратникова, Х.Т. Бен // Ученые записки ВГУ им. П.М. Машерова. – 2018. – Т. 25. – С. 175 – 181.
107. Романкевич, М.Н. Особенности проявления языковой гибридации в названиях минских кафе и ресторанов / М.Н. Романкевич // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. – 2019. – №. 3. – С. 112–120.
108. Романова, Т.П. Проблемы современной эргонимии / Т.П. Романова // Вестник Самарского госуниверситета. Серия «Филология». – 1998. – № 1. – С. 82-90.
109. Рут, М.Э. Образная номинация в русской ономастике / М. Э. Рут. – М.: Издательство ЛКИ, 2008. – 188 с.
110. Рут, М.Э. Объект и субъект номинации: палитра соотношений / М.Э. Рут // Лингвистика креатива-4: Коллективная монография / Под ред. Т.А. Гридиной. – Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2018. – С. 136-157.
111. Санников, В.З. Русский язык в зеркале языковой игры / В.З. Санников. – М.: Школа «Языки русской культуры», 1999. – 544 с.
112. Соболева, Т.А. Товарные знаки / Т.А. Соболева, А.В. Суперанская. – М.: Наука, 1986. – 176 с.
113. Степанова, Л.А. Ресторанное меню как особый вид текста / Л.А. Степанова // Научный электронный журнал Меридиан. – 2017. – № 6. – С. 72-74.
114. Стернин, И.А. Контрастивная лингвистика. Проблемы теории и методики исследования / И.А. Стернин. – М.: АСТ: Восток-Запад, 2007. – 282 с.

115. Суперанская, А.В. Имя собственное как разряд специальной лексики / А.В. Суперанская // Материалы к серии «Народы и культуры». – Выпуск XV. Ономастика. – М., 1993. – С. 569-578.
116. Суперанская, А.В. Общая теория имени собственного / А.В. Суперанская. – М., 1973. – 367 с.
117. Супрун, В.И. Ономастическое поле русского языка и его художественно–эстетический потенциал: автореф. дис. ... д-ра. филол. наук: 10.02.01 / Супрун Василий Иванович. – Волгоград, 2000. – 76 с.
118. Табанакова, В.Д. Авторский термин: знаю, интерпретирую, перевожу / В.Д. Табанакова. – Тюмень: Тюменский государственный университет, 2013. – 208 с.
119. Табанакова, В.Д. Логическое и образное в термине / В.Д. Табанакова // Вестник Тюменского государственного университета. Гуманитарные исследования. Humanitates. – 2011. – № 1. – С. 76-81.
120. Табанакова, В.Д. Понятие научно-технического термина и требования к его определению / В.Д. Табанакова // Термин и слово: межвузовский сборник / Б.Н. Головин (отв. редактор). – Горький: Изд-во ГГУ им. Н.И. Лобачевского, 1982. – С. 24-28.
121. Телия, В.Н. Вторичная номинация и ее виды / В. Н. Телия // Языковая номинация (виды наименования). – М.: Наука, 1977. – С. 129-221.
122. Телия, В.Н. Типы языковых значений. Связанное значение слова в языке / В.Н. Телия. – М.: Наука, 1981. – 269 с.
123. Теория метафоры / перевод под редакцией Н.Д. Арутюновой, М.А. Журиной; вступительная статья и составление Н.Д. Арутюновой; автор примечаний М.А. Кронгауз. – М.: Издательская группа "Прогресс", 1990. – 511 с.
124. Трапезникова, А.А. К вопросу о классификации эргонимов / А.А. Трапезникова // Мир науки, культуры, образования. – Горно-Алтайск, 2009. – № 2 (14). – С. 68-71.

125. Фролов, Н.К. Статус микропонимии в системе топонимии / Н.К. Фролов // Вопросы ономастики. – Свердловск: УрГУ, 1982. – Вып. 15. – С. 22-31.
126. Фролов, Н.К. Универсалии в этнолингвистической интерпретации ономастикона / Н.К. Фролов, Т.В. Хвесько // Вестник Академии российских энциклопедий. – 2007. – № 4 (26). – С. 16-32.
127. Хауген, Э. Процесс заимствования контакт / Э. Хауген // Новое в лингвистике. – 1972. – Т. 6. – С. 314-382.
128. Хауген, Э. Языковой контакт / Э. Хауген // Новое в лингвистике. – Выпуск 6. – М., 1972. – С. 61-80.
129. Хвесько, Т.В. Когнитивно-прагматический аспект антропонимов в художественном дискурсе / Т.В. Хвесько, С.Ю. Третьякова // Когнитивные исследования языка. – 2019. – № 37. – С. 562-567.
130. Хвесько, Т.В. Номинация географических объектов / Т.В. Хвесько. – М.: ФЛИНТА, 2018. – 130 с.
131. Хейзинга Й. Homo ludens. В тени завтрашнего дня. / Й. Хейзинга. – М.: Прогресс, 1992. – 464 с.
132. Хомский, Н. Введение в формальный анализ естественных языков / Н. Хомский, Дж. Миллер // М.: Едиториал УРСС, 2003. – 64 с.
133. Цыплякова, К.О. К вопросу о метафоре как проявлении языковой игры в журнальной публицистике XIX века / К.О. Цыплякова // Уральский филологический вестник. Серия: Язык. Система. Личность: Лингвистика креатива. – 2012. – № 2. – С. 171-174.
134. Чанг, Х.Т.Х. Ресторанный нейминг: структурно-семантический и коммуникативно-прагматический аспекты: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Хоанг Тхи Хонг Чанг. – Томск, 2018. – 23 с.
135. Шимкевич, Н.В. Русская коммерческая эргонимия: прагматический и лингвокультурологический аспекты: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Шимкевич Николай Валерьевич. – Екатеринбург, 2002. – 179 с.
136. Шмелева, Т.В. Язык города. Наименования магазинов / Т.В. Шмелева. – Красноярск: Красноярский университет, 1989. – 40 с.

137. Шпет, Г.Г. Внутренняя форма слова. Этюды и вариации на тему Гумбольдта / Г.Г. Шпет. – М.: КомКнига, 2006. – 217 с.
138. Шурина, Ю.В. Шутка как речевой жанр: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Шурина Юлия Васильевна. – Красноярск, 1997. – 155 с.
139. Щербакова, Т.В. Искусственная номинация коммерческих предприятий (на материале тюменских наименований): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Щербакова Татьяна Владимировна. – Тюмень, 2009. – 23 с.
140. Щетинин, Л.М. Имена и названия / Л.М. Щетинин. – Ростов-на-Дону: Изд-во Ростовского университета, 1968. – 215 с. Языковая номинация: виды наименований / А.А. Уфимцева и др. – М.: Наука, 1977. – 358 с.
141. Языковая номинация: общие вопросы / А.А. Уфимцева и др. – М.: Наука, 1977. – 360 с.
142. Яковлева, Е.А. Ономастическое пространство как составная часть «языка города» и его основные единицы (на примере эргонимов г. Уфы) / Е.А. Яковлева, А.М. Емельянова // Вестник Башкирского университета. – 2006. – Т. 11. – №. 3. – С. 84–87.
143. Янценецкая, М.Н. Семантические вопросы теории словообразования / М.Н. Янценецкая. – Томск: Изд-во ТГУ, 1979. – 242 с.
144. Algeo, J. From Classic to Classy: Changing Fashions in Street Names / J. Algeo // Names. – 2015. – Vol. 63. – №. 4. – P. 220-232.
145. Capra, G.F. The Intangible Heritage of the Anthropocene: The Toponymic Revolution in the Human Age / G.F. Capra, A. Ganga // Names. – 2019. – Vol. 67. – №. 3. – P. 125-135.
146. Crystal, D. ENGLISH LANG: Pragmatics / D. Crystal [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=0xc0KUD1umw>. – Дата доступа: 01.11.2021
147. Greimas, A.J. Pour une théorie des modalités / A.J. Greimas // Langages. – 1976. – № 43. – P. 90-107.

148. Kryukova, I.V. Russian advertising names as a matter of linguistic fashion / I. V. Kryukova // *Onoma*. – 2008. – Vol. 43. – P. 397-410.

149. Light, D. Toponymy as commodity: Exploring the economic dimensions of urban place names / D. Light, C. Young // *International Journal of Urban and Regional Research*. – 2015. – Vol. 39. – №. 3. – P. 435-450.

150. Rennick, R. How to study placenames / R. Rennick // *Names*. – 2005. – Vol. 53. – №. 4. – P. 291-308.

151. Stewart, G.R. A classification of place names / G.R. Stewart // *Names*. – 1954. – Vol. 2. – №. 1. – P. 1-13.

152. Tent, J. Approaches to research in toponymy / J. Tent // *Names*. – 2015. – Vol. 63. – №. 2. – P. 65-74.

153. Tentand, J. Motivations for naming: The development of a toponymic typology for Australian placenames / J. Tentand, D. Blair // *Names*. – 2011. – Vol. 59. – №. 2. – P. 67-89.

154. Zwicky, A.D., Zwicky, A.M. America's national dish: The style of restaurant menus / A.D. Zwicky, A.M. Zwicky // *American Speech*. – 1980. – Vol. 55. – №. 2. – P. 83-92.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. <https://businessnamegenerator.com>
2. <https://mairie-toulouse.fr/>
3. <https://market.admtyumenu.ru/>
4. <https://restaurantguru.ru/>
5. <https://www.google.ru/maps>
6. <https://www.tripadvisor.ru/>

Приложение № 1 Названия заведений питания г. Тюмени

12 стульев	Carls Jr	Forno Pizza
30 бочек	Carte D`or	Freedom
33 пингвина	Cinnabon	Fresh bar
333	Coffee aroma	Friends
3X	Coffee BAR	Ful House
40 градусов	coffee bar МОКО	Garden
7сити	Coffee Box	Gavar
7я	Coffee LANE	Get coffee
ATHLETIC FOOD,	Coffee Lee	Goal beer
Atmosfera	Coffee Like	Goldcity
AUGUSTE	Coffee Mania	Good food
Barakad Food	Coffee Moose	Grande
BariBar	CoffeeBreak	Happy
Barista	Coffeeman	HearthStone
Barrel Jewer	Concept Hall «VDomike»	Heaven and hell
Vazbik	Crafty Fox Pub	Hobbit Holl
Beer Fish	Cremolatti	Hot dogger
Beer House	Cult	Hot-Bird's
Beer times	Суаре	HYPNOSIS
Beerlin	Сан-марино	I am coffee
Beerman	De mar	Imperia
Шашлык	Denver Donuts	IZI Place
Beer'n'blues	Diamond Hall	J.D.Salinger
Beer-Маркет	DIVINE COFFEE	Jeffrey's Coffeeshop
Bellissimo coffee	Doner Like	Juice fresh
Bellissimo Pizza	Double Coffee	Karl Benz
Best-sushi	Duplex	Karvan
BIERLOGA Бар	Eclectic Винное место	KFC
Black bear	EDA MARKET	Koon-Joot
Black Pearl Coffee	EshFresh	Korean Kitchen
Black Star Burger	Espresso Team	Koster
BOKKER	ETNA COFFEE	Kraft Coffee
BoozeUP	Evalon	KRUGER HAUS
Boston	ex.Coffee	Kung Pho
BRAUNY	FABRIC	La taiga
Broadway	Family Goltsman	La Шайрма
Brother's Coffee	Family kulinariti	Latte
Brunch	Fanzone	Le Sommelier
Bubble mania	Farfor	Lenkoff
Budo Burgers	Fast-Box	Lev On
burger box	Fau Fau	LiveBar Петро
BURGER KING	FBR-BAR	Logovo
Bushe	Food квартал	Lounge cafe
Cafe 15/86	Food Хауз Express	Хайям

Love is	REDBERRY	Wake up Кофе
Macaroni	RedWood	Western House
Mad bison	Remix	Winchester
Made in 1994	Rimini	Wok box
MakOsta	Robusta	Бахчисарай
Mama Choli	Rocat	Yoake
Manny`s kitchen	Roll`n`Roll	Yocumi
Me King	Scorpion	YOGUMI
MIAMI	SEE YU	Your bar
Mihas	Sensei	Zerno & Beton
Minister	Shafran	Zinger
MIX	Shaker_shaker72	Золотой Закат
Molto Gusto	Sheff	A-Cafe
MONO	Sherlock	Абжур
MOST	Simple	Абрис
Mr. Jager	SmokeMo Centr	Абсолют
Mr. Шашлыкович	SoupRamen	Абшерон
Mr.Coffeeman	Southern Fried Chicken	Август Бистро
MUKINET	(SFC)	Август Десертология
Musetti	Sport Hause	Август лобби-бар
MY BOX	Starbucks coffee	Август, ресторация
My YUMMY	STATIC BAR	Авеню
New York Pizza	STINGER Sport & Lounge	Аверс
NOODLE wok&pasta	Bar	Авиатор
№3	Street grill	ABC
O!Doner	Stuff	Автовокзал
Old school bar	Subway	Автосалон "Хонда"
OMYDOG	Surf Coffee x 21	Ажур
Optimist coffee	Sushifix	Азария
OWL	SweetOK shawerma	Азия
Papa Carlo	Tar tarelka	Азия Микс Е
Pattio Pizza	Tasty	Азия
PEKiN KiNG	Tasty lunch	АЗС Газпромнефть
Pivni Lavka	Tesla Kuvar Serbian grill	Айс Фиш
Pizza mia	Thatcher/ Тетчер	Айсберг
Pizza Pallento	The coffee Shop	Айсбир
PIZZAROLLO	The office/ Офис	Айскрон
Pramen	the Хмель	Академия бильярда
President	Томоса/Томока	Академия вкуса
Prime coffee	Traveller's Coffee	Академия суши
Prime time	V cafe	Аквармарин
PUB ALCATRAZ	V.I.P.	Акура
PUBLIC	Vanillia	Алаверди
RAYHON	Versal	Алекс
Red Hot Chilli Bar	Vesna	Александр

Александровский сад	Бар-маркет	Будда
Клюква	Барракуда	Бузы-HOUSE
Альгида	Бар-сервис	Буксир
Алькор	Бархат	Булка
Альмаида Халяль	Барыня	Булошная
Амали	Баскин Роббинс	Бульвар
Амиго	Баско пицца	Бульварь
Амиран	Батон в дом	Бумеранг
Ананас	Бахчисарай	Как мы любим
Андерсон	Баши	Бургер Кинг
Аниме	Белая акула	Бургерная Mr.В
Анри	Белая Русь	Буржуй (Буръжуй)
Апельсин	Белые ночи	Бутлегер 4.0
Арена	Белый тигр	Бутылочка
Аригато	Бенат	Бууза
Артист	Бенат № 2	Буузы
Артишок	Бенат №1	Буфет
Арт-кафе Знать	Березка	Буфет в бане
Ассорти	Берлога	Буфет в гостинице
Астана	Бильярд	"Искра"
Астероид	Бинго Бум	Буфет-раздаточная
Астория	БИР Кинг	Бухара
Астра	Бир Хаус	БУХЕР ХАУС
АстроКофе	Бисквитный двор	Бухта
Атлантик	Бистро	Бэкер - Мастер
Аэлита	Бистро "Застолье"	Бюргер
АЮ	Бк Кафе	Бюргер кулинар-маркет
Баварский дворик	Блинная забава	В автосалоне "Киа"
Баварский дом	Блинница	В автосалоне "Ниссан"
Байконур	Блинофф	В автосалоне "Опель"
Балкан-гриль	Блинчики	В автосалоне "Пежо"
Столица деревень	Блюз	В автосалоне "Рено"
Иртыш	Бодрый день	В автосалоне "Сузуки"
Ремезов	Big apple pub	В автосалоне "Фиат"
Банкетовъ	Бомбабир	В автосалоне "Форд"
Банковский клуб	Борщ	В автосалоне "Ягуар"
Бар	Босса Нова	В бане
Бар "Рюмочная"	Ботаника	В гостинице "Купе"
Бар 24	Боулинг	В гостинице Алгоритм
Бар бильярда	Бочка	В дрова
Бар боулинга	Бразери	В кафе Шале
Бар гостиницы "Уютная"	Бранч	В отделении ГИБДД
Бар гостиницы Лагуна	Бруклин	В РЦ "Лазурный берег"
Баржа	Бруклин бургер-бар	В Технопарке
Баркас	Брусничка	Ваби Саби

Валентина	Выездной коктейльный	Гюмри
Ван Гог	бар	Да Ческа
Ван Гоги	Гавань	Давай закажем пиццу
Ван суши	Галактика	Дайкон
Ванильное облако	Галерея суши	Дайте два
Вареничная Маруся	Гараж	Дар
Ваш хлеб	Гаражoff	Дарьюшка
Вдали от жен	Гастробар Легкий чек	Дас Колбас
Велес	Гвидон	Дастархан
Вельвет	Гейгель	Два батона
Веранда	Гендальф (этнический	Два Веселых Гуся
Вернисаж	крафтовый гриль-бар)	Два шашлыка
Верхний Бор	Генштаб	Дворянское гнездо
Веселый папа	Георгий	Дежа вю
Веселый пончик	Гермес	Детский центр
Весна паста-бар	Гирос	Джавахт
Вечера на хуторе	Гляссе	Джелалабад
Виктория	Голбир	Библиотека
Вилка ложка	Гонкогские вафли	Джованни
Вин-град	Город	Джунгли
Винни-пых	Город Север	Джус бар
Винный рай	Городская кофейня	Джус и Фреш
Винтаж	Горчица	Джус мастер
Винчестер	Гости	Диво
Вистерия	Гостидзе	Дикая утка
Вита джус	Филтон	Диксон
Витерра	Градус	Династия
Витязь	Гранд	Дискотека
Вкус	Granny's	Кокос
Вкусняшка	Гриль и крафт	До утра
Вкусняшка-А	Гриль-кебаб	Добрая бабушка
Волна	Гриль-таверна Ермолаев	Добро
ВОМБАБИР	Грильях	Добрый вечер
Восточная долина	Гримм	Додо Пицца
Восточная кухня	Помпадур	Долина напитков
Восточная сказка	Торжественный	Долька
Восточный базар	Дворцовый зал	Дом еды
Восточный дворик	Средневековый зал	Дом напитков
Восточный пекарь	Грузинка	Дом оранжевой коровы
Восточный рай	Грузинский дворик	Дом Печати
Восточный экспресс	Губернский	Дом Профсоюзов
Восход Солнца	Гузаль	Домашний отель
Вриндаван	Гурман	Домашняя
Всё по 99 рублей	Гусарский	Домашняя еда
Встречи	Gut	Дон пончик

Дорадо	Заравшан	Катюша
Другая кухня	Застолье	Београд
Другое место	Звезда	Кафе
Дудук	Звездное	Кафе аэровокзала
Дудуки	Зеленый Дворик	Кафе в Леруа Мерлене
Дуслык	Зефир	Кафе в театре
Д'Шато	Золотой дракон	Ангажемент
Дым	Золотой лотос	Кафе домашней кухни
Дэлфи	Зум	Кафе на ул.Земляной Вал
Дюжина	И рыба	Кафе отеля София style
Дюнер от шашлыка	Ивушка	Кафе с доставкой
Дягилев	Игорана	Пиццафабрика
Дядя Дёнар	Изобилие	Кафетерий
Ё-бург	Изюминка	Кафе-тонар Пирс
Евгения	Икра	Кахети
Европа	Император	Кацо
Ежевика	Империя	Квартал
Екатерина	Импульс	Квасура
Ермак	Ин да Юса	Кебаб гриль
Ермолаев	Ирландский паб	Кебабная-бар
Ермолаевъ гриль-паб	Ирония судьбы	Кега
Ермолаевъ Охота и	Иртыш	Coffee like
рыбалка	Испанский ресторан	КЕНОБИ
Ёрш-бар	МАКСИМО	Кентавр
Есенин Lounge	История	Кешью
ЖАР ПТИЦА	Источник	Кинза
Жардин	Кабачок 12 стульев	Кинобар
Жареное мороженое	Кабинет	ВИП
Жарим мясо, бургерная	Казан	Кишмиш
Жбанек	Как дома	Клюква
Жемчужина	Калач	Кои Сан
Живой хлеб	Калькутта	Коко
Жигулевское и рыба	Кантри	Колокольниковъ
Жигули	Капитан Джек	Колхети
Жигуль	Капкан	Компас-Авто
Жидкий хлеб	Каприз	Кондитерия
Завалинка	Каприччио	Максим
Зажигалка	Капучиныч	Контрабас
Закусочная аэровокзала	Караван	Золотые ворота
Закусочная на рынке	Джокер	Кооператив
Калининском	Карлов мост	Коралл
Закусочная у Витали	Каруселька	Корё
Закусочная-бистро	Casa mia	Корица
Замок дружбы	Каспий	Король
Занзибар	Катран	Корпорация

КОРС	Ле кафе Пушкин	Медведь
Космо	Легенда	Мезон
Космос	Лес	Место встречи
Котики	Лесная поляна	Место теста
Кофе	Лесной	Метелица
Кофе Proff	Летнее	Меццо пицца
Кофе Мебельград	ЛИТРОБОЛ	Мингер
Кофе Мэйкерс	Лия	Мир
Кофе с собой	Лобби бар	Мир суши
КофеБарра	Менделеев хаус	Мираж
Кофеварка	Лев Бакст	Мир-еды.рф
Кофеин	Евразия	Мистер Багет
Кофейная компания	Ложка и вилка	Mr. Ноокаh
Кофейня	Лорд	Мишлен
Кофейня "Пассаж"	Лунго	Мобильная вкусняшка
Кофейня Пекарня	Любимая кулинария	Мобильная кофейня
Кофейня фреш бар	Люксовый шопинг бар	Мозаика
КофеМЕН	№2	Молодость Kitchen and Bar
Красный дракон	Магия вкуса	Монарх
Красный Яр	Магнолия	Море
Кривая вобла	Мак coffee	Море Гриль
Кристалл	Макдоналдс	Мороженое
Крошка - картошка	Маковка	Мороженое 33 пингвина
Крошка Енот	Максим кондитерия	Москва
Крутонь	Максимилианс	Мохито
Крюгер	Максимум	Муза
Крюгер Хаус	Малая Джорджия	МЮНХГАУЗЕН
Крюшон	Малибу	Munhen
Кулинар и Я	Малина бар	Мяско
Кулинария	Мальвинка	Мясо в лаваше
Кулинария № 1	Мама Зоя	МЯСОООВ
Калининский	Мангал	МЯТА
Столеда	Манго-танго	На Варшавской
Тандем	Манна	На кранах
Купеческая	Марго	На олимпе
Кураж	Мария	На пляже
Кушать подано	Маркиза	На Привозе
Кэф	Марли	На Рижской
Лаванда	Маска	На углу
Лаваш	Масленица	На Царской
Лазарос	Мастер	НаКурилах
Лаки бургер	Матрешка	Наливайка
Ланч холл	Маэстро	Налоговик
Ланч-паб "Джайв"	Маяк	Напитки
Ланч-тайм	Мед	

Народная	Папины пироги	Пивная Ермолаевъ Охота
Ната - Мария	Пара кружек	и рыбалка
Наш бараш	Париж	Пивная лавка
Наши суши	Пармезан	Пивной дворик
Небо	Партиком	Пивнофф
Нейтанс	Пекадо	ПИВОРЫБА72
Немцов парк	Пекарня	ПивСовет
Нефтяник	Пекарня №1	Пивчик
Ни рыба ни мясо	Пекарня №2	Пикник
Ниагара	Пекарня Караваево	Пилигрим
НИКА	ПЕКАРНЯ КАРАВАЙ	Пинта
Нино	Пекарня Мамин хлеб	ПиратБИР
Ностальжи	Пельмени и сметана	Пирогами
Ням Нямыч	Пельмени клуб Штолле	Пирожков
Ням.ру	Пельменная	Пирожное
О кей	Пельмень-сметана	Пицца & Хинкали
О!Кофе	Пельмешка	Пицца Миа
Оазис	Пельмэн	Пицца на Рижской
Обеды в офис	Пенное Отменное	Пиццерия
Огни	Пенный бочонок	Пиццерия 30/25
Озерные аркады	Первая лагманная	Пиццерия Как мы любим
Околица	Люмян	Platinum
Олива	Первая пельменная	Плов Хауз
Олимп	Перестрой-ка	Плюшка
Ольга	Персия	Плюшки
Оскар	Перчини	ПлюшкиВатрушки
Остров сокровищ	Печка	Погребок Взяли-Поели
От зари до зари	Пещера	Под капотом
Отдел кулинарии	Пив бар	По-домашнему
гипермаркета "Ашан"	Пив Дворик	Пожарный кран
Отдел кулинарии	Пиваська	Полет
гипермаркета "Лента"	Пиватория	Поль Бейкери
Охотничий дворик	Пивдворик	Пончиковая
Очаг	Пивзавод	Посейдон
Паб Дзержинский	Пивзаправка	Потаскуй
Павильон "Чудо-Печка"	ПивЗасада	Почта
Павлин-Мавлин	Пивкоф	Прага
Пагода	Пивкофф	Прагма
Палермо	ПИВМАГ	Пражечка
Панакота	Пивная	Прайм
Пантера	Пивная Ермолаев	Предприятие быстрого
Папа Джонс	Генштаб (летнее кафе)	обслуживания
Папа Карло	Пивная Ермолаев	Премиум Люкс
Папа Крокодил	Сельсовет	Прибой
Папа Сэм		Привал

Привет, буфет	Рыжий кот	Слойка
Примавера	Ряба	Смайлик
Принц	Safe Bakery	Смак
Пристань	Сабрина	Смак-2
Прицеп-автокафе	Садко	Смаковница
Пробки	Сайгон	Смольный
Продовольственные товары	Салобио (пекарня)	Снек бар
Прокофьев	Сальвадор	Советское
Променада	Самаия	Согдиана
Пропорция/ Pro porcia	Самеба	СОК Дорожник
Простобар "Еда"	Самовар	Солнце в бокале
ПурагроУк	Сан синема	Солнце Эфиопии
Путин бар	Санта Фе	Солнышко
Пышечка	Сауна "Флагман"	Соло - пицца
Пышка и пудра	Сахара	Соловьиная роща
Пятница	Сбарро	Солянка
Пять островов	Свежие разливные напитки	Соседи
Радуга	Светлое Темное	Соседи-Медведи
Радуга-2	Своя Компания	Спорт мода
Разгуляй	Северная	Спорт-бургер
Разливаев	Северный флот	Спотыкач
Разливное пенное	Седло	Среда
Разливное пиво	Седьмое небо	Стар кебаб
Разливные напитки	Сели Поели	Стара Прага
Раковарня Ивана Ракова	Сели-съели	Старая гагра
Ракурс	Сельсовет	Старый город
Рамстор	Семейная (пекарня)	Стерх
Раневская	Семейный очаг	Столовая-кулинария
Распутин	СемьПятницъ (караоке)	Столовая
Распутинский	Сиббурмаш	Столовая "Соль Земли"
Рафинад	Сибиряк	Столовая аэропорта
Ремезов	Сила вкуса	Рошино
Республика вкуса	Сим Сан	Столовая в ТЦ
Ресторан доставки	Сим-сим	"Континент"
ЕмдаЕм	Синдикат	Столовая рынок
Ресторан здорового питания "Green"	Синнабон/Cinnabon	"Михайловский"
ВОСТОК	Синьор Джованни	Столовая ТЗБ-92
Ржавый дед	Синьора Капучино	Суаре
Ривьера	СК "Рембо"	Суши
Rock Pub Night Wolf	Скалка	Суши Fresh
Роллы/суши	Складъ №1	Суши wok
Росинка	Скотланд Ярд	Суши буррито
Русалочка	Сладкий остров	Суши Гид
	Слифки/Слиффки	Суши лэнд
		Суши Мастер

Суши Экспресс	Хавка доставка	Час Суши
Суши-маркет	Халяль	ЧБ
Суши-нка	Хамовники	Чебуречная СССР
СушиРитто	Хаси-хаус	Челентано
Суширу	Хачапури	Черная жемчужина
Сушкоф	Хачапурная №1	Черный Ишак
Счастье	Хванчкара	Чешский дворик
Сыр Хамон Вино	Хинкальная Кацо	Чилли-Вилли
Таверна на Казачьих лугах	Хинкальная Халиси	Чина
Таверна Парнас	Хлеб да Соль	Чинор
Таджин	Хлеб и масло	Чиполетто
Тургенев	Хлеб из Тандыра	Чиполлино
Турецкая шаурма	Хлебница	Чито Грито
Турист	Хлебные традиции	Чудесница
Туркестан	Хлебный дом	Чум
У Горыныча	Хлоп-топ	Шале
У дома	Хмелі-Сунелі	Шаляпин
У камина	Хмель да солод	Шаровня
У Петровича	Хмельная застава	Шаурма
У Темы	Хмельная кружка	Шаурма №1
Удачный Пикничок	Хмельной карась	Шаурма у Маги
Уездное	Хмельной экспресс	Шаурма&Суши
Узбекская кухня	Хова	Шаурма-Халяль
Узбечка	Хотдожная	Шаурмен
Улыбка	Хоттабыч	Шахерезада
Wall street	Храброе сердце	Шашлык Хаус
Урал-Маркет	Хранитель сказок	Шашлык 72 на вынос
Урарту	Хычинок	Шашлык на вынос
Уютный	Царь блин	Шашлыки
Фазенда	Центр отдыха и оздоровления	Шашлык-Машлык
Фаис	Центральное	ШашлыкоFF
Фанагория	Церера	Шашлыкъ № 1
Феникс	ЦП "Айсберг"	У Равшана
Фибоначчи	Чайка	Шашлычная №1
Фитнес	Чайная Podval	Шашлычная доставка №96
Фишка	Чайхана	Шелковый путь
Флорида	Чайхана foods	Шинок
ФО вьетнамский стритфуд	Чайхана Plov Lounge	Шнур
Фортуна	Чайхана Кишмиш	Шоколад
Франсуа	Чайхана Ориф Ота	Шоколадница
Франц Кафка	Чайхана Плов project	Шоколандия
ФЦ "Эдельвейс"	Чайхана Самарканд	Шпачек
Family	Чаокакао	Штолле
	Чарка	Шульц

ШУША

Эгоист

Эдель-бир

Экспресс

Экспресс пицца

Элита

Эльвира

Эмеральд

Эталон

Это бургер, Карл

Юлий

Юрга

Юса лаундж

Япона - Мама

Яр

Ярмарка

Приложение № 2 Названия заведений питания г. Сиэтла

@Cafe	Al Bacha Restaurant, Arab	Araya's Place
@the Peak Cafe	Al Boccacino	Arby's
1101 Cafe	Al Uruba	Arosa Cafe Madison
1201 Caffè'	Aladdin Falafel Corner	Art of the Table
1-2-3 Thai Food	Alaska Silk Pie Co.	Artisan Cafe
13 Coins Restaurant	Alberona's Pizza and Pasta	Artusi
13 Coins SeaTac	Alexa's Garden Cafe	Asadero Ballard
14 Carrot Cafe	Alfi's Food and Deli	Asgard Tavern – Tasting Room
1st Ave Deli Mart	Alibi Room	Asia Bar-B-Que
2 Bit Dips	Alicia Fusion Bistro	Asia Express Restaurant
206 Burger Company	Alison's Coastal Cafe	Asia Ginger Teriyaki
2120	Alki Café	Assaggio Ristorante
2C Thai Bistro & Spirits	Alki Mail Dispatch	Assembly Hall
418 Public House	All Water Seafood & Oyster Bar	Athenian Seafood Restaurant and Bar
45th Stop N Shop & Poke Bar	Al's Tavern	Athina Grill
Seasons Grill	Altstadt Bierhalle & Brathaus, Gp	Atlantic Street Pizza
Spot	Altura Restaurant	Atlas Kitchen and Lounge
663 Bistro	Amandine Bakeshop	Atmos Cafe
Arts Cafe Boats & Gifts	Amante Pizza and Pasta	Attic Alehouse and Eatery
72nd Street Cafe	Amazing Thai	Aurora Donuts
74th Street Ale House	Amazing Thai Lao Cuisine	Auto Battery Bar
7-Eleven	Ambassel Ethiopian Restaurant	Awash
Oz Burger & Co	Amber Restaurant & Lounge	Ay Chihuahuas
88 Restaurant	Ambrosia Cafe	Ayutthaya Thai Restaurant
8oz Burger & Co	American Pie Bakery and Cafe	Azuma Sushi
A Chau Cafe Deli	Americana Restaurant	Ba Bar
A Pizza Mart	Americano Burgers	Babirusa
Bar & Grill	Ammi's Pakwan	Bacco Cafe
A&W Restaurant	Anar	Baci Cafe At The Henry Art Backyard
Abay Ethiopian cuisine	Andaluca Restaurant	Bad Bishop
Acadia	Angel City Deli Soul Food & BBQ	Baguette Box
Ada's	Anita's Mexican Food	Bahati Restaurant
Adana	Annapurna Cafe & Yeti Bar	Bahn Thai Restaurant
Ada's Technical Books & Cafe	Anne's Teriyaki	Bai Tong Thai Street Café
Addo:Incubator	Anthony's Fish Bar	Bait Shop
Adey Abeba Ethiopian Restaurant	Anthony's Pier 66 & Bell Street Diner	Baker's Seattle
Admiral Benbow Inn	Aoki Japanese Grill & Sushi Bar	Bakery Honore
Admiral Pub	Apollo's Gyros and Pizza	Ballard Annex Oyster House
Adugenet Cafe	AQUA by El Gaucho	Ballard Brew Hall
Aerlume Seattle	Aqua Terra	Ballard Grill & Alehouse
Afrikando Banadir		Ballard Loft
AG47 Bar & Bistro		Ballard Mandarin Chinese Restaurant
Agave Cocina & Tequilas		Ballard Pizza Company
Agrodolce		
Agua Verde Cafe		

Ballard Smoke Shop	Belltown Pub	Boom Noodle
BalMar Bar & Lounge	Beloved Mexico	Bopbox
Bambino's	Ben & Jerry's	Boss Drive-In
Bamboo Garden Vegetarian Cuisine	Ben Paris	Both Ways Cafe and Catering
Bambu Desserts & Drinks	Ben Thanh Restaurant	Bottega Italiana
Banana Leaf Cafe	Bento Sushi	Botticelli
Bandol	Best Steakhouse in Seattle	Bottlehouse
Bang Bang Cafe Ep	Best Teriyaki	Bottleworks
Bang Bar Thai Restaurant and Lounge	Beth's Cafe	Boulevard Cafe
Bangkok Street	Betty Restaurant and Bar	Bouncy House
Banh Mi Unwrapped	Bibimbap	Bounty Kitchen
Banzai Sushi	Bibimbap King	Braizen Sandwich Co.
Bar Cotto	Big Mario's Pizza	Bramling Cross
Bar del Corso	Big Time Brewery & Alehouse	Brauers
Bar Harbor	Big Tuna	Brave Horse Tavern
Bar Melusine	Billiard Hoang	Bread and Circuses
Bar Taglio	Bill's Off Broadway	Breakfast Club
Baranof Restaurant	Billy Beach Sushi and Bar	BreakRoom Bar and Grill
Barca	Bing's Bar & Grill	Breaktime Deli and Cafe
Barking Dog Alehouse	Birch	Breezy Town Pizza
Barnes & Noble Café	Bisato	Brella's Restaurant
Barolo Ristorante	BIscuit and Bean	Brimmer & Heeltap
Barrio Mexican Kitchen & Bar	Biscuit Bitch	Broadfork
Basil Box	Bistro	Broadview Tap House
Basilic	Bistro & Bites	Brother Barrel
Baskin-Robbins	Bitterroot	Brouwer's
Bastille Cafe & Bar	Bizzarro Italian Cafe	Brunswick & Hunt
Bateau	Black Bottle	Bryant Corner Cafe
Bauhaus Ballard	Blackball Taiwanese Dessert	B's Po Boy
Bay Cafe	Bleacher's	Bua 9 Thai Cuisine
BBQ Chicken	Blue C Sushi	Buca di Beppo Italian Restaurant
BB's Teriyaki Grill	Blue Dog Coffee House	Buckley's in Belltown
Beacon Bar B Que	Blue Dog Kitchen	Buckley's On Queen Anne
Beacon Grill	Blue Heron Incorporated	Buddha Ruksa
Bean Sprouts Cafe & Cooking School	Blue Moon	Buen Gusto
Beancity Coffee Co.	Blue Moon Burgers	Buenos Aires Grill
Bebas & Amigos	Blue Nile Restaurant	Buerto Escondido
Beba's Deli	Blue Star Cafe and Pub	Bulletproof Cafe
Bebas Deli and Cafe	Blue Water Taco Grill	Bun
Beecher's Handmade Cheese	Blueacre Seafood	Buns On Wheels
Beehive Bakery	Bo Ramen	Burdick
Beetle café	Boardroom Cafe	Burger King
Beezys	Boat house deli	Burgerphenia
Bella Viet Cafe	Boat Street Kitchen	Burien Fresh Smoothies
Belltown Brewing	BoBa Up	Buriyaki
Belltown Burger	Bodrum Bistro	Burrito Loco
Belltown Pizza	Bol Pho Bistro	Bush Garden
	Bomba Fusion	Business Opportunity Center
	Bombay Grill	Bustle Caffè
	Bookstore Bar & Café	

By George
 By's
 Bz's Sports Bar
 C & P Coffee
 Caaya Cafe
 Cactus
 Cactus Restaurant
 Cafe 5Ive
 Cafe Alki and Alhadeff
 Grill
 Cafe Argento
 Cafe Arta
 Cafe Avole
 Cafe Bambino
 Cafe Barjot
 Cafe Bella
 Cafe Belltown
 Cafe Besalu
 Cafe Campagne
 Cafe Columbia
 Cafe Con Todo
 Cafe Cosmos
 Cafe Fiore
 Cafe Flora
 Cafe ibex
 Cafe Lago
 Cafe Loc
 Cafe Mox
 Cafe Munir
 Cafe NOAA
 Cafe Nordstrom
 Cafe Osita
 Cafe Paloma
 Cafe Pettirosso
 Cafe Pho
 Cafe Presse
 Cafe Racer
 Cafe Rozella
 Cafe Solstice
 Cafe Tao Dan
 Cafe Turko
 Café Weekend
 Caffè d'Arte
 Caffè Fiore
 Caffè Ladro
 Caffè Musica
 Caffè Umbria
 Caffè Vita
 California Pizza Kitchen
 Can Can
 Can Can Culinary Cabaret
 Canlis Restaurant
 Canon
 Cantina de San Patricio
 Cantina Lena
 Cantinetta
 Canton Noodle House
 Canton Wonton House
 Capital D Cafe
 Capital One Café
 Capitol Cider
 Captain Blacks
 Carello
 Carmelos Tacos
 Cascade BBQ
 Cascade Deli Provisions
 Casco Antiquo
 Cask & Trotter
 Castello Pizza and Pasta
 Cedars Restaurant
 Cedars Restaurant on
 Brooklyn
 Cellar Bistro
 Central
 Central Building Deli
 Central Coop
 Central District Ice Cream
 Co
 Central Smoke Bar &
 Smokery
 Cha Cha Lounge
 Chaco Canyon
 Chaco Canyon Bakery Cafe
 Chaiyo
 Chan
 Charley's Grilled Subs
 Charley's Philly Steaks
 Chatterbox Cafe
 Chavez
 Che Dessert
 Che Sara Sara
 Cheery place right on the
 water
 Cheese Platters and More
 Chef King
 Chef Wang
 Chelan Cafe
 Chemo's Mexican
 Restaurant
 Chen's Village
 Chew Chews & Eatery
 Chez Daves
 Chez Gus
 Chi Mac
 Chiang's Gourmet
 Chicka Latte
 Chickalatte Aurora
 Chickalatte Beautiful
 Coffee
 Chicken Express
 Chick-fil-A
 Chile Pepper Restaurant
 Chili and Sesame Korean
 Kitchen
 Chili Fries
 China Best Wok
 China Dragon Restaurant
 China First
 China Gourmet
 China Harbor
 Chinese Express
 Chinook's
 Chipotle Mexican Grill
 Chiso
 Chiso Kappo
 Choi's Mongolian Grill
 Seattle
 Chris Louisiana Style Foods
 Christo's on Alki
 Chuck's Hop Shop
 Chungee's Drink & Eat
 Chutneys Bistro -
 Wallingford Center
 Cibo
 Cicchetti
 Cinnamon Works
 Cinque Terre Ristorante
 Cintli Latin Folklore
 Circa Neighborhood Grill
 and Alehouse
 Circa Neighborhood Grill
 and Alehouse
 Citizen Coffee
 Citra Frozen Yogurt
 City Grind
 City Soups
 Ciudad
 CJ's Eatery
 Cloudburst Brewing
 Coa
 Coastal Kitchen
 Cocoa Banana
 Coffee Drop Cafe
 Coffee Pronto
 Collections Cafe
 College Inn Pub

Collins Pub	Dalat Quan	Dough Zone
Columbia City Ale House	Damn The Weather	Dragonfish Asian Cafe
Commonwealth	Dang Dang Restaurant	Drunky's Two Shoe BBQ
CommuniTea Kombucha	Daniel's Broiler - Lake Union	Dubliner
Congeez	Daniel's Broiler - Leschi	Dueminuti
Connect Lounge	Dan's Kitchen	Duke's Chowder House
Conor Byrnes	Dante's Inferno Dog	Lake Union
Conversation	Dante's Steak and Grog,	Duke's Chowder House on Alki
Cooper's Alehouse	Dark Bar	Duke's Seafood
Copacabana Cafe	Dauids & Co	Duke's Seafood & Chowder
Copal	Delancey	Duos
Copine	Delfino's Chicago Style Pizzeria	Dur Dur Cafe
Corazon Taqueria	Deli Cut Subs	E B C - Elliott Bay Cafe
Corner Store and Deli	Deli Shez Cafe	Earl's on the Avenue
Corretto Trattoria and Bar	Delicatus	East Madison Street Coffee Bar & Deli
Corte Fino	Delish Ethiopian Seattle	Eastlake Specialty Market
Cortina Cafe	Delridge Deli	Eastlake Zoo Tavern
Costas Restaurant	Deluxe Bar-b-q	Easy Joe's American Pub
Cowgirls Inc. American Saloon	Denny Cafe	Easy Street Records & Cafe
Cozy Nut	Denny's	Eden Hill
CP Thai Restaurant	Derby	Egan's Ballard Jam House
Craft Bar + Kitchen	Dexter and Hayes Public House	Eight Bells Winery
Crash Landing Pizza	Dicks Drive-In	Einstein Bros. Bagels
Crawfish House	Dick's Drive-In - 45th St.	El Borracho
Crawfish king	Dick's Drive-In - Broadway	El Borracho - Ballard
Crepe Cravers	Diggity Dog	El Camion Adentro
Crepe de France	The Diller Room	El Chalan
Crisp Creperie	Dim Sum King	El Chapulin Oaxaqueno
Crosswalk	Din Tai Fung	El Chupacabra
Cuadra No. 32	Ding Tea	El Dorado Grill
Cultivate	Dini kitchen	El Gallito
Cuoco	Dippin' Dots	El Gaucho Seattle
Cupcake Royale	Dish Cafe	El Norte Lounge
Curbside	Dish D'Lish	El Pilon
Currant Bistro	Djan's Modern Thai Restaurant	El Quetzal
Curry Now	Dochi	El Quetzal Bar & Lounge
Custom Smoothie & Sports Nutrition	Dom Polski Zaprasza Polish Home Association	El Taco Loco
Cutters Crabhouse	Domino's Pizza	Elemental Pizza
Cyclops Cafe and Lounge	Don Lucho's	Elephant & Castle
Daawat Indian Grill	Don Panchos Incorporated	Elliott Bay Brewery & Pub
Dacha Diner	Dona Queen Donut & Deli	Elliott Bay Pizza Co
Daddy G's	Doner Box	Elliott's Oyster House
Dad's Diner A Go Go	Dong Thap Noodles	Elmer's Pub
Eastlake	Donut Factory	Elo's Philly Grill
Dahlia Lounge	Dos Amigos	Eltana Wood Fired Bagels
Daily Grill	Dot's Butcher & Deli	Elysian Bar
Daimonji Japanese Restaurant	Dotties Doublewide	Elysian Brewing Company and Public House
Daimonji Sushi and Grill		Elysian Brewing Company and Public House
Dakine Grindz		

Elysian Fields
 Emerald City Fish and Chips
 Emerald City Smoothie
 Emerald Grill
 Emerald Suite Restaurant
 Emmett Watson's Oyster Bar
 En Restaurant
 Endolyne Joe's
 Entre Amis
 Ephesus Restaurant
 Espresso by Design
 Espresso Vivace Alley 24
 Espresso Vivace Roasteria
 Essential Baking Company
 Estaminet
 Esters Enoteca
 Etta's
 Eureka!
 European Foods
 Eve Fremont
 Evergreens
 Evergreens Salad
 Evoke Coffee
 Evviva Woodfired Pizza
 Executive Health Cafe
 Eymans Pizza
 Ezells Express
 Fado Irish Pub & Restaurant
 Falafel King
 Falafel Salam
 Fana's Ethiopian Cucina
 Far Eats
 FareStart Cafe @ PacTower
 FareStart Cafe 2100
 FareStart Restaurant
 Farvahar Persian Cafe
 Fat's Fried Chicken & Waffles
 Feierabend
 Fenix Underground
 Fiesta Fiesta
 Fifth Avenue Corner Cafe
 Fill's Coffee Bar
 Filmi South Asia
 Finn Maccool's
 Fireside Room
 Fish Cake Factory
 Fish On Bait and Tackle Shop Cafe
 Fishermen's Green Market and Deli
 FIT BAR Superfood Cafe
 Fitchi House
 Fitzgerald's Sports Bar
 Five Hooks Fish Grill
 Five Point Cafe
 Flintcreek Cattle Co.
 Floating Leaves Tea
 Floret
 Flying Apron
 Flying Fish
 Flying Squirrel Pizza
 FOB Poke Bar
 Fogon Cocina Mexicana
 Fort St George
 Fortuna Cafe 2.0
 Fou Lee Market
 Four Seas Restaurant
 Foxy Lady Latte
 Frank
 Franks Oyster house and Champagne Parlor
 Franz Family Bakers-Gai's Bakery
 Freddy Junior's
 Frelard Tamales
 Fremont Brewing Company
 Fremont Tavern
 Fresh Basil
 Fresh Bistro
 Fresh Table Cafe
 Freshy's
 Frolik Kitchen + Cocktails
 Fu Lin Restaurant
 Fuel Coffee
 Fuji Sushi
 Full Tilt Ice Cream
 Functional Fuel
 Fusion on the Run
 G.H Pasta Co.
 G.R.E.A.N. House Coffee & Cafe
 Gaba Sushi
 Gameworks
 Garam Masala - Exotic Indian Pakistani Cuisine
 Garden Sushi
 Garlic Jim's Famous
 Gourmet Pizza
 Garza Mexican Foods
 Gelatiamo
 Genghis Khan Restaurant
 Georgetown Liquor Company
 Georgio's Subs on 4th and Pike
 Georgiou
 Geo's Cuban Bar & Grill
 Geraldine's Counter Restaurant
 Ghostfish Brewing Company
 Giannoni's Pizzeria
 Giddy Up Burgers & Greens
 Gilman Ave Coffee
 Gim Wah Restaurant
 Ginger Lime Restaurant
 Ginger Teriyaki & Roll
 Ginger Tree
 Girls Gone BBQ
 Glo's
 Go Poke
 Godiva Chocolatier
 Golden City
 Golden Daisy Garden
 Golden Singha
 Goldfinch Tavern
 Good Guys Pizza
 Goofy's
 GoPuff
 Gorgeous George's
 Gourmet Latte
 Gracia
 Grand Central Bakery
 Great American Diner and Bar
 Great Northwest Soup Company
 Great State Burger
 Grecian Corner
 Greek Kitchen
 Green House Korean Restaurant
 Green Leaf Vietnamese Restaurant
 Greenlake Boathouse Cafe
 Greenlake Wines and Wine Bar
 Gretchen's Cafe
 Gretchens Place
 Grim's Butterfly Lounge
 Grog

Grumpy's Food Truck	Hiroshi's POKE at U-	Irwin's Bakery and Cafe
Gusta	district	Island Soul Restaurant
Gyorgo's Gyros	His Word Found Here	Italian Family Pizza
Gyro & Falafel Corner	Historic Panama Hotel Tea	Italian restaurants in ballard
Gyro Hut	& Coffee House	Itto's Tapas
Gyro On Lake City	Ho Ho Seafood Restaurant	Ivar's Fish Bar
Gyro Place	Hoang Kim Restaurant	Ivar's Salmon House
Habibi Mediterranean	Hoang Lan	J & M Cafe
Restaurant	Hog Island Hoagie	J' Dumpling House
Hale's Ales Brewery & Pub	Hole in the Wall Barbecue	J Sushi
Hallava Falafel	Holy Mountain	Jabus Pub
Hana Restaurant	Honey Court Seafood	Jack in the Box
Happy Bar-B-Que	Restaurant	Jack's BBQ
Happy Garden Restaurant	HoneyHole Sandwiches	Jade Garden Restaurant
Happy Teriyaki	Hong Kong Seafood	Jade Restaurant and Lounge
Happy Times Bistro	Restaurant	Jai Thai Restaurant
Harbor Cafe	Honor Coffee and Tea	JaK's Grill
Harbor City Restaurant	Hook & Plow	Jalapeno Mexfood
Harbor Marina Deli	Hoopla Restaurant	Jalisco Mexican Restaurant
Harbor Place Restaurant	Hooverville Bar	Republican St.
Harborview Medical Center	Hot As Pho	Jamba Juice
Cafeteria	Hot Pot King	Jamjuree
Hard Rock Cafe Seattle	Hot Wings	Jano Restaurant
Harvest Beat	Hotwire Online	Japonessa Sushi Cocina
Harvest Dining Room	Coffeehouse	Jars Juice
Harvest Vine	Hounds Tooth Public House	Jasmine's Grill & Bar
Hattie's Hat Restaurant	Houng Xua White Center	Jason B.
Havana	Deli	Jazz Alley
Hawk's Nest	House of Hong Restaurant	JB Garden
Haymaker	How to Cook a Wolf	Jelly Bar
Hazel's Deli	Hudson Restaurant	Jensen's Old Fashioned
Heads or Tails Karaoke	Hummingbird Saloon	Smokehouse
Sports Bar	Hurry Curry of Tokyo	Jerk Shack
Heartland Cafe	Hy-Vee	Jerk Shop
Heartwood Provisions	I Love Bento	Jewel of India Restaurant
Henry's Taiwan Kitchen	I Love Sushi	Jhanjay
Henry's Tavern	I Love Teriyaki	Jiaozi
Herb and Bitter Public	i5 Pho Seattle	Jimmy Johns
House	Ichiroll & Wok Teriyaki	Jimmy's on Broadway
Herfy's Burgers	IHOP	Jimmy's on First
Hi B3ar	Il Bistro	Jj's Gourmet Burgers
Hi Life	Il Fornaio	JOEY U-Village
Hi Spot Cafe	Il Terrazzo Carmine	Jolly Roger Taproom
High 5 Pie	Imperial Lounge	Jone's Barbeque
Highstrike Grill	In Bocca Al Lupo	Jose's Taqueria
Highway 99 Blues Club	In the Bowl Bistro	Joule
Restaurant	In the Red Wine Bar	Joy Bento
Hillside Bar	India Bistro	Joy Teriyaki
Hilltop Ale House	India Express Restaurant	Ju Dian Restaurant
Himitsu Teriyaki	Indian Ocean Restaurant	Juan Colorado
Hing Loon Seafood	Indo Cafe	Jucivana
Restaurant	Interbay Street Food Pod	Judy Fu's Snappy Dragon

Juice Press	Kinnaree Thai Cuisine	Larsen's Original Bakery
JuiceBox	Kisaku	Las Palmas
Jules MAES Restaurant	Kitty Cafe	Lassi & Spice
Julia's in Wallingford	Kizuki Ramen & Izakaya	Le Caviste
Julie's Garden Restaurant	Knarr Shipwreck Lounge	Le Coin
Jumbo Deli	Knee High Stocking Co.	Le Faux Playhouse
JuneBaby	Knock-Knock	Le Messe
JUNO	Koffee Pot Restaurant &	Le Panier
JUS Bar	Lounge	Le Petite Cafe
Just Poke	Koibito Sushi & Teriyaki	Le Pichet
Kabul Restaurant	Koku Cafe + Market	Lecosho
Kaffa Coffee and Wine Bar	Kona Kitchen	Lee's Asian Restaurant
Kai's Bistro & Lounge	Kong Tofu House	Lee's Restaurant
KAMEI SUSHI	Konich Restaurant	Lemieux's Restaurant
Kamonegi	Korean Bamboo	Leny's Tavern
Kaname-Izakaya	Kouzina Greek Restaurant	Le's Deli & Bakery
Kaosamai Thai Mobile	Kozue Restaurant	L'Forno Pizza, Pita &
Kitchen	Kuan Zhai Alley	Sweets
Karama Restaurant	Kung Fu Tea	Liam's
Kasbah Authentic	Kushibar Japanese	Liana Cafe House
Moroccan Restaurant	Restaurant & Bar	Liberty Bar
Kastoori Grill	Kusina Filipina Restaurant	Lighthouse Bar
Kate's Pub	Kwanjai Thai Cuisine	Lighthouse Roasters Fine
Katina's Kitchen	Kyoto Teriyaki	Coffees
Katsu Burger	La Botana	LimeLight Thai Bistro &
Katy's Corner Cafe	La Carta de Oaxaca	Lounge
KAU KAU Barbeque	La Catrina	Linda's Tavern
Market	La Cocina Oaxaquena	Lionhead
Kauai's Family Restaurant	La Cocina Santiago &	List Restaurant
Kawayan Bar & Grill	Cantina	Little Big Burger
KC Kitchen	La Conasupo Restaurant	Little Caesars
Kedai Makan	and Market	Little Coney
Kells Irish Restaurant	La Crespella	Little Deli Mart
Kelly Cannoli @ La Pasta	La Fontana Siciliana	Little Duck
KFC	La Isla	Little Kitchen
Kfc Ballard	La Medusa	Little Maria's Pizza
Kidd Valley Hamburgers	La Pasta	Little Oddfellows
Kidd Valley Safeco Field	La Pisa	Little Sheep Mongolian Hot
Kiin Kiin Thai Eating	La Rustica	Pot
Room	La Vaca Mexican	Little Thai Restaurant
Kilmer's Patisserie and	Restaurant	LloydMartin
Libations	La Vita E' Bella	Local 360
Kin Len Thai Night Bites	Laem Buri	Local Pho
KIN.DEE Thai	Lake City Bakery	LOCAL Public Eatery
King Dome Deli	Lake Route	Lock and Keel
King Donut Teriyaki	Lake View Deli	Locker
Laundromat	Lakeview	Lockspot Cafe
King Noodle	Lakomka Euro Deli	Lola
King Philly Cheesesteaks	Lama G's Cafe	Long Provincial
King Street Bar and Oven	Lao Bar Restaurant	Vietnamese Restaurant
King Street Cafe	Laredos Grill	Look Cupcake
King's Barbeque House	Lark Restaurant	Los Agaves

Los Bigotes de Villa
 Lost Lake Cafe & Lounge
 Lotus Asian Kitchen and Lounge
 Lotus Thai Cuisine
 Louie's Cuisine of China
 Loulay Kitchen & Bar
 Lowell's Restaurant
 Lowercase Brewing
 Loxicha
 LTD Bar and Grill
 Luc Restaurant
 Lucca Espresso
 Lucid
 Lucky Louie Fish Shack
 Lucy's Corner
 Lucys kitchen burien
 Luigi's Pizza & Pasta
 Lumpia World
 Luna Park Cafe
 Lunchbox Lab
 Lunchbox Laboratory
 LuoSiFen Noodle
 Luso Food and Wine
 Lylas Family Espresso
 Machiavelli Ristorante
 Macrina Bakery
 Mac's Triangle Pub
 Mad Oven BBQ
 Mad Pizza
 Mad Pizza South Lake
 Union - Fremont
 Madeline Bread & Desert
 Madison Pub
 Mae Phim Thai Restaurant
 Maekawa Bar
 Maggie Bluffs
 Magic Dragon Restaurant
 Magna Cum Latte
 Magnolia Pizza & Pasta
 Maharaja Cuisine of India
 Maharaza
 Main St Gyros
 Maison Tavern
 MAKI OF JAPAN
 Malenas Tacos
 Mama Mia's Pizza
 Mama's Cantina
 Mama's Own Pizza & More
 Mamma Melina Ristorante
 Mammoth
 Mamnoon
 Mandarin
 Mandarin Gate
 Maneki Restaurant
 Mani's Kitchen
 Manna Deli & Sushi
 Manna Teriyaki & Burger
 Manna's Texas Style Bar-B-Q
 Manolin
 Mantra Thai
 Ma'ono Fried Chicken
 Ma'ono Fried Chicken & Whisky
 Margaux
 Maria Luisa Empanadas
 Marination Ma Kai
 Mario's Pizza
 Mariscos Mexico
 Marjorie Restaurant
 Market Cafe
 Market Diner
 Market Grill
 Market St. Delicatessen & Catering Company
 Market To Plate
 Marketplace Cafe
 Marlai Thai Restaurant
 Marrakesh
 Mars Restaurant
 Marseille
 Mary's Kitchen at El Corazon
 Mashawi
 Mashiko
 Maslow's
 Matador
 Matts Famous Chili Dogs
 Matt's Gourmet Hot Dogs
 Matt's in the Market
 Mawadda Cafe
 Maximilien
 Maximus Minimus
 May Restaurant and Lounge
 Mbar
 McCoy's Firehouse Bar & Grill
 McDonald's
 McMenamings Queen Anne
 McMenamings Six Arms
 McMurphys
 Mecca Cafe
 Med Mix
 Medi
 Mediterranean Mix
 Mee Sum Pastry
 Meekong Bar
 Meet The Moon
 Mehak Indian Cuisine
 Mei Mei Cafe
 Mejari Fusion Sushi
 Melange
 Mel's Market
 Memo's Mexican Food Restaurant
 Menchie's
 Menchie's Green Lake
 Mendoza's Mexican
 Mercado
 Mercato Stellina
 Merchants Cafe and Saloon
 Metropolitan Grill
 Mezcaleria Oaxaca
 MI La Cay
 Michou
 Middle Fork Roasters
 Midnight Cookie Co
 Mighty O Donuts
 Mikado
 Mike's Chili Parlor
 Mike's East Coast Sandwiches
 Mike's Noodle House Incorporated
 Mikou Teryiyaki
 Milano Pizza and Pasta
 Miller's Guild
 Mimis Bakery and Floral Shop
 Mimosa cafe seattle
 Miners Landing
 Ming China Bistro
 Mini the Dough-Nut
 Mint Cafe Mediterranean Kitchen
 Mioposto
 Miro Tea
 Miss Cafe
 Mission Cantina
 Mkt
 Mobile Food Rodeo
 Mocha Mojo
 MOD Pizza
 Modern
 Moghul Express

Mojito
 Moli Bento
 Molly Maguire's Pub & Fine Eatery
 Molly Moon
 Momiji
 Momosan Ramen & Sake
 Mom's Kitchen
 Mondello Ristorante Italiano
 Monkey Bridge
 Monkey Grind
 Monsoon
 Monts Market
 Moongate
 Morfey's Cake Shoppe
 Mori Japanese Restaurant
 Morning Star Bakery
 Moshi Moshi Sushi & Izakaya
 Motore Coffee
 Mountain Room Bar
 Mountaineering Club
 Mr Gyros
 Mr J's Deli-Mart
 MR SAIGON Banh Mi
 Munchery
 Musashi's
 Museum Cafe
 Mustard Seed Cafe
 My Sweet Lil Cakes
 My Tea Gallery
 Mykonos Greek Grill
 Myung-dong Soft Tofu House
 Naanz
 Nacho Borracho
 Nasai Teriyaki
 Natalie's Coffee
 Needle and Thread
 Neelam's
 Neema's Comfort
 Neighbours
 Nell's
 Nest
 Nevzat Espresso
 New China Express
 New Mae Ploy Thai Cuisine
 New Star Seafood Restaurant
 New Teriyaki Wok
 New York Pizza Bar and Grill
 New York Pizza Place II
 Nick's Off Market
 Nijo
 Nikko Teriyaki
 Nirmal's
 Nishino
 No Anchor
 No Bones Beach Club
 No.9 Alley Hot Pot
 Noah's
 Noi Thai Cuisine Seattle
 Noodle Nation
 Noodle Zen
 Nordstrom Ebar Artisan Coffee
 Norm's Eatery & Ale House
 North Hill Bakery
 North Shore Hawaiian BBQ
 Northlake Tavern & Pizza House
 Northwest Tofu Factory
 NSA Trang
 Nue
 NYC Cafe & Deli
 NYC Deli Market
 Oak Tree Teriyaki
 Oasis Tea Zone
 Obbar Pocha
 Ocean City Restaurant
 Ocho
 Oddfellows Cafe
 Ohana Belltown
 Oishii Teriyaki & Sushi
 Oishil Teriyaki
 Old 5th Avenue Tavern
 Old Pequiar
 Old School
 Old School Ironworks
 Olde 99 Pub
 Olive and Grape
 Oliver's Lounge
 Olympia Pizza & Spaghetti House
 Olympia Pizza & Spaghetti II
 Olympia Pizza and Pasta
 Olympic Express
 Omega Ouzeri
 On The Fly
 Ooink
 Optimism Brewing Company
 Opus Co.
 Orange King
 Orcas Park Cafe
 Orfeo
 Orient Express Restaurant and Lounge
 Original Deli
 Orin's Place
 Osaka Teriyaka
 Oskar's Pizza
 Osteria la Spiga
 Osteria Rigoletto
 Otter Bar and Burger
 Otto's Smokehouse
 Outer Planet Craft Brewing
 Outlander Brewery & Pub
 Outlier
 Ozaki Cafe
 Ozzie's
 Pabla Punjabi Cuisine
 Pacific Blue Chowder House
 Pacific Cafe Hong Kong Kitchen
 Pacific Inn Pub
 Pacifica
 Paddy Coynes
 Padrino's Pizza & Pasta
 Padrino's Pizza Delivery
 Pagliacci Pizza
 Pailin Thai Cuisine
 Pakeo II Thai Restaurant
 Palace Kitchen
 Palermo Gourmet Pizza & Pasta
 Palisade
 Palomino
 Pam's Kitchen
 Pancake Chef
 Panda Express
 Panda Master
 Papa Johns Pizza
 Papas Hot Potatoes
 Pappazi Pizza
 Paragon Restaurant & Bar
 Paranormal Pie
 Parliament Tavern
 Parlor Live Dining & Bar
 Parnassus Cafe and Gallery
 Paseo

Pasta & Co	Pho Hiho	Poco Wine
Pasta Bella	Pho Hoa	Poggie Tavern
Pasta Casalinga	Pho Le's	Poindexter Coffee
Pasta Freska	Pho My Loi	Poké Bar
Pasteleria Y Panaderia La Ideal	PHo Saigon	Poke Cafe
Pat's Philly Steak Sandwiches	Pho Shizzle	Poke Fresh
Patty's Eggnest	Pho Sho Pho Shop	Poke Lover
Patxi's Pizza	Pho Special Vietnamese Restaurant	Poke Square
Pau Hana Restaurant and Bar	Pho Than Brothers	Polar Bar
Paul's Italian Kitchen	Pho Thy Thy	Pomerol
Pearl Bistro	Pho Viet Anh	Pomodoro Ristorante Italiano
Peasant Food Manifesto	Pho Vietnam	Pono Ranch
Pecado Bueno	Phocom Restaurant	Poor Italian Cafe
Pecos Pit BBQ	Phoenecia	POP Kitchen + Bar
Peet's Coffee & Tea	Phoenecia at Alki	Pop Pop Thai Street Food
Pegasus Pizza	Phoenix Cafe	Popeyes Louisiana Kitchen
Pei Wei	Piatti	Poquitos
Pepper Mint Kitchen	Picnic	Porkchop & Co
Pepperdock's Restaurant	Pie	Portage Bay Cafe - 65th
Perche No Pasta & Vino	Pie Bar Ballard	Portage Bay Cafe - Ballard
Percy's & Co.	Pied Piper Ale House	Portage Bay Cafe - Roosevelt
Perennial Tea Room	Pig Iron Bar-B-Q	Portage Bay Cafe - South Lake Union
Perihelion Brewery	Pike Place Bar & Grill	Portfolio Room at the Art Institute of Seattle
Pert's Deli	Pike Place Chinese Restaurant	Post Alley Cafe
Peso's Kitchen & Lounge	Pike Place Chowder	Prelude at McCaw Hall
Pestle Rock Isan Thai Cuisine	Pilot House	Premier Meat Pies
Pete's Egg Nest	Pineapple Bistro & Bar	Pressed Juicery
Pete's Fremont Fire Pit	Pink Bee	Proletariat Pizza
Petoskey's Pizza	Pinto Thai Bistro	Prost! West Seattle
Petra Bistro	Pintxo	Pudge Bros Pizza
Pexos Sports Bar & Grill	Piroshki On Broadway	Puerto Vallarta
PhilHouse	Piroshky and Piroshky	Pung Kang
Philly's	Piroshky Piroshky	Purple Cafe and Wine Bar
Phnom Penh Noodle House	Pita Bite	Purple Dot Cafe
Pho & Bubble Tea Express	Pita Xpress	Pyramid Alehouse Brewery & Restaurant
Pho 99 Vietnamese Noodle House	Pizza Cravings	Pyramid Alehouse Restaurant
Pho Aurora	Pizza Hut Express	Q Cafe
Pho Ba	Pizza Pi Vegan Pizzeria	Qazis
Pho Bac	Pizza Pro	Qdoba Mexican Grill
Pho Binh	Pizza Ragazzi	Qian Noodles – китайск.
Pho Bo	Pizzeria Credo	Qin Xi'an Noodles
Pho Country House	Pizzeria Pulcinella	QQ Bites
Phở Cyclo	Place Pigalle Restaurant and Bar	QQ Mini Hot Pot
Pho Downtown	Plaka Estiatorio	Quarter Lounge
Pho Ha	Planet Java Diner	Queen Anne Coffee Company
Pho Hai Yen	Plaza Garibaldi	
Pho Hien Vuong	Plum Vegan Bistro	
	Pluto Organic Cafe	
	Po Dog	

Queen Anne Racha Noodles and Thai
 Queen City Grill
 Queen Mary Tea
 Queen Sheeba Ethiopian Restaurant
 Quinn's Pub
 Quintessential Gourmet
 Quiznos
 R & M Dessert Bar
 Ra Soi, Authentic Indian Food
 Raccolto
 Racha Noodle & Thai Cuisine
 Rachel's Ginger Beer
 Radiator Whiskey
 Rain Forest Food Pavilion
 Rainier Corner
 Ram Restaurant and Brewery
 Ramen Danbo
 Rancho Bravo Tacos
 Ras Dashen
 Rays
 Ray's Deli
 Razzi's Pizzeria
 RBG Bar and Grill
 Re:public
 Red brick Bistro
 Red Cedar and Sage
 Red Cow
 Red Onion Tavern
 Red Pepper
 Red Robin Gourmet Burgers
 Red Robin Gourmet Burgers and Brews
 Redhook Brewlab
 Redwing Cafe
 Regatta Bar & Grille
 Relish Burger Bistro
 Rendezvous
 Reservoir Bar & Grill
 Resistencia Coffee
 Restaurante Michoacan
 Reuben's Brews
 Revel
 Revolutions Coffee
 Rex's
 Reza Pizza And Pasta
 Rhein Haus Seattle
 Rice 'n Spice
 Rice-N-Roll
 Rickshaw Restaurant and Lounge
 Rico Burrito
 Rider
 Rigoletto
 Rione XIII
 Rise by FareStart
 Ristorante Picolinos
 Rizzo Steaks
 RN74 Seattle
 Ro Ro
 Rob Roy
 Rocco's
 Rockcreek Seafood & Spirits
 Rocking Wok Taiwanese Cuisine
 Romio's Lake City
 Romios Pizza & Pasta
 Romio's Pizza of Seattle
 Romper Room
 Root Table
 Roro's BBQ
 Rosita's Mexican Grill
 Rostiteria Y Cocina El Paisano
 Roti Cuisine of India
 Roxbury Lanes and Restaurant
 Roxy's Diner
 Royal Booze and Burritos
 Royal India Grill
 Rub With Love Shack
 Rubinstein Bagels
 Ruby Thai
 Rumba
 Runway Cafe of Georgetown
 Ruth's Chris Steak House
 Ruzhen Mongolian Grill
 Sabai Sabai Thai Cuisine
 Safeco Field Eats
 Saffron Grill
 Saigon Bistro
 Saigon Nice
 Saigon Pho & Deli
 Saigon Restaurant
 Saigon Vietnam Deli
 SaiTown Vietnamese Eatery
 Sakeya Sushi
 Sal Y Limón
 Salad Station
 Salare
 Salmon Bay Cafe
 Saltoro
 Salty's on Alki
 Salumi
 Salvatore Ristorante Italiano
 Sam Choy's Poke to the Max
 Samir's Mediterranean Grill
 Sam's Mediterranean Cuisine
 Sam's Moroccan Sandwich Shop
 Samurai Noodle
 Sand Point Grill
 Sandella's Flatbread Seattle Pacific University
 Santo Coffee
 Santorini Pizza & Pasta
 Sarajevo Lounge
 Sarku Japan
 Satay Bar
 Savor
 Savor Fresco
 Savory Eats
 Sawyer
 Sazon Kitchen
 Sbarro
 Sbarro Pizza
 Scandinavian Specialties
 Schilling Cider House
 Schultzy's Sausage
 Schwarma King
 Scooter's Burgers
 Seaport Pizza
 Seasoned in Seattle
 Seasons Cafe
 Sea-Thai
 Seatown
 Seattle Beer Co.
 Seattle Central Culinary Arts Cafe Bakery and Restaurant
 Seattle Coffee Works
 Seattle Diner
 Seattle Fish Company
 Seattle Fish Guys
 Seattle Freeze

Seattle Frites
 Seattle Sunshine Coffee
 Seattle Tonics
 Seattle Wood Fired Pizza
 Seattle's Best Karaoke
 Seattle's Best Pho & Deli
 Sebi's Bistro
 Second Avenue Pizza
 Secret Sausage
 Sen Noodle Bar
 Senor Moose
 Seoul Kitchen
 Seoul Tofu House &
 Korean B.B.Q
 Serafina
 Serendipity Cafe and
 Lounge
 Serious Biscuit
 Serious Pie
 Serious Pie & Biscuit
 Setsuna Japanese
 Restaurant
 Seven Beef
 Seven Coffee Roasters
 Seven Market & Cafe
 Shadowland
 Shaker + Spear
 Shandong Bao House
 Shanghai Garden - Seattle
 Shangri-La
 Shanty Tavern
 Shawn O'Donnell's
 American Grill & Irish Pub
 Shelley
 Sher E Punjab Grill
 Shewaber Restaurant &
 Lounge
 Shiki Japanese Restaurant
 Shilla Korean BBQ
 Shima Sushi Bar
 Shinka Tea
 Ship Canal Grill
 Shirlee
 Shiro's
 Shodai Restaurant
 Shoofly
 Short Stop Coffee
 Shortstop
 Shortys Coney Island
 Shuckers
 Shuckers Oyster Bar
 Siam Bistro
 Siam Pura
 SilkRoad Noodle Bar
 Simply Desserts
 Single Shot
 Sisters and Brothers
 Sitka & Spruce
 Six Arms
 Six Seven Restaurant
 Sixth Avenue Wine Seller
 Skillet
 Skillet Street Food
 Sky High Espresso
 Skyway Park Bowl
 Sloop Tavern
 Slugger's Sports Bar
 Smarty Pants
 Smith
 Snack Snack Cafe
 Snapshot Brewing
 Sneaky Tiki
 Snout & Company
 Snowflakes'
 SODO Kitchen
 Sodo Pizza
 SoDo Poke and More
 Soi Capitol Hill
 Solom ethiopian restaurant
 Some Random Bar
 Somsiri Thai Restaurant
 SomTamThai Restaurant
 Song Phang Kong
 Sonya's
 Soprano's Pizza and Pasta
 Soul
 Sound Soups
 Sound View Cafe
 Soup Daddy Soups
 South Philly Steaks and
 Fries
 South Town Pie
 Southside Pizza
 Space Taco
 Specialty's Cafe & Bakery
 Spice of India
 Spice Orient
 Spice Waala
 SPIN Seattle
 Spinasse
 Spinnaker Bay Brewing
 Spirit of Puget Sound
 Spiro's Pizza
 Splash Cafe
 Spring Garden
 Spring Kitchen
 Spud Fish & Chips
 Square Knot
 Stanford's Restaurant and
 Bar
 Staple and Fancy
 Starbucks
 Starlight Desserts Inc.
 Stateside
 Steelhead Diner
 Steepologie Teas
 Stella Deli and Market
 Stellar Pizza , Ale &
 Cocktails
 Stoneburner
 Stoup Brewing
 Stuffed Cakes
 Stumbling Goat Bistro
 Stumptown Coffee
 Style Espresso
 Style Hot Pot
 Sub Sand
 Sub Shop
 Sub Shop #104
 Sub Shop 9
 Subway
 Subway Greenlake
 Suga
 Sugar Plum
 Sugar Rush Baking
 Company
 Suika
 Sully's Lounge
 Sully's Snowgoose Saloon
 Summit Sandwiches
 Sumo Restaurant
 Sumo Sushi
 Sumthin Sweet By Suman
 Sun Bakery and Deli
 Sun Deli Mart
 Sunfish Seafood
 Sunlight Cafe
 Sunny Teriyaki
 Sunrice
 Sunset Tavern
 Super Six
 Supreme
 Sur
 Sushi Kanpai
 Sushi Kappo Tamura
 Sushi Kashiba

Sushi Kudasai
 Sushi Thai
 Sushi Town
 Swagat Palace
 Swannie's
 Sweet Iron Waffles
 Sweet Lou's Pub
 Sweet Mickey's
 Sweetgrass Food Co
 SWel Restaurant
 Swensens
 Swirl
 Szechuan Noodle Bowl
 T.S. McHugh's Public House
 Table 219 Bar & Restaurant
 Taco Bell
 Taco Del Mar
 Taco Gol
 Taco Mama's
 Taco Street
 Taco Time
 Taco Time Elliott
 Taco Time NW
 Tacos Chukis
 Tacos de la Noche
 Tacos El Asadero
 Tacos Guaymas - Broadway
 Tacos Maria / Tacos Patzcuaro
 Tagla Cafe
 Tai Tung
 TaiKong Style
 Talarico's
 Tam Noodle Box
 Tamarind Tree
 Tanakasan
 Tandoozy
 Tandori Wraps & Pizza
 Tangerine Tree
 Tankard & Tun
 Tap House Grill
 Taqueria
 Taqueria Cantina
 Taqueria Costa Alegre Taco Bus
 Taqueria El Rencon
 Taqueria Guaymas
 Taqueria Sotelo
 Taqueria Tehuacan
 Taquitos Feliz
 Taradise Cafe
 Tarasco Mexican Restaurant
 Targy's Tavern
 Tarzan i jane
 Taste Cafe & Events
 Taste of Asia
 Taste of India
 Tat's Deli
 Tavern Law
 Tavern Souvanny
 Tavolata
 Taylor Shellfish Farms
 Taylor Shellfish Oyster Bar
 Tea Republik
 Teasome
 Teatro ZinZanni
 Teddy's
 Ten Pou Bubble Tea
 Ten Sushi
 Tenoch Mexican Grill
 Teriyaki & Pho
 Teriyaki & Wok
 Teriyaki 1st
 Teriyaki Bowl
 Teriyaki First
 Teriyaki Madness
 Teriyaki Plus
 Teriyaki Seven
 Teriyaki Time
 Terra Plata
 Th Seafood
 Thackeray: Cafe & Bar
 Thai Curry Simple
 Thai Ginger
 Thai Go
 Thai Greenwood
 Thai House II Family Restaurant
 Thai of Wedgewood
 Thai One On
 Thai Palms - Authentic Thai and Laos Cuisine
 Thai Siam
 Thai Taste
 Thai Tom
 Thai U Up
 Thaiger Room
 Thaitan Restaurant
 Than Brothers
 Than Brothers Pho
 Than Brothers Restaurant
 Thanh Vi
 Thanh Xuan Vietnamese Cuisine
 Thao Thanh Restaurant
 Thaprachan Thai Cuisine
 That's Amore! Italian Cafe
 The 100 Pound Clam
 The Angry Beaver
 The Backdoor
 The Baguette Box
 The Ballroom
 The Beachcomber
 The Beer Junction
 The Big Picture
 The Bistro at Courtyard
 The Blu Grouse
 The Blue Glass
 The Bounty
 The Bridge
 The Brooklyn Seafood
 Steak & Oyster House
 The Butcher's Table
 The Capital Grille
 The Cheesecake Factory
 The Chieftain Irish Pub
 The Comfort Zone
 The Company Store
 The Confectional
 The Corson Building
 The Crab Pot Seafood Restaurant
 The Crumpet Shop
 The Deluxe Bar and Grill
 The Elliott Bay Cafe
 The Essential Baking
 Company Bakery & Cafe
 The Essential Market
 The Fat Hen
 The Fisherman's Restaurant
 The Fisherman's Restaurant and Bar
 The Fremont Dock
 The Fuse Box Moto Tavern
 The Garage
 The Georgian
 The Ginger Palace
 The Golden Olive
 The Grill From Ipanema
 The Grizzled Wizard
 The Grove at NSCC
 The Gypsy Cafe
 The Hangar Cafe
 The Hart and the Hunter

The Helm
 The Hungry Husky
 The Iron Bull Sports Bar and Grill
 The Kort-Haus Tavern
 The Laughing Dog Cafe
 The Lodge Sports Grille
 The London Plane
 The Lumber Yard Bar
 The Maple
 The Masonry
 The Matador
 The Melting Pot
 The Moo Bar
 The Nest
 The Organic Coup
 The Other Coast Cafe
 The Ould Triangle
 The Owl 'N Thistle Irish Pub and Restaurant
 The Pike Pub and Brewery
 The Pine Box
 The Pink Door
 The Pizza Source
 The Pub At Pipers Creek
 The Ram Restaurant & Brewery
 The Rhododendron Cafe
 The Roll Pod
 The Roost
 The Saloon
 The Sandwich Shop
 The Sandwich Tree
 The Shinn's Place
 The Shop Agora
 The SODO Deli
 The Spectator
 The Spitfire
 The Stone House Cafe
 The Stop
 The Stumbling Monk
 The Taproom at Pike Place
 The Tasting Room
 The Tin Table
 The Tug Tavern
 The Walrus and the Carpenter
 The Westy Sports and Spirit
 The White Swan Public House
 The Woods
 The Yellow Leaf Cupcake Company
 Thien Phat Restaurant
 Third Ave Cafe
 Three Girls Bakery
 Thrive
 Ti Amo Pizza & Pasta
 Tienda Mi Pueblito
 Tifosi cafe
 Tigerly Ox
 Tilikum Place Cafe
 Tilth
 Time 4 Pho
 Tinello
 Tino's Pizza
 Tiny Ninja Cafe
 Tippe & Drague Alehouse
 Todo Wraps
 Tokyo Sweets
 Ton Kiang Barbeque
 Noodle House
 Tony's Teriyaki
 Top Pot Coffee & Doughnuts - Capitol Hill
 Top Pot Doughnuts
 Tornado
 Toronado
 Tortuga
 Toscana Pizzeria
 Toshio's Teriyaki
 Toshi's Teriyaki
 Toulouse Petit Kitchen & Lounge
 Toyoda Sushi
 Tr3s Cocina Cantina
 Trabant Coffee & Chai
 Trace Seattle
 Tractor Tavern
 Trago Cocina & Lounge
 Treehouse Coffee Company
 Trident Seafoods
 Trinity Market and Deli
 Triple Door
 Trolley Cafe
 Trophy Cupcakes
 Tropicos Breeze
 Trove
 True North Roasting House
 T-Station
 Tsukushinbo
 TTEO 13 Kitchens
 Tu Cantinas
 Tubs Gourmet Sub Sandwiches
 Tula's
 Tulio
 Tully's Coffee
 Toulouse
 Tung Kee Mi Gia
 Tup Tim Thai
 Turkish Delight
 Turnpike Pizza
 Tutta Bella
 Tutta Bella Neapolitan Pizzeria
 Two Doors Down
 U:DON Fresh Japanese Noodle Station
 Uber Tavern
 Ugly Mug Cafe
 Uli's Famous Sausage
 Umi Sake House
 Union Bar
 Uptown China Restaurant
 Urban Cafe
 Urbane
 Urbane in the Hyatt at Olive 8
 Uwajimaya Village Food Court
 Van Loi Noodle Co.
 Varsity Inn Restaurant
 Vegetable Bin
 Veggie Grill
 Vendemmia
 Venik Lounge
 Venus Chinese Restaurant
 Veraci Pizza
 Verve Bowls
 VHSpresso
 Via Tribunali
 Via Vadi Cafe
 Victory Lounge
 Vidiot
 Viengthong
 Vienna Mae Coffee
 Viet My Restaurant
 Vietnam Cafe & Sandwich
 Vietnam Restaurant
 Villa Italian Kitchen
 Villa Verdi
 Village Sushi
 Vine And Spoon
 Vios Cafe & Market Place

Vios Cafe at Third Place
 Virginia Inn
 Vito's
 Voila
 Volunteer Park Cafe
 Vons 1000 Spirits
 Voula's Offshore Cafe
 Vovito Metropolitan Tower
 Voxx Coffee
 W Seattle Golf Course &
 Restaurant
 Walla Walla Farms Cafe
 Wann Japanese
 IzakayaWann Yen
 Wasabi
 Wataru
 Watercross Vietnamese
 Bistro
 Waterfront Creamery
 Watershed Pub & Kitchen
 Waterwheel Tavern
 Way Station
 Wayward Cafe
 Wedgwood Ale House &
 Cafe
 Wedgwood II Vegetarian
 Thai
 Wendy's
 West Edge Market
 West Five
 Westman's Bagel and
 Coffee
 Westward
 Westward & Little Gull
 Wetzels Pretzels
 Whale Wins
 Whiskey Bar
 Whisky West
 Whole Foods Market
 Wild Ginger
 Wild Mountain Cafe
 Wild Orchid
 Wild Rose Tavern
 Wild Tiger Pizza
 Wing Central On the Ave
 Wing Stop
 Wing Wah Bistro
 Wingstop
 WingZone
 Witness Bar
 WOK
 Wolfgang Puck Express
 Wong's Kitchen
 Woodsky's
 Woody and Rosie's Catfish
 Corner
 Woody's Bar
 World Fresh Asian Eatery
 World Fresh Asian Eatery -
 Seattle Tower
 World of Legends Bar and
 Grill
 World Wrapps
 Xi'an Noodles
 Xing Xing's Cafe
 Yanni's Greek Restaurant
 Yap's Coffee
 Yard House
 Yasuko's Teriyaki
 Yellow Dot Cafe
 Yen Wor Village
 Yes
 Ying Thai Kitchen
 Yings Drive-in
 Yo Zushi Japanese
 Restaurant
 Yoshino Teriyaki
 Young American Ale House
 Yum Yum Teriyaki
 Yumbit
 Yume Sushi
 Yummy space
 Yummy Teriyaki
 Zane + Wylie's
 Zaw Artisan Bake at
 Home Pizza
 Zaw pizza
 Zaw Pizza Take & Bake
 Zeeks Pizza
 Zeitgeist
 Zheng Cafe
 Ziana
 Zig Zag Cafe
 Zinnia Bistro
 Zippy's Giant Burgers
 Zodiac
 Zoka Coffee Roaster
 and Tea Co.
 Zouave Restaurant

Приложение № 3 Названия заведений питания г. Тулузы

@ntic.cafe	Atmosphere	Bar L'Autan
100 Gênes	Au Bon Graillou	Bar Le Pretexte
2JFC	AU BON MANGER	Bar les 2 gares
31pizz	Au Buron	Bar Restaurant Les Avions
5 Par Jour	Au Coin de la Rue	Bar Tabac Brasserie Le
62Eme Avenue	Au Fut et a Mesure	Jules Verne
7 du Plaza	Au Gai Pécheur	Barallel
A Crocs Pizza	Au Gascon	Barricot
A l'Italienne	Au Grain de Folie	Barrio Mio
A Taula Tolosa	Au Jardin des Thés	Barrique et Bourrique
A WU Gourmet	Au Minimum	Bat Bat
Abyssinia Restaurant	Au Peche Mignon	BaTbAt
Ethiopien	Au Peilharote	Be Wok
Acai restaurant	Au Père Louis	Be.For
Ad's Coffee	Au Petit Bonheur	Beau Beau Bar
African Queen	Au petit creux de la halle	Bebop Café
Afterwok	Au Poele de la Bete	Begum EURL
Agua Na Boca	Au Pois Gourmand	Bella Ciao
Ah Table!	Au Vieux Pekin	Berkys
Aiko Bistrot Japonais	Auberge De Saint Julia	Best Of Bollywood
Al Capone	Auberge du Tranchoir	Best of Halal
Alentejo	Authentic Burger	Beyrouth Café
Alice Pizza	Autour de Pizz	Beyrouth Meshwi
All Tacos	Autour D'une Biere	Bichette Cave et Epicerie
Allo Couscous	Aux Delices D'Ailleurs	Fine
Allô Indien	Aux delices d'Asie	Big Ginette
Allo Malwok	Aux Delices de Jaffna	Biofoodies Cafe
Aloy Thai	Aux Délices du Liban	Bisso'na'bisso
Amine Kebab	Aux Douces Heures	Bistro Breizh Latino
Amorino Toulouse	Aux Gourmandises de	Bistro Regent Bd
Anges & Demons	Céline	Strasbourg
Anne & Francois Xavier	Aux Petits Fours Jean-	Bistro Regent Saint-
Antalya	Paul Saint-Criq	Georges
Antalya Kebab	Aux Petits Frères	Bistrot 12
Antipodes	Aux Pieds Sous la Table	Bistrot Cave
Aozai	Aux Secrets de Grand	Bistrot D'Eric
Apres L'Ondee	Mère	Bistrot de Thibaud
Arcane	Aymeric Le Gaulois	Bistrot Des Marchands
Ardoise Et Vin	B12	Bistrot Garonne
Arobase Cyber Café	Baan Siam	Black Lemon
Art Tea Shop	Bàcaro	Blanc
Arthur and Xavier	Bagel Corner	Blastodice
Arum Café	Bagel Farm	Bleu Canard
Ash Resto & Salon De	Bagelstein	Blind Tiger
Thé	Bali	Blok Resto
Asia Fast Food	Balthazar	Bloomy
Asia Village	Bambou et saveurs	Blue Teapot
Asiadollar Toec Café	Banh Mi Viet Street Food	Bo Bun
Asian Kanteen	Bar & Vous	BOCA
Aspendos	Bar a la Une	Boli Cafe

Bollywood Indien	Café Burgers	Chez Alex Au Marche
Bombay Kebab et Pizza	Cafe Crystal	Chez Bondou
Bomi	Cafe de la Concorde	Chez Casi
Bomwana	Café des Artistes	Chez Claire
Bon Bhojon	Café des Plumes	Chez Emile
Bonbonne	Cafe du Midi	Chez Fabrizio
Borriquito café	Cafe du Soleil	Chez Ferdinand
Borriquito Loco	Café Fika	Chez Hong
Boucherie Charcuterie	Cafe Francis	Chez Ingall's
Pollet	Cafe Ginette	Chez J&J
Boudu Pont	Cafe Honorine	Chez Jacques
Boui Boui Lao	Café Italien	Chez Jazz
Boulangerie Cyprien	Cafe Jean	Chez Jean
Boulangerie Marie	La-bas c'est ici	Chez Jeannot
Blachere	Café Manhattan	Chez Kitou
Boules & Grill	Café Maurice	Chez Koss
Boum Burger	Café Papiche	Chez les filles
Boum Burger - Wilsn	Cafes Bacquie	Chez Les Margo
Bowling Center	Caffe Baggio	Chez Lili
Brasserie Capoul	Caffe Cotti	Chez Luisa
Brasserie chez marie	Caffe Luce	Chez Magda
Brasserie De Candie	California Vault	Chez Mamie
Brasserie de la Depeche	Caminito Empanadas	Chez Marc
Brasserie du Faubourg	Argentinas	Chez Marcel
Saint-Simon	Campagne	Chez Mel
Brasserie du Grand Café	Campanile Toulouse Nord	Chez Moi
de l'Opéra	Sesquieres Restaurant	Chez Nous Les Libanais
Brasserie Gramont	Campanile Toulouse	Chez Olivier
Brasserie Le Cactus	Ouest Purpan Restaurant	Chez Pele & Tondu
Brasserie Le Cardinal	Canaille Club	Chez Pham
Brasserie le Saint Exupéry	Canopée Coffee House	Chez Regis
Brasserie Les Beaux Arts	Cantine & Gamelle	Chez Riz
Brasserie Les Turrez	Cantine Mare Nostrum	Chez Rosa
Brasserie Manel	Capeloul	Chez Tonton
Brazeiro	Carno Caffè	Chez Tonton Chanh
Brioche Doree	Carpe diem	Chez Tran
Brûlerie Victor Hugo	Carson City	Chez Vegetayelle & Snack
Buena Vista	Carson ice cream	Vegan
Buffalo Grill	Carthel	Chez Vicente
Buffet Himalaya	Casa Matabio	Chez Vixente
Burger a La Une	Casa Natachou	Chez Vong
Burger King	Cassoularium	Chez Yannick
Burger'N'Co	Cazou	Chez Zinzin
Bwamoa	Cent Couverts	Chicken Ben's
C.viche P.rou Toulouse	César Maison	Chicken Cheese
Cabaret la Vénus	Cf et Co	Chicken Cook
Cafe a la Une	Chapitre Suivant	Chicken Tacos 31
Café Albert	Chapristea	Chicken Wizz
Café Authié	Cheema	Chongqing
Café Bar du Commerce	Chef A Table	Chuchu
Cafe Barriere	Chez Albertine	Classroute
Cafe Bong	Chez Alessandro	Coeur D'amande

Coffee Shop Academy	Dodici Pizza	Ferme Attitude
Colette Toulouse	Dolce Vita	Ferme Et Gourmande
Columbus Cafe & Co	Domaine De lastours	Feu de Bois
Connexion Cafe	Domino's Pizza	Fines Du Monde
Conserverie des Deux	Don Pancho	Fleurea
Cavistes	Don Ulpiano	Flow House
Cosmopolitain	Douceurs Vegetales	Flunch
Côté Braise	Dream India	Flunch Toulouse Purpan
Cote Coulisses	Du Plaisir a la Toque	Formose
Cote Parc	Dubble	Forno Gusto
Cote Vin	Duck Me Capitole	France et Marcel
Crêp'eat	E146	Francesca
Creperie de la Colombette	Eat Pasta	French Caprices
Creperie de l'Ecluse	Eat Salad	French Cook
Crêperie le Menhir	Eat Sushi	Fresh Food Toulouse
Creperie Saint Georges	Eat's time	Freshouse
Crepes Paradise	Eau de Folles	Friend's Cafe
Criollo Chocolatier	El Abanico	Froz & Yog
Toulouse	El Almacen	Fufu
Croque Servant	El Almacén "Empanada bar"	Futorrito
Cucina Semplice	El Baratillo	Galerie Zunzun
Cugini's	El Barraka	Galinette
Cup N Cake	El Canaille	Gambetta
Curry House	El Chivito	Garam Masala
Curupira La Culture Du	El Comelón	Garretto
Bon Sens	El Cuatro	Gigi
dAdA	El Cubano	Glaces Moustache
Dalla Nonna	El Dayaa	Toulouse
Damaski	El Deseo Cafe	Gogo Flamingo
Dar Diaf	El Divino	Golden Sushi
Del Rancho	El dominicano	Gourmet Therapy
Delhi Spicce	El Dorado	Gourmetbar
Delice du Capitole	El Perro Loco	Goutons
Delice Saigon	El Rincon Chileno	Grain de Folie
Delices D'asie	Entre Cotes et Vins	Grains de sesame
Delices de Chine	Envol Cote Plage	Grand Cafe Le Florida
Delices d'Emilie	Epicerie Musicale	Grand Patio du Plaza
Delices D'Istanbul	Ernest Le Bistrot Du Golf	Grignote
Delicious Vitamin's	Escale des Saveurs	Grill & Saveurs
Delicosy	Et Cetera	Grill House Tapas
Delight Toulousain	Établissement 145	Gueuleton
Delirium Cafe Toulouse	Etoile d'Asie	Gusto Slice
Delit Creme	Eurekafe	Gyros
Delu	Evangelina	Haka Corner
Deniz Kebab	Event	Hamburgeria
Des Bouchons	Explosao De Sabores	Haozai
Desserts Volants	Facefood Pizza	Healthy
Deux Point Zéro	Fairy Chicks	Hedone
Di Nando Pizza	Fait Maison	Heliopolis
Dinner Liv	Farafina	Hello Ravioli
DIP'S TEA	Fast and Pizza	Hippodrome Restauration
Dix-huit		Hippopotamus

Ho Les Filles	Karting Cafe	La Cabane
Hoegaarden Cafe	Kashmir	La cabane à poké
Hold'em Café	Katana	La Cancha
Hop Seng	KC la Croute	La Cantine 26
Hors Ligne	Kebab Ali Baba	La Cantine de Charlie
Horsaison	Kebab Grill Croix	La Cantine du Boulanger
Hotel CampanileToulouse	Daurade	La Cantine du Grand
Restaurant	Kebab Indien	Rond
Hôtel Le Bristol	Keeb naan kebab	La Cantine du Quartier
Restaurant	KFC	La Casa de la Pizza
Hotel restaurant	Kilin	La Cave au Cassoulet
Campanile cite de l'espace	Kimato Sushi	La Cave Chez Victor et
House Kebab	King Grill France	Hugo
Hugo Delices	Kiosque la Gazzetta	La Cave D'A Cote
Huguette	Kiosque Mio	La Cave de Bastien
Huitres et compagnie-	Kitchen & Bar at	La Cave de César
Cabane a huitres	Courtyard	La Cave se Rebiffe
I Bar	Kiu Sushi Toulouse	La Cendree
Ibis Kitchen	KOMPO	La Centrale
ICE CAFE	Kreme	La cite du mandarin
Il Était une Fois dans	L' Evidence	La Clef des Champs
l'Ouest	L' Isea	La Cocotte Fleurie
Illusions	L'abreuvoir	La Comedie
In Bocca Al Lupo	L'Angelus	La Compagnie Bistrot
Indiawalaa	L'Annexe Salon de The	La Compagnie Bistrot
Indochine	L'Atelier du Pecheur	Purpan
Invita	L'Entrecote	La Compagnie Francaise
Iori	La badiane	La Comtesse
Istanbul Restaurant Gril	La Baie Roze	La Conciergerie
Kebab	La Bascule du Chevillard	La Cook Mobile
Italian's pizza	La belle famille	La Corne d'Or
Italizza	La Belle Liegeoise	la Côte de Bœuf
Izakaya Toulouse	La Belle Saison	La Creperie
Izakaya Vieux Canton	La Belle Verte	La Crieé des Gourmands
Izmir Grillades	La Belle Vie	La Croissanterie
J&j Burger	La Bièrothèque	La Cuisine A Meme
Jambon 007	La Binocle	La Distillerie
JANO - Fromage &	La Boheme	La Dolce Vita
Charcuterie	La Boite a Lutins	La Esquina
JAPOYAKI	La Boîte à Pizza	La Fabric
Jardin des thes	Toulouse Jeu Rieux	La Fabriq du Burger
JEM	La Boîte à Pizza Toulouse	La Fabrique
Jifu Fondue Asiatique	Jolimont	La Face B
Joe's Corner	La Bonbonniere	La Faim des Haricots
Jour de Fete	La Bonita	La Ferme de l'Aveyron
Jour de Marché	La Braisiere et De	La Fine Equipe
Juanito Food Truck	L'Annexe	La Flambee
Juguem	La Brasserie de Jean	La Folia
JustBon	La Brasserie du Met's	La Folia do Brasil
Kabuki Sushi	La Brasserie Du Stade	La gaité restaurant
Kai Wok	La Brioche Occitaine	La Gamelle
Karl Maison du Hot Dog	La Brique Rose	La Gaufre Liegeoise

La Gazette	La Pie	L'alhambra
La Gentina	La Pizzatheque	L'Alimentation - Bar à Vin
La Gouaille	La Pizzeria Francaise	L'Alimentation - le
La Gourmandine	La Poste	Foodstore
La Grand' Pizzeria	La Pref	L'Amie des Saveurs
La Grange Restaurant	La P'Tite Gouaille	L'Amourapizza
La Griffé	La Quent'in de Paul	l'Anacoluthe
La Grignotiere	La Rajasthani	L'Angelo
La Grilladelle	La Regalade	L'Annexe
La Grillee	La Réserve	L'Anthropic'afe
La Guinguette	La Réunion Gourmande	L'Antica pizzeria
La Kantoch	La Ripaille : Brasserie de	L'apothéose
La kasbah	la gare	L'Apothicaire
La Loge	La Romantica	L'appart des Coiffeurs
La Loge de Mado	La Romarine	Laraclet'
La Madeleine de Proust	La Rosa Negra	L'Arene Royale
La Maison des Nems	La Rose de Tunis	L'Arret O Port
La Manufacture	La Roulotte	l'As 2 Pizz
La Manufacture Jeanne	La Saladerie de Midi	Las Empanadas
D'Arc	La Sandia	Las Tapas Locas
La Mare aux Canard	La Santine	L'asador
La Mariposa	La Sidreria	L'Assiette Rose
La Marmilie	La Soupe Au Caillou	L'Astoria
La Marmite	La Souris Verte	L'Atelia
La Marmite Doree	La Squadra	L'atelier De L'eharpe
La Ménagère	La Storia	L'Atelier Della Pizza
La mesa de Lola	La Suite du Petit Couloir	L'Atelier des Plats
La Meuniere	La Table d'Ariane	L'Atelier du Burger
La Mezzee	La Table de la Bascule	L'Atelier du Chocolat
La Mie Caline Toulouse	La Table de L'Initial	L'atelier du Royal
La Mie Nédélec	La Table de William	Latino Palace
La Mignardise	La table d'Emile &	L'Aurore
La Milonga	Fernand	L'Autruche
La Muraille D'or	La Table des Iles	L'avant Marius
La Noria	La Table du Belvedere	Le 147
La Panetiere	La Table du Faubourg	Le 5 boulevard
La Paniolade	La Table Indienne	Le 5/5 d'Events Five
La Parenthese	La Tantina de burgos	Le 9
La Parenthese Food Truck	La Tantina de la Playa	Le Baalbeck
La Passeggiata	La Taverne Bavaroise	Le Bachelier
La Pastasciutta	La Tienda	le Bambara
La Pataterie Toulouse	La Topina	Le Bangalore
La Pause D'emilie	La Toque Cuivrée	Le Bar Basque
La Peniche	La Trattoria D'Alexis	Le bar de la Lune
La Pente Douce	La Trompette Rouge	Le Bar Des Poètes
La Perdrix	La vallee du Mekong	Le Bar du Matin
La Pergola	La Verriere Restaurant	Le Baratie
La Petite Adresse	La Villa des Oliviers	Le Barboteur
La petite baguette	La Villa Tropezienne	Le Barcelona
La Petite Ménagerie	La Vue	Le Bateau Lavoir
La Petite Pause	Labo M	Le Baylac
La Piazzetta	L'Air de Famille	Le Bazacle

Le Begone	Le Carre Gourmand -	Le Fondeyre
Le Bellini	Toulouse	Le Fournil de Sacha
Le Bibent	Le Carretù	Le Foxy
Le Bidule	Le Cenacle	Le G Bar
Le Biergarten	Le Chacha	Le Galeo Restaurant
Le Bierographe	Le Chai Saint Sauveur	Traiteur
Le Bissergues	Le Chant des Papilles	Le Gallus
Le Bistro	Le Chat Noir Bistrot	Le Galuchat
Le bistro crampel	Le Chawarma	Le Gandhi
Le bistro du Compans	Le Chef du Burger	Le Gavroche
Le Bistologue	Le Chinatown Restaurant	Le Genty Magre
Le Bistronomie	Le Chouette	Le Globe Trotteur
Le Bistrot a La Une et	Le Citron Bleu	Le Glou
sa Cantine	Le Clapotis	Le Gobelet
Le Bistrôrant	Le Classic Cafe	Le Gosier en Pente
Le Bistrot	Le Clos de Francois	Le Goût des Hôtes
Le Bistrot de Julie	Le Comptoir	Le Gout En Train
Le Bistrot des Carmes	Le Comptoir A La Une	Le Grand Zinc
Le Bistrot des Halles	Le Comptoir A Pizzas	Le Grenier de Pépé
Le Bistrot des Sales	Le Comptoir de Bacchus	Le Grenier du Salin
Gosses	Le Comptoir de	Le Homard Frites
Le Bistrot d'Etienne	l'Aeropostale	Le Jardin de Roquebrune
Le Bistrot D'Hercule	Le Comptoir des Peches	Le J'Go
Le Bistrot du Matou	Gourmands	Le John's Club
Le Bistrot Du Port	Le Comptoir du Rex	Le Kalinka
Le Bistrot Gaufre	Le Comptoir Gourmand	Le Karo
Le Bistrot Libanais	Le Comptoir Italien	Le Kilton
Le Bol Bu	Le Confessionnal	Le KING
Le Bol Rouge	Le Coq d'Or	Le Kiosque
Le Bombay	Le Cosy	Le Ksar
Le Bon Endroit	Le Court Circuit	Le Kyoto
Le Boui Boui	Le Coyote	Le Laotien
Le Bouillon Languedoc	Le Cr7	Le Lotus D'or
Le Boulis	Le Craquelin	Le Louchebem
Le Bousin de Gambrinus	le cri de la truffe	Le Lusso
Le Bouteillon	Le Cypriani	Le Maharaja
Le Break	Le Cyprien	Le Mambikas
le BRENNUS	Le Cyrano	Le Mami-wata
Le Brooklyn	Le Dahu	Le Mandala
le Buffle d'Or	Le Dakar	Le Mange-Tout
Le Bus 111	Le Delicatessen	Le Manteau Rouge
Le Byblos	Le Delizioso	Le Marocain
Le Cabanon	Le Detaillant	Le Marrakech
Le Café Adjacent	Le Diamant	Le Mas De Dardagna
Le Cafe Cerise	Le Donjon Cafe	Le Mauricia
Le Café de Toulouse	Le Duplex	Le Mayombe
Le CamiHong	Le dynastie	Le Mess
Le Cantou	Le Fairway	Le Ministère
Le Carbet d'Oc	Le Faubourg	Le Miroir
Le Cardito	Le Feu de l'Amour	Le Moderne
Le Carpaccio	Le Fifteen	Le Monde du Macaron
	Le Flore Bar Resto	Le Monica

Le Montagu	Le Quoi Compans	Le Tire-Bouchon
Le Montrejeaulais II	Le Radis Rose	Le Triangle d'Or
Le Muret	Le Raja Hindustan	Le Trinity's
Le New Goa	Le Rajasthan	Le Troquet Garonne
Le Nez Rouge	Le Rajmoni	Le Vaquesso
Le Noma	Le Refectoire	Le Vaudeville
Le Nouveau Thé	Le Relais	Le Vauquelin
Le Pacific	Le Rendez Vous	Le Venitien
Le Pain et la Rose	Le Restaurant	Le Ver Luisant
Le Palais de Shahrazade	Le Retour du Marche	Le Verdon
Le Palladia	Le Rialto	Le Vialou
Le Paradis du Fruit	Le Rivals	Le Vibrato
Le Partage	Le Rocher de La Vierge	Le Victor Hugo
Le Pasteur	Le Rocher d'Olt	Le Victoria
Le Patio	Le Rohtang Pass	Le Vietnam
Le Patio de la Table	Le Rond de Serviette	Le Village Vietnam
Ronde	Le Rotisseur	Le Vintage
Le Patio de Lalande	Le Rowing	Le Wallace Cafe
Le Patio Des Salenques	Le Royal's Pub	Le Winger
Le Pavé des Minimés	Le Sabra	Le Witch
Le Perche Pinte	Le Safran	Le Zagora
Le Pere Leon	Le Saint Georges	L'Ecailler des Carmes
Le Pery	Grillades	L'Ecluse
Le Petit Flore	Le Saint Gery	L'Ecume Gourmande
Le Petit Jean	Le Saint Honest	Lee & Chi
Le Petit Magre	Le Saint Honoré	Lee In
Le Petit Mange Tout	Le Saint Martin	L'Electro Bar depuis 1920
Le Petit Marais	Le Saint Sauvage	L'Embargo
Le Petit Roquecor	Le Saint Simon	L'Emboucanneur
Le Petit San Seb	Le Salin	L'Emulation nautique
Le Petit Vasco	Le Salon de Thé du Citiz	L'Emulsion
Le Petit Victor	Hotel	L'Endroit
Le Philibert	Le Santal	L'Entracte
Le Pic	Le Saphir	L'Entrée des Artistes
Le Pic Saint Loup	Le Semiramis	L'Entrepotes
Le Piège À Loups	Le Shahi Dhaba	L'Envers du Decor
Le Pitchoun	Le Shaker	L'Epicerie de Papa
Le Plantain Gourmand	Le Shambhala - Salon de	L'Epicurien
Le Poil du Herisson	the	L'Epicurien - Bistrot
Le Point Carré	Le sherpa	Gourmand
Le Point d'Ogre	Le Soleil Bleu	L'Epicurieux
Le Point Gourmet	Le Soleil d'Istanbul	L'Epizz
Le Poisson Vagabond	Le St Jerome	L'Ergot
Le poulpe en folie	Le St Sernin	Leriche de Saveurs
Le Premium	Le Sud D'asie	Les [2] Font La Paire
Le Progrès	Le Sukhothai	Les 2 soeurs HOANG
Le P'tit Gourmand	Le Sylene	Les 3 Caves Rive Gauche
Le P'tit Louis	Le Taj	Les 3 Continents
Le P'tit Resto	Le Taj Mahal	Les 3 Elephants
Le P'tit Truc	Le Tchín	Les 3 Sages
Le Py-r	Le Temps des Vendanges	Les 4 Petits Cochons
Le Quartier Latin	Le Ti Prince	Les 4 Z'arts

Les Acolytes	Les Jardins de Pylpa	Libellules et Papillons
Les Agités du Bocal	Les jardins de Thibault	Libelula
Les Américains	Les Jardins d'Elyssa	L'Imperiale
Les Arcades	Les Jardins D'occitane	L'Inde
Les Biquettes	Les Jardins du TOEC	L'Indochine
Les Bistronautes	Les Jasmins	L'Instant Breton
Les Bottes Rouges	Les Maquisardes	L'Itineraire-Bis
Les Boulistes	Les Maraichers	Little India
Les Brochettes	Les Marronniers	Little Italy
Les Cabochards	Les Mascareignes	Lo Stivale
Les Canailles	Les Mecs Au Camion	L'O Zen Bistrot
Les Chimères	Les Merles Moqueurs	Local Bio
Les Cinq Sens	Les Mets D'Occitanie	L'OccItalie
Les Complices	Les Passionnés	L'Occitania Bateau
Les Comptoirs Sucrés	Les Petits Crus	Restaurant
Les Coudes sur la Table	Les Planeurs	L'Oenotilus
Les Daronautes	Les P'tits Fayots	L'Officina
Les Délices d'Ailleurs	Les Raquettes du Stade	Loma pâtisserie
Les Delices de L'adonis	Les Rêveries d'Hercule	L'Oncle Pom
Les Delices de Saturnin	Les Sables d'Or	Long Quan
Les Dépanneuses	Les Saisons du the	L'Orangerie du Pays d'Oc
Les Diables au Thym	Les Sales Gosses	L'Oriental
Les Domaines Qui Montent	Les Saveurs d' Aubin	L'orso Italiano
Les Enfants Terribles	Les Saveurs de Janna	L'Os a Moelle
Les Epicuriennes	Les Saveurs de L'Inde	Lot of Galettes
Traiteuses	Les Saveurs D'Istanbul	Lotus d'Or
Les Etoiles d'Asie	Les Saveurs du Liban	Lotus Rose
Les Filous	Les Secrets de Sofia	Loucapizza
Les Fils A Maman	Les Taillades	Lounge 158
Toulouse Carmes	Les Terrasses de l'Atelier	Lovamerica
Les Fils a Maman Victor Hugo	Les Têtes d'Ail	L'sugar
Les Fleurs D'olivier	Les Tilleuls	Lucas & Marie Sans-Gênes
Les Folles Saisons	Les Tontons Flingueuses	Lycee des Metiers de l'Hotellerie et du Tourisme d'Occitanie
Les Fondues de la Daurade	Les Toulous'hein	Lynga
Les Fortes Têtes	Les Toulous'hein Saint Michel	M by Mo Bachir
Les Frangins	Les Zygos	M&M
Les Freres Chapelier	L'Escale St Martin	Ma Biche sur Le Toit
Les Fromentiers	L'Esquile	Ma Cri'Perie
Les Galopins	L'Esquinade	Mac Ankara
Les Gourmands de Saint-Sernin	L'Essentiel	Macy's Burger
Les Gourmets d'Asie	L'Estaminet	Madame Bovary
Les Gourmets des Lois	L'Etoile Toulouse	Madame En Route - food truck
Les Halles De La Cite	Levantin	Madame Poutine
Les Illustres	Levantin Restaurant	Magnolia Cafe
Les Impulsifs	L'Evasion	Magnolia Café Créatif
Les Jardins de l'Olympe	Level UP	Magnum
Les Jardins de la Cepiere	Lexington Cafe	Maison de la Poutine
Les Jardins de l'Opera	L'Extrapade	Maison Pillon
	L'Hemicycle	
	L'Hexagone Pizza	
	L'hippi'curien	

Maison Plats Canailles
 Maison Sarment
 Maitre Renard
 Mak Food
 Makan Kante
 Makesushi
 Maki Wan
 MakThai
 Mam
 Mama Restaurant
 Toulouse
 Ma-Ma Sushi
 Mamie Et Les Ours
 Manding art
 Manger Autrement
 Manguié
 Mansour
 Marcello Saint Georges
 Marco Polo
 Mare et Monti
 Maria cafe
 Marmites des Iles
 Marshall's Diner
 Massimo
 Maximo Cafe
 Maymana
 Mazzolina Mozza Bar
 McDonald's
 McDonald's Originals
 Medina Cook
 Medirest
 Mediterraneo
 Meet the Meat Kanteen
 Méharées Dream
 Meilleur Burger -
 Minimes
 MeilleurBurger.fr
 Memphis Coffee Toulouse
 Meriem's Bricks
 Metropole Et Dom Tom
 Mets Racines
 Mexcal
 Mia Cha
 Miam Made In A Marmite
 Miam Thai
 MIAM! Chez Bastien
 Miami Food
 Michel Sarran
 Midi Gastronomie
 Bontemps
 Midi Minuit
 Midnight Crepes

Mijana
 Mile-End
 Mille Et Une Miettes
 Mille et Une Pates
 MilleZim
 Million d'Elephants
 Ming Ming
 Minotaure café
 Mister Eat
 Mix des Filles
 Miya Fondue
 Mlle Coccinelle
 Mon Canard Compans
 Mon Canard Saint-St
 Georges
 Mona Pizza
 Monop'daily
 Monsieur Cyclofood
 Monsieur Georges
 Mood restaurant
 Moon Pok
 Moon Wok
 Moonrice
 Motchiya
 Mr Sushi
 Mucho
 MUG Express
 Mugen Cafe
 My Little Warung
 Toulouse Victor Hugo
 MY Wok
 Myazoe
 Mythic Burger
 N26 Steak House
 Nabab
 Namasté
 Nathy
 Native Canteen
 Naturons!
 Nelly & Frederic Phone
 Nelsao
 Neo Samourai
 Neroli Coffee Society
 Neska Polita
 New Delhi
 New School Tacos
 Nino
 Ni'Shimai
 Noshnight
 Notes et Saveurs
 Novo Burger

Novotel Purpan Aeroport
 Gourmet Bar
 Numero C-Coffee Bar
 Ô Banh Mi
 Ô Coup dans l'Aile
 Ô Faim de Nuit
 Ô Ki Sushi
 Ô Petits Pâtons
 Ô Tuk Tuk
 Ô Zen
 O'briens Irish Pub
 O'Brothers Restaurant
 O'Tacos
 Ocuiz in
 OFFICINA GUSTO
 O'fréro Pizza Feu de Bois
 Oh Fada
 Oh la vache
 Oh Mangez Moi
 Oishi Ramen
 OKAMISUSHI
 On' Nador
 O'Petit Zinc
 Orly Food
 Orsi
 Orto italian streetfood
 O'Tacos
 O'Tokyo
 Otoyasushi
 Ovalie Coffee
 Pachinee
 Padthaiya
 Paella Pepita
 Pakito
 Papagayo
 Papillons
 Papillotes et Berlingots
 Paradis D'Asie
 Paradise cafe
 Parcero
 Pass' A la Maison
 Pasta Pizza
 Pastel et Sarrasin
 PAUL
 Paul Gourmet
 Pause Banh Mi
 Pecheurs de Sable
 PeGast Toulouse
 Pepe Luis Churreria
 Pepper's
 Pepponita

Petit Bacchus et Ses	Pizz'Artisanale	Restaurant Asiatique The Vert
Agapes	Pizz-A-Toulouse	Restaurant Attila
Petit Leo	Pizzeria Bambino	Restaurant Bao
Petite Ile	Pizzeria Belfort	Restaurant brasserie le fontaine lestang
Petite Marie	Pizzeria d'Alexis	Restaurant Buok
Philippe Faur	Pizzeria de l'Opera	Restaurant Chez Carmen
Pho	Pizzeria La Manufacture	Restaurant Contre-Pied
Pho Mai	Pizzeria L'en	Restaurant Fouk Yien
Pho Quyen	Pizzeria Restaurant Le Marsiglia	Restaurant Guayoyo
Pho Saigon	Pizzeria Tenera	Restaurant Hito
Pikonik	Pizzeria Vecchio	Restaurant Japoyaki
Pimp my burger	Pizzeria Zio	Restaurant Jipoon Thai
Pitaya Toulouse Capitole	Pizzetta di Roma	Restaurant La Fleur de Mai
Pitaya Toulouse Carmes	Place Mage	Restaurant la Mammina
Pizz & Styl'	Planet Sushi	Restaurant L'Accessoire
Pizz' l'Extreme	Planet Wok	Restaurant L'Aubrac
Pizz Up	PlatÔ Gourmand	Restaurant Le Dodge
Pizz&Cheese	POKÉ lab	Restaurant Le Magret
Pizza Angelo	Poketeria	Restaurant Le May
Pizza Arlequin	Pomme de Pain	Restaurant Le Petit Ogre
Pizza Bonici	Pop'in	Restaurant Le Toec
Pizza Cap Heracles	Populaire Kebab	Restaurant Le Victoria a Cugnaux
Pizza Cap Les Carmes	Pottok	Restaurant Les 4 saisons
Pizza Catalogne	Preface	Restaurant les Deux Mondes
Pizza Compagnie	Prima Fabbrica	Restaurant Les Muriers
Pizza de L'ormeau	Prima Lova	Restaurant L'Etoile de Mer
Pizza du Faubourg	Professeur sloop	Restaurant l'Helice
Pizza Felix	Prosciutteria	Restaurant Libanais
Pizza Fresca	Pub o'clock	Restaurant L'Instant T
Pizza Guido	Puerto Habana	Restaurant Midi Pile
Pizza Hut	Pupp'iz	Restaurant Ô Jardin Gourmand
Pizza Jazza	Quand les moules auront des dents	Restaurant Shun
Pizza K	Quartier Libre	Restaurant Viet an
Pizza Lespinet	Quasimodo	Restaurants Administratifs PTT
Pizza Lopez	Quick	Resto Bao
Pizza Luce	Quick Toulouse Mirail	Resto Calm
Pizza Maestra	Quinquina Bar	Resto Grill le 5-5
Pizza Martine	R4	Resto Tapas L'Oreille Cassee
Pizza Mongelli Saint Cyprien	Racine Cafe	Ri du Soleil
Pizza Noche	Rajasthan villa	Road Snack
Pizza On Time	RapiDéj	Rocco Trattoria
Pizza Papa	Ras La Tasse	Roquette & Julienne
Pizza Pino	Ravigote	Rotisserie & Compagnie
Pizza Pizza Toulouse	Raymond IV	Rôtisserie Poulet & Cie
Pizza Romaine	Redstar pizza	
Pizza Time	Renfort du Palais	
Pizza Tolosa	Restaurant Adong	
Pizza Torino Burger	Restaurant Aladdin	
Pizzaland 31	Restaurant Albano	
Pizzapascher - Toulouse	Restaurant Alexandrie	
Rangueil		

Roulez Papilles	Sovaga	The Melting Pot Pub
Royal Buffet	Speed Burger	The Petit London
Sa Tho	Spice of Bengale	The Sweet Spot
Safehouse	Sporting Eat	The Syndicate of
Saigon By Night	Steakhouse Grill	Skeewers and Drinks
Saisons du Monde	Subway	Thé Time Coffee & Bar
Sakora	Surfin'Poke	The Wild Rose
Sakuraame	Sushi Avenue	The Winter Garden
Sakuraya	Sushi express	Ti Caz
Salade Composee -	Sushi Ikura	Ticky Tacky
Toulouse Ranguel	Sushi Inasse	Tokami
Samothras	Sushi Plus	Tokyo Yaki
San Marzano	Sushi Sakura Toulouse	Tom Pouce Cafe
Sandibad	Sud	Tonton Sakhi
Sandwicherie Pasteur	Sushi Shop	Top'Pizza
Sandyan	Sushi Wok	Toroya Rolls
Santosha Toulouse	Sushi Yuki	Tot ou Tarte
Sapori d'Italia by Antonio	Taberna Dom José	Toulouse Burger
Saptawee	Taco - Food Truck	Toulouse place dupuy
Saray	Taco Time Occitanie	Toulouse Sushi
Satch Club	Tacos Avenue	Tourneflam
Sa-Thô	Borderouge	Tratto Mizzica
Saveurs Basilic	Tacos Burger Avenue	Troika Royale
Saveurs Bio	Tacos Industry	Tsing Tao
Saveurs des Grands	Takumi By Saveurs	Turan Yorulmus
Enfants	Basilic	Tutti Matic Jean Chaubet
Saveurs Dorees	Taloa Le Sandwich	Tutti Matic Lascrosses
Saveurs Viet	Basque	Tutti Pizza
Scorcione Bernard	Tante Margit	Tutti Pizza Aucamville
Secret de Pains	Tapéo	Tutti Pizza Charles de
Seng Kuon	Tatou	Fitte
Senor Taco	Taulièr d'Occitania	Tutti Pizza Crampel
Sept	Tea. M by le petit magre	Tutti Pizza Croix Daurade
Shalizar	Terminal Midi Pyrenees	Tutti Pizza Cugnax
Shems	W.L	Tutti Pizza Déodat de
Shin-ya Ramen	Tête en l'air	Severac
Simple	Thai & Sushi	Tutti Pizza Jean Rieux
Sim-Py	Thai Loei Sushi	Tutti Pizza Jules Julien
Sixta	Thai-Thai SuShi	Tutti Pizza Minimes
Sixty-two	The Black Lion	Tutti Pizza Pont Jumeaux
SLD Cafe	The Classroom Toulouse	Tutti Pizza Saint Martin
Smoking Barrel	Thé coul. ô café	du Touch
Snack Cafe	céramique	Ultramarinos Ana
Snack-Bar Le Bacchus	The Dispensary	Un Air de Quartier
Snapper Rock	The Four Monkeys	Un Chef Dans Votre
So British	The Frog & Rosbif	Cuisine
So Japan	The George and Dragon	Un Coin de Jardin
So Piad'In	The Green Castle	Un Singe en Hiver
Sol Y Sombra	The Hopscotch Pub &	Un Tout Petit Monde
S'olia	Brewery	Underbar
Soppa	The Kitchen	Une Table a Deux
Sorami	The London Town Pub	Upper Burger

Van B.
Van Gogh
Van Loc
VandB Toulouse Purpan
Vasco le Gamma
Vasinico
Veggie Corner
Vents d'Est
Vestiaire
Vezzy
Victor
Vietnam Délice
Vivants
Wanted Jack Saloon
Why Not
WI-Ki

Will I Am Pizza
Wizz'up TACOS
Wok & Bowl
Wok N Sushi
Wok Ocean
Wok Thai
Wonder pizza toulouse
Woody Burger Food
Truck
World Fooding
Y Restaurant
Yaki Zakana - Restaurant
Japonais
Yankee Grill
Yard - La Burger Factory
Yeti D'Himalaya

Yggdrasil
Yoga & Brunch
Yogurt Factory
Yoko Sushi
Yoshi
Your's
Ytaing
Yummy
Z burger
Zenazia
Zen-Saï
ZePleGraounde
Zio
Zorkot - Epicerie
Libanaise & Salon de The
Zunyi

Приложение № 4 Отзывы о заведениях питания г. Тюмени, г. Сиэтла и г. Тулузы

Название заведения питания в г. Тюмени	Заголовок отзыва с положительной коннотацией	Заголовок отзыва с негативной коннотацией	Заголовок отзыва с нейтральной коннотацией	Заголовок отзыва с положительной и негативной коннотацией
Посейдон	<p><i>Очень вкусно! Отличная кухня. Лучший сервис и кухня в Тюмени. Прекрасный ресторан с морепродуктами. Рекомендуем ресторан. Ресторан 10 из 10 баллов. Место на 10 из 10 баллов! Настоятельно рекомендую. Прилетаю в Тюмень и сразу в Посейдон. Супер рыбный ресторан!!! Заслуженно носит название первый рыбный ресторан. Всё великолепно! Праздничный семейный ужин. Чудесный ресторанчик. Пожалуй лучшее место, если желаете морепродуктов. Amazing.</i></p>	<p><i>Арендуйте смокинги если хотите посетить данное заведение... Ну так себе! Чушь, а не рыбный ресторан</i></p>	<p><i>Ужин Пробный поход.</i></p>	-
Дягилев	<p><i>Обожая Очень вкусно!!!! Цена/качество - оправдывает. Лучшее место для выпускного вечера "Дягилев" рекомендую!</i></p>	<p><i>Завезите нормального вина!!! К сожалению заведение сдулось,</i></p>	<p><i>Атмосфера. Еда. Место Ужин в Дягилев Выпускной Бизнес ужин ЧМ по футболу Рыба для северянина Ужин нефтяника</i></p>	<p><i>часть блюд прекрасна, часть не нужны</i></p>

	<p><i>Отличный свадебный банкет! Ах эта свадьба... Хороший ресторан Уютно и вкусно Очень понравился ужин Нефтяника!</i></p>			
Чарка	<p><i>Замечательное заведение! Свадьба в «Добре» - как по маслу. Уютный ресторан, вкусная еда Приятная атмосфера Любимый ресторан Наш любимый ресторан Вкусно, быстро и не дорого Моя лучшая свадьба!!! Внимательный персонал. Праздник от души!</i></p>	-	<p><i>Просто чарка Отмечала юбилей Новогоднее корпоративное мероприятие (несколько организаций) обед Детский праздник. Новогодний корпоратив в банкет-холле Добро Ужин День рождения</i></p>	<p><i>Обслуживание отличное, еда обычная.</i></p>
Ван Гоги	<p><i>Отличная грузинская кухня! Очень вкусно. Неплохой ресторан в центре Тюмени Однозначно лайк! Прекрасный ресторан с хорошей Ужин на славу! Ужин с коллегами в атмосфере грузинского гостеприимства Вкусно и гостеприимно</i></p>	<p><i>Разочарование (2)</i></p>	<p><i>Посещение нового, старого заведения Посиделки с друзьями Вино и тост от ресторана, имениннику - рог вина. Вкусные истории из Грузии Ресторанчик с грузинским акцентом Про 3 вида чачи. Грузинская кухня без перебора Хинкали много и разные</i></p>	-

			<i>Хинкали башенкой</i>	
Самеба	<i>Прекрасный ресторан!♥□ Зашли ненадолго... так казалось поначалу)) Хорошо Отличное место Впечатлен Самые лучшие впечатления! Красиво-то как! ужин в уютном месте Отличное заведение!</i>	<i>Просто отвратительно!!! Праздник испорчен, нас еще и оскорбляли! ПЛОХОЙ ВЫБОР ДЛЯ ПЛАНИРОВАНИЯ ВАШЕГО ТОРЖЕСТВА не произвело впечатление Негативные впечатления Ужасный ресторан! Ничего особенного Не впечатлил</i>	<i>Мясной вечер Грузинский ресторан в центре Обед Пойдет</i>	-

Название заведения питания в г. Сиэтле	Заголовок отзыва с положительной коннотацией	Заголовок отзыва с негативной коннотацией	Заголовок отзыва с нейтральной коннотацией	Заголовок отзыва с положительной и негативной коннотацией
Carl's Jr	<i>Good hamburgers, friendly service We love Carl's Jr. GOOD FOR A FAST FOOD CHAIN BURGER We love this place</i>	<i>Poor customer service Terrible food & service! Mr. Carls didnt show me anything special. Drive Thru consistently slow. Hateful employees. Not worth the price Dry burgers</i>	<i>Just me</i>	<i>Great food; pathetic service</i>
Da Pino	<i>Don't miss the specials! Excellent Italian reserve Ristorante carino If you can't get to southern Italy, this will do nicely</i>	-	-	-
Canlis	<i>Great ambiance Incredible takeout and caring for its workers in a time of Corona Virus Excellent Food, Service and View Fantastic overall experience! Fine Dining Coupled With Impeccable Service Excellent Birthday Dinner Exceptional Beautiful Place Canlis delivered on their reputation as a place for special occasions One of a kind experience!! Best Seattle Fine Dining</i>	<i>So bad ...run away So over Rated, Customer Service So Bad, Horrible expirence for \$1K. WAY OVER RATED The Crab Shack Fails Canlis Standards What happened to Canlis? A disappointing \$400 meal for 2. Ignored dietary restrictions- made me ill Very Disappointed</i>	<i>Review for Yurt Village Not a repeat of last year</i>	-
Samurai Noodle	<i>Perfect Ramen Real ramen Tiny Japanese Noodle House Beautiful ramen Fresh ramen noodles! Cute little noodle spot Excellent</i>	<i>Tiny Japanese Noodle House Not so great This is NOT RAMEN! The master-less Samurai (rōnin) Not good</i>	<i>Meh Simplicity itself</i>	-

	<i>Good Ramen Very good! Sorry excuse for Japanese food Good ramen! Taste is bad Simplicity itself Excellent ramen! Perfect noodles!</i>	<i>Sorry excuse for Japanese food Taste is bad</i>		
Purple Cafe and Wine Bar	<i>Fantastic Dining Experience! Purple A must try Sets the standard for American wine bars Outstanding Great wine bar with excellent food. Nearly perfect Perfect Date Spot in Seattle</i>	-	<i>Menu thoughts Solo Dinner</i>	-
Krispy Kreme	<i>These are the best donuts ever!!!! Excellent doughnuts! Little pillows that melt in your mouth. Very nice restaurant right next to the King County Metro Rapidride Awesome Donuts and . . . Best doughnuts ever! Impossibile non fermarsi, le più buone Donuts che ci siano!</i>	-	<i>12/12 Dessert! Donuts</i>	-
Breezy Town Pizza	<i>what a treat! Tasty pizza by the slice!</i>	-	<i>Not a fan</i>	-
Central Bar	<i>Good ribs</i>	<i>Hair in food then accused me</i>	<i>Asian-Texan Fusion Smoked Food Wife's not big on Smoked meat but we tried it.</i>	-
The Cheesecake Factory	<i>Fast, fresh, flavor food for delivery Planning to return here next time we are in the area! The B-E-S-T! Awesome foodie joint Loved this place!</i>	<i>Steer Clear If You Care About Your Health Noisy, dark and rushed.</i>	<i>Family Meal</i>	<i>Slow Service. Average Food. Very Good Location</i>

	<p><i>Quality chain</i> <i>Abundance of yum</i> <i>Enjoying the new</i> <i>Skinnylicious Menu</i> <i>The impossible burger is</i> <i>really like the real deal.</i> <i>Service ok, food ok</i> <i>Awesome wait staff!</i> <i>One of the things I look</i> <i>forward to when in</i> <i>America!</i> <i>Good experience</i> <i>Yum!</i> <i>Great stop!</i> <i>Great bar service</i></p>			
Mod Pizza	<p><i>Great all around</i> <i>experience</i> <i>Assembly line pizza</i> <i>where you pick</i> <i>ingredients like Subway -</i> <i>Good result</i> <i>"Simple terrific!"</i> <i>Great price to make your</i> <i>own pizza.</i> <i>Just Ok</i> <i>Best Pizza in the</i> <i>Northwest</i> <i>Fresh, quick, good.</i> <i>cheap and filling</i> <i>So Tasty!</i> <i>Perfect place for quick</i> <i>pizza</i> <i>Good Pizza, Great price!</i> <i>Great pizza/service</i> <i>Awesome</i> <i>Great service</i> <i>Fast, friendly & tasty</i> <i>Excellent Pizza!</i> <i>Great restaurant</i> <i>Delicious pizza</i></p>	<p><i>Horrific Customer</i> <i>Service</i></p>	<p><i>Factoria</i> <i>location</i></p>	-

Название заведения питания в г. Тулузе	Заголовок отзыва с положительной коннотацией	Заголовок отзыва с негативной коннотацией	Заголовок отзыва с нейтральной коннотацией	Заголовок отзыва с положительной и негативной коннотацией
Lac du Bistroquet	<i>Excellent Merci Clara Un merveilleux moment ! Déjeuner zen et bon Excellent Un des meilleurs restaurant Parfait Super moment Super moment Un foie gras a tomber par terre ! Cadre et service au Top ! Au Top Merci KEVIN service au top Au top Bon moment dans un joli cadre Une bonne soirée !</i>	-	<i>Dîner entre potes Diner Pause au bord de l'eau</i>	-
Le Bistrot du pecheur	<i>Repas en amoureux Delicieux Ambiance et service très sympa IMPECCABLE Très bon resto je recommande Bon restaurant de poisson Un petit coin de mer Dîner avec des produits frais entre amis Endroit agréable. Belle paradiada de poissons copieuse pour un menu. Moules frites tres bonne 5/5 Excellent moment Excellentissime Super!!!! Raffiné et très bon</i>	<i>Manque d'hygiène Circulez il n'y a rien a voir Décevant Décevant !!!</i>	-	<i>Pratique et bon mais pas incontournable Très bon mais service très long aussi</i>
Saveurs Bio	<i>SIMPLE ET PARFAIT POUR UN REPAS RAPIDE ET BON Belles saveurs</i>	-	<i>Buffet oder à la carte Visite de Toulouse</i>	-

	<p><i>Bon choix</i> <i>Une valeur sûre</i> <i>Tres agréable</i> <i>おいしい</i> <i>Tranquillo ed ekegante</i> <i>Bonne découverte</i> <i>Lo mejor para</i> <i>vegetarianos</i> <i>Belle découverte</i> <i>Simple bon</i> <i>Biologico evoluto</i> <i>Des produits frais et bio</i> <i>Original</i> <i>Sain, varié, spacieux et</i> <i>agréable.</i> <i>Vive le Bio abordable.</i> <i>Fichtre quel accueil !!</i> <i>Goût saveurs</i></p>		-	
Rouge Comptoir	<p><i>High quality and a great price.</i> <i>Très bon endroit pour manger</i> <i>Un très bon moment</i> <i>Une adresse à retenir</i> ACCUEIL DEPLORABLE <i>Repas très agréable</i> <i>Un bon restaurant bien sympa</i></p>	-	<i>Rouge au comptoir...</i>	-
Bar à la Une	<p><i>Un écrin de verdure et de gourmandise</i> <i>Parfait !</i> <i>Confort, et régal</i> <i>Parfait copieux top accueil</i> <i>Très bon moment</i> <i>Très bien</i> <i>Cadre sympathique et</i> <i>Plats excellents</i> <i>Super moment</i> <i>Super Cuisine, ambiance sympa</i> <i>Belle surprise</i> BONNE CUISINE ET TERRASSE AGREABLE DÉLICIEUX <i>Belle surprise !</i> <i>Toujours ravie, la constance fait plaisir</i> <i>Belle découverte</i></p>	<p><i>Déçu</i> <i>A éviter</i> <i>Bof, bof, bof !!! Prix élevé</i> <i>Quel cadre</i></p>	<i>Un endroit à découvrir</i>	-

Restaurant dans le Noir? Toulouse	<i>Amazing experience Super experience Une expérience unique ! Expérience insolite et inoubliable Superbe expérience! Belle expérience Expérience hors du commun Super Genial "Je recommande !" MERCI ET BRAVO Très bien Une expérience unique Super restau !!!!</i>	<i>pas bon</i>	<i>Une expérience à vivre Moyen Une expérience a faire lère expérience au restaurant</i>	<i>Expérience enrichissante mais des assiettes pas suffisamment garnies au regard du prix du repas</i>
l'He`done	<i>Une première ! Une merveilleuse découverte Un moment de gastronomie privilégié Superbe table Sublime Expérience culinaire passionnante plus que vrai repas Tout simplement parfait ! Une vraie expérience sensorielle Exceptionnel Excellentissime ! Splendide ! merci pour ce voyage Parfait baptême d'étoile Michelin</i>	<i>plats froids, service très long Une cuisine pour "bobo" Très décevant</i>	<i>À quand la 2ème étoile ? De la dentelle en cuisine Dîner au comptoir A découvrir si ce n est pas encore fait</i>	-
Le Carrousel	<i>Très bon repas dans un cadre magnifique Un régal Un délice Un restaurant comme nous les aimons. Parfait de A à Z Excellente soirée le 12/09/2020 Excellent repas, service au top dans un très agréable cadre On peut pas faire mieux ! Jolie soirée d'été Bonne adresse Correct Toujours un plaisir</i>	<i>Déception cher pour la qualité des produits Viande inmmangable A éviter absolument</i>	<i>Expérience mitigée Sacré COVID ! Déjeuner week</i>	-

	<i>Endroit très sympa</i>			
Marmites des îles	<p><i>Encore meilleur en présentiel Très bien Ambiance sympa. Cuisine intéressante Joli voyage culinaire Très bon restaurant. Bon restaurant Réunionnais Bon et chaleureux Formule buffet du midi très bien Un vrai restaurant avec de la cuisine Réunionnaise Repas réunionnais..pour les zoreilles! Buffet correct / buffet Dépaysement garanti Très bon et super ambiance Très bon buffet de spécialités réunionnaises Super accueil et des bons petits plats</i></p>	<i>On est loin de la cuisine Réunionnaise !!!!</i>	<i>La Dodo le la Dépaysement total</i>	<i>All you can eat but small</i>
Le Vauquelin	<p><i>Resto très sympa et cuisine maison bon resto Bon et sympa ! Tres bien Un restaurant où l'on se sent bien Un cuisine bon rapport qualité prix Endroit sympathique Très bon restaurant Bon rapport qualité-prix le Vauquelin v2 Expérience sympathique Le repère! Du fait maison</i></p>	<i>Grosse déception Tres moyen Mauvaise expérience Quand rien ne va !</i>	<i>Vente à emporter au top</i>	<i>Déjeuner rapide et bon, ambiance un peu agitée ! A bit hard to find but good food, service and prices</i>
Les Terrasses de l'Atelier	<p><i>Très bonne soirée Très bel endroit Très bonne soirée! Super concept Un moment entre amis très appréciable Au top Accueil et nourriture très bien Bobo plage</i></p>	<i>Service décevant Déçu, cher pour les prestations proposées Ingarable. Mauvaise organisation, attente interminable</i>	<i>Guinguette toulousaine en famille</i>	<i>Joli cadre mais nourriture de base Oui...mais...non Joli cadre mais qualité en baisse</i>

	<p><i>Super endroit Vraiment top Excellente soirée ! LA guinguette à ne pas rater !</i></p>			
<p>Janna Restaurant Oriental</p>	<p><i>Excellent Sympa Excellent restaurant Excellent Un bon petit couscous Un super restaurant oriental ! Très bon Merci à Saida qui nous a régalez Très sympas Super! Le meilleur couscous que j'ai mangé</i></p>	-	<p><i>Avis Dejeuner avec mon compagnon</i></p>	<p><i>Correct,mais peut mieux faire</i></p>
<p>Le Keudu</p>	<p><i>Cuisine maison, lieu très agréable Keu du... bonheur ! Keudu bon...! En famille top Très bonne adresse Je recommande Top et très bon chez Olivier Super restaurant Très belle découverte ! Pas les mots tellement c'était bien ! Un excellent moment de détente Un pur moment de plaisir Excellent restaurant Super resto J'adore!! 😊☐😊</i></p>	déçue...	<p><i>À découvrir absolument Nickel Repas entre amis</i></p>	<p><i>Oui mais</i></p>