

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ МӘДЕНИЕТ,
АҚПАРАТ ЖӘНЕ СПОРТ МИНИСТРЛІГІ
ТІЛДЕРДІ ДАМУ ДЕПАРТАМЕНТІ

Сәуле ИМАНБЕРДИЕВА

**ҚАЛА
ОНОМАСТИКАСЫНЫҢ
КЕЙБІР МӘСЕЛЕЛЕРІ**



ББК 81.2 Қаз - 9

И 48

Бас ғылыми редактор: ф.ғ.к., доцент Г.Б. Мәдиева
Пікір жазғандар: ф.ғ.д., профессор Т.Жанұзақ
ф.ғ.к., доцент Н.Уәлиев

И 48

Иманбердиева С.

Қала ономастикасының кейбір мәселелері:
Әдістемелік құрал. —Алматы: “Арқас”, 2004. —
136 бет.

ISBN 9965-9347-4-6

Бұл кітапта тіл білімінің ономастика саласымен айналысып жүрген ғалым-зерттеушілерге, жоғарғы оқу студенттері мен магистрантарға, терминологтарға және ономастикаға қызығушыларға арналған. Бұл кітаптан эргоним, менсоним, прагмоним, прагматоним, ареоним т.б. терминдер туралы және термин жасаудың принциптері жайлы қысқаша ақпарат аласыздар. Жұмыс тікелей менсонимдерге арналғандықтан, менсонимдер табиғаты, жасалу жолдары, лексика-семантикалық құрылымы кітапта мүмкіндігінше толығымен қарастырылған.

ББК 81.2 Қаз - 9

И $\frac{4602000000}{00(05)-04}$

ISBN 9965-9347-4-9

© Тілдерді дамыту департаменті
© Иманбердиева С., 2004.

ҚЫСҚАРТУЛАР

А – асхана
Б – бар
Бис – бистро
Буф – буфет
Д – дүкен
Дәм – дәмхана
К – кафе
Каб – кабак
Қ – қымызхана
М – мейрамхана
СМ – супермаркет
Тр – трактир
У – универсам
ШМ – шағын маркет

КІРІСПЕ

Бұл зерттеу жұмысы қазақ тіл білімінің жаңадан зерттеле бастаған тың саласы – ономастиканың *эргонимия* ішіндегі *тағамхана атаулары* мәселесіне арналып отыр. *Эргонимия* (эргоним грек тілінен $\dot{\text{E}}\text{rgo}$ «іс, қызмет, еңбек» + *оноута, онопа* «есім, ат, атау») – онимнің бір түрі, адамдардың біріккен ісінің, соның ішінде кеңестің, ұйымның, мекеменің, қоғамның, үйірменің жалқы есімі /1, 166/.

Орыс ономастикалық терминдерін зерттеп, бір жүйеге түсірген Н.В.Подольскаяның пайымдауынша, орыс терминдері көбінесе грек-латын негізінде жасалған. Сонымен қатар, өз еңбегінде қырғыз және әзірбайжан ономастикалық терминология сөздігіне баға бере отырып, ономастикалық терминдерді грек немесе латын тілдерінен алуға болатынын және әр халықтың ұлттық негізге сүйенетін өз терминдері болуы керектігін айтқан /7/.

Қазақ ономастикасында терминдер жете дамығанымен, арнайы терминологиялық сөздік жасау болашақтың ісі болып табылады. Әрине, әрбір ұлттық негізде терминдерді жасаудың мүмкіндіктері баршылық, мысалы, қазақ ономастикасында көп жылдар бойы халықаралық терминдермен қатар қазақ тілінде жасалған терминдер де қолданылып жүр. Қазақ ономастикасының негізін қалаушылардың бірі профессор Т.Жанұзақов ономастикалық терминдерге көңіл бөліп, ғылыми еңбектерде синоним ретінде қолданылып жүрген терминдер бойынша мынандай мысалдар келтіреді: «Ономастика терминімен қатар жалқы есімдер, антропонимиямен бірге кісі аттары, топонимика деп те, жер-су аттары деп те, этнонимия орнына ру, тайпа аттары деп, космонимиямен қатар ай-жұлдыз аттары деген терминді қолдандық» /3,15/. В.Н.Попова, Е.А.Керімбаев, Г.Б.Мәдиева, Қ.Қ.Рысбергенова т.б. көптеген авторлар грек, латын тілдерінен енген терминдер нақты мағынаны білдіріп, терминдер қатарына жеңіл кіре алатынын, өздерінің сөзжасамдық мүмкіндіктерінде шек жоқ екендігі жөнінде айтқан. Топонимдерді зерттеу барысында В.Н.Попова қосалқы археологиялық мәліметті беретін топонимнің бір түрін бөліп шығарып, оларға *археоним* терминін қолданады /4, 7/. Ал Қ.Қ.Рысбергенова Оңтүстік Қазақстанның топонимдерін

жүйелей отырып, сол аймақта көп кездесетін құм атауларын бір топқа жинақтап, құм атауларының түрлеріне байланысты *эремоним* (грек тілінен егето «алқап») және *ареноним* (латын тілінен *arena* «құм») деген терминдерді ұсынады /5,10/.

В.А.Никонов ономастиканың өмірдің ең маңызды жақтарының барлығына қатысты салаларының бірі – мекеме, дүкен, кафе атаулары екендігін айтып, «осы атауларға бірнеше термин ұсынады, бірақ тағылған терминнің әлі сәттісі жоқ» екендігін көрсеткен. Сонымен қатар, шетелде ірі мекеме орындары арнайы осымен айналысатынын айта келе, Ульяновск қаласындағы атаулардың нысанаға еш сәйкес келмейтінін дәлелдейді. Мысалы, «Ландыш» дүкенінде темір-терсектер сатылады, гүл сатып алушылар «Космос», «Прогресс» дүкендеріне баратынын, ал сүт сатып алушылардың құс сүтін алатынын өкінішпен айтқан, себебі сүт сататын дүкендер «Чайка», «Ласточка» деп аталады /6,274/. Т.Жанұзақов ономастика құрамына енетін атаулардың бір тобына тауарлық белгілерді, мекеме, газет, журнал атауларын жатқызып, олар жөнінде жалпы тіл білімінде кейбір кішігірім мақалалар болмаса, арнайы зерттеулердің жоктығын айтады /3,4/.

Эргоним терминінің өзі соңғы жылдарға дейін орын теуіп тиянақталмай әр түрлі атаумен аталып келді. Н.В.Подольскаяның ономастика бойынша терминологиялық сөздігі шыққанға дейін іскер адамдар бірлестік атауларын ғалымдар онимнің бөлек тобына жатқызады. Ю.А.Карпенко осы тектес атауларға өзінің *эргонизм* терминін ұсынған /7,8/. Ю.А.Карпенко ұсынған *эргонизм* термині мағынасы жағынан да, жасалуы жағынан да онимдер қатарына кіре алмағандықтан, ономастикада бұл термин өз қолданысын таппаған. Іскер адамдар бірлестік атауларына эргонизм терминінен гөрі *эргоним* терминін қолданған дұрыс. Себебі, біріншіден, оның құрамында жалқы есімдерге қатысын көрсететін «оним» грек тілінен енген терминдік элементі бар. Екіншіден, қарастырылған термин терминологиялық үлгі бойынша жасалған, сондықтан ономастикада қабылданған белгілерге ие болып, басқа терминдер қатарына ене алады, мысалы, *антропоним*, *топоним*, *космоним*, *зооним*, *гидроним* т.б.

Н.В.Подольская, А.В.Суперанская эргонимдерді прагматонимдердің бір түрі деп есептейді. Олар адамның ісі бойынша денотаттары жалпыланып біріктірілген атауларды прагматонимдерге шартты түрде жатқызады. *Прагматоним* термині мағынасы жағынан эргонимдерге қарағанда кеңірек, өйткені

барлық материалдық мәдени атауларды біріктіреді. Мекеме орындарының атауын Н.Г.Гордеева, А.Г.Широков *урбаноним* /8,68/, /9,71/, А.Л.Василевский *ктематонимдер* /10,4/, З.П.Комолова *прагмоним*, ал кейбір зерттеушілер *эргоурбаноним* деп атауды ұсынғаны белгілі. *Урбаноним* термині тек мекеме емес, көше атауларын қарастырғанда қолданылады, *ктематоним* термині негізінен *байлық* деген ұғымды білдіріп терминдік емес жалпылама түсінік береді, объектілердің бәріне қолданылады, *ойкодомоним* жалғыз текті кеңсе атауларын зерттейді. Мысалы, *Республика сарайы*, *Студенттер сарайы*, *Қастеев мұражайы* т.б., ал *прагмоним* термині соңғы кезде көптеген ғалымдардың еңбектерінде тауар атаулары мағынасында қолданылып жүр.

Жалпы тіл білімінде жалқы есімдерді зерттеу объектісі ұлғайып, дамуымен байланысты оның терминдік атауына да ерекше мән беріледі. Осыған орай зерттелген объектілердің атауларын *тағамхана атаулары* деп алып (тағамхана – пишеблок) /11,127/, синоним ретінде *менсоним* терминін ұсынып отырмыз. *Менсоним* (латын тілінде *mensa* «тамақ, түстену, асхана, науа (лоток), дүкеншік (лавка)» + грек тілінен *опута, опота* «ат, атау, есім») – азық-түлік сату, тамақтану орындарын атайтын жалқы есім, эргонимнің бір түрі, яғни тағамхана атаулары. Бұл терминді ономастикалық терминдерді зерттеген көптеген ғалымдардың шығарған төмендегі объективті критерийлеріне сәйкес келгендіктен ұсынып отырмыз:

1) термин көбінесе бір сөзді (бір, екі немесе үш негізді) болуы керек, мәселен, топоним, зооним, этноним, этнотопоним, космоним. Осындай критериймен жасалған термин ықшамды және өзіндік терминологиялық қатарын құрайды;

2) терминнің негізін грек және латын терминоэлементтері құрағаны дұрыс, себебі терминнің халықаралық түсінігі болуы қажет. Сонымен бірге термин ешбір қосалқы мағынаны білдірмеуі керек.

Қазіргі кезде ономастиканың топонимика, астрономика, антропонимика, зоонимика салалары сияқты эргонимия да мекеме, ұйым, қоғам, кеңес т.б. жиынтық атауы, соларға қатысты жалқы есімдерді зерттейтін саланың терминдік атауы ретінде қалыптасып орын ала бастады. Әйтсе де, тіл білімінде ономастиканың басқа салаларына қарағанда эргонимия жете зерттелмеген, ашылмаған қырлары көп сала. Ал эргонимияның құрамына енетін атаулардың бір тобы – асхана, мейрамхана, азық-түлік дүкендері, кафе

атаулары жайлы қазіргі тіл білімінде сирек те болса кездесетін мақалалар болмаса, арнайы зерттеулер жоқтың қасы. Эргонимдердің зерттелуі жайлы сөз қозғағанда Ресей ғалымдары Е.С.Отин, Т.А.Соболева, А.В.Суперанская, Б.Б.Букчина, Г.А.Золотова, Т.В.Шмелева, Р.А.Москович, М.В.Горбаневский еңбектерін айтуға болады /12-18/. Украин ғалымы О.О.Белей эргонимдер туралы арнайы зерттеу жұмысын жазып, эргонимдер ішіндегі тамактану орындарының атаулары жайлы семантикалық-құрылымдық талдау жасаған /19/. Д.А.Яловец-Коновалова өз еңбегінде Ресей қалаларының коммерциялық орындары атауларын зерттеп, ономастиканың басқа салаларынан ерекшелігін көрсетіп, коммерциялық орындардың атауларын зерттеу тіл білімінде үлкен роль атқаратындығын айтқан /20/. С.В.Земскова Тольятти қаласының эргонимдерін зерттеп, лексика-семантикалық, құрылымдық талдау жасаған /21/, ал И.А. Астафьева Омбы қаласының ойкодомонимдерінің жасалу жолдарын зерттеген /22/.

Қазақ тіл білімінде эргонимия зерттеу объектісі ретінде алынып, жан-жақты зерттелмегенімен, А.Есенқұловтің “Кейбір өндіріс орындары атаулары” мақаласында біршама қарастырылған. Автор өндіріс орындары атауларының жасалу тәсілдеріне көңіл бөліп, қазақ және орыс тілдеріндегі аббревиатуралық өндіріс орындары атауларын салыстырған /23/. Біздің жұмысымыз А.Есенқұловтің мақаласынан зерттеу нысаны ретінде тағамхана атаулары алынып отырғандығымен ерекшелінеді, яғни тағамхана атаулары компоненттері болып келетін оним мен денотаттың мағыналық, құрылымдық ерекшеліктері арнайы бір жүйе ішінде қарастырылған.

Жалпы қазақ ономастикасының өзіндік зерттеу тарихы, даму жолы бар. Қазақ ономастикасы туралы алғашқы пікірлер А.Е.Алекторовтің, А.А.Диваевтің мақалаларында, В.В.Бартольд, Ш.Ш.Уәлиханов, В.И.Даль, Н.И.Ильминский, А.И.Самойлович т.б. еңбектерінде кездеседі /24-28/.

Т.Жанұзақов 1971-1981 жылдары түркі топонимикасы бойынша семантикалық классификациясын, құрылымдық типтерін, лексика-грамматикалық, фонетикалық жақтарын, топонимияның этнографиямен, тарихпен байланысын т.б. қарастырған көптеген еңбектер жарық көргенін айтады /29,18/. Қ.Жұбанов, І.Кенесбаев, С.Аманжолов мақалаларын ономастика саласындағы алғашқы зерттеулер қатарына жатқызуға болады /30-32/. Ғ.Мұсабаев,

Ғ.Айдаров еңбектерінде, Ә.Әбдірахманов, Ғ.Қоңқашбаев, Е.Қойшыбаев, Т.Жанұзақов, О.Сұлтаньяев, Ә.Нұрмағанбетов, В.Н.Попова, Е.А.Керімбаев т.б. арнаулы зерттеу жұмыстарында ономастиканың топонимика, антропонимика сияқты салалары этимологиялық, құрылымдық, семантикалық тұрғыдан жан-жақты терең талданды /33-39/. Ономастика салалары жасалуы, семантикалық тегі жағынан бір-бірімен тығыз байланысты.

Кітапта қарастырылған Алматы қаласының қазақ және орыс тілдеріндегі тағамхана атаулары да ономастиканың антропонимика, топонимика т.б. салаларымен тығыз байланысты. Кітапта Верный бекінісінің қала мәртебесіне ие болған кезі, яғни 1867 жылдан қазіргі кезеңге (2001 жыл) дейінгі қазақ және орыс тілдеріндегі Алматы қаласының менсонимдері тарихи даму, қалыптасу, лексика-семантикалық, құрылымдық, уәждену тұрғысынан қарастырылды.

Тұрмыстық, мәдени-сауда орындары атауларын зерттеп, М.Н.Морозова әр эргоним түрі объектілердің атқаратын қызметтеріне байланысты лексиканың белгілі бір қабаттарын қолданылатыны жайында айтқан /40,302/. Мысалы, мәдени-ағарту орындары абстрактті лексиканы қолданса, ал қонақ үй және мейрамханаларға орналасқан орны бойынша уәждеделген атау тағылған, ал кафе атаулары эмоцияналды бағытта болып келеді. Дүкен атаулары ретінде, М.Н.Морозованың ойынша, тауардың, қызмет үлгісінің, тұтынушылардың жас мөлшерін көрсететін тура немесе жанама ерекшелігі бар “бағыт-бағдар” лексикасы қолданылады. Осыған орай эргонимдер ішінде көпшілік тамақтану, азық-түлік сату орындары атауларын біздің жеке қарастыруымыздың бірнеше себептері бар. Біріншіден, қызмет көрсету үлгісі жағынан басым, себебі адамның күнделікті ең бірінші қажет ететіні – ас. Екіншіден, көпшілік тамақтану, азық-түлік сату орындарына атау беру уәжі әр қилы. Салыстырып көрейік: эргонимнің басқа түрлері көп жағдайда жалпы есімдегі ұғымның мағынасын тура немесе жанамалап көрсетеді, мысалы, “*Шипагер*” сауықтыру орны; “*Имидж*” шаштаразы; “*Шик*” шаштаразы; “*Сундочок*” жиһаз салоны; “*Эгида*” туристік фирмасы. Көп жағдайда туристік фирмаларға, түнгі клубтарға еш мағына бермейтін шетел тілінен алынған сөздер атау ретінде қолданылады. Мысалы, *Тета*, *Гусма*, *Колizeй*, *Омега*, *Эмирон*, *Модус* т.б. Кейбір компьютерлік клубтар атаусыз болып келеді, бірақ қазіргі кезде “*Nacer*” сөзі атау ретінде тағылған компьютерлік клубтар кездеседі.

Жиналған материалдар бойынша, менсонимдерде қала өміріне, мәдениетіне сүйене отырып тағылған атаулар да кездеседі, мысалы, “Алтын адам” мейрамханасы; “Наурыз” дүкені; “Шаңырақ” мейрамханасы; “Асыл ана” кафесі; “Алтын орда” бары.

Алматы қаласы бұрынғы Верный бекінісі 1854 жылы үлкен Орда приставының резиденциясы және Алатау округінің әскери-өкімшілік орталығы ретінде салынғаны тарихтан белгілі. 1856 жылдың маусым айында 139 казак және 200 шаруа отбасылары көшіп келген. 1859 жылдың мамыр айында бекіністе 5000 тұрғын болды. Бекініс 1867 жылғы 11 сәуірде Верный қаласы, 1921 жылғы 5 ақпаннан Алматы қаласы болып аталады /41,3/. 1867 жылдан 2001 жылға дейінгі уақытта қала халқы саны жағынан да, территориясы жағынан да өсті. Орта Азияны зерттеген белгілі этнограф М.Венюков қала болашағы жайлы былай деп жазған: “Тап-таза үйлер көздің жауын алардай, жиырмадан аса дүкеншікте сауда жүріп жатты. Алматы бір күндері Орта Азияда ең басты сауда орнына айналады” /42/. “Туркестанские ведомости” газетінің хабарлауынша, 1879 жылы Верный қаласы тұрғындарының саны 18423 адамға жетті, ал 1897 жылы тұрғындар саны 29,5 мың адам болды. “Советская степь” газетінің 1929 жылғы 18 шілдедегі басылымында 1929 жылы Алматы тұрғындарының саны 48379 адам болғаны хабарланды. Ал 1939 жылы тұрғындар саны 221,6 мың адам, 1959 жылы – 456,5 мың адам, 1970 жылы – 729,6 мың адам, 1979 жылы – 895,1 мың адам, 1984 жылы – 1045,7 мың адам болды /43,21/. Алматы қаласының демографиялық жағдайы туралы тарихи көрсеткіштерге тоқталуымыздың себебі, олардың тағамхана атауларына тікелей ықпалы бар. Сауда орындарының өсуі халық санының өсуіне байланысты, сонымен қатар, сауда орындарының өсуі басқа да объектілердің ашылуына себепкер болды, мысалы, 1903 жылы Верный қаласында Орыс-қытай банкінің, 1908 жылы Сібір сауда банкінің бөлімшелері ашылды /42/. Үлкен әлеуметтік, экономикалық, саяси жағдайларды бастан кешірді. Мұның бәрі Алматы қаласы менсонимдеріне де өз әсерін тигізгені даусыз. Себебі ономастикалық лексиканың ерекшелігі оның тек объектілермен тығыз байланысынан ғана емес, экстралингвистикалық факторлар арқылы көрінетіні белгілі. Әр атаудың тағылу уәжі тарихи өтпелі кезеңнің куәсі, ал оларға лингвистикалық талдау жүргізіп, бір жүйеге келтіру – уақыт талабы. Тіл тарихы халық тарихымен қоян-қолтық тығыз, берік байланыста болатынын, тіл барлық қоғамдық құбылыс сияқты

әрбір қоғамдық формацияға сай өзгеріп отыратынын, олардың шығу, даму кезеңдерінде әлеуметтік, тұрмыстық негіздердің әсерін тигізгенін, ондай тарихи ономастиканың халық тарихымен байланысына сай өзіндік ерекшеліктері барын айта келіп, ғалым Т.Жанұзақов былай дейді: “Бұл ретте ономастика ең алдымен тіл тарихына тән лингвистикалық ғылым. Өйткені оның грамматикалық, әрі фонетикалық заңдылығы халық тіліне тән. Олар халықтың бай тілінен жасалады. Сондықтан да құрамында әр дәуірге тән сөздер кездеседі” /3,9/.

Осыған орай қала өміріндегі тарихи жағдайларды ескере отырып, жұмыста Алматы қаласының қазақ және орыс тілдеріндегі менсонимдері 4 кезеңге бөлініп қарастырылды:

бірінші кезең – 1867 – 1920 жылдар аралығы;

екінші кезең – 1921 – 1950 жылдар аралығы;

үшінші кезең – 1951 – 1985 жылдар аралығы;

төртінші кезең – 1986 – 2001 жылдар аралығындағы тағамхана атаулары.

Төрт кезеңге бөліп қарастыруымыз халық өмірінің дамуымен сабақтасып жататындығының айғағы. Халықтың бастан кешкен оқиғаларының куәсі болатын да тіл. Тілдің атау жүйесі өмірге, затқа, құбылысқа өз үлесін қосып отырады. Жалқы есімдер жалпы есімдерге қарағанда тарихи кезең, сол уақытта өткен оқиғалар жайлы нақты, көп дерек бере алады. Бұл жөнінде А.М.Эмирова былай дейді: “Жалқы есім (атау) лингво-мәдени феномен, бұл бір жағынан тілдік категорияға жататын жүйенің ерекшелігін көрсететін белгі, екінші жағынан, халықтың тұрмысын, нанымын, дінін, тарихын білдіретін спецификалық лингвомәдени белгі” /44,300/. Қазақ ономастикасының дамуы күнды әрі бай материалдарды мұқият жинауға байланысты екендігін академик Ө.Т.Қайдаров пен профессор Т.Ж.Жанұзақов: “Ең бірінші талаптардың бірі – барлық бірліктерді жинау және қағаз бетіне түсіру”, - деп атап көрсетеді /45,198/.

Тіліміздегі менсонимдерді жүйелеп, сыр-сипатын ашу үшін оларды лексика-семантикалық, құрылымдық жағынан топтастыру қажет. Сонда ғана менсонимдердің тіліміздегі алатын орнын, қолдану ерекшеліктерін, тағы басқа да айырмашылықтарын көрсете аламыз. Лексиканың ерекше категориясы болып саналатын ономастикалық категориялардың өзіне тән грамматикалық сипаты, морфологиялық құрылымы, жасалу тәсілдері, сөз тудыратын формалары болады. Мұндай ерекшелік

менсонимдерге де тән. Лексика-семантикалық топтастырумен қатар құрылымын анықтау эргонимдерді терең зерттеу мүмкіндігін тудыратыны жайлы И.В.Крюкова былай деп жазады: “Негіз болатын апеллятивтерді анықтайтын онимдерді лексика-семантикалық жағынан топтастыру материалдарды толық талдауға мүмкіндік бермейді. Терең талдау жасау үшін жалқы есімдердің лексика-семантикалық топтастыруын, құрылымдық типін анықтайтын грамматикалық талдаумен толықтыру керек” /46,169/.

Кітапта қолданылатын тақырыптық жағынан топтастыру әдісі де тіл білімінде біршама кең тараған. Бұл әдіске көрнекті түркітанушы К.М.Мұсаев: “Белгілі бір тілді зерттеуде лексиканы тақырыптық жағынан топтастыру ең дұрыс әдіс”, - деп баға береді /47/. Белгілі бір тақырыптарға топтастыра отырып талдау әдісінің теориялық мәселелері Д.Н.Шмелев, А.А.Уфимцева т.б. ғалымдардың еңбектерінде де сөз болады /48,4/.

Кітапта Алматы қаласының, негізінен, қазақ және орыс тілдерінде берілген менсонимдері қарастырылды. Туыс емес тілдердегі материалдарды зерттеудің мәнділігін Т.Мамадрасулова өз еңбегінде атап: “Туыс емес тілдердің лексика-семантикалық топтарын салыстыра зерттейтін еңбектер аз. Ал тап осындай зерттеулер лексикалық жүйенің жан-жақты қарастырылған типологиясын құрайды, осы тектес еңбектер осындай типология құрайтын қабаттарды аша алады”, - деп көрсеткен /50/. Жалқы есімдер төңірегінде мәселелер көне заманнан бастап қазіргі ғылымдарға дейінгі (лингвистикада, психологияда, философияда т.б.) салаларда еңбектенген ғалымдарды қызықтырған. Жалқы есімдер аталмыш объектімен еш байланысы жоқ заттың жәй атауы ма, жоқ әлде сол объектімен байланысы бар мағыналы сөз бе? Мұндай пікір-таластың шешімі кез келген атаудың әрқашанда мағыналы және әлеуметтік-мәдени ықпалы болатындығына келіп тіреледі.

Тіліміздің қоғамдық өмірде алатын орны өзгеше. Тіл туралы белгілі ғалым Ә.Т.Қайдаров: “Ең алдымен оның тірек болар үш тағаны - жазу, сызуы (ұрпақ арасын жалғастырар көпірі), ономастикасы (жер бетіндегі ескерткіші), терминологиясы (оның баға жетпес жаңару көзі)”, - дейді /51,3/.

Ұрпақтан-ұрпаққа мұра болып қалатын жер бетіндегі ескерткіші - топонимия екендігіне күмән келмейтіні хақ.

Тіліміздің бай лексикасы халық тұрмысындағы ұғым-түсініктерін сөз түрінде бойына жинақтайды да, уақыт өтіп, қоғам дамыған сайын жаңа сөздермен толығып, дамып, өсіп, ұлғайып отырады. Тіршіліктің барлық саласын қамтитын сан мыңдаған сөздерді рет-ретімен жүйелеп, әр түрлі топтарға бөліп, ғылыми түсініктер бере алуымыз керек. Сонда ғана әрбір топтағы сөздердің сыр-сипаты ашылып, қолданылу ерекшеліктері айқындала түседі. Сондай сөздердің бір тобы – тағамхана атаулары, яғни менсонимдер. Сауда-саттық орындары мен мекеме атауларын зерттеу қажеттілігі талас тудырмаса керек. Қаладағы атаулар халықтың тарихынан, оның мәдениетінен хабар беретін баға жетпес қазына, өйткені ұрпақтардың рухани өмірінен із қалдырады. Олар – тілдің қолданыстан қалған қайталанбас сөздерді сақтаған ескерткіші. Олардың көбісі мыңдаған жыл бұрын өткен ата-бабаларымыздың дауысын естірткендей, ал кейбіреуі жаңа өткен тарихи кезеңмен сабақтас. Іс жүзінде әр атау – қаланың және елдің тарихи іс қағазы, куәлігі іспеттес / 52 /.

Тағамхана атауларын нысанаға алып зерттеуіміздің өзектілігі бірнеше себептерге байланысты. Біріншіден, қазақ тіл білімінде осы уақытқа дейін менсонимдер бойынша арнайы зерттеу нысанасы болмаған. Екіншіден, алынған қазақ және орыс тілдеріндегі тағамхана атауларының - менсонимдердің тақырыптық, мағыналық және құрылымдық ерекшеліктеріне қарай салыстырмалы тарихи зерттеу - уақыт талабы. Үшіншіден, тағамхана атауларының ономастикадағы өзіне лайық маңызын айқындау, олардың ортақ заңдылыққа бағынатын біртұтас құбылыс екендігін дәлелдеудің тіл білімі ғылымы, әсіресе ономастика үшін маңызы зор. Төртіншіден, қазір шағын кәсіпкершіліктің дамуымен байланысты жекеменшік дүкендер, асханалар, дәмханалар т.б. саны қауырт өсіп келеді. Бұлардың әрқайсысына атау беріп, айдар тағуының өзіндік ерекшеліктері бар. Әр атау тарихи өтпелі кезеңнің куәсі. Ал оларды бір жүйеге келтіріп, тілдік табиғат пен экстралингвистикалық, - этнолингвистикалық тұрғыдан зерттеу, дұрыс баға беру - уақыт талабы екені даусыз. Осы аталғандардың бәрі тағамхана атауларын - менсонимдерді зерттеудің өзектілігін дәлелдейді. Тіл білімінің қазіргі даму дәрежесінде ономастикаға қатысты шешілмей жатқан мәселелер көп десек, оның менсонимдерге де тікелей қатыстылығы сөзсіз.

Жаңа атаулардың қалыптасуына байланысты эргонимдер, соның ішінде менсонимдер қатары өсіп келеді және де олар арнайы зерттеуді қажет етеді, себебі олар қазіргі қоғам, адамзаттың бүгінгі өмірінен, оның тарихымен байланысынан хабардар етеді. Мұндай онимдер қатары тарихта белгілі есімдер арқылы да қалыптасуда. Мысалы, Сұлтан Бейбарыс, Томирис, Шыңғысхан т.б.

Егер топонимдер мен урбанонимдердің ұлттық нақышы айқын көрінсе, эргонимдер мен менсонимдер қалыптасуына байланысты көптілді Қазақстанның қазіргі жағдайын көрсетеді, сонымен қатар олар тез өзгермелі.

Әлеуметтік факторлардың ықпалымен басқа жалқы есімдерде де өзгерістер болып жатыр. Жалқы есімдер шектік лексика қатарында болып, әлеуметтік рөлді халық мәдениетінің дамуымен сабақтастыра атқарады. Олардың халық, оның тұрмысы, мәдениеті, т.б. жөнінен ақпарат беретін ерекшеліктері бар. Жалқы есімдер (соның ішінде менсонимдер) белгілі бір халықтың санасында қалыптасқан «әлем бейнесін» жасайтын тілдік бірліктер болып табылады.

Қазіргі кезде лингвомәдениеттану пәні көптеген тілдік бірліктерді ғалымдардың зерттеу нысанына айналдырды. Соның бірі жалқы есімдер, олар тарих айнасы ретінде халықтың көптеген мәдени құндылықтарын сақтаған.

Бұл бағыттағы зерттеулер енді ғана қолға алынып келеді. Бұл жағдайда жалқы есімдердің ерекшеліктері ғалымдардың назарынан тыс қалмау керек.

І ҚАЛА МЕНСОНИМДЕРІНІҢ ӘР КЕЗЕНДЕГІ ЛЕКСИКА-СЕМАНТИКАЛЫҚ ТОПТАСТЫРЫЛУЫ

1.0 Кіріспе-түсініктеме

Әр халықтың болмысы, таным, сенімі, әр түрлі құбылысқа қатынасы сөзбен таңбаланады. Ономастиканың негізгі лексикалық құрамы белгілі бір дәрежеде халықтардың мәдени-тарихи өмірінің ізін көрсете алады. Ал тағамхана атаулары белгілі бір кезеңдегі лексикалық қабаттарды ашуға және сол кезеңдегі мәдени, экономикалық жағдайды көрсетуге көмегін тигізетін құнды материал. Күн сайын қала ішінде кейбір объектілер соғылып, кейбірі қайта жөндеуден өтіп жатқандықтан үзіліссіз өзгерісте болатыны жайында А.В.Суперанская «бұл өзгерістер, ең алдымен, қала ішіндегі объектілерге қатысты, бірақ қалаға да жанама ықпалы бар», - деген пікір айтады /53/. Бұл менсонимдерді зерттеудің өте күрделі процесс екендігін көрсетеді. Ерте заманнан бастап адам баласы бір жерге қоныс тепкенде, өз айналасындағы қоршаған ортаға атау берген. Мұның өзі өмірлік қажеттіліктен туындаған.

Мекеме орындарына атау берудің өзіндік негіздері бар. Мысалы, дүкеннің немесе кафенің атауы оның орналасқан орнымен, иесімен, ерекшелігімен байланысты болады.

Тілде қоғамдық өмірдегі әрбір зат немесе құбылыстың атауы бар. Ал қоғам тілінде әрбір атау сол тілдің қорында бұрыннан бар сөздердің негізінде пайда болады. Себебі сөз - затқа ат беруге қызмет ететін негізгі тілдік бірлік. Алайда, тілдегі жаңа атаудың пайда болуын тек осымен ғана түсіндіруге болмайды. Себебі тілдегі жаңа атаудың пайда болуы анағұрлым күрделі құбылыс. Сөздерді тақырып жағынан топтастыруда көбінесе тілден тысқары қағидаларға сүйенуге тура келеді. Себебі сөздердің мағыналық топтастырылуы белгілі бір логикалық ұғымдарға негізделеді. Алайда, бұдан лексикадағы тақырып жағынан топтастырылған сөздер тілдік талдаудан тысқары қалады деген түсінік тумаса керек. Қайта тақырып жағынан топтастырылған сөздерді тілдік тұрғыдан талдай отырып, олардың ортақ мағыналық ерекшеліктерін таба білгеніміз жөн /54,190/.

Менсонимдерге тақырыптық топтастыру жасамас бұрын жалқы есімдерді топтастыру тарихына қысқаша тоқталайық. Мәселен, Н.А.Бойко атауларды екі үлкен қарапайым топқа бөлуді

ұсынады /55/: өлі табиғатпен сабақтас атаулар және өсімдік, адам, жануар, яғни тірі табиғатпен сабақтас атаулар. Бұл екі топтың өзін А.Бойко объектілердің ерекшеліктеріне байланысты алты топшаларға бөлуді ұсынады:

1. посессивтік (адамға байланысты) атаулар;
2. локативті (басқа объектімен байланысты) атаулар;
3. квалитативті (объектінің өз ерекшелігіне байланысты) атаулар;
4. посессивті-локативтік атаулар;
5. посессивті-квалитативтік атаулар;
6. квалитативті-локативтік атаулар.

Н.А.Бойко квалитативті-локативтік атаулардың қарым-қатынаста өте қолайлығын атап өтіп, объектінің тек қана орналасқан орны емес, сонымен қатар объектінің ұсынылатын өніміне, тауарына сілтеудің де маңыздылығын айтады.

Н.А.Янко-Триницкая «Заттардың жалқы есімдері» атты мақаласында эргонимдердің ерекше бір классификациясын ұсынған. Мағынасына қарай және аталмыш объектінің қатысына қарай мекеме, ұйым, кеңсе атауларын шартты түрде мағыналық, поэзиялық, бейтарап деп бөлген. Мағыналы атау жалпы есімдегі ұғымның мағынасын тура немесе жанамалап көрсетеді. Н.Я.Янко-Триницкаяның айтуынша, поэзиялық атаулар мағыналық атаулармен тығыз байланысқан. Олар адамдардың санасында жағымды сезімдер туғызуға арналған. Бейтарап атаулар қатарына барлық нөмірленген атаулар жатады. Осыларды айта келе, ғалым бір атауда мағыналық, поэзиялық, бейтарап атаулардың болу мүмкіндігін айтады / 56, 93 /.

Атаулардың атқаратын қызметіне байланысты Т.П.Романова атауларды үш топқа бөлуді ұсынады / 57, 131 /:

- хабарламалық атаулар;
- жарнамалық атаулар;
- жарнама-хабарламалық атаулар.

Бұл жөнінде Т.П.Романова былай дейді: “Сауда-саттық мекеме орындарының атаулары екі негізгі қызметін атқарады. Олар: жарнамалық және хабарламалық. Атауында көрсетілген хабар және оның ерекше берілуі арқылы эргонимдер келушілердің көңілін өзіне аударатын басты мақсатына жетеді” / 57, 131 /.

Атауларды атқаратын қызметіне, түрлеріне қарай Н.Г.Гордеева төрт топқа бөлген / 8, 69 /:

- жарнамалық атаулар;

- арнау атаулар;
- қорғау мағынасында қойылған атаулар;
- жұлдызнама белгісі бойынша қойылған атаулар.

Ал В.П.Тимофеев атаулардың қандай жағдайларда қалыптасқанын, объектілердің ерекшеліктерін ескере отырып, мынандай топтауды ұсынады /58, 109 /:

1. кісі есімдерінен туған атаулар;
2. Отан ұғымынан туындаған атаулар;
3. өсімдік-жануар әлемінен алынған атаулар;
4. белгілі бір бағыттағы принциптерден туындаған атаулар;
5. тарихта белгілі кісі есімдерінен қойылған атаулар;
6. мезгілге байланысты қойылған атаулар.

Біз Алматы (Верный) қаласының 1867 жылдан қазіргі уақытқа дейінгі менсонимдердің тарихи қалыптасуын зерттейтін болғандықтан, төрт кезеңге бөліп, лексика-семантикалық топтастыруды жөн көрдік:

I кезең. 1867 - 1920 жылдар аралығындағы менсонимдердің лексика-семантикалық топтары;

II кезең. 1920 - 1950 жылдар аралығындағы менсонимдердің лексика-семантикалық топтары;

III кезең. 1950 - 1985 жылдар аралығындағы менсонимдердің лексика-семантикалық топтары;

IV кезең. 1985 - 2001 жылдар аралығындағы менсонимдердің лексика-семантикалық топтары.

Жоғарыда көрсетілгендей IV кезеңге бөлуіміздің басты себебі тағамхана атауларына уақыт, идеологиялық көзқарас әсер еткен. 1867 - 1920 жылдары Верный бекінісі салынып, Верный қаласы аталған. Бұл кезеңді жеке қарастыруымыздың себебі сауда орындары дамымаған кез, сонымен қатар, бұл кезеңдегі қала тұрғындары көшіп келген казактар және басқа ұлт өкілдері, олар патша өкіметіне тікелей қарасты болған. Демек, бұл кезеңнің өзіндік ерекшеліктері бар. 1920 - 1950 жылдар жаңа өкімет кезеңі, бұл кезеңде Қазан төңкерісі идеологиясын насихаттау кең тараған. Объектілер жаппай нөмірленіп, 1937 жылдардан бастап әр түрлі трест, одаққа қарасты болған. 1950 - 1985 жылдар Кеңес өкіметінің Ұлы Отан соғысы жылдары өткеннен кейінгі өсу, өркендеу кезеңі, жаңа белгісіз бір бақытты болашаққа құлшыну кезеңі. Бұл кезеңдегі тағамхана атауларына жеңіл болашақ, бақытты өмір ықпалы бар. 1985 - 2001 жылдар төңкеріс кезеңі, жеке меншіктің қалыптасқан кезеңі.

1.1 Тағамхана терминдерінің дамуы мен қалыптасуы

Жалпы қолданылатын сөздер адамдардың барлық қатынасына қызмет көрсетеді. Оларға барлық ұғымдық қатынасын қамтитын сөздер сәйкес. Адамның санасы әр затты қырағылықпен зерттеуінде арнайы сөз қорын қажет етеді. Бұл үшін жалпы ұғымның бөлшектенуі керек, арнайы сөз қорының жүйесін ұйымдастыру үшін, екеуі бір-бірін толықтыру үшін заттар мен сөздер оларды белгілеуші процестер қатысады: ғылыми классификация және логикалық бөлу. Классификациялау кезінде материалдардың жалпы сипаттарына қарай класқа, топқа біріктіреді. Логикалық бөлу кезінде кейбіріне ғана қатысты жеке тегіне, ерекшелігіне қарай бір класқа жататын заттарды кішкене топшаларға бөледі. Тілдің қоғамдық өмірде қатынас құралы ретінде қолданылатыны ақиқат. Ал терминдер сол тілдің қарым-қатынаста пайдаланатын құралы. Лингвистикада терминнің анықтамасы көп. Анықтамалардың барлығы дерлік терминнің белгілі бір ұғымды білдіретініне келіп түйіседі.

Терминнің қарапайым сөздерден үш түрлі айырмашылығы бар екендігін, В.П.Даниленко былай атап көрсетеді: 1) термин – бұл жалпы әдеби тілдегі атқару қызметімен ерекшеленетін тілдік бірлік (сөз немесе сөз тіркесі), яғни ғылым тілі; 2) термин – арнайы объектінің немесе ұғымның атауы; 3) терминге ұғымның мағынасын толығырақ түсіндіретін, бір ұғымды екіншісінен ажыратып ерекшеліктерін көрсететін, сонымен қатар, берілген ұғымды белгілі бір классификациялық қатарға қоятын дефиниция керек /59, 90/.

Ономастиканың әр саласының өз терминдері қалыптасқан, мысалы, географиялық терминдерге тау, қырат, өзен, көл, аймақ, арал т.б. кісі есімдері терминдеріне тегі, әкесінің аты, лақап аты, бүркеншік аты т.б., космоимдерге – жұлдыз, планета т.б. тән. Сол сияқты көпшілік тамақтану және сауда-саттық орындарын белгілеу үшін әр түрлі номенклатуралық терминдер қолданылады. Бізді қызықтыратыны аталмыш объектінің тегін көрсетуші *дүкен, асхана, супермаркет, мейрамхана* т.б. терминдер. Бұл түсінікті де, себебі қай объект екендігін білмей менсонимдерді зерттеу мүмкін емес. Менсонимия эргонимнің жеке бір түрі ретінде бір-біріне ұқсас *ас* сөзімен біріктірілген объектілердің (*асхана, дәмхана, мейрамхана, кафе, бар, қабак, трактир т.б.*) және азық-түлік сату

сөз тіркесімен біріктірілген объектілердің (*дүкен, универсам, гипермаркет, супермаркет, шағын маркет, мини маркет, лавка*) атауларын зерттейді. Бұл объектілердің сапалық айырмашылығы әр түрлі атаулар беруге мүмкіншілік жасайды. Қазіргі кездегі аталған объектілердің түр-тектік, яғни гиперо-гипонимдік қатынасын жүйемен көрсетуге болады (1-сурет).

Ономастикада жалпы лингвистикадағыдай материалды зерттеудің бірнеше түрі болады: сипаттамадан салыстырмалы-тарихи, типологиялық, құрамдық. Жалпы лингвистикадағыдай бір де бір теоретикалық құрылым алдын-ала анықтаусыз мүмкін емес. Ал енді осы денотаттардың қазақ және орыс сөздіктерінде берілген анықтамаларына келейік:

Асхана - ир. зат. Көпшілік тамақтанатын орын. Балалалар күніне екі мезгіл мектеп асханасында тамақтанады /60, 394/.

Столовая - ж ой.3) Учреждение общественного питания / 61, 628/.

Мейрамхана (ресторан) - қоғамдық тамақтану орны. Бұл жана шаңырақ Виноградов және Сейфуллин көшелерінің қиылысына орналасқан “Жерұйық” атты мейрамхана /62/.

Ресторан - а, м. Род столовой обычно хорошо обставленный, с музыкой, где можно заказать дорогие кушанья, закуски, напитки /61, 553/.

Бар - а, м. 1. Маленький ресторан, где обычно пьют и едят у стойки, а также самая такая стойка /61, 32/.

Бар – зат. Көбіне түрегеп тұрып сусын-шарап ішетін орын /60, 99/.

Дәмхана (закусочная) - жеңіл, тез тамақтануға болатын қоғамдық орын. Асханалар мен дәмханаларда мұғалімдердің кезекшілік міндетін атқару ұйымдастырылды /62/.

Закусочная-ой ж. Род столовой, где закусывают /61, 171/.

Блинная - ой, ж. Закусочная, где торгуют блинами /61, 46/.

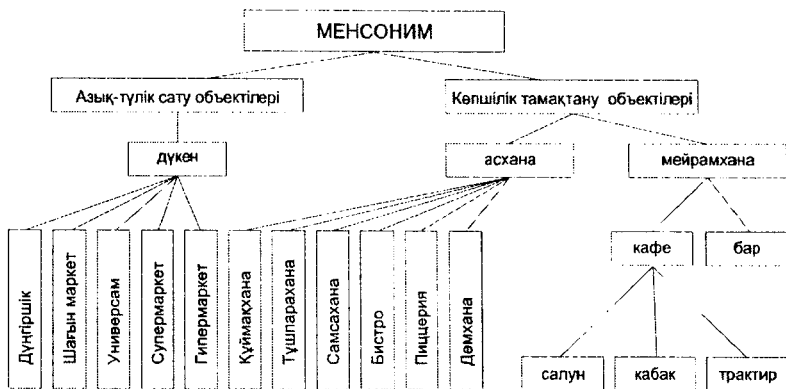
Пельменная - ой, ж. Закусочная, где торгуют пельменами /61, 428/.

Чебуречная - ой, ж. Закусочная, где торгуют чебуреками /61, 763/.

Кабак - а, м, в старину питейное заведение низшего разряда в дореволюционной России, в котором продавались распивочно спиртные напитки /61/.

Кафе - зат. Түрлі сусын, жеңіл-желпі тамақ сататын кішірек ресторан /60, 517/.

ҚАЗІРГІ МЕНСОНИМДЕР ЖҮЙЕСІ



I сурет

Кафе - нескл. ср. Небольшой ресторан, где подают кофе, чай, закуски и т.п. /63, 41/.

Дүкен - зат. I. Түрлі бұйымдар сататын сауда орны. Алматының орталық көшелерінің біріндегі дүкендерде сіресіп тұрған бұйымдардың бірінен-бірі өтеді /60, 197/.

Универсам - а, м. Сокращение: универсальный магазин самообслуживания /63/.

Шағын маркет түсіндірме сөздіктерде кездескен жоқ.

Минимаркет-минимальный /лат. minimus/ - самый малый наименьший маркетинг англ. marketing market рынок, сбыт /64, 302/.

Супермаркет - /англ. supermarket/ большой обычно продовольственный магазин самообслуживания, универсам /64, 491/.

Лабаз - а, м. I. Помещения для торговли зерном, мукой, а также для хранения зерна, муки, (устар). Мучной лабаз /61, 317/.

Гастроном — а, м. I. Знаток и любитель вкусной еды, гурман. (устар). 2. Гастрономичный магазин /61, 130/.

Гастрономия — й, ж. Пищевые продукты, преимущественно закусочные /61, 130/.

Павильон - а, м. I. Беседка или легкая постройка в саду. 2. Легкая крытая постройка. Торговый павильон /61, 486/.

Бакалея - й, ж. I. Собираемые сухие съестные товары чай, сахар, кофе, мука, крупа, перец, пряности и т.п. 2. Магазин,

торгующий такими товарами (разг.). Купить кофе в бакалее /61, 60/.

Заведение - я ср. (устар.) 1. см. завести. 2. Предприятие, учреждение. Торгово-промышленное заведение /61, 171/.

Лавка — и. ж. Небольшой магазин /61, 271/.

Балаган — а.м. 1. Временная легкая деревянная постройка для ярмарочной торговли, жилья, зрелищи и т.п. (устар) /61, 31/.

Буфет а, м. 1. Длинный стол или стойка для продажи закусок и напитков, а также небольшая закусочная /61, 57/.

Торговля - ж. 2. Хозяйственная деятельность по обороту купле и продаже товаров /61, 697/.

Харчевня - р. мн. ж. (устар). Трактир, закусочная с дешевыми и простыми кушаньями /61, 747/.

Чайная - ой. ж. Род общественной столовой, где посетители могут выпить чаю и закусить /61, 761/.

Чайхана - ы. ж. Чайная в Средней Азии /61, 761/.

Пивная - ой. ж. Торговое заведение, где продают и пьют пиво /61, 445/.

Булочная [шн] - ой, ж. Магазин, торгующий хлебом, булками и разными хлебными изделиями /61, 55/.

Магазин - а, м, 1. Торговое предприятие, продающее товары в розницу, а также помещение, приспособленное для такой продажи. Продуктовый магазин /61, 212/.

Трактир (устар.) - Первоначально гостиница с рестораном, позднее ресторан низшего разряда /61, 658/.

Пиццерия - ии. ж. Закусочная с продажей пиццы /65/.

С.И.Ожегов сөздігінде берілген анықтама бойынша *пельменная, блинная, чебуречная, дәмхананың* бір түрі, яғни аталған тағам түрлерін аталмыш орындарда сатып алып қана қоймай, осы тағам түрлерімен тамақтануға болады. Бұл терминдердің қазақ тілінде аудармасы жанадан шыққан сөздікте берілген, мәселен, чебуречная — *самсахана, блинная — құймақхана, пельменная — тушпарахана*.

Көпшілік тамақтану орындарынан қазақ тілінде түсіндірме сөздіктерде *бистро, трактир, харчевня, кабак, пиццерия* денотаттарының, ал сауда-саттық орындарының *лабаз, супермаркет* т.б. анықтамалары берілмеген, өйткені бұлар қалыптаспаған жаңа сөздер. *Минимаркет, гипермаркет* денотаттарының анықтамалары екі тілде де жоқ болып шықты. Бұл денотаттардың кейбірі термин болып қалыптасқан, ал кейбіреуі қалыптаспағанының дәлелі. “*Бистро*” терминін қолдану

қазіргі кезде жиілеп барады. Бұл терминнің қазақша баламасы қазақ тіліндегі түсіндірме сөздіктердің ешқайсысында жоқ болып шықты, сондықтан атау берушілер өз пайымдауынша “*бистро*” терминіне қазақша баламасын беріп жүр. Мысалы, Абай көшесі бойындағы “*Қорқыт ата*” *бистросына* “*тез ас*” баламасын берген. Жекеменшік иесінің түсіндіруі бойынша, “*бистро*” сөзі ағылшын тілінен “тез, жылдам” мағынаны білдіреді, яғни тез пісіріп дайындалатын ас. Ал Сейфуллин көшесі бойындағы *бистро* қазақ тіліне *асхана* деп аударылған. Жекеменшік иесінің айтуынша, “*хана*” мекемені білдіретін екінші компоненті кітапхана, асхана т.б. сөздерге сәйкес. Ал бірінші компоненті – тез жеу мағынада берілген. Байтұрсынов көшесі бойындағы “*У Анашки*” *бистросы* менсониміндегі “*бистро*” терминінің қазақша баламасын “*дәмхана*” деп берген. Екінші жекеменшік иесі ұсынған “*асархана*” терминін де қабылдауға болмайды, себебі ол “*хана*” деген терминдік элементке ие болғанымен, “бистро” сөзінің мағынасын толық қамти алмайды. *Бистро* (фр. bistro) – закусочная, маленький ресторан, главным образом во Франции /66, 82/. Біз бірінші жекеменшік иесінің “*тез ас*” деген терминін құптай алмаймыз, себебі мекемені, орынды білдіретін компоненті жоқ. Бұл анықтамаға сүйене отырып, біз дәмхана терминін қолдаймыз, себебі, біріншіден, орынды білдіретін терминдік элементке ие, екіншіден, анықтамада *дәмхана* деп берілген. Алдағы уақытта *бистро* терминінің ұтымды, барлық жағынан сәйкес келетін қазақша баламасы табылар деп ойлаймыз, ал әзірше *дәмхана* терминін қолданған дұрыс. Аталған денотаттардың әр кезеңде қалай өзгеріп, бізге дамыған, қалыптасқан күйінде қалай жеткенін жүйе арқылы төмендегідей көрсетуге болады: сауда-саттық орындарының денотаттарына *дүкен* сөзіне сүйенуге болады:

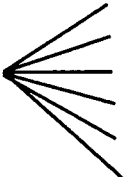
Кеңес дәуіріне дейінгі кезеңде:

д		торговля
ү		балаган
к		пекарня
е		булочная
н		лавка
		лабаз

Кеңес дәуірі кезіндегі:

д		лабаз
ү		гастроном
к		универсам
е		бакалея
н		павильон
		лавка
		ларек


Қазіргі кездегі:

д		гипермаркет
ү		супермаркет
к		универсам
е		шағын маркет
н		лавка

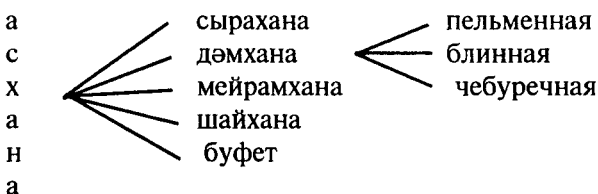
Бұл жүйеден біз *лавка* сөзінің қазіргі кезге дейін өзгеріссіз жеткенін көрдік. Кеңес дәуіріне дейінгі кез бен кеңес дәуіріндегі кезде денотаттар саны қазіргі кездегіге қарағанда көп, яғни бұл денотаттардың әлі қалыптаспаған шашыраңқылығының көрінісі. Қазіргі кезде *минимаркет*, *супермаркет*, *гипермаркет* терминдері енген. Бірақ объектілердің көлем деңгейіне, атқаратын қызметіне қарамай супермаркет денотаты дұрыс қолданылмай жүр. *Гипермаркет* денотаты тек “*Рамстор*” атауы тағылған объектінің еншісіне тиіп, әлі түсіндірме сөздіктерде де, дискурста да кеңінен қолданылмай келеді.

Көпшілік тамақтану орындарының терминдерін *асхана*, *мейрамхана*, *кафе* сөздеріне сүйеніп, төмендегі жүйе арқылы әр кезеңдегі өзгерісін көрсетуге болады:

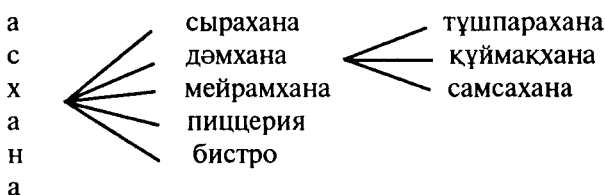
Кеңес дәуіріне дейінгі кезең:

а		сырахана
с		шайхана
х		дәмхана
а		харчевня
н		буфет
а		

Кеңес дәуірі кезіндегі:



Қазіргі кездегі:

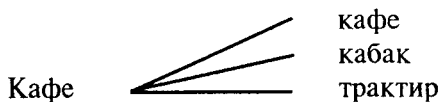


Кеңес дәуіріне дейінгі көпшілік тамақтану орындарының терминдері объектілеріне сәйкес, яғни кішігірім орындар деген мағынада қолданылған. Кеңес дәуірі және қазіргі кездегі терминдердің айырмашылығы *буфет* денотаты бар объектілердің нарықтық жағдайларға байланысты жойылып, оның орнына сатылатын тағамына байланысты шетел тілінен енген *пиццерия*, *бистро* денотаттарының қалыптасуы.

Кеңес дәуірі және қазіргі кездегі *мейрамхана* термині объектінің атқару қызметіне қарай топшаларға төмендегідей бөлуге болады:



Ал *кафе* денотатын екі кезеңге де сәйкес атқару қызметіне ұқсас стандарт ретінде менсонимдік қатарды құрайтын терминдерін төмендегідей топшаларға бөлуге болады:



Бұл жүйелерден біз объектілер мен терминдердің ұғымдық қатынасының тығыз екендігін көре аламыз. Мұның себебін, сонымен бірге, түсіндірме сөздіктерде берілген анықтамалар көрсетіп тұр. Соңғы кезде *салун* термині бар объекті қалыптасты. Ол Байтұрсынов көшесінде орналасқан. *Салун* (англ. Saloon) - *закусочная, пивная* (в странах Америки) /65; 221/.

Бір объектінің екі денотаты болуы мүмкін, мысалы, *кафе-бар*. Бұл *кафе* денотатының *бар* денотатына қарағанда үлкенірек және осы екі денотаттың мағыналық үйлесімділігінің дәлелі.

Әр кезеңдегі менсонимдердегі денотаттардың қолдану айырмашылығын төмендегі кесте арқылы көрсетуге болады.

Әр кезеңдегі қазақ және орыс тілдері детерминативтерінің қолданысы

1 - кесте

Детерминативтер	Кезеңдер							
	1867-1920		1920-1950		1950-1985		1985-2001	
	Қазақ	Орыс	Қазақ	Орыс	Қазақ	Орыс	Қазақ	Орыс
Асхана / Столовая	-	+	-	+	+	+	+	+
Балаған	-	+	-	-	-	-	-	-
Бар / Бар	-	-	-	-	-	-	+	+
Бистро	-	-	-	-	-	-	-	+
Гипермаркет	-	-	-	-	-	-	-	+
Дәмхана / Закусочная	-	+	-	+	-	+	+	+
Дүңгіршек / Киоск	-	-	-	-	-	-	+	+
Дүкен / Магазин	-	+	-	+	+	+	+	+
Кафе / Кафе	-	-	-	+	-	+	+	+
Құймақхана / Блинная	-	-	-	-	-	+	+	+
Лабаз	-	+	-	+	-	-	-	-
Лавка / Лавка	-	+	-	+	-	+	+	+
Салун / Салун	-	-	-	-	-	-	+	+
Самсахана / Чебуречная	-	-	-	-	-	+	+	+
Супермаркет	-	-	-	-	-	-	-	+
Тұшпарахана/пельменная	-	-	-	-	+	-	+	+
Универсам	-	-	-	-	-	-	-	-

Қарастырылған терминдер объектілерді топтастырып қана қоймай, олардың қалыптасуына белсене қатысады, әсіресе бұл кеңес дәуіріне дейінгі кезеңде анық көрінеді.

Денотат пен онимнің байланысы

Менсонимдердің ерекше қызметі – жарнамалық. Бір текті қызмет көрсету үшін мекеме орындарының бәсекелестік жағдайында, қызметкерлердің аса кәсіпкерліктерімен қатар жақсы

атау да қолғабыс тигізеді. Бұл әсіресе қазіргі кездегі Алматы қаласында танымалдығы кем көпшілік тамақтану, сауда орындарының өсуіне байланысты. Келушілердің көңілін аудару үшін көрсететін жақсы қызметімен бірге атауы да сай болуы тиіс. Атаулар төмендегідей қызмет атқарулары мүмкін:

Хабарламалық - “Балық”, “Ет”, “Нан”

Нұсқаушы - “Есть что съесть”

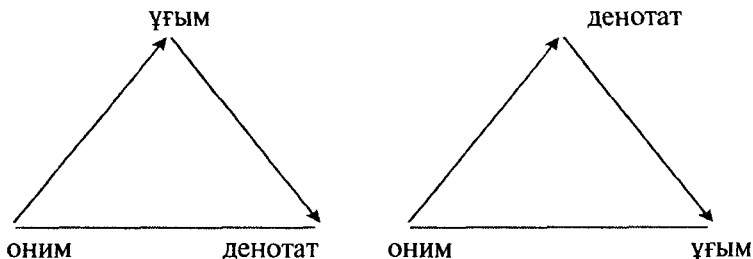
Комиссивті - “Уют”

Экпрессивті - “Гиацинт”, “Солнышко”

Менсонимдерді жоғарыдағыдай таза төрт түрге бөлу сирек кездеседі, сондықтан көптеген менсонимдердің интенционалды уәжі міндеттердің ауысуынан тұрады. Мысалы, “ГЛЭДА”, бір жағынан экспрессивті уәж болғанымен, екінші жағынан жекеменшік иелері жайында хабар бермейді, себебі *ГЛЭДА-Геннадий, Люсизна, Диана, Алена* деген бар иелерінің есімдерінен қалыптасқан атау болғандықтан, тек атау берушілер үшін ғана түсінікті, ал басқа адамдар үшін бұл атау түсініксіз. *ГЛЭДА* - жарнамалық қызметін атқарушы экзотикалық атау.

Көптеген объектілердің өзіне тән жалқы есімі, яғни жеке атауы болады. Бұл ерекшелік алдымен нысанның қоғамдық маңыздылығымен анықталады, сондықтан олар жалпы есім мен жалқы есімге ие. Бір-біріне қарама-қарсы бағыттағы мағыналардың кеңеюі мен тарылуы “тегі-түрі” семантикалық қатынастың бағыныңқылы байланысына тіреледі, ал бір тектік ұғым аясындағы салыстыру арқылы ашылатын бір түрге жататын объектілердің мағыналары бір-біріне бағыныңқылы байланыста болады. Жалқы есімнің денотативтік мағынасы, олардың нысанмен тікелей байланысы лексикалық категорияның номинативті теңестіру міндетімен анықталады. Жалқы есім мен ұғымның мағыналы қатынасы жайлы айтатын болсақ, олардың байланысын жоққа шығару дұрыс болмас еді. Пропорционалды бірліктер жалқы есімдерде атау ретінде негіз болған жалпы есімдердің ұғымынан алшақ, бірақ әр атау онсыз дискурста қызмет көрсете алмайтын тектік белгіленушімен байланысқан. Жалқы есімдердің ұғыммен байланысы зат арқылы жанамаланған, ал жалпы есімдерде бұл байланыс тікелей берілген. Жүйе арқылы төмендегідей көрсетуге болады:

Денотат пен онимнің ұғыммен байланысы



2- сурет

Жалқы есімдер мағынасы бір жағынан белгілі денотаттың ерекшелігімен, екінші жағынан ономастикаға жататындығымен анықталады. Әр аталынған объектінің көптеген ерекшеліктері бар. Адамның сана-сезімі атау беру кезінде объектінің барлық ерекшеліктерін ескере алмайды, бірақ ұқсас объектілерден дифференциялау ерекшелігі сақталады. Дифференциялау аталмыш объектіні басқа ұқсас объектілерден ажырату үшін қандай да бір белгісін анықтайды. Атау тану мәселесімен сабақтас, өйткені атау сол объектіге ғана қатысты белгісін анықтайды, яғни атау дегеніміз - аталмыш объектінің ерекшелік қатынасын білдіретін тілдік белгідегі мағына. Атау бірлігі болу үшін бұл бірлік белгілеу, атау, аталмыш объектілерді анықтау қызметтерін атқаруы керек, яғни объектіні ауыз-екі сөйлеуде тілдік құралмен белгілеу деген сөз.

Жалқы есімдерде “атау-объект” байланысы үстем, сондықтан аталынып тұрған объект пен оның ұғымы аясында атаулардың әр түрлі коннотациялары топталады. Жалқы есімдерді дұрыс түсіну үшін кімді немесе нені белгілейтінін жақсы түсіну, білу керек. Мұны білмеген жағдайда ауыз-екі сөйлесуде қай объект жайлы сөз қозғалғаны белгісіз болады. Мысалы, жалпы есімі әр түрлі ұғыммен байланысқан әр объектіге бір атау берілген түрі “У апашки” дәмханасы, “У апашки” дүкені, “У апашки” бары. Жүйе арқылы төмендегідей көрсетуге болады:

Онимнің денотаттармен байланысы

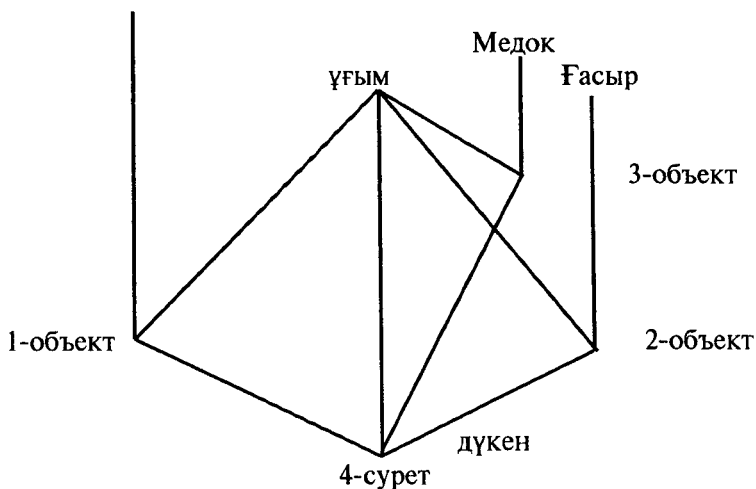


3-сурет

Бір түрге жататын бір ұғымдық байланысы және бір жалпы есімі бар бірнеше объектілерге әр түрлі атау берілгенде төмендегідей жүйе шығады:

Онимдердің бір түрге жататын объектілермен байланысы

Лейла



Тағамхана атауында оним мен денотат бір объектпен байланысады. Оним мен денотаттың міндетті түрде іс қағаздарында тіркелуі керек, ал ауыз-екі сөйлеуде оның біреуі ғана қолданылуы мүмкін. Бұл объектінің қаншалықты сатып алушыларға белгілігіне байланысты. Оним мен денотат объект жайлы екі бөлек хабар береді: оним нақты бір объектіні анықтап, адрестік қызметін

атқарса, денотат біртектес объекті ұғымын білдіреді. Оними де, денотаты да бар объект анықталған және көп жағдайда орналасқан орны белгілі болып келеді.

Кейбір денотаты көрсетілмеген арнайы объектілер де кездесті. Мұндай объектілердің оними арқылы қай денотат болуы керектігі түсінікті болып шығады, мысалы, *Ет, Нан, Сүт* апеллятивтері *дүкен* денотатын білдіріп, осы тағам түрлерін “сату” деген мағына береді. Ал *Пельменная, Тұшпара, Блинная* онимдері *асхана* денотатын білдіріп, осы басты тағам түрлерімен “тамақтану” деген мағынаны береді. Онимсіз тек қана термині бар объектілер де кездеседі, мәселен, *азық-түлік дүкені, асхана, дәмхана* т.б. Оларды тек орналасқан орнын көрсету арқылы басқа біртектес объектілерден ажыратуға болады және мұндай терминдер атау қызметін атқарғанымен жалпы хабарламалық-жарнамалық қызметін атқармағандықтан, келушілердің есінде сақталуы мүмкін емес.

1.2 1867 – 1920 жылдардағы менсонимдердің лексика-семантикалық топтары

Кеңес дәуіріне дейінгі тағамхана атаулары тек қана орыс тілінде берілген, өйткені олардың қалыптасу себептері тарихи жағдайлармен байланысты. Ресми-әскери адамдар, аталмыш объектілердің жекеменшік иелері орыс-казактар, сарттар, татарлар және қытай өкілдері болған. 1855 жылы Верный символдық атауын алған жана бекініске сібір казактарының бірінші легі қоныс тепті /41, 7/. Көшіп келіп сауда-саттықпен айналысып жүрген татарлар қамалдың шығысына орналасты. Ол жер «татар слободасы» деп аталды. Материалдарды тек қана орыс тілінде берілуіне себеп болған маңызды фактор: сол кездегі менсонимдер іс қағаздарда тек қана орыс тілінде тіркелді /68/.

Кеңес дәуіріне дейінгі тағамхана атауларында сол объектіні ұстаған жекеменшік иелерінің ұлты, аты-жөні көрсетілген, яғни кісі есімдерінен қалыптасқан. Бірақ бұл кезеңдегі менсонимдердің бірінші компоненттері тауар түрлерін, қай ұлт өкілдігіне жататындығын, қай объект иелігінде екендігін көрсетеді. Осыны ескере отырып, біз бұл кезеңдегі менсонимдерді шартты түрде үш топқа бөлуді жөн көрдік:

- 1) тауар түрін көрсететін;
- 2) этнонимге байланысты;
- 3) денотатив түрлерін ескеретін;

1. Сатуға ұсынылған тауар түрін көрсететін менсонимдердің жалпы саны - 552. Оларды негізгі тауар түрлеріне байланысты 9 топшаға бөлуге болады: *ет, шай, нан, қант, шөп-шалам, шұжық, ұн, сусын-шарап және ұсақ-түйек* сатуға байланысты арнайы орындар.

Осы топтың ішіндегі ең көбі ұсақ-түйекке байланысты менсонимдер. Олардың жалпы саны - 256, “*ұсақ-түйек*” сөзі “*торговля*”, “*лавка*”, “*балаган*” сөздерімен сөз тіркесін құрайды. Осының ішінде *балаган* сөзімен – 107 бірлік, мысалы, *Мелочный балаган Ахун Ядыгарова; Мелочный балаган Бекпай Буртасова; лавка* сөзімен - 75 сөз тіркесі, мысалы, *Мелочная лавка Сафар Ниязова; Мелочная лавка Бориса Анисимова; торговля* сөзімен - 74 сөз тіркесі, мысалы, *Мелочная торговля мещанина Алексея Васильева; Мелочная торговля крестьянина Сергея Сунанина; Мелочная торговля отставного офицера Степана Петрова.*

Ет сөзімен тіркескен атаулардың саны – 163. *Ет* сөзі “*балаган*”, “*лавка*”, “*торговля*” сөздерімен байланысып, сөз тіркестерін құрайды. Осы сөздердің ішінде *лавка* сөзімен келетін тіркестер – 113. Мысалы, *Мясная лавка сарта Ахуна Дадабаева; мясная лавка Турсундин Абдулхаирова; балаган* сөзімен келетін тіркес – 33. Мысалы, *мясной балаган Максута Маметохтаева; мясной балаган Мамеда Ганысбаева; торговля* сөзімен келетін тіркесі – 17 бірлік. Мысалы, *мясная торговля Кадьра Садырова; мясная торговля Петра Симеткина.*

Саны жағынан үшінші орында *нан* сөзімен тіркескен атаулар. Олардың жалпы саны - 18. “*Нан*” сөзі “*лавка*”, “*торговля*”, “*балаган*”, “*пекарня*”, “*ларь*” сөздерімен бірігіп сөз тіркестерін құрайды. Осылардың ішінде *лавка* сөзімен байланысқан түрі-39. Мысалы, *Хлебная лавка Трофим Ивасимовича Кипяtkова; Хлебная лавка Анисим Ивановича Стрякова; балаган* сөзімен - 39. Мысалы, *Хлебный балаган Семен Терентьевича Мусина; Хлебный балаган Исмет Ибраимовича; ларь* сөзімен – 2. Мысалы, *Хлебный ларь Мансура Рафикова; Хлебный ларь Мирхусра Бабаходжаева; торговля* сөзімен 1 сөз тіркесі кездеседі. Мысалы, *Хлебная торговля Терентия Лопатникова.*

Саны жағынан төртінші орында “*сусын-шарап*” сөзімен – 17 бірлік. “*Сусын-шарап*” сөзі “*лавка*”, “*буфет*”, “*заведение*”, “*магазин*” сөздерімен бірігіп сөз тіркестерін құрайды. Осылардың ішінде *заведение* сөзімен – 9 бірлік. Мысалы, *Питейное заведение приказчика Ивана Сазонова; Питейное заведение Андрея Кабанова; лавка* сөзімен 7 сөз тіркесі. Мысалы, *Пивная лавка мещанина Ивана*

Лутманова; Пивная лавка коммерческого советника Николая Иванова; буфет сөзімен 1 сөз тіркесі кездесті. Мысалы, *Винный буфет Николая Ивановича Филлипова; магазин* сөзімен 1 сөз тіркесі. Мысалы, *Винный магазин Станислава Горантий*.

Саны жағынан бесінші орында “*шай*” сөзімен – 13 бірлік. “*Шай*” сөзі “*лавка*”, “*магазин*” сөздерімен бірігіп, сөз тіркестерін құрайды. *Лавка* сөзімен 9 сөз тіркесі кездесті. Мысалы, *Чайная лавка Абдукадыр Касымбаева; Чайная лавка Курманбай Рахима; магазин* сөзі 4 сөз тіркесін құрайды. Мысалы, *Чайный магазин М.А.Первалова; Чайный магазин Павел Даниловича Иванова*.

Жалпы саны жағынан “*ұн*” сөзімен 7-бірлік. “*Ұн*” сөзі “*балаган*”, “*лавка*” сөздерімен сөз тіркестерін құрайды. Солардың ішінде *лавка* сөзімен 4 бірлік. Мысалы, *Мучная лавка Иван Даниловича Лушмакова; Мучная лавка Лин Фин Сень; балаган* сөзімен 3 сөз тіркесін құрайды. Мысалы, *Мучной балаган Ахун Юнифа; Мучной балаган Ходжаир Исмирова*.

Саны жағынан алтыншы орында “*шұжық*” сөзімен – 6 бірлік. “*Шұжық*” сөзі тек қана “*лавка*” сөзімен тіркеседі, мысалы, *Колбасная лавка Натальи Ивановой; Колбасная лавка Скляр Ивановича Грянкова*.

Жалпы саны 5 бірліктен тұратын “*шөп-шалам*”, “*балаган*” сөзімен тіркесе байланысқан. Мысалы, *Балаган продажи зелени Байхоллы Ахметмананина; Балаган продажи зелени Таджимирза Калышбаева*.

Саны жағынан соңғы орында 4 бірліктен тұратын “*қант*” сөзі алады. “*Қант*” сөзі “*лавка*” сөзімен 4 сөз тіркесін құрайды. Мысалы, *Сахарная лавка Степана Кузмича Скупченко; Сахарная лавка Максима Крутева*.

2. Этнонимге байланысты менсонимдердің жалпы саны 32 бірлікті құрайды. Бұл менсонимдер объектілердің қай ұлт өкілдеріне жататынын көрсетеді: азиат, сарт.

Екінші топтың ішіндегі саны жағынан көбі “*азиат*” сөзімен байланысты менсонимдер. Жалпы саны - 30. “*Азиат*” сөзі “*харчевня*”, “*пекарня*”, “*чайная*” сөздерімен байланысып сөз тіркестерін құрайды. Осы сөздердің ішінде “*харчевня*” сөзімен 16 сөз тіркесі кездесті. Мысалы, *Азиатская харчевня Канимбая Исабаева; Азиатская харчевня Юсуп Ахун Измашева; пекарня* сөзімен 9 сөз тіркесі бар. Мысалы, *Азиатская пекарня Мансур Рапехова; Азиатская пекарня Игамберды Мухамедова; чайная* сөзімен 5 сөз

тіркесі кездесті, мысалы, *Азиатская чайная Катикбай Шабаева; Азиатская чайная Максут Юсупбаева.*

Екінші топша “*сарт*” сөзімен 2 бірліктен тұрады. “*Сарт*” сөзі “*хлебопекарня*” сөзімен 2 сөз тіркесін құрайды. Мысалы, *Сартовская хлебопекарня Якуб Кихтанова; Сартовская хлебопекарня Тохта Сатсанова.*

3. Денотативті менсонимдердің жалпы саны - 36. Олардың ішінде: *чайная – 3, харчевня – 2, пивная – 19, чайхана – 1, булочная – 4, трактир – 7.* Мысалы, *Булочная Павла Иванова; Пивная Дмитрия Ивановича Пахотина; Трактир Николая Ивановича Иванова; Чайная Абдукарима Атабаева; Харчевня Саида Юнусова; Харчевня таранчинца Курбан Маметалиева; Чайхана Мухамеда Рахимбаева.*

1867 - 1920 жылдардағы тағылған атауларды біз шартты түрде бөлгенімізбен, оның ішінде кейбір жағдайда қосымша иесінің кімнің туысқаны немесе қайдан келген көпес екендігі көрсетілуіне байланысты тағы топтарға сұрыптауымызға болады:

а) тауар түрін көрсететін атаулардағы иесінің шыққан мекен-жайы берілуі;

ә) тауар түрін көрсететін атаулардағы иесінің шенеунік қызметінің анықталуы;

б) тауар түрін көрсететін атаулардағы иесінің кімнің туысқаны екендігінің мәлімделуі;

в) этнонимге байланысты атаулардағы иесінің шенеунік дәрежесі мен шыққан мекен-жайының берілуі.

Мысалы: *Мясная лавка Ташкентского сарта Сеид Касымбаевича Курманбаева; Пивная лавка Александра Коплера отставного рядового; Питейное заведение Екатерина Следковой вдовы Степана Следкова; Азиатская чайная Ливоza Мивозы Джаркендского мещанина.*

Жиналған материалдан анықтағанымыз - бұл кезеңдегі тағамхана атаулары объекті жайлы толық және нақты хабар берген. Яғни сол кездің өзінде хабар – жарнаманың басты күші болып саналған. Үлкен конструкциялы атауларды беру сол кездегі көпестер үшін сатуға ұсынылатын тауар түрінің әр қилылығына байланысты және өзінің арнайы орнын басқалардан ерекшелендіруге тырысудан туындаған. Бұл процесс сол кездегі тағамхана атауларында қайталанбайтын әр атаудың өзіндік ерекшелікке ие болуына мүмкіндік берген. Демек, белгіленген кезеңнің тағамхана атаулары номинативті-теңестіру (идентификациялау) және айырым (дифференциялау) қызметтерін орындай отырып, кең түрдегі нақты мәліметтерді бере алады. Бұл

кезеңге сай тағамхана атаулары құрамындағы әрбір компоненті денотаттың сипатын анықтайды.

1.3 1920 - 1950 жылдар аралығындағы менсонимдердің лексика-семантикалық топтары

Бұл кезеңдегі менсонимдер бірлестікке жататындығымен ерекшелінеді. 1937 жылы 7 шілдеде Алматы қаласында асханалар мен мейрамханалар тресті құрылды, оған 4 мейрамхана, 3 асхана, 4 кафе және 22 буфет кірді. 1942 жылы аталған трест Қазақ ССР-нің Халық комиссары сауда-саттық тресті болып аталды. Оған № 1, 2, 3, 5, 6, 7 мейрамханалар, № 6, 8, 9, 10, 11, 12-20 асханалар кірді. Сол жылы № 21-32 жаңа асханалар ашылды. 1943 жылы 5 ақпан айында Қазақ ССР-нің Халық комиссарлар сауда-саттық тресті Алматы қалалық сауда-саттық басқармасына кірді / 69, 4/.

Бұл кезеңдегі менсонимдерді төрт топқа бөлуге болады:

1. тауар түрін көрсететін;
2. топонимдік;
3. денотат түрін ескеретін;
4. нөмірленген нысандар.

Тауар түрін көрсететін арнайы дүкендер, жеміс-жидек, көкөніс дүкендері объекті жайында хабар беріп, ерекшелігін көрсетеді. Мысалы, «Ет», «Нан», «Сүт», «Жеміс-жидек», «Көкөніс» дүкендері.

Топонимдік менсонимдер саны үшеу. Олардың екеуі мейманхана атауымен аталған. Мысалы, “*Жемісу*” мейрамханасы Гоголь көшесіндегі мейманханада орналасқан.

Объектілердің денотатын атау ретінде қолданған тағамханалар тектік қатынаста объектілерді жекелеу қызметін атқарғанымен, түрлік қатынаста атау қызметін ғана атқарады. Денотатына байланысты менсоним “*Универсам*”, ол Горький көшесінде орналасқан. Бұл дүкен қалалық сауда-саттық бірлестікке жатады. Нөмірленбей немесе мейманхана атауын алмаған “*Алатау*” мейрамханасы Красина көшесінде орналасқан. Шамамен 1948 жылы ашылған. Бұл кезеңдегі тағамхана атауларының басым көпшілігі нөмірленген атаулар, мысалы, № 1 дүкен Дзержинский көшесінде, № 4 лавка Тянь-Шаньская көшесінде орналасқан, № 2 лавка қалалық нанмен сауда-саттық бірлестігіне (горхлебторг) жатады. Сонымен қатар қай бірлестікке енетіндігімен айырмашылығы бар

дүкендердің нөмірлері бірдей болып келуі мүмкін. Мысалы, Пролетарская көшесінде қалалық нанмен сауда-саттық бірлестігіне енетін № 4 дүкен. Казачья көшесінде орналасқан қалалық сауда-саттық (горторг) бірлестігіне жататын № 4 дүкен. Бұл кезеңдегі мейманханада орналасқан мейрамханалар сол мейманхананың атауын иемденген. Мысалы, № 1 «Октябрьская» мейманханасындағы «Октябрьская» мейрамханасы. Бұл кезеңдегі менсонимдер мұрағат материалдарында тек қана орыс тілінде сақталған, олардың саны 610. Олардың ішінде тауар түрін көрсететіні 130, топонимдігі 3, денотатын ескергені 1, нөмірленгені 476. Менсонимдердің бұл түріне нөмірленген объектілер және кеңес өкіметі идеологиясын білдіруші объектілер де енген.

1.4 1950-1985 жылдар аралығындағы менсонимдердің лексика-семантикалық топтары

1950 - 1985 жылдар аралығындағы менсонимдерді 5 топқа бөлуге болады:

- 1) тауар түрін көрсететін;
- 2) денотатив түрлерін ескеретін;
- 3) жалқы есімдерден қалыптасқан;
- 4) нөмірленген объектілер;
- 5) әр түрлі жағдаяттарға байланысты тағамхана атаулары.

1. Тауар түрін көрсететін объектіні жекелеп, ерекшелігін көрсетуші атаулар тобына *Ет, Сүт, Нан, Жеміс-жидек, Көкөніс* дүкендері жатады. Арнайы (специализацияланған) дүкендер объектіні тауар түріне қарай ерекшелеп, тек орналасқан көшесі арқылы белгілі топ адамдары үшін жекеленген бола алады. Сонымен қатар, мұндай атаулар арнайы орнының тегін жанамалап көрсетеді, себебі *ет, нан, сүт, жеміс-жидек, көкөністер* дүкендерде сатылады.

2. Денотат түрін ескеретін тағамхана атауларына *Азық-түлік дүкені, Асхана, Дәмханалар* кіреді. Бұл кезеңдегі денотат түрін ескеретін тағамхана атаулары 1920 - 1950 жылдар аралығындағы денотатын ескерген тағамхана атауларынан еш айырмашылығы жоқ, яғни өзгерістер туралы басқа да толықтырма хабар бермейді.

3. Жалқы есімдердің өзін осы кезеңге сай антропонимдік, топонимдік, фитофорды, космонимдік, зооморфтық және артонимдік деп бөліп, жеке-жеке қарастыруға болады:

а) кеңес дәуірінің 1950 - 1985 жылдарындағы антропонимдік менсонимдер белгілі бір адаммен байланысы жоқ. Ол кездегі менсонимдерге кісі есімдерін “штрих” ретінде қолданған. Бұл кезеңдегі кісі есімдері бұрынғы діни ұғымдардан арылған, көбіне бір компонентті, әдемі, сәнге айналған жаңа есімдер.

Рахат (Октябрьдің 50 жылдығы атындағы көшеде) әмбебап азық-түлік дүкені, 1966 жылы ашылған. *Айсұлу* (Шолохов көшесінің бойында) азық-түлік дүкені 1965 жылы ашылған. *Әсем* (Калинин көшесінде) кондитерлік дүкен. 1970 жылы ашылған, кондитерлік бөлім мен кафетерий бар. *Самал* (Абай даңғылы бойында) “гастрономия” жүйелік әмбебап азық-түлік дүкені. 1986 жылы ашылған. *Айдос* (8-ші ықшам ауданында) азық-түлік дүкені. 1968 жылы ашылған. *Арман* (Ленин даңғылы бойында) жастарға арналған кафе. *Қарлығаш* (Опера және балет театрының скверінде) балаларға арналған кафе. *Меруерт* (Мир көшесінде) жастарға арналған кафе. *Ботагөз* (Сейфуллин даңғылында) мейрамхана. Бұл топқа кіретін *Рахат*, *Самал*, *Арман*, *Қарлығаш* есімдері сол кезеңдегі атау берушілерден сұрау мүмкіншілігі жоқ болғандықтан, кісі есімдеріне жататындығы күмән тудырады. Себебі аталған кісі есімдері семантикасы жағынан жалпы есімдерге жақын, мысалы, *Самал* – самал жел болуы мүмкін, *Арман* – қиял деген мағынада берілуі мүмкін т.б. Сол себепті оларды шартты түрде антропонимдік менсонимдер қатарына енгіздік.

ә) топонимдік менсонимдер белгілі бір жер-су атауының негізінде жасалған: қала, мемлекет, көл т.б. атауларынан (*Алматы*, *Россия*, *Қазақстан* т.б.) қалыптасқан. Кейбір топонимдік менсонимдер қазіргі кездегі топонимдік менсонимдер сияқты объектілердің орналасқан орнын көрсетеді, яғни хабарламалық функция атқарады. Сонымен қатар нысан орналасқан орны жайлы ешқандай хабар бермейтін топонимдік менсонимдер де кездеседі. *Россия* (Ленин даңғылы бойында) әмбебап азық-түлік дүкені. 1970 жылы ашылған. *Ауыл* Көктөбенің басында орналасқан ұлттық тағамы бар ең жақсы ресторандардың бірі *Ауыл*. (Бір-біріне жақын тігілген қазақтың киіз үйлері ауылды еске түсіргендей). *Алматы* (Коммунистік көшесінде) Коммунистік көшесінде орналасқан. “*Алматы*” ең жақсы мейрамханалардың бірі. Алты қабатты ғимараттан әр түрлі ұлттық тағам мен қымыз дәмін тата аласыздар. *Сайран* (Мате Залке көшесінде) әмбебап азық-түлік дүкені. 1978 жылы ашылған. *Қазақстан* (Абылай хан даңғылы бойында) мейрамханасы. “*Океан*” қазақша баламасы “*Мұхит*” (бұрынғы

Л.И.Брежнев алаңында) қазақ балық өнеркәсібінің арнайы дүкені. 1975 жылы ашылған. “*Океан*” кафесі жұмыс істейді.

б) фитофорды менсонимдер екі түрге бөлінеді: 1. Өніміне байланысты. Мысалы, *Ақ бидай* (Пушкин көшесінде) ақ бидайдан пісірілген нан сататын дүкен. 2.Символдық. Мысалы, “*Ромашка*” (Қуанышбаев көшесінің бойында орналасқан) кафесі.

в) космонимдік менсонимдердің кейбірі қазіргі кезге дейін сақталған. Мысалы, “*Орион*” (Орбита 3 ықшам ауданында) бар. *Космос* (Ленин даңғылында орналасқан) кафесі қазіргі кезде де осы атауын сақтаған.

г) 1950 - 1985 жылғы зооморфтық менсонимдер қазіргі кезде де кездеседі. Мысалы, *Аққу* (Панфилов көшесінде) орналасқан жаздық кафе. *Тұлпар* (Белинский тракт бойында) мейрамханасы. *Ласточка* (1-ші ықшам ауданында) мейрамханасы. *Балық* (Желтоқсан көшесінде) дүкені. *Ақсуңқар* (Кремлевская көшесінде) азық-түлік дүкені, 1968 жылы ашылған.

Бұл кезеңдегі зооморфтық менсонимдерді де екі түрге бөлуге болады: 1. Тауар түріне байланысты, мысалы, “*Балық*” дүкені. 2. Символдық, мысалы “*Аққу*” кафесі. Символдық зооморфтық менсонимдерде “асыл” саналатын жануарлар мен құстар атауларын қолданған.

ғ) артонимдік менсонимдер

“*Тысяча и одна ночь*” (Наурызбай батыр көшесінде) шығыстың ғажайыптар туралы шығарма атауын қолданған мейрамхана. “*Аз и я*” (Шевченко көшесінде) мейрамхана. О.Сүлейменовтің шығармасын атау ретінде алған.

“*Құлагер*” Төле би көшесіндегі дүкен. Біздің ойымызша, І.Жансүгіровтің “*Құлагер*” поэмасын немесе Ақан серінің тұлпары атын атау етіп алған.

4. Бұл кезеңнің 60-шы жылдары дүкендермен қатар мейрамхана, асханаларды да нөмірлеу кең тараған. Мысалы, *№ 1 мейрамхана* Горький көшесі мен Красина көшесінің қиылысында орналасқан. *№ 3 асхана* Әуезов көшесінде. Сонымен қатар, объектінің өсуіне байланысты денотаттары өзгеріп отырған. Мысалы, асхана және мейрамханалар трестінің *№ 1 кафесі* Фурманов көшесінде. Қалалық азық-түлік сауда-саттық бірлестігінің *№ 1 дүкені* Тимирязев көшесінде орналасқан. *№ 3 дүкені* Комосольская көшесінде. *№ 6 дүкен* Речная көшесінде. *№ 14 өзін-өзі күту дүкені* Мира көшесінде орналасқан. Филиалы: *№ 15 дүкен* Красногвардейский тракт бойында орналасқан.

5. Басқа жағдаяттарға байланысты менсонимдердің кейбіреуі қазіргі кезде де қалпын сақтаған. *Юбилейный* (Гоголь көшесі) “гастрономия” жүйелік азық-түлік дүкені, қаладағы ең ірі дүкендердің бірі. 1969 жылы ашылған. *Столичный* (Абылай хан даңғылы) “гастрономия” жүйелік әмбебап азық-түлік дүкені. 1958 жылы ашылған. *Золотая осень №1* (Панфилов көшесінде) Алматы қаласы бойынша ірі дүкендердің бірі. *Береке* (Фурманов көшесінде) азық-түлік дүкені. 1978 жылы ашылған. *Саят* қазақшадан аударғанда “Охота” (Комсомольская көшесінде). Облыстық тұтынушылар одағының арнайы кооперативтік дүкені. 1983 жылы ашылған, ұсынылатын тауарлары: қой еті және аңдардың еті, орман жеміс-жидектері, саңырауқұлақтар, бал, жанғақ, кептірілген жемістер. *“Демалыс”* қазақшадан аударғанда “Отдых” (Бәйсеитов көшесінде) “Қазақстан” мейрамханасының филиалына жататын қымызхана-кафе. Ұсынылатын тағамдары: қазақтың ұлттық сусындары мен тағамдары: қымыз, шұбат, қазақша ет, қуырдақ, құйрық-бауыр, шұжық, бауырсақ.

Сонымен қатар, басқа жағдаяттарға байланысты менсонимдер қатарына әр түрлі бірлестіктерге жататын дүкендер, кафелер кіреді. Мысалы, 1962 жылдың 30-шы мамырында “Восток” кафесі “Восток” мейрамханасы, ал № 2 *дәмхана “Шолпан” кафесі* болып өзгертілген. Мұрағат материалдарында мейрамхана бір жерде нөмірленген түрінде кездессе, екінші жерінде “Или” атауымен кездеседі. Мысалы, ресторан “Или” находится по улице Джамбула 77. *Ресторан №1* находится по улице Джамбула 77 /69, 7/.

Бұл кезеңдегі менсонимдерде кісі есімдерінен қалыптасқан атаулар саны - 12. Ер кісілер есімінен әйелдер есімі басым және бұл есімдер объектімен еш байланысы жоқ. Біздің анықтауымызша, жаңадан “сәнге” айналған кісі есімдері объектілерге атау ретінде берілген. Бұл кезеңдегі антропонимдік менсонимдер тек қазақ есімдерінен қалыптасқан.

Топонимдік тағамхана атаулар саны - 14. Бұл кезеңдегі топонимдік менсонимдерде мемлекет атауынан саясаты біртұтасып байланысып жатқан мемлекеттер атауын қолдану орын алған. Ұлттық дәстүр қалпын ұстанған объект “*Ауыл*” атауын туристік сапармен келген қонақтарға ұлттық дәреженің көрсеткіші ретінде қолданған. Ұсынылатын тауар түріне байланысты атауды қолданған объекті де топонимдік менсонимдер қатарына енетінін анықтадық. Объектінің орналасқан жерін, қаласын көрсетуші топонимдік менсонимдер де қалыптасқан. Топонимдік менсонимдер

ішінде жетеуі қазақ тілінде берілген. Фитофорды менсонимдердің жалпы саны - 22, оның ішінде 21-і тауар түріне байланысты, ал біреуі символ ретінде қолданылған. Фитофорды менсонимдердің бесеуі қазақ тілінде берілген. Космонимдік менсонимдер саны - 2, бірі кеңістік атауынан, екіншісі жұлдыз атауынан. Космонимдік менсонимдер тек орыс тілінде кездесті. Зооморфтық менсонимдер саны - 15. Олар жануарлар, балықтар, құстар атауларын қолданған. Бұл кезеңдегі зооморфтық менсонимдерді екіге бөлуге болады: 1) тауар түріне; 2) символдық. Тауар түрі бойынша зооморфтық менсонимдер “балық” сөзін қолданған. Жануар мен құстар атауларын символ ретінде қолданған. Соның ішінде қазақта жылқыдан тұлпарды, құстардан аққуды, қарлығашты, ақсұңқарды қадір тұтқандықтан нысандарға атау ретінде қолданған деп ойлаймыз. Зооморфтық менсонимдердің қазақ тілінде берілгені бесеу.

Артонимдік менсонимдердің бұл кезеңдегі жалпы саны үшеу, олар белгілі шығармалар атауынан қалыптасқан. Солардың бірі шығыс халқына кеңінен танымал ғажайыптар туралы шығарма атауы болса, қалған екеуі қазақтың белгілі жазушыларының шығармаларының атауы. Артонимдік менсонимдердің екеуі орыс тілінде, біреуі қазақ тілінде берілген. Басқа жағдаяттарға байланысты менсонимдер саны - 703. Олардың көбі нөмірленген объектілер. Бұл кезеңдегі менсонимдердің ішінде кеңес өкіметіне байланысты мүшел тойға, өнім жинайтын мезгілге, адамның ежелден қалыптасқан аң аулау, мал бағу әрекетіне байланысты атаулар бар болып шықты. Басқа жағдаяттарға байланысты менсонимдер қазақ тілінде алтау, орыс тілінде - 15, қалғаны нөмірленген, ал денотатын ескеретін тағамхана атаулар саны - 23.

Басқа жағдаяттарға байланысты менсонимдер
2-кесте

Денотат / Оним түрі	Д	У	СМ	М	К	Қым	Буф	А
Мүшелтой	1							
Іс-әрекет	1					1		
Тауар Түрі	3				1			
Мезгіл	1							
Жас мөлшерін көрсету				1	4			
Кездесу					3			
Қолайлылық					2			
Нөмірлеу	378	3		6	10		120	145
Табиғи Құбылыс	1		1		1			
Барлығы	385	3	1	7	21	1	120	145

1.5 1985 - 2001 жылдардағы менсонимдердің
лексика-семантикалық топтары

1985 - 2001 жылдардағы менсонимдерді төмендегідей лексика-семантикалық жағынан топтастыруды жөн көрдік:

1. жалқы есімдерден қалыптасқан;
2. денотат түрлерін ескеретін;
3. әр түрлі жағдаяттарға байланысты менсонимдер;
4. нөмірленген тағамханалар.

Бұл кезеңдегі жалқы есімдерден қалыптасқан менсонимдерді бірнеше топтарға бөлуге болады: антропонимдік, топонимдік, фитофорды, зооморфтық, урбанонимдік, космонимдік, теонимдік, артонимдік, этнонимдік, прагмонимдік.

а) *Антропонимдік менсонимдер*

Кісі есімдерінің топонимге ауысу процесі – антропотопонимдену деп аталады. Мысалы, кісі есімі *Есен* – этноним *есен*; кісі есімі *Айша бибі* – некроним *Айша Бибі*; *Баян* – топоним *Баян*. Қ.Қоңқашбаев, Т.Жанұзаков, Ә.Әбдірахманов, В.Н.Попова, Е.Керімбаев т.б. материалдарында аталмыш процесті көрсетті. Кісі есімдерін онимдердің басқа да түрлерінде көптеп қолданған. Мұны бірден-бір мысал ретінде О.А. Сұлтаньяев, Е.А.Керімбаев

еңбегінде кеңес дәуіріне дейінгі микротопонимдерде қолданылғанын айтқан /70, 209/.

Қазіргі кісі есімдерінен қалыптасқан менсонимдерден біздің зерттеуіміз бойынша айырмашылығы кеңес дәуіріне дейінгі микротопонимдерге қоныстанған иесі есімін атау етіп ауылдастары беретін болған. Ал кісі есімдерінен қалыптасқан қазіргі менсонимдерде жекеменшік иесі өзі атау ретінде өз есімін немесе туыскандарының есімін береді. Тағы бір ерекшелік ер кісі есімдері кеңес дәуіріне дейінгі микротопонимдерде басым болғанын О.А.Сұлтаньяев мысалдар келтіріп көрсеткен және мұның себебі ер кісінің отбасы ішінде алатын орнына байланысты екендігін айтқан. Ал қазіргі кездегі кісі есімдерінен қалыптасқан менсонимдерде әйел кісі есімі басым. Мұның себебі:

- біріншіден, жекеменшік иесі әйел кісі болуы;
- екіншіден, әйелдердің құрметіне, оның отбасында алатын орнының ерекшеленуі;
- үшіншіден, демографиялық көрсеткіштер бойынша әйел кісілердің саны басым.

Қазіргі кезде жекеменшіктің өсу кезеңінде әр адам өз есімін немесе жақындарының есімдерін тарихта қалдыруға тырысады. Соның салдарынан кісі есімінен қалыптасқан менсонимдер саны Алматы қаласында кең етек жайған. Мұндай атаулар қазақ тілінде де, орыс тілінде де көптеп кездеседі (3-кесте). 1950 -1985 жылдардағы кісі есімінен қалыптасқан менсонимдерден қазіргі кездегі менсонимдер белгілі бір адаммен байланысы бар екендігімен ерекшелінеді.

Кісі есімдерінен қалыптасқан атауларда жекеменшік иесі тек қана өз есімін қолданбай, сонымен қатар, туыскандары, әйелі, балалары, немерелері, інілерінің де есімдерін қолданған. Тарихта белгілі хандарымыз бен билеріміздің есімдерін жаңғыртып атау ретінде қолданып жатқан дүкендер де бар. Сонымен, кісі есімдерінен қалыптасқан атауларды мемориалды және арнау-атаулар деп екіге бөлуімізге болады. Мысалы, мемориалды атауларға *Абылай хан, Шыңғыс хан, Султан Бейбарс*, ал арнау-атауларға *Жәмилә, Анар, Қарлығаш, Саша, Светлана, Арлан, Жанар, Марал, Карина, Вадим, Дастан, Леся, Айша, Аяжан* атауларын жатқызуға болады.

Анар (қызының есімі) - бұл атау 9-шы ықшам ауданында орналасқан азық-түлік дүкеніне тағылған. *Айнұр* (сіндісінің есімі) - Байтұрсынов көшесінде орналасқан азық-түлік дүкенінің атауы.

Вадим (иесінің есімі) - Алтынсарин көшесіндегі азық-түлік дүкенінің атауы. *Светлана* (жұбайының есімі) - Тимирязев көшесінің бойында орналасқан азық-түлік дүкенінің атауы. *Сарсенова* (иесінің тегі) - 10-шы ықшам ауданындағы азық-түлік дүкені иемденген атау. *Айдана* (немересінің есімі) - Жандосов көшесінің бойындағы арақ-шарап дүкенінің атауы. *Абзал* (немересінің есімі) - Гоголь көшесінің бойында орналасқан кафе атауы. *Александра* (иесінің есімі) - Тимирязев көшесінің бойында орналасқан дүкен атауы. *Ақерке* (қызының есімі) - Тимирязев көшесінің бойында орналасқан кафе атауы. *Настя* (қызының есімі) - Төле би көшесінің бойында орналасқан кафе атауы. *Карина* (иесінің есімі) - Жандосов көшесінің бойында орналасқан дүкен атауы. *Ерлан* (баласының есімі) - Желтоқсан көшесінде орналасқан кафе атауы. *Абылай хан* (хан есімі) - Алтынсарин көшесінде азық-түлік дүкенінің атауы. *Шыңғыс хан* (хан есімі) - Алтынсарин көшесінің бойында орналасқан дүкен атауы.

Сонымен қатар, кісі есімдерінен қалыптасқан менсонимдер қатарына отбасында қолданылатын кісінің дене бітіміне, ерекшелігіне байланысты қойылған лақап аты бар атауларды да жатқызуға болады. Мәселен, *Фунтик* - отбасы ішінде әйелінің дене бітіміне байланысты қойылған лақап аты. Бұл атауды иемденген азық-түлік дүкені Гагарин көшесінің бойында орналасқан. Бұл атау балаларға арналған «Поросенок Фунтик» мультфильміндегі басты кейіпкердің есімінен лақап атау ретінде алынып, дүкенге тағылған, яғни үш сатылы трансонимизация процесінен өткен. Отбасы ішінде еркелетіп қойылған, ресми аттың түбіріне сәйкес емес лақап атауынан қалыптасқан менсоним де кездесті. Мысалы, «Боня» дүкені (қызының толық есімі Әйгерім) – Тимирязев көшесі бойында орналасқан кішігірім дүкен. Бұл дүкен 2000 жылы ашылған. Бұл лақап атаудың мағынасы күңгірт, себебі лақап атты таққан адам себебін түсіндіре алмайды.

Антропонимдік менсонимдер

3-кесте

Антропонимдік менсонимдер	Д	%	М	%	Дәм	%	Б	%	К	%	Барлығы	
												%
Ер кісі есімінен	523	35	31	2	11	0,7	6	0,5	68	4,6	639	43
Әйел кісі есімінен	603	40	79	5	22	1,5	6	0,5	135	9,7	845	57
Барлығы	1126	75	110	7	33	2,2	12	1	203	14,3	1484	100

Бұл жүйеден біз әйел кісі есімінен қалыптасқан менсонимдердің басымырақ екендігін көреміз, себебі объекті атауларына жекеменшік иелері қызы немесе немересі есімін берген. Қазіргі көрсеткіштерге қарағанда ер бала санынан қыз бала саны әлдеқайда көбірек. Объектілер ішінен дүкен денотаты бар объектілер ер кісі мен әйел кісі есімінен басқаларына қарағанда көбірек, себебі дүңгіршіктерде сатуға тыйым салынуында. Жиналған материалдар бойынша кісі есімдерінен қалыптасқан атаулар дублетінің тізілгенін анықтадық. Мысалы, Айнұр есімі он рет, Әйгерім есімі жиырма рет, Яна есімі екі рет кездесті. Бұл жүйелі атау беру принципін бұзатын құбылыс. Себебі объектіні жекелеу, нұсқау, жарнамалау қызметін атқармайды. Аталған дублеттердің бір дүкен денотатына қатысты екендігін ескерсек, қала көркін бір-бірінен айырмашылығы жоқ бір типті атаулар қаптап кетуінен сақтауымыз керек.

ә) Жер-су атауларынан қалыптасқан менсонимдер

Қазақстанның әрбір облысының топонимдерін зерттеген ғалымдар жасалу жолдарына қарай топонимдерді екі үлкен лексика-семантикалық, лексика-синтаксистік жолмен жасалған күрделі атауларға бөліп қарастырған. Сонымен қатар, екі тілде (қазақ және орыс) атаулардың бір-біріне фонетикалық және морфологиялық жағынан бейімделуін көрсеткен. Топонимдер мен менсонимдер атқарған қызметтеріне қарай сәйкес келеді, бірақ менсонимдердің жарнамалық қызметі бар.

Жер-су атауларынан қалыптасқан менсонимдер екі тілде де орын алады. Бұл тағамханаларды орналасқан орнына, демеушілік көмек көрсетіп отырған басқа қаладағы, мемлекеттегі адамдарға

байланысты. Жекеменшік иелері халыққа бұрыннан белгілі жер-су атауларын жарнамалы хабарламалық мақсатпен орналасқан орнын көрсету үшін қолданған. Мұның ішінде көлдің, өзеннің, ықшам ауданының, қаланың, мемлекеттің атаулары бар.

Алматы (қала атауын қолданған) - бұл атауды Қабанбай батыр көшесінде орналасқан мейрамхана иемденген. *Тастақ* (ықшам аудан атауы) - орналасқан орнына байланысты Төле би көшесіндегі барға берілген атау. *Таугұл* (ықшам аудан атауы) - бұл атау да тікелей орналасқан жеріне байланысты дүкенге берілген. *Брно* (қала атауы) атауын жекеменшілік иелері чехословакиядағы демеушілерінің тұрған қаласы атауымен Жібек жолы көшесіндегі кафеге берген. *Қазахский аул* (қазақ ауылы) - Райымбек көшесінде орналасқан мейрамхана осылай аталған. Мұның себебі, иесінің айтуынша, мейрамханада қазақтардың ұлттық тағамдары ұсынылады. *Корея* (мемлекет атауы) - бұл атауды жекеменшік иелерінің ұлты көріс болғандықтан А.Байтұрсынов көшесіндегі кафеге берген. *Кавказ шашылығы* (мемлекет атауы+тағам) - бұл атау жекеменшік иелері кавказдық және ұсынылатын басты тағамы кавказ шашылығы болғандықтан Қ.Сәтбаев атындағы көшеде орналасқан кафеге берілген. *Сайран* (көлдің атауы) - бұл атауды Сайран көлінің жағасында орналасқан кафе иеленген. *Венеция* (Италиядағы қала атауы) - бұл атауды иемденген кафе Достық даңғылында орналасқан. Иесінің айтуы бойынша, бұл кафеге келгендер өздерін Венецияда болғандай сезінеді.

Топонимдік менсонимдер 4-кесте

Топонимдік менсонимдер түрі	Д	%	М	%	Дөм	%	Б	%	К	%	Барлығы	
												%
Ы Қала атауынан	10	10	6	6	14	14	3	3	12	12	45	45
Ықшам аудан атауынан	1	1	-	-	-	-	1	1	-	-	2	2
Мемлекет атауынан	8	8	7	6	11	11	1	1	7	7	34	34
Жер-мекен атауынан	7	7	1	1	5	5	2	2	4	4	19	19
Барлығы	26	26	14	14	30	30	7	7	23	23	100	100

Кішігірім дүкен, дәмхана, кафе денотаттардың атаулары жер-су атауларынан көбірек қалыптасқан. Соның ішінде қала және мемлекет атауларынан басым кездеседі. Ықшам аудан атауынан *дүкен, бар* атаулары қалыптасқан және олар бізге кеңес өкіметі кезінен өзгеріссіз жеткен (*Сайран, Көктем, Таугұл, Тастақ*).

б) *Фитофорды менсонимдер*

Өсімдік атаулары Алматы қаласындағы менсонимдер құрамында өнімді қолданылып, жеке бір қабатын құрайды. Өсімдік атауларын қолдану екі себепке байланысты:

1. Символ ретінде. Символика о баста көне гректердің “символ-symbol” - белгілі бір қоғам мүшелері мен әлеуметтік топтар үшін ғана түсінікті шартты белгілер сөзінен шығып, бүгінде әр түрлі идеяны, түсінікті, ұғымды, сезімді, іс-әрекетті білдіретін шартты белгілердің жиынтығы деген мағына береді.

Эдельвейс (тау гүлі) - бұл атауды Шаляпин көшесіндегі кафе иемденген. Жекеменшік иесі бұл атауды кафенің жоғарғы дәрежеде көрсетілетін функциясының символы ретінде санайды. *Орхидея* (гүл) - Абай көшесі бойындағы кафе атауы. Бұл кафенің де иесі атауды келген адамдардың нәр алып жайқалып шығатын гүл іспеттес символы ретінде санайды;

2. Ұсынылатын өнім ретінде. *Малина* (жеміс) - атау Төле би көшесінде орналасқан дүкенге ұсынатын басты сусыны осы жемістен болғандықтан, осы атау берілген. *Апельсин* (цитрусты өсімдік) - Байтұрсынов көшесіндегі дүкен ұсынылатын басты сусыны осы жемістен жасалғандықтан иемденген. *Абабка* (саңырауқұлақтың түрі) - бұл атау Гоголь көшесі бойында орналасқан кафеге ұсынылатын басты тағамы бойынша берілген.

Фитофорды менсонимдер 5-кесте

Топонимдік менсонимдер түрі	Д	%	М	%	Дәм	%	Б	%	К	%	Барлығы	
												%
Гүл атауынан	-	-	-	-	-	-	-	-	3	37,5	3	37,5
Саңырауқұлақ атауынан	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1,5	1	12,5
Тал атауынан	2	25	-	-	-	-	-	-	-	-	2	25
Цитрусты өсімдік атауынан	1	12,5	-	-	-	-	-	-	-	-	1	12,5
Жеміс-жидек атауынан	1	12,5	-	-	-	-	-	-	-	-	1	12,5
Барлығы	4	50	-	-	-	-	-	-	4	50	8	100

Фитофорды менсонимдер тек дүкен және кафе денотаттары бар объектілерде кездесті. Оның себебі қаржы жағдайына байланысты кішігірім дүкендер мен кафелер басқа объектілерге қарағанда көбірек ашылуында деп ойлаймыз.

в) *Жануарлар әлеміне байланысты қалыптасқан менсонимдер*

Аңдар мен жан-жауарлардың адамның мәдени және экономикалық өмірінде, тұрмыс-тіршілігінде зор қызмет атқаратыны белгілі. Сондықтан да қасиетті аңдар мен құстардың атауларының менсонимдер құрамын байыта түсуі таң қалдырмайтын жай. Төрт түлікке тікелей қатысты менсонимдер соншалықты көп ұшыраспайды, көбінесе экзотикалық аңдарға көңіл бөлген. Жануалармен бірге құстарды менсонимдер ретінде қолдану кездесті *Тұлпар* (жылқы) - Абай даңғылында орналасқан дүкен осы атауды символ ретінде иемденген. Мұның өзіндік астары бар. Жекеменшік иесінің дүкен ашып, тұлпар (көлік) мінсем деген арманымен сабақтасып жатыр. *Мустанг* (жабайы жылқы) – 1-ші ықшам ауданында орналасқан дүкен осы атауды иемденген. Бұл атау да символ ретінде берілген, сонымен қатар кіре берістегі әйнекке жеңіл көліктің суреті салынған. *Лашын* (жыртқыш құс) - Гоголь көшесінде орналасқан арақ-шарап дүкеніне жекеменшік иелері келген адамдардың лашын құстай самғап шығатын болғандықтан осындай атауды бергендерін айтады. *Рыбы* (балықтар) – бұл атауды ұсынылатын тауарына байланысты екі дүкен иемденген. Олардың бірі Гагарин көшесінде орналасқан, екіншісі

- Гоголь көшесінің бойында. Мұнда айта кететін жай: екі дүкеннің иелері өзара ешқандай қатынасы жоқ бөтен адамдар. Қазіргі кезде арнайы дүкендердің, былайша айтқанда номенклатуралық “Рыбы” сияқты атаулары жойылмаған. *Рыбный минимаркет* (балықты) – Үмбетбаев көшесі бойында орналасқан балықпен сауда жасайтын дүкен атауы. *Свежая рыба* (жаңа ұсталған балық) – Манас көшесінің бойында орналасқан дүкеннің тауарын көрсету үшін жарнамалық мақсатта жекеменшік иесі осы атауды қолданған. *Ласточка* (құс) - бұл атауды иемденген кафе ұлттық кітапхана ішінде орналасқан. Кітапхана ішінде орналасқан бірінші қарлығашы, орысша айтқанда “ласточка” кафе, бұл символдық атау. *Белый кит* (су жануары) - бұл атауды иемденген кафе Әуезов көшесінде орналасқан. Кафе иесінің қалауынша, басқа кафелерден өзгеше, артық екенін көрсету үшін, аз кездесетін “ақ кит” сияқты қасиеті бар екенін білдіру үшін берілген.

Зооморфтық менсонимдер 6-кесте

Зооморфтық менсонимдер түрі	Д	%	М	%	Дәм	%	Б	%	К	%	Барлығы	
												%
Жануарлар атауынан	2	2,8	4	5,7	5	7	1	1,5	2	2,8	14	20
Құстар атауынан	6	8,6	7	10	4	5,7	6	8,6	7	10	30	42
Балықтар атауынан	9	13	3	4,2	9	13	2	3	3	4,2	26	37
Барлығы	17	24	14	20	18	26	9	13	12	17	70	100

Балықты атау ретінде қолданған менсонимдер басым, себебі басты тағам түрі балық. Объектілер ішінен кішігірім объектілер атау ретінде зооморфтық менсонимдерді көбірек қолданған.

г) Урбонимдік менсонимдер

В.А.Никонов көше атауларының дамуын, өзгеруін өзінің “Названия улиц в Симбирске-Ульяновске” атты мақаласында көрсетіп, көшелердің мұрағат материалдарында 1678 жылы тіптен болмағанын, ал 1667 жылғы тіркеу кітаптарында көше атауларын кездестіруге болатынын айтып, сонымен қатар, кейбір атаулары

жок көшелерді табу үшін менсонимдерге нұсқағаны жайында айтқан “Никитаның харчевнясы орналасқан көшенің қарсысында” болатын /71, 227/. Яғни сол кездегі менсонимдер бағыт-бағдар, “адрестік” қызметін атқарғаны көрініп тұр. Енді көше атаулары мен урбонимдердің айырмашылығына келейік. Көше атаулары бір ұғымға қатысты және “адрестік” қызметті атқарады. Ал көше атауларынан қалыптасқан менсонимдер белгілі бір объектіні жекелейді, объектінің орналасқан орнын көрсетеді, яғни хабарламалық қызмет атқарады.

Көше атауларына байланысты атаулар саны жоқтың қасы. Мұндай атаулар Т.П.Романованың топтастыру үлгісі бойынша хабарламалық қызмет атқарып тұр, ал Н.А.Бойконың ұсынылған топтастыру үлгісі бойынша мұндай атауды *локативті* деп атауымызға болады.

На Ровенской (Ровенскойдың бойында) – кафе хабарламалық мақсатта жекеменшік иесінің қалауы бойынша Ровенской көшесі бойындағы № 11 үйде орналасқандықтан осылай аталады. *Ровенского 18* (Ровенскойдегі 18-ші) – бұл атауды иемденген дүкен Ровенской көшесінің бойындағы № 18 үйде орналасқан. Атау хабарламалық, нұсқаушы қызметін атқаратын болғандықтан, жекеменшік иесі дүкенді осылай атаған. *Гоголь 100* (көшенің атауы мен үйдің нөмірі) – бұл атауды иемденген кафенің қайда, қай үйде орналасқаны атауынан көрініп тұр. *На Байсейитовой* (Байсейіт көшесі бойында) - Байсейітов көшесі бойында орналасқандықтан дүкен осы атауды иемденген. *Гоголь 80* (көшесінің атауы, үйдің нөмірі) - бұл атау дүкеннің орналасқан жерін хабарлап тұр. Урбонимдік менсонимдер саны - 6, соның ішінде дүкен денотаты бар объектілерде - 4, екеуі кафе денотаты бар объектіге тиесілі.

ғ) *Космонимдік менсонимдер*

Адамзатты көне заманнан-ақ көгілдір аспан, ондағы жұлдыздар сыры да, жұмбақ әлемі де ерекше қызықтырды, сондықтан да аспан шырақтарының атауларын балаларына есім ретінде берген, өзінің болмыс-тіршілігін аспан шырақтарымен байланыстырды. Оларға қарап бағдар, болжамдар жасады. Міне, енді сол аспан шырақтарын менсонимдік атаулар ретінде де қолданып отыр. Мұның өзі көне заманмен қазіргі кезеңге көпір іспеттес.

Космос (кеңістік) - Достық даңғылында орналасқан кафе осы атауды иемденген. Бұл кафенің иесі бәрінің кеңістікте жүргенімізден деген ойдан туындаған деп түсіндіреді. *Мерген*

(зодиак белгісі) - бұл атауды иемденген дүкен Абай данғылында орналасқан. Мұндай атауды иемденген себебі: дүкеннің иесі осы белгімен туылған. *Күн дала* (өзіне тоғыз планетаны бағындырып тұрған алып жұлдыз + дала) – бұл атауды иемденген дүкен Әуезов көшесінің бойында орналасқан. *Күнгеі* (күн - алып жұлдыз) - бұл атауды иемденген дүкен Тимирязев көшесінің бойында орналасқан. Иесінің айтуы бойынша, дүкен күн түсетін жақта орналасқан. Солнышко (жұлдыз) - Жандосов - Әуезов көшелерінің қиылысында орналасқан дүкен.

Космонимдік менсонимдер

7-кесте

Космонимдік менсонимдер түрі	Д	М	Дем	Б	К
Күн	3	1	-	-	-
Жұлдызнама белгісі	1	-	-	-	-
Кеіңістік	-	-	1	-	1
Таң, арай, шапақ	1	1	1	1	-
Барлығы	5	2	2	1	2

Берілген күн космонимі дүкен денотаты бар объектілерде басым, себебі жекеменшік аталмыш нысанның күн жақта орналасқанын көрсету үшін алған. Таң, арай, шапақ космонимдер де кафе денотаты бар объектілерден басқа объектілер де қолданылған.

д) Теонимдік менсонимдер

Мұндай астарлы жалқы есімдер адамдардың сеніміне байланысты туындаған. Сенім мифологиялық – діни көзқарастың негізі болып табылатыны жайында С.А.Керімбаев тоқтала келіп, былай дейді: “Атау заттардың сикырлы, жан берушісі” /70, 81/.

Әр адамның бір сикырлы күшке сенетіні белгілі. Сондықтан да өздерінің қорғаушылары бар деп ойлайды. Мәселен, жолдың өз

құдайы, судың өз құдайы, тіпті жан-жануарды қорғап жүретін күдірет күші бар деп ойлайтыны еш таң қалдырмайды.

“Эвфемизм” - гректің жақсы айтамын деген сөзі, сөздерді сыпайылап қолданып, табиғат сырына табынудан шыққан атаулар. Мұндай атаулар менсонимдер қалыптасуына да ықпалын тигізген. Бұған бірден-бір себеп өздері құлшылық ұрған жын-перілердің қолдап жүруіне сенушіліктен туындаған.

Гаяна (грек мифологиясындағы құдай) - Жандосов көшесі бойында орналасқан дүкен, иесі осы аталмыш құдайдың саудаға көмек көрсетіп, қолдап жүретініне сенеді. *Сарман* (мифтік ұғым) - халық арасында қалыптасқан жынның атын білдіретін сөзді осылай атаған. Ауыз әдебиетінде “шақырайын шалғайдан сарманымды” деген тіркес осы ұғымға байланысты айтылған. Бұл атау Жандосов көшесінің бойында орналасқан азық-түлік дүкеніне берілген. Иесінің айтуы бойынша, “пәле-жаладан “ сақтану үшін осындай атау тағылған.

е) *Артонимдік менсонимдер*

Тілдің ономастикалық кеңістігі жасалу жолдарына, объектілерді жекеленуіне қарай әр түрлі болып келетіндігі жайында О.А.Остапчук айтып, өнер шығармалары атауларының - әдеби шығарма, сурет т.б. өзгеше орын алатыны жайында айтқан /72, 133/. Біз бұл жағдайда артонимдердің әр шығарма туындыларының ішкі ерекшелігін көрсетіп, біртұтас жүйе ретінде көрсететіндігімен артонимдік менсонимдерден ерекшеленетінін айтуды жөн көріп отырмыз. Қазіргі таңда техниканы қолданудың өркені өскен, халықтың тұрмыс-тіршілігінің, мәдени дамуы кезеңінде көркем фильм мен мультфильм атауларын және ондағы кейіпкерлер есімдерін, кейбір объектілер атауларын, белгілі жазушылардың шығармаларын қолдану менсонимияның ономастикадағы жанданып келе жатқан саласының бірі екенінің айғағы. Мұндай атаулар қазақ тілінде де, орыс тілінде де кездеседі.

Золотой теленок (Ильф пен Петровтің шығармасының атауы) - бұл атауды иемденген кафе Әуезов көшесінде орналасқан. Кафенің иесі атаудың қазақша баламасын “Алтын бұзау” деп те берген. *Бедные люди* (Достоевскийдің романы бойынша берілген атау) - осы атауды иемденген бар Абай даңғылының бойында орналасқан. Иесінің айтуы бойынша, бұл бар қаражаты аз адамдар үшін тиімді. *Золотое руно* (мифтік ұғым) - Тимирязев көшесі бойында орналасқан дүкен атауы. Жекеменшік иесі Ясон туралы мифті айтады, ал дүкен атауын не үшін осылай атаған себебін

түсіндіре алмады. *Бонифацийдің демалысы* (мультфильм атауы) - осы атауды иемденген кафе Жандосов көшесінің бойында. Иесінің айтуы бойынша, аталмыш мультфильм өзіне әбден ұнаған, сондықтан да келушілерді “Бонифацийдің демалысына” шақыру үшін атаған. *Али баба и сорок разбойников* (үнді кинофильмі атауы) - Мате Залке көшесі бойында орналасқан кафе осы атауды иемденген. Иесінің айтуы бойынша, Али бабаның артынан ерген қырық адам болса да, одан көп болса да аталмыш кафе жоғары деңгейде қызмет көрсете алады. *Сим-Сим* (“Али баба и сорок разбойников” кинофильміндегі тау қойнауындағы перінің аты) - бұл атауды иемденген кабак Сәтбаев көшесінің бойында. Иесінің айтуы бойынша, аталмыш кабактың есігін ашып, тәтті тағам мен сусындар қойнауына кіргендей боласыз. *Василек* (“Қыз-жігіт” көркем фильміндегі кейіпкердің есімі) - бұл атау Сәтбаев көшесінде орналасқан дүкенге берілген. Мұнда келушілерге “Василек” сияқты сатушылар қызмет көрсетеді. *Титаник* (кеме және кинофильм атауы) - Шанин көшесі бойында орналасқан кафе осы атауды иемденген. Мұндай атау аталмыш кинофильмінен және кеме атауынан алынған. Осыған толықтырушы: “Титаник” кинофильміндегі басты кейіпкерлердің бейнесі ілінген тақтайша және матросша киінген даяшы қыздар мен аквариум. *Зимняя вишня* (кыстық шиіе) - ән шумағынан алынған. Саин көшесі мен Шаляпин көшесінің бойында орналасқан бар осы атауды иемденген. *Льдина* (мұзшық) - бұл атауды Бөгенбай Батыр көшесінде орналасқан кафе иемденген. Кафе иесінің қалауы бойынша, Лариса Долинаның айтатын әнінен сәл өзгертіп алынған.

Артонимдік менсонимдер

8-кесте

Артонимдік менсонимдер түрі	Д	М	Дем	Тр	Б	К	Каб
Кинофильм, мультфильм атауларынан	1	4	4	1	-	5	1
Шығарма атауларынан	-	3	3	-	1	1	-
Ән шумақтардан	1	1	2	-	1	2	-
Барлығы	2	7	9	1	2	8	1

Артонимдік менсонимдердің ішінен кинофильм, мультфильм атауларынан қалыптасқан менсонимдер саны көп, оның себебі хабарламалық-жарнамалық прецедентті атау ретінде көп роль атқаратындығынан, яғни кинофильм, мультфильм атаулары теледидардан жиі көрсетілуіне байланысты немесе кинофильм, мультфильмнің әйгілігіне байланысты адам санасында тез жатталады. Екінші орында шығарма атаулары, бірақ олар дүкен, кабак денотаттары бар объектілерде қолданылмаған.

Г.А.Архипов этнонимдерді зерттеп, келесі түрлерге бөлген /73; 230/:

- халық атаулары;
- тайпа атаулары;
- ру және ру құдайлары атаулары.

Осы классификацияны негізге алсақ, біз жинаған материалда этнонимдік менсонимдер екінші және үшінші түріне қатысты, яғни тайпа атауы және ру атауы. Этноним мен менсонимнің айырмашылығына келсек, біріншіден, этноним жалпы бір тайпаға немесе соның ішінде әр адамға қатысты. Ал менсонимдер жеке бір объектіге қатысты. Этноним тек атау қызметін атқарады, ал менсонимнің бірнеше қызметі бар. Олар: біртектес объектілерден жекелеу, атау, жарнамалық, жекеменшік иесі жайында хабар беру.

Этнонимдік менсонимдер соңғы 1999 - 2001 жылдары Алматы қаласында қалыптасты. Саны тек қана екеу.

Дешті—қыпшақ (ру атауы) - Тимирязев көшесі бойында орналасқан кафе атауы. Осы объектінің жекеменшік иесінің руы қыпшақ болғандықтан, ата-бабасын жаңғыртып кафені осылай атаған. Бұл кафе 1999 жылы ашылған. *Дакота* (индеецтер тайпасы) - Байтұрсынов көшесі бойында орналасқан салуны. Дизайнердің ұсынуы бойынша басқа объектілерден ерекшелендіру мақсатында Америка индеецтері стилі бойынша безендірілген. Салун иесінің айтуынша, индеецтердің Дакота тайпасы өте батыр болған, сонымен қатар Америкада осы аттас штат бар. Салун денотатын да американдық стильді толықтыру үшін қолданған. Салун 2001 жылы ашылған.

ж) *Прагмонимдік менсонимдер*

С.О.Горяев “Номинативные концепции субъекта ономастической номинации (на материале русских прагмонимов)” атты еңбегінде прагмонимдердің ономастикада алатын орнын атап өтіп, прагмонимдерді үлкен екі топқа: 1) объектіге байланысты уәждеделген атаулар; 2) объектіге байланысты есім уәждеделген

атаулар деп бөлген. Бұл екі топтың өзін бірнеше топшаларға бөліп қарастырған. Сонымен қатар, С.О.Горяев эргоним мен прагмонимнің айырмашылығы - эргоним белгілі бір объектіні жекелейтіндігін, ал прагмоним көптеген біртектес объектілерге қатысты және прагмоним эргонимдерге қарағанда мағынасына қарай жалпы есімдерге жақын, апеллятивтенуге бейім болатындығында деп көрсеткен /74, 9/. Біз менсонимдерді эргонимдердің бір түрі деп кіріспеде айтқанбыз, яғни эргоним мен прагмоним арасындағы айырмашылық менсоним мен прагмонимнің айырмашылығы болып табылады. Прагмонимдік менсонимдер саны жағынан көп емес.

Нәзік (торт атауынан) – Достық даңғылы және Гоголь көшелері бойындағы фирмалық дүкендер. Ең басты ұсынылатын тауар Нәзік торты болғандықтан осылай аталған.

Бордо (шарап атауы) – Сейфуллин көшесі бойында орналасқан бар осы атауды қолданған.

Есік шарабы (шарап атауы) – Сәтбаев көшесі бойында 88 а/1 үйде орналасқан дүкен осы атауды бас тауар түріне байланысты қолданған.

3. Әр түрлі жағдаяттарға байланысты менсонимдер

Жалпылама бір түсінікке сыймайтын әр қилы сөздер көп. Объектінің бір ерекшелігіне, иесінің санына, естеліктерге, ашылған мерзіміне, орналасқан орнына арналған атаулар көп.

Ақпан (мезгіл) - Желтоқсан көшесінің бойында орналасқан дүкеннің ашылу мезгілі ақпан айында болғандықтан осылай атаған.

Асыл ана (туысқандық қатынасты білдіретін сөз тіркесі) - осы бір керемет атауды иемденген кафе Сейфуллин көшесінің бойында. Аталмыш дүкеннің иесі кафені анасына арнап осылай атаған.

Седьмая лестница (жетінші баспалдақ) - Мәскеу қаласында орналасқан аталмыш мейрамхана атауын қолданған. Бұл атауды иемденген кафе Абылай хан көшесінің бойында орналасқан. Кафе иелері студенттік шақтарында Мәскеу қаласындағы “Седьмая лестница” мейрамханасына жиі баратын, соған естелік ретінде осылай атаған. *Три угла* (үш бұрыш-геометриялық фигура) –дүкен үш бұрыш жасап тұрған үйлердің ортасында орналасқан. Аталмыш дүкенді 4-ші Ақсай ықшам ауданынан табуға болады. *Перекресток* (қиылыс - бір жолдың екінші жолмен немесе көшелердің қиылысуы) - осы атауды иемденген кафе Әуезов көшесі мен Абай даңғылының қиылысында орналасқандықтан осылай атаған. *Асжан* (асты сүйетін адам (жан) - бұл атау Тимирязев көшесінің

бойындағы кафеге берілген. Иесінің айтуынша, асты бағалай білетін адамдар үшін ашылған кафе. *Шаңырақ* (киіз үйдің сүйегі) - бұл атауды Достық даңғылында орналасқан мейрамхана иемденген. Иесінің айтуынша, шаңырағы биік мейірман жандарға қызмет көрсетеді. *Стимул* (куат) - Достық даңғылы бойында орналасқан дүкен атауы. Жекеменшік иесі А.З.Атауалинаның айтуынша, дүкенде нәр, күш-куат беретін заттардың бәрі бар. *Жалын* (от жалыны) - Достық даңғылында орналасқан мейрамхана осы атауды иемденген. Мейрамхана иесінің айтуынша, келушілерді ыстық жалынмен қарсы алады. *Достар* (екі немесе бірнеше адамдардың ара қатынасы) - бұл атауды иемденген кафе Достық даңғылында орналасқан. Кафе иелері екі адам өзара достық қарым-қатынаста, кафе ортақ болғандықтан осылай атаған. *Бауырсақ* (үлттық тағам) - Ғабдуллин көшесі бойында орналасқан дүкеннің басты тауар түрі ұннан пісірілген тағам түрлері болғандықтан осылай атаған. *Наурыз* (мезгіл, мейрам, кісі есімі) - бұл атауды иемденген дүкен Жандосов көшесінің бойында. Мұндай ат берілуінің екі себебі бар: 1. Наурыз айында ашылған; 2. аталарының есімімен аталған. *Хороший* (жақсы - бір заттың сапалық жағын білдіріп тұр) - бұл атау Шалыпин көшесінде орналасқан дүкенге берілген. Атау иесінің айтуы бойынша, дүкеннің сапасын аңғартып тұр. *Ғасыр* (кезең) - бұл атауды иемденген дүкен Абай даңғылында орналасқан. Дүкен ғасырлар тоғысында XX ғасырдан XXI ғасырға өту кезеңінде ашылған. *Белая юрта* (ақ киіз үй) - бұл атауды иемденген кафе Сәтбаев көшесінің бойында. Мұндай атау ақ киіз үй ішінде тамақтануға болатын мүмкіншілік салдарынан берілген. *Болжау* (адамның іс әрекеті) - «Орбита» 1 ықшам ауданында орналасқан дүкен атауы. Жекеменшік иесінің болашақтан жақсы үміт болжайтындықтан осылай атаған. *Симпатия* (ілтипат) - Сәтбаев көшесі бойында орналасқан дүкен атауы. Иесінің айтуы бойынша, тұтынушылармен осындай ара-қатынаста болатындығы сенімінен туындаған атау. *Тірек* (күшке сену, сенім арту) - Байтұрсынов көшесінде орналасқан азық-түлік дүкені. Иесінің айтуынша, өз жағдайын жақсарту мақсатында тірек деп атаған. *Ет және сүт* (тағам атаулары) - Жандосов көшесі бойында орналасқан дүкен ұсынылатын басты тағамдары ет пен сүт болғандықтан осылай атаған. *Есть что съестъ* (жейтін нәрсе бар) - бұл атау Шалыпин көшесінде орналасқан азық-түлік дүкеніне сатылуға ұсынылатын тауарларымен сабақтасып берілген. *Самовар* (самаурын - су қайнатылатын ыдыс) - Алтынсарин көшесінің

бойында орналасқан кафе осы атауды символ ретінде иемденген. *Медок* (бал) - бұл атауды иемденген дүкен Әуезов көшесінің бойында орналасқан. Сатылуға ұсынылатын басты тағамы бал болғандықтан осылай атаған. *Кадиллак* (жеңіл көлік атауы) - бұл атауды иемденген мейрамхана Бәйсеитов көшесінің бойында орналасқан. Мейрамхана иесінің айтуы бойынша, қойылған жиһаздар кадиллак ішінде отырғандай сезінтеді, бұл өз қалауы бойынша қойылған атау. *Южная Столица* (Оңтүстік астана) - Әйтеке би көшесінің бойында орналасқан бистро атауы. Орналасқан қаласы Алматы – Оңтүстік астана болғандықтан осындай атау тағылған. *Эрмитаж* - бұл атауды иемденген мейрамхана Фурманов көшесінің бойында. Бұл мейрамхана кеңес дәуірі кезінде аталған Мәскеу мейрамханасымен аттас. Иесінің қалауы бойынша берілген, бірақ осындай атауды мейрамхананың қазіргі кезде Мәскеу қаласында бары-жоғынан хабарсыз. *Сәтті* - бұл атауды иемденген дүкен Байтұрсынов көшесінің бойында орналасқан, дүкен иесінің айтуы бойынша, жақсы өсім әкелуі үшін осылай атаған. *Копейка* - бұл атауды иемденген дүкен орталық базар түбінде орналасқан сауда кешенінде. Сатылатын тауарлары арзан бағалы болғандықтан осылай атаған. *Алтын арай* - осы атауды иемденген дүкен барлық дүкендерден сататын тауарларының жоғары сапалы екенін көрсету үшін осылай атаған. Бұл дүкен Әуезов көшесінің бойында орналасқан. *Ертек* - бұл атауды иемденген кафе Әуезов көшесінің бойында орналасқан. Кафеге келушілер, иесінің айтуы бойынша, өздерін ертегі кейіпкеріндей сезінетін болады. *Спорт* (ойын түрі) - бұл атауды иемденген кафе Абай даңғылындағы спорт кешенінің жанында орналасқан. *Третий тайм* (үшінші тайм - ойын мезгілі) - Тимирязев көшесі бойында орналасқан бар футбол сүйермендеріне арналған. *Двое* (екеуі-сан) - бұл атауды иемденген кафе Желтоқсан көшесінің бойында орналасқан. Мұндай аталуының себебі кафе екі ғашық жастарды шақырып тұрғандай. *Минутка* (мезгіл) - Райымбек көшесінің бойында орналасқан кафе осы атауды иемденген. Бұл атау иесінің қалауы бойынша әр сағаттың келушілер үшін минут сияқты тез өтетінін білдіру үшін қойылған. *Встреча* (кездесу) - бұл атауды иемденген кафе 4-ші ықшам ауданында орналасқан. Иесінің айтуы бойынша, келушілер үшін кездесетін ең қолайлы жер. *Тема X* - бұл атауды иемденген мейрамхана Сүлейменов көшесі мен Рысқұлов көшесінің қиылысында орналасқан. Иесінің айтуы бойынша, бұл мейрамханаға келіп, әр тақырыпта сөз қозғап

отыруларына болады. *На троих* (үшеуге) – бұл атауды иемденген дүкен Тимирязев көшесінің бойында. Аталмыш дүкен үш-үштен келетін сатып алушылар үшін ашылған арақ-шарап дүкені. *Керемет* - бұл атауды иемденген дүкен Алтынсарин көшесінің бойында. Сатылатын тауарлары әр түрлі болғандықтан, иесінің айтуынша, осылай аталған. *Абырой* - бұл атауды иемденген кафе Алтынсарин көшесінің бойында орналасқан. Иесінің айтуынша, барлық бәсекелестікке төтеп беретін, абыройлы қызмет көрсетуші жоғары дәрежелі кафе. *Жайсаң* - осы атауды иемденген атау Гоголь көшесінің бойында орналасқан, кафе иесі қазіргі кезде қазақ тілінің дәрежесінің өсуіне байланысты ұлты кәріс болса да осылай атаған. Оның айтуынша, мұнда жаны жайсаң адамдар келеді.

Жастар – бұл атауды иемденген дүкен иелері сүр бойдақтар болғандықтан осылай атаған. Дүкен Шашкин көшесінің бойында орналасқан, 2000 жылы ашылған. Кеңес дәуіріндегі осы аттас кафелер бақытты жастар болашағы деген мағынаны білдірсе, қазіргі “Жастар” дүкені иелері туралы хабар береді.

Атауда санды қолдану сөз тіркесін эллиптизациялау арқылы жүзеге асқандығын байқадық, мысалы, екі де екі - төрт; екі де екі (дважды два – четыре; дважды два) 2x2 дүкені. Бұл дүкеннің атауы ортақ иелерінің саны төртеу болғандықтан осылай аталған. Кішігірім дүкен Тимирязев көшесі бойында орналасқан. Бұл дүкен 2000 жылы ашылған.

4. Дүкендерді нөмірлеу жайында

Жаңа атаулардың қалыптасуы өте күрделі жауапты іс екенін, ол үшін нақты мақсат қою керек екенін Т.А. Исаева кезінде атап көрсеткен /75, 9/.

Кеңестік дәуір кезінде қалыптасқан дүкендерді жаппай нөмірлеу қазіргі кезде де сақталған десек те, кейбіреуі жаңаланған, күрделенген немесе айтылуы оңай болу үшін өзгертілген түрлері де кездеседі. *№ 3 дүкен* - Желтоқсан көшесінің бойында орналасқан. Дүкен жекеменшік иелігіне берілсе де әлі қалпын өзгерте қойған жоқ. *№ 5 дүкен* - Абай даңғылының бойында орналасқан азық-түлік дүкенінің нөмірі. *№ 34 дүкен* - Абай даңғылының бойында орналасқан дүкеннің нөмірі. *Алина 80* - бұл атау Саин көшесінің бойында орналасқан дүкенге берілген. Мұндағы Алина дүкен иесінің қызының есімі, қазіргі уақытқа сай десек, ал 80-бұрынғы Алатау ауданы бойынша дүкенге берілген нөмір. 777 - бұл нөмірді иемденген дүкен Шевченко көшесінің бойында орналасқан. Дүкеннің жана иесі нөмірді жаңалап,

өзгертіп “Три семерки” (үш жетілік) деген атау берді. Дүкендердің нөмірленуі жайында В.А.Суперанская былай дейді: “Мекеме орындарының атаулары апеллятивтерінің лексикалық мағынасының сақталуына қарамастан жалқы есімдер қатарына жатады, себебі денотаты бар белгілі бірліктерді жекелейді. Егер зауыттар, дүкендер т.б. нөмірленсе, онда нөмір жекелеу қызметін атқарып, жалқы есімдер қатарына енеді” /76, 196/. Орыс тілінде қалыптасқан атауларда сандарды қолдану біршама кездессе, қазақ тілінде мұндай құбылыс жоқ болып шықты. Мұның себебін біз қазақ халқы сандарға мифтік көзқараста болғанынан деп ойлаймыз. Бұл жөнінде І.Кеңесбаев та “Фразеологизмдерге кейбір сан есімдер де ұйытқы бола алады” атты мақаласында былай деп айтқан: “Тұрақты сөз тіркестерінің біраз бөлігі жеті, үш, тоғыз, қырық сияқты бірқыдыру сан есімдердің төңірегіне топталып жұмсалады. Бұл сөздердің белгілі бір тізбек, тіркестерге түп қазық болу себебі, халықтың ежелгі дәуірдегі ұғым-түсінігімен, салт-санасымен ұштасып жатыр” /77, 242/. Сол себепті қазақ халқы сандарды қадір тұтып, көңіл көтеру орындарына атау ретінде қолданбаған деп ойлаймыз. Сонымен, 1950 - 1990 жылдардағы менсонимдерден қазіргі кездегі менсонимдер төрт топқа артық: урбонимдік, теонимдік, этнонимдік және прагмонимдік.

Урбонимдік менсонимдер жарнамалық қызмет атқаратындығымен жекеменшік иесіне ұнаған болуы керек. Ал теонимдік менсонимдер сол кездегі саясатқа қайшы келетін еді.

Әртүрлі жағдаяттарға байланысты менсонимдер 9-кесте

Әртүрлі жағдаяттарға байланысты менсонимдер	Д	М	Б	М	Дөм	Қаб	СМ	БС	К	А
Мезгілге байланысты	6	1	1	-	2	-	-	-	5	-
Санды қолданған	7	-	-	-	-	-	-	-	3	-
Кйіз үйге байланысты	-	-	-	2	-	-	-	-	2	-
Сапаға байланысты	5	1	1	-	1	-	1	-	-	-
Тағам түріне байланысты	26	14	7	-	6	3	-	4	-	-
Спортқа байланысты	-	-	1	-	-	-	-	1	1	-
Кездесуге байланысты	-	-	-	3	-	-	-	-	10	-
Адамның іс әрекетіне байланысты	2	-	-	-	-	-	-	-	1	-
Адамның көңіл күйі қасиетіне байланысты	-	-	-	-	1	-	1	-	9	-
Ыдыс-аяққа байланысты	-	-	-	-	-	1	-	-	1	-
Ақшаға байланысты	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Көлік түріне байланысты	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-
Отқа байланысты	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-
Нөмірлеуі	14	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Денотатына байланысты	14	-	11	1	30	2	-	1	-	14
Барлығы	145	16	21	8	40	6	2	6	32	14

Денотатын атау ретінде қолдану өте көп кездесті, оның себебі объектіні жалға беру немесе қаржы жағдайына қарай сатуға байланысты арнайы атау берілмеген. Екінші орында тағам түріне байланысты атаулар кішігірім көпшілік тамақтану және саудасаттық орындарында қолданылған, себебі басты тағам түрін жарнамалық мақсатта көрсету болса керек. Үшінші орынға саны жағынан объектілердің ашылу мерзіміне байланысты қалыптасқан атаулар шығып тұр. Нөмірлеу саны жағынан көп емес, ол тек дүкен денотаты бар объектілерге тиесілі екендігін анықтадық.

Экзотикалық менсонимдер

Соңғы 10 жылдың ішінде Батысқа еліктеушіліктің әсерінен, жарнамалық мақсатта шетел тілінен енген тағамхана атаулар қабаты кездеседі. Оның ішіне таза шетел тілдің “табиғи” формасымен берілгені де, мысалы, *Evra, star, luks, light, lo skala, Fort vernyi, The old tavern, China tawn, Retro, vis-A-vis, Cash & carry*, гибрид формалы араласы да кездеседі, мәселен, *Көктем food, Гурман food, Алатау food* т.б. Таза шетел тілінде берілген экзотикалық менсонимдер семантикасы объектінің орналасқан жерінің тарихымен, қызмет үлгісімен байланысты.

“Fort vernyi” кафесінің атауы қазақ тіліне Верный қамалы деп аударылады, яғни кафе өзі орналасқан Алматы қаласының тарихынан хабардар етеді. “Light” кафесі қазақ тіліне “жарық”

деген мағынада аударылады. “*The old tavern*” мейрамханасы “ескі таверна” болып аударылады, яғни, объектінің қызмет көрсету үлгісінің ерекшелігіне нұсқайды. “*China tawn*” кафесі «қытай қалашығы» деп аударылады, бұл атау басқа мемлекеттердегі мекеме орындарында көптеп қолданылады, атауынан объектінің иесі қай ұлт өкілі екендігін анықтау мүмкіншілігі туады. “*vis-A-vis*” кафесі атауы ағылшын тілінен “қарама-қарсы отырған” деп аударылады, яғни объектінің ішкі сәндеу формасы туралы хабар береді. “*Cash & carry*” дүкені қазақ тіліне “төле және алып кет” деп аударылады, объектінің жекеменшік иесінің айтуынша, атаудың дүкенде сатып алуға тұрарлықтай тауар сатылатыны жайында бірінші компоненті айтып тұрса, екінші компоненті бұл дүкенге кірсе шыққысыз деген мағынаны береді. “*Rabbit*” дүкені ағылшын тілінен “қоян” деп аударылады. Атауды жекеменшік иесі жарнамалық мақсатта және өзінің туған жылы қоян болғандықтан атаған. Оның айтуынша, “барлық түсініксіз атаулар тұтынушылардың қызығушылығын тудырады”.

Гибрид формалы атаулар бірінші компоненті қазақ немесе орыс тілінде, екінші компоненті ағылшын тілінде болып келеді. Қазақ немесе орыс тілінде берілген бірінші компоненті объектінің ерекшелігін көрсетуі немесе көрсетпеуі мүмкін, ал ағылшын тілінен енген екінші компонент объектінің тағаммен байланыстылығын көрсетеді, мәселен, Көктем food, Гурман food, Алатау food, Рахат food т.б.

Латын тілі графикасы арқылы берілген қазақ немесе орыс тілдері негізінде жасалған тағамхана атаулары бір қабат құрайды, мысалы, DAULET, MASATO, SASHA, SULU, AYAN, MADAM ISLAM. Мұндай тағамхана атаулары кісі есімінен қалыптасқан, сол себепті латын тілі графикасына оңай транслитерацияланған, мәселен, жекеменшік иесі баласының есімі Дәулет – “DAULET” дүкені; дүкен иесінің есімі Сымбат – “SIMBAT” дүкені; “AYAN” жекеменшік иесінің немересінің есімін латын графикасымен берілген дүкен атауы. Латын графикасына транслитерацияланған кісі есімдерінен қалыптасқан менсонимдер қатарына аббревиатура формалы атау да кіреді, мысалы, “MASATO” мейрамханасы – Марат + Саша + Толя жекеменшік иелері есімдерінің бастапқы буындары арқылы жасалған.

Экзотикалық менсонимдер жарнамалық қызмет атқарғанымен, қаланы ұлттық сипатынан, басқа қалалардан ерекшелігінен айырады. Себебі экзотикалық атауларды Қазақстанның, Ресейдің

т.б. республикалардың қалаларында кеңінен қолданылған. Атауларды әр халықтың даму кезеңінің тарихын, ұлттық ерекшелігін көрсететін құрал ретінде қарастырсақ, болашақта экзотикалық атаулардың қаптап кетуінен оларды жоғалтып алуымыз мүмкін. Сол себепті келешек ұрпақты ұлттық негізде тәрбиелеу үшін экзотикалық атауларды қолдануды әдетке айналдырмау керек.

ТҮЙІН

Жиналған материалдар бойынша менсонимдердің лексика-семантикалық классификациясы 4 кезеңдегі топтардың ерекшеліктерін көрсетті: 1. Кеңес дәуіріне дейінгі менсонимдердің лексика-семантикалық тобының кісі есімдерінен қалыптасқанын ескере отырып, ұсынылатын тауар түрлерінің әр түрлі болып келуіне және жекеменшік иелеріне байланысты үш топқа бөлінді: а) тауар түріне байланысты атаулар; ә) этнонимге байланысты атаулар; б) денотатына байланысты атаулар. Тауар түрлеріне күнделікті қажет ететін қант, ет, шай, нан сияқты тағамдар 1867 - 1920 жылғы этнонимдік менсонимдер жеке атау ретінде берілмеген. Ол денотаттың қай ұлт өкіліне тән екендігін сын есім формасы көрсетіліп берілген (мысалы, *Азиатская пекарня*). Денотатын атау ретінде қолданған менсонимдердің де бар екендігін анықтадық. Мәселен, трактир, чайная, харчевня т.б. 2. 1920 - 1950 жылдар аралығындағы менсонимдерді төрт топқа бөлуге болады: 1) тауар түрін көрсететін менсонимдер; 2) денотатына байланысты атаулар; 3) топонимдік атаулар; 4) басқа жағдаяттарға байланысты атаулар. Бұл кездегі топонимдік менсонимдер саны аз, мұның себебі жаңа кезең, халық идеологиялық көзқарасының өзгеруіне, соғыстың салдарынан жағдайы нашарлау, бұрынғы тамақтану, сауда орындарының көбі жабылғанына байланысты. Басқа жағдаяттарға бағынған атаулар нөмірленген объектілерден тұрады, кейбірі ғана жаңа идеологияны насихаттаушы роль атқарады, мысалы, «Еңбек» дүкені. Бұл кезеңдегі *универсам* денотаты ғана атау ретінде қолданылған. 3. 1950 - 1985 жылдар аралығындағы менсонимдер 5 топтан тұрады: 1) жалқы есімдерден қалыптасқан менсонимдер; 2) тауар түрін көрсететін; 3) денотатын ескеретін менсонимдер; 4) нөмірленген тағамханалар; 5) басқа жағдаяттарға байланысты менсонимдер. Бұл кезеңдегі менсонимдердің алдыңғы екі кезеңге қарағанда санының өсуі мемлекеттің экономикасының дамуына

байланысты. Антропонимдік менсонимдер объектімен еш қатысы жоқ, сөнге айналған есімдерді «штрих» ретінде қолданған. Топонимдік менсонимдердің кейбірі объектінің орналасқан жерін көрсетсе, кейбірі символ ретінде қолданылған. Зооморфтық менсонимдер балық сөзіне байланысты атаулар ғана тауар түрі ретінде, басқасы символ ретінде қолданылған. Мысалы, Ақ қу, Ақ сұңқар, Тұлпар. Космонимдік менсонимдер символ ретінде қолданылған. Фитофорды менсонимдер тауар түрі, кейбірі символ ретінде қолданылған. Артонимдік менсонимдер бұл кезеңде адамдардың объектіге атау беруде ерекше бір құбылыс ретінде қарап, шығарма атауларын символ ретінде қолданған. Басқа жағдаяттарға байланысты менсонимдер қатарына барлық нөмірленген атаулар және идеологиялық көзқарастағы белгісіз бір болашақты, бірақ бақытты болашақты көздейтінін көрсететін атаулар кіреді. 4. 1985 - 2001 жылдар аралығындағы менсонимдер 4 топқа бөлінді: 1) жалқы есімдерден қалыптасқан менсонимдер; 2) денотат түрін ескеретін менсонимдер; 3) нөмірленген тағамханалар; 4) әр түрлі жағдаяттарға байланысты менсонимдер.

Бұл кезеңдегі антропонимдік менсонимдер 1950 - 1985 жылдардағы антропонимдік менсонимдерден белгілі бір объектімен тығыз байланыстылығымен ерекшелінеді, ал кеңес дәуіріне дейінгі кезеңдегі кісі есімдерінен бұл кезеңдегі антропонимдік менсонимдерде ер кісі есімдерінен гөрі әйел кісі есімдерінің басым екендігін анықтадық. Топонимдік менсонимдер объектілердің орналасқан жерін көрсетумен қатар, символдық атау ретінде қолданылғанын анықтадық. Фитофорды менсонимдер де, зооморфтық менсонимдер де тауар түрін көрсетумен қатар, символдық атау ретінде қолданылған. Урбанонимдік менсонимдер объектінің орналасқан орнын көрсетіп, нұсқаушы ролін атқарып тұр. Космонимдік менсонимдер бұл кезеңде де тек символдық атау ретінде қолданылған. Теонимдік менсонимдер «қорғау—атаулар» ролін атқарушы ретінде қолданылған. Артонимдік менсонимдер 1950 - 1985 жылдар аралығындағы артонимдік менсонимдерге қарағанда саны жағынан басым. Сонымен қатар, тек шығарма атауларын ғана атау ретінде қолданбай, көркем фильм, мультфильм, ән шумақтарын атау ретінде қолданған. Этнонимдік менсонимдердің бірі жекеменшік иесі туралы хабар берсе, екіншісі объектіні жекелеу қызметін атқарып тұр. Прагмонимдік атаулар саны көп емес. Мұндай атаулар жалқы есімдердің атқаратын басты қызметінен басқа хабарламалық, жарнамалық қызметтерін

атқарып тұр. Әр түрлі жағдаяттарға байланысты менсонимдер қатарына нөмірленген және жоғарыда аталған менсонимдер түрлеріне кірмейтін атаулар жатады. 1985 - 2001 жылдардағы менсонимдердің басқа кезеңдегі менсонимдерден лексика-семантикалық жағынан урбанонимдік, теонимдік, этнонимдік, прагмонимдік менсонимдердің қалыптасуымен ерекшеленеді. Кеңес дәуірі кезінде қалыптасқан менсонимдерде дүкендерді жаппай нөмірлеу құбылысы ішінара 1985-2001 жылдардағы менсонимдерде де кездеседі, бірақ кейбіреуі жаңаланған, күрделенген немесе айтылуы оңай болу үшін өзгертілген түрлерінде берілген. Сонымен қатар экзотикалық тағамхана атаулары қалыптасқан, олар қала ерекшелігін немесе мемлекеттің ұлттық негізін жоғалтуға әкеліп соғады, себебі басқа қалалар мен мемлекеттерде бір тектес экзотикалық атауларды қолдану кеңінен тарап келеді.

2 ҚАЛА МЕНСОНИМДЕРІНІҢ ӘР КЕЗЕҢДЕГІ ҚҰРЫЛЫМДЫҚ ТИПТЕРІ

2.0 К і р і с п е- түсініктеме

Жалқы есімдерді құрылымына қарай топтастырудың түркі және славян ономастикаларында бірнеше жолдары қалыптасқан. Т.Жанұзақов жалқы есімдерді (антропонимдер, топонимдер, космонимдер) құрылымына қарай: а) негізгі; ә) туынды; б) екі компонентті; в) көп компонентті деп бөледі / 3, 61 /. Қазіргі қазақ тілінде кеңінен тараған құрылымға, Т.Жанұзақовтың айтуынша, әр түрлі сөз табының бірігуінен жасалған екі компоненттілер жатады. О.А.Сұлтаньяев күрделі жалқы есімдерді екі құрылымдық типке бөледі: а) есімдерден жасалған атаулар; ә) етістіктен жасалған атаулар /78, 30/.

Атаулардың құрамында түбір сөзді саны жағынан топтастыру компоненттер арасында синтаксистік қатынасын анықтауға мүмкіндік береді. Х.Ф.Искакованың сұрыптауында мұндай талдау кездеседі. Ғалым күрделі жалқы есімдерді анықтаушы және предикативті деп бөледі. Ал анықтаушысы бар құрылымның өзін тәуелдік, сандық және бейімделуші компоненттеріне жіктеген /79, 163-171/. Қазақстан өлкесін зерттеген ғалымдар топонимдерді компонент санына қарай бірнегізді, екінегізді, үшнегізді, төртнегізді атаулар деп топтайды. Зоонимдерді талдаған Т.В.Линко

атауларды жай және күрделі сөздерге бөледі /80, 120/. Ғалымның мұндай құрылымдық топтастыруы екі және одан да көп сынарлы сөздердің қай сөз таптар қатынасынан жасалғанын анықтауға мүмкіндік береді.

Демек, түркі ономастикасында жалқы есімдердің құрылымдық типін анықтауға көп көңіл аударылған. Түркі ономастикасында кеңінен тараған бірнегізді және екінегізді атаулар.

Орыс ғалымдары жалқы есімдердің құрылымына көңіл бөле отырып, оларды бірнеше негіздерге қарай сұрыптайды. Н.В.Подольская жалқы есімдерді талдай отырып, үш негізгі топқа бөлген: 1) бірнегізді атаулар; 2) екінегізді атаулар; 3) туынды. А.В.Суперанская жалқы есімдерді зат есімді атаулар, сын есімді атаулар деп екіге бөлген. Ғалым зат есімді атауларды дара, күрделі, зат есім қызметін атқарушы тіркестер, ал сын есімді атауларды дара, күрделі, адъективті тіркестер деп топтастырған /76, 72/. В.Н.Попова, О.А.Сұлтаньяев жалқы есімдерді келесі құрылымдық типтерге жіктейді:

- 1) аффиксті тип;
- 2) аффиксіз тип;
- 3) сөз тіркестерінен құрылған атау;
- 4) ысөздердің бірігуі арқылы құрылған атау.

Барлық ғалымдар жалқы есімдерде көптеп қолданылатын казак және орыс тілдеріне тән сөзжасам, құрылымдық типтер мен аффикстерін көрсеткен. Демек, әрбір ономастикалық түрге тән өзіндік сөзжасам элементтері бар және олар бәрі бірдей қолданысқа түспейді.

Жалқы есімдерді құрылымына жіктеу түркі ономастикасында анықтаушы қатынастағы екінегізді атаулардың, ал орыс тілінде аффиксті типтердің басым екендігін жоғарыда келтірілген жалқы есімдерді құрылымына топтастыру тарихына шолу ашып берді.

Орыс ізденушісі Б.З.Букчина эргонимдердің ішінен мекеме орындарының атауларын зерттеген мақаласында талдау жасаған. Ол «зат есім + зат» есім құрылысын қарастырған. Мысалы, *Грузия + фильм, Тула – уголь*. Оның бұл эргонимдерді қарастыруы бойынша күрделі сөздерге жатқызады /81, 41/. Өз еңбегінде В.Н.Лейчик эргонимдердің жасалу жолдарын қарастырған. Соның ішінде қысқарған атауларға көбірек тоқталып, тілдегі атқару қызметіне қарай жағымды – жағымсыз жақтарын көрсеткен /82/. Құрылысын және сөзжасам ерекшеліктерін талдау әр онимдердің зерттеуіне біртұтас бөлігі ретінде енеді. Г.А.Агеева топонимдік

материалдардың лингвистикалық талдауда сөзжасам аспектілерін зерттеу ең басты құралы ретінде қарастыруды ұсынады /83, 80/. Құрамды белгілеріне сәйкес топтастыру И.П.Литвиннің, А.С.Кривошекова-Гантманның, Г.П.Романованың т.б. еңбектерінде орын алды /84, 85, 57/. И.П.Литвин атауларды құрамына қарай екі компоненттен тұрады дейді: а) жалқы есім; ә) жалпы есім. Ойын қорыта келе, И.П.Литвин жалқы есімді-айқындаушы атау, ал жалпы есімді – айқындалушы атау деп атап көрсетіп, толық формасы осы компоненттерден тұратынын айтады.

А.С.Кривошекова-Гантман өндіріс мекеме атауларын құрамына қарай төрт түрге бөлуді ұсынады:

- 1) жай атау;
- 2) күрделі атау;
- 3) шылаулы атау;
- 4) эллипсисті атау;

П.П.Романова эргонимдердің құрамында үш компоненттің барын айтады:

- 1) иесінің есімі;
- 2) шартты-символдық есім;
- 3) термин.

Н.Н.Тимерханова микротопонимдерді ерекшеліктеріне қарай төмендегідей топтарға бөледі /86, 79/:

- құрылымдық ерекшеліктеріне қарай бағыныңқы;
- синтаксистік қатынас түріне қарай атрибутивті;
- морфология жағынан басыңқы сөз әрқашанда субстантивті;
- компоненттердің бірігуі жағынан бос;
- компоненттердің құрамына қарай дара.

Біз жинаған материалдар бойынша Н.Тимерханова көрсеткен микротопонимдерден менсонимдер құрамымен ерекшеленеді.

Эргоурбонимдерді (ЭУ) зерттеген орыс зерттеушісі Р.И.Козлов оларды үш компоненттен тұрады дейді:

Дифференциатор ЭУ - атаудың өзегі, толық атаудың негізін қалаушы. Мысалы, универсальный магазин «Звездный» – Звездный - атаудың осы құрылымдық компоненті атаудың эстетикалық қызметі мен ЭУ аттрактивті міндетімен байланысты негізгі қызмет атқарушы.

Идентификатор ЭУ сауда және қызмет көрсету аясында мемлекеттік заңмен бекітілген термин, мысалы, магазин, торговый центр.

Квалификатор ЭУ немесе өзін анықтаушы – толық атаудың анықтаушы, объектінің қызмет үлгісі т.б. ерекшеліктерін көрсетеді. Мысалы, Дом мебели Италия, мұнда квалификатор Дом мебели сөз тіркесі, ал Италия дифференциатор, магазин идентификаторы түсіп қалған /87, 8/. Р.И.Козлов жасаған құрылымдық талдауы арқылы менсонимдердің эргонимдердің басқа түрлерінен құрылымы жағынан да айырмашылығы бар екендігін анықтады. Сонымен қатар Р.И.Козлов ЭУ дифференциатор қалыптасуындағы қолданылған сөзжасам түрлерін көрсеткен:

1. уәжделмеген туынды белгінің қолданылуы;

2. тілде бар элементтерді қолдануымен, олардың өзін бірнеше топқа бөлген: а) іштей уәжделген лексика-синтаксистік трансформация; ә) метафоралық семантикалық деривация; б) метонимиялық семантикалық деривация; в) іштей уәжделмеген; г) семантика-синтаксистік трансформация;

3. Жаңа атау бірлігін қалыптастыру.

Алматы-Верный қаласының Кеңес дәуіріне дейінгі уақыттан қазіргі кезге дейін менсонимдерді төрт кезенге бөліп, құрылымдық типтері анықталды:

1. 1867 - 1920 жылдардағы менсонимдердің құрылымдық типтері;

2. 1920 - 1950 жылдардағы менсонимдердің құрылымдық типтері;

3. 1950 - 1985 жылдардағы менсонимдердің құрылымдық типтері;

4. 1985 - 2001 жылдардағы менсонимдердің құрылымдық типтері.

Ономастикалық лексика өз ерекшелігіне қарай синхронды немесе диахронды тұрғыдан зерттеле алмайды. Әрбір жеке атаудың тарихи қалыптасуын және әрбір тарихи кезеңде атауларды жүйелік қатынас ретінде қарастыруға болады. Бұл үшін атауларды құрылымдық тұрғыдан (түбір мен аффикстер сәйкестігі) және әрбір құрамдық бөлшегіне дәл талдау жасау керек. Әрбір тарихи кезеңдегі атауларды жүйелі түрде қарастырып, атауды белгілі бір тарихи даму нәтижесі ретінде көрсете білу ең дұрыс зерттеу болады.

Менсонимдердің әр кезеңге сәйкес құрылымдық типтерін топтастыруымыздың себебі, әр кезеңдегі лексика-семантикалық топтастырудай өз құрылымдық типтері анықталған. 1867 - 1920 жылдар аралығындағы атаулар күрделі, тауар түрі, иесі туралы көп мәлімет бере алатын бірнеше компоненттерден тұрады. 1920 - 1950 жылдар аралығындағы менсонимдерде, 1950 - 1985 жылдардағы менсонимдер де екі немесе бір компонентті болып келеді. 1920 -

1952 жылдардағы атаулардың сан есім + зат есім формасы басым болып келеді. 1950 - 1985 жылдардағы атауларда зат есім + зат есім формасы көптеп кездесті. 1985 - 2001 жылдардағы атаулар бір және көп компонентті, бірақ екі компоненттінің қолданылуы жиі. Бұл кезеңдегі атауларда төмендегідей формалар кездесті:

қазақ тілінде

зат есім +зат есім;

сын есім+зат есім;

сын есім + зат есім + зат есім;

орыс тілінде

зат есім + зат есім + зат есім;

сын есім + зат есім + зат есім;

сан есім + зат есім + зат есім;

сын есім + сын есім + зат есім;

зат есім + предлог + сан есім + зат есім + зат есім;

предлог + зат есім + зат есім.

2.1 1867 - 1920 жылдардағы менсонимдердің құрылымдық типтері

Кеңес дәуіріне дейінгі менсонимдердің құрамы күрделі. Себебі менсонимдерде объекті иелерінің аты-жөні және не ұлты, не дәрежесі көрсетілген. Сондықтан Кеңес дәуіріне дейінгі менсонимдерді құрамына қарай төмендегідей типтерге бөлуді жөн көрдік. Менсоним модельдерін құрастырушылары: тенеістіруші компонент (ТК), объектіні жекелеуші компоненті – термин (Т), иесінің аты-жөні (АЖ), иесінің ұлты (Ұ), иесінің атқаратын қызмет дәрежесі (Д), туысқандық термин (ТТ), нақтылаушы компонент (НК):

Т+АЖ

Пивная Федора Никитыча Харина;

Чайхана Мухамеда Рахимбаева;

Харчевня Бафурбая Искакова;

Пивная Иван Даниловича Лутманова;

ТК+Т+АЖ

Питейное заведение Елизара Ватинцева;

Мелочный балаган Хайдоллы Ляндсугара;

Мучной балаган Ходжайр Исмирова;

Мелочная лавка Кыдырбая Арымбаева;

ТК+Т+Д+АЖ

Мелочная торговля отставного офицера Степана Петрова;

Пивная лавка коммерческого советника Никола Ивановича Иванова;

Пивная лавка отставного рядового Александра Котлера;

Мелочная торговля мещанина Алексея Васильева;

ТК+Т+ТТ+АЖ

Мелочная торговля отца Владимира Сиротина;

ТК+Т+АЖ+НК

Питейное заведение Екатерины Следковой вдовы Степана Следкова;

Мелочная торговля Хаджиби Садыковой жены наманганского сарта;

ТК+Т+Ү+АЖ

Мясная лавка сарта Сейда Касымовича Курманбаева;

Мелочная торговля казака Андрей Ивановича Чукрянева;

Мелочная торговля киргиза Даулета Ходжинова.

Тенестіруші компоненттер құрамына қарай дара және күрделі болып бөлінеді. Дара шартты символдық есімдер тек кана туынды болып келеді. Олар зат есім формасына -н сын есім қосымшасы жалғануы арқылы жасалған. Мысалы, *мясная, мелочный, чайный, пивная, мучной, питейный*.

Зат есім формасына -ск сын есімнің қосымшасы жалғану арқылы жасалған. Мысалы, *Азиатская*. Зат есім формасына -овск сын есімнің қосымшалары жалғану арқылы. Мысалы, *Сартовская*.

Т.А.Короткова -ск жұрнағының антропо- және топонегіздерде диахронды тұрғыда жалғану ерекшеліктерін айта келе, -ск жұрнағының топонимдік және антропонимдік негізде деревня атауларында, өткен ғасырдың II жартысынан іс қағаздарында фамилияларға жалғанатын жұрнақ ретінде тіркелгендігін атап көрсеткен /88, 231/. Біз жинаған материалдар бойынша -ск жұрнағы зат есімдерге жалғанып, қатысты сын есім жасап тұр: Азиатская. Сын есімнің -ск жұрнағы топонимдер, этнонимдер мен космонимдерде кездеседі. -ск жұрнағының атқаратын ролін аймақтық материалдардағы антропо- және топонегіздерді лингвогеографиялық әдістерді колдана отырып салыстырғанда

көруге болады. -ск жұрнағының қолданылуы белгілі бір объектінің жеке иелікке бекітілгенін көрсетеді.

Күрделі онимдер тіркесті болып келеді. Олар қысқа байланысып, белгілі бір объектінің қасиетін білдіреді. Мысалы, *Розничная мучная лавка*.

Екі компонентті тіркесті күрделі онимдер қалыптасу процесіне сын есім қатысқан.

сын есім + сын есім

Розничный чайный магазин.

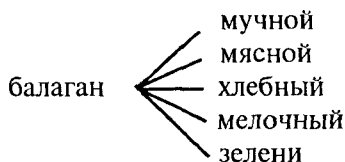
Біз жинаған материалдар бойынша көпшілік тамақтану және сауда-саттық орындарын денотативтерге қатысты терминдерді екі топқа бөліп қарастырдық. Бұл терминдер Республикалық орталық және қалалық мұрағаттардан алынған. Құжаттарда олар тек орыс тілінде тіркелген. Көпшілік тамақтану детерминативтері: *чайная, харчевня, буфет, чайхана, трактир, пивное заведение*.

Сауда-саттық детерминативтері *лавка, балаган, торговля, пекарня, магазин, булочная*.

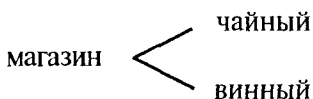
Зат есімге сын есімнің -н қосымшасы жалғану арқылы жасалған *пивная, чайная, булочная* денотативтерінің онимдерден айырмашылығы - анықталушы объекті ролін атқарып тұрғандығы. Детерминативтердің қолданыс жүйелігін, қай онимге қатыстылығын төмендегідей көрсетуге болады.



буфет-винный



харчевня-азиатская



заведение ← пивное
питейное
квасное

торговля ← хлебная
мелочная
мясная

“Лавка”, “булочная” денотативтері “магазин” денотативімен, “пивная” денотативі “заведение” денотативімен сәйкес келеді, сөздіктегі анықтамада да осылай берілген (С.И.Ожегов сөздігі бойынша).

Көпшілік тамақтану және сауда-саттық денотативтері дара және күрделі болып бөлінеді. Дара денотативтер жасалу жолдарына қарай негізгі және туынды болып бөлінеді.

Негізгі денотативтер: *балаган, лавка, магазин, трактир*.

Туынды денотативтер *харчевня, чайная, булочная, заведение, пивная, торговля*.

Күрделі денотатив екі толық мағыналы сөздердің бірігуі арқылы жасалған *чай+хана* (чай + ар. “үй”).

“ұлты” - компонент “казак”, “сарт”, “китаец” сөздері арқылы жасалған. Мысалы, *чайхана сарта Мухамеда Рахимбаева; Мелочная лавка казака Тимофей Николаевича Кучева*.

“Дәрежесі” - бұл компонент “приказчик”, “коммерческий советник”, “урядник”, “отставной рядовой”, “мещанин”, “отставной офицер”, “таранчинец” сөздері арқылы көрсетілген.

“Аты-жөні”. Жекеменшік иелерінің кейде аты-жөні толық, кейде әкесінің аты көрсетілмей берілген. Мысалы,

Розничный магазин Александра Михайловича Лушникова.

Мелочная лавка Бориса Анисимова.

Мясная лавка сарта Сейда Касымовича Курманбаева.

Мучной балаган Ходжаица Исмирова.

2.2 1920 - 1950 жылдардағы менсонимдердің құрылымдық типтері

Бұл кезеңдегі тағамхана атаулары екі компоненттен тұрады: шартты-символдық есім және термин. Мысалы, № 1 магазин.

Ресторан “Ала-тау”.

Шартты символдық есімдер нөмірлерден тұрғандықтан, нөмір күрделенуіне байланысты күрделеніп отырады. 20-шы жылдардан жаппай нөмірлеу басталғанын, бір жағынан жекелеуші, рухтық мағынаның болмауы, атауларды естеліксіз, қызықтырмайтын,

жарнамалық қызметінің жоғалтылуы жайын да В.П.Тимофеев те айтқан: “Кейбір колхоз, совхоздарда өрістердің атаулары тартымсыз болып қалды: I өріс, II өріс, III өріс немесе 70 га өрісі, 25 га өрісі. Фермалар, бригадалар нөмірленген, ал олар селоларда орналасып, сол селолардың келбетін береді. Шумихин ауданы Благовещенский селосының агрономы өрістердің атауларын – бұрынғы атауларын жоғалтып, нөмірленгенін естігенде, өз Отанының үзілген өмірін жалғау үшін ескі атауларды қайтарған” /58, 110/. Сонымен қатар, В.П.Тимофеев атауларды таңдағанда нөмірмен байланысты күрделі атаулардан сақтану керектігін айтады, оның себебін мұндай атаулардан күнделікті өмірде қолданылатын сын есім формасын немесе колхозшыларды колхоз атауы бойынша атауға келмейтіндігімен түсіндіреді.

Топонимдерді зерттеу кезінде реттік сан есімдерді қолданған құрылымдар қалыптасқаны айтылады. Мысалы, Г.Б.Мәдиеваның еңбегінде орыс гидронимдерінде бірінші компоненті реттік сан есім болып келетін сөз тіркестері қарастырылған / 89, 106 / . Аталған гидронимдер қалыптасып қойған аймақ атауларынан пайда болған және олар жақын жатқан өзендерді атаған, мұнда бірінші компоненті жекелеуші қызметін атқарып тұр. Мысалы, *Первая Медведка, Вторая Медведка, Первая Солоновка, Вторая Солоновка*. Бұл жерде жасанды атау беру үрдісі қалыптасқанын айтуға болады.

Сонымен қатар, күрделі шартты-символдық есім қатарына сызықша арқылы берілген компоненттер де кездеседі. Мысалы: “*Ала-тау*”. 1867 - 1920 жылдардағы кезеңнен шартты-символдық есімнің қалыптасуымен осы кезең ерекшеленеді. Шартты-символдық есім дегеніміз — объектінің ерекшелігін көрсетпейтін, яғни символдық атауларды айтамыз.

Терминдер көпшілік тамақтану және сауда орындарына қарай екіге бөлінеді:

1. Көпшілік тамақтану орындары: *ресторан, столовая, чайная, кафе, закусочная, буфет*.

2. Сауда-саттық орындары: *магазин, павильон, гастроном, бакалея, ларек, лабаз, лавка, универмаг*.

1930 жылдардағы мұрағат материалдарынан кездескен лабаз терминдері 1940 жылдардағы материалдарында кездеспеді.

2.3 1950 - 1985 жылдардағы менсонимдердің құрылымдық типтері

Бұл кезеңдегі менсонимдердің құрылымы екі компоненттен тұрады. Олар шартты-символдық есім және термин. Мысалы, “*Аз ия*” *мейрамханасы*.

Шартты-символдық есімдер құрамына қарай дара және күрделі болып бөлінеді. Дара шартты-символдық есімдер туынды болып келеді. Олар синтетикалық тәсіл арқылы жасалады. Зат есім формасына сын есімнің -ск қосымшасы жалғану арқылы: “*Болгарский*” *мейрамханасы*; зат есім формасына сын есімнің -н қосымшасы жалғану арқылы: “*Столичный*” әмбебап азық-түлік дүкені, “*Юбилейный*” азық-түлік дүкені.

Сонымен қатар, туынды шартты-символдық есімдер жасалуында менсонимизация, трансонимизация тәсілдері қолданылған. Менсонимизация тәсілі дегеніміз - жалпы есімнің жалқы есімге айналуы арқылы жасалуы. Мәселен, *Демалыс, Сәлем, Тұлпар, Көктем, Достық* т. б.

Трансонимизация антропонимдерден, топонимдерден, фитонимдерден т.б., яғни ономастиканың басқа саласына жататын жалқы есімдердің менсонимге айналуы. Бұл тәсіл арқылы жасалған Алматы қаласының менсонимдері екі тілде де көптеп кездеседі. Мысалы, *Айдос, Айсұлу, Алматы, Қазақстан, Айгүл, Россия, Океан-Мұхит, Сайран, Ботагөз, Орион* т. б.

Күрделі шартты-символдық есімдерді біріккен және тіркесті деп бөлуге болады. Мысалы, «*Жерұйық*» *мейрамханасы*, «*Казавтопроект*» *кафесі*.

Қазақ тілінде күрделі тіркесті шартты-символдық есімдер қабыса байланысып, бір нәрсенің қасиетін білдіреді. Мысалы, *Аққу, Ақ қанат, Ақ бидай*.

Көп компонентті тіркесті шартты-символдық есімдер тек орыс тілінде кездесті, олар матаса байланысып, бір нәрсенің сандық мөлшерін білдіреді. Мысалы, *Тысяча и одна ночь. Аз и я*. Көп компонентті тіркесті күрделі шартты-символдық есімдер қалыптасу процесіне сан есім, шылау сөз, зат есім, есімдік қатысқан.

Сан есім + шылау сөз + сан есім + зат есім;

Зат есім + шылау сөз + есімдік.

Біз жинаған материалдар бойынша көпшілік тамақтану және сауда-саттық терминдеріне *магазин, универсам, ресторан, кафе, бар* жатады.

2.4 1985 - 2001 жылдардағы менсонимдердің құрылымдық типтері

Қазіргі кездегі Алматы қаласының менсонимдерінің құрамында үш компонент бар. Олар: иесінің есімі, шартты-символдық есім, термин.

Бірақ көбінесе, қазіргі кезде иесінің есімі шартты-символдық есіміне өзінше бір символ ретінде еніп, тек екі компоненттің барын көрсетеді: шартты-символдық есім және термин.

Орыс тілінде бұл екі компонент қабыса байланысады. Мәселен, *магазин “Малина”*.

Ал қазақ тілінде бұл екі компонент, шартты-символдық есім мен термин матаса байланысып, изафеттік құрылымда келеді. Мәселен, *“Сәуле” дүкені*.

Толық формалы менсонимдердің, яғни үш компонентті, қолдануы жоқтың қасы, әйтсе де ондай форма бар. Мысалы, *Трушинаның “Блюда Востока” кафесі*.

Үш компонентті менсонимдердің екі компонентке қысқаруы атауларды жинақтап, қысқаша беру келушілер үшін есте сақтап қалуды оңайлату үшін, жарнамалық қасиеті бар құбылыс.

Шартты-символдық есімдер

А.Г.Широков микроурбонимдердің жасалуында 5 тәсілді көрсеткен /9; 73/:

- стистикасын өзгертуші ресми атаудың қысқаруы – кесілуі;
- зат есім қызметін атқарушы апеллятивтің онимге айналуы;
- жатыс септікті форма;
- басқа жалқы есімдердің микроурбонимге айналуы;

Біз жинаған материалдар бойынша менсонимдердің жасалуында 5 тәсілдің қолданылғанын анықтадық:

- синтетикалық;
- менсонимизация;
- трансонимизация;
- трансменсонимизация;
- аббревиация.

Шартты-символдық есімдер құрамына қарай дара және күрделі болып екіге бөлінеді. Дара шартты-символдық есімдер жасалу жолдарына қарай негізгі және туынды болып бөлінеді.

Негізгі шартты-символдық есім әдетте түбір тұлғалы бір компоненттен тұрады, апеллятивтерден жасалады. Мысалы, нан, сүт, ет т.б. Мұндай шартты-символдық есім зат есімнен жасалады.

Туынды дара шартты-символдық есімдер бірнеше тәсілдер арқылы жасалады. Ол тәсілдердің арасында ежелден қалыптасқан қосымшалар арқылы жасалатын классикалық синтетикалық тәсілдер орны ерекше екендігін айта отырып, менсонимизация, трансонимизация және трансменсонимизация тәсілдерінің қолданылатынын анықтадық. Қазақ және орыс тілдерінде туынды шартты-символдық есімдер қалыптастыратын қосымшалар саны көп емес. Олардың ішінде бүгінде көп кездесе бермейтін көнесі де, әлі де қолданыс сұранысы саркылмаған жанасы да бар. Мәселен, көптік жалғау арқылы жасалған: *Балықтар, Достар*.

Зат есімнен сын есім жасайтын *-ті* жұрнағы арқылы: *Сәтті*.

Орыс тілінде көптік мағына беретін *-ы* жалғауы арқылы: *Рыбы*.

Орыс тілінде кішірейту, азайту мағынасында қолданылатын *-ок* жұрнағы арқылы жасалған шартты-символдық есім. Мысалы, *Медок*.

Қазақ тілінде, негізінен түс, сын-сипатты білдіретін сын есімдерге қосылып, заттын түсінін, сын-сипатының өзгеру процесін көрсететін туынды түбір етістіктер жасайтын *-ар* жұрнағы арқылы жасалған менсонимдер: *Жақсар...*

Көне *-ты* қосымшасы бар шартты-символдық есімдер: *Маралды, Балықты*. Бұл қосымша реликт жұрнақ болып табылады. Реликт дегеніміз – тілдегі көне лексикалық немесе басқа да қалдықтар.

Термин тіл ғылымына жаратылыстану ғылымынан енгізілді. Реликт сөзіне орыс тілінің түсіндірме сөздігінде төмендегідей анықтама беріледі: “Реликт животный или растительный организм, сохранившийся как пережиток древних эпох. Прилагательный реликтовый, реликтовая форма растений” /61, 668/.

Қазақ лингвистері еңбектерінде өлі негіз, өлі түбір, өлі жұрнақ атауларымен беріліп жүрген бұл тұлғаны Н.И.Букетова неміс, орыс және қазақ тілдерінде салыстыра зерттей отырып, осы ұғымның жалпы атау ретінде реликт терминін қолданды.

Ә.Т.Қайдаров, М.Томанов, М.Б.Сабыров, Ж.А. Манкеева зерттеулерінде көне түбірлерге байланысты реликт терминін қолданған /90-93/.

-ты реликтік қосымшаның беретін грамматикалық мағынасы мен шығу тегі туралы мәселе төңірегінде бізге дейін ғалымдар ортақ пікірге келе алмаған.

Ғ.К.Қоңқашбаев -ты қосымшасын моңғол тілінен енген, бір нәрсенің көптігін білдіретін кірме қосымша деп түсіндіреді / 36, 38/.

Ұ.Ержанова қарама-қарсы пікірді, яғни, моңғол тілінен еңбеген қазақ тілінің төл қосымшасы қатарында екендігін өз зерттеуінде көрсетеді. Бұған үлкен айғақ *Аңқаты* өзенінің атауы туралы мәлімет 921- 927 жылдары осы дала арқылы бұлғарлар жеріне сапар шеккен араб саяхатшысы Ахмед ибн Фадлоның еңбегінен мысал келтірген. Ойын қорыта келе, бұл қосымша түркі тілдері мен моңғол тілдері туыстығының іргесі ажырамаған кезеңдерден жеткен көне реликтік тұлға екендігін айтады /94, 57/.

Менсонимизация тәсіліне *Керемет, Абырой, Хороший, Олимпийский, Жайсаң, Жалын, Шаңырақ, Эрмитаж, Двое* мысалдары жатады. Осы тәсіл арқылы жасалған шартты-символдық есімдер зат есім, сын есім, сан есімнен жасалады.

Трансонимизация тәсілі арқылы жасалған менсонимдер екі тілде көптеп кездеседі. Мысалы, *Айнұр, Светлана, Гаухар, Татьяна, Мақпал, Алматы, Ресей, Пекин, Москва, Малина, Апельсин, Абабка, Лашын, Гепард, Космос* т.б.

Сөздердің бір лексикалық бірлік түрінен екіншісіне ауысуы зат пен құбылысқа лексика-семантикалық тәсіл негізінде атау беру мүмкіндігін ашатыны белгілі. Сондықтан бір лексика-семантикалық тәсілге ономастикалық кеңістік апеллятивтерінің онимделуі және трансонимизация процестерін жатқызамыз.

Трансонимизация тәсілі - менсонимдер қатарына жататын объекті атауының екінші бір объектіге (атқару қызметі сәл басқашалау) ауысып, жаңа объектінің атауы ретінде қолданылуы. Бұл тәсіл арқылы жасалған мекеме орындарының атаулары Алматы қаласында аз емес.

Мысалы: *Пана - 1) кафе атауы, 2) дүкен атауы;*

Оттау – 1) кафе атауы, 2) дүкен атауы.

Сөз тудыру тәсілдерінің грамматикалық заңдылықтарына сәйкес бұл тәсілдер лексика-семантикалық тәсілдерге жатады.

Күрделі шартты символдық есімдерді біріккен және тіркесті деп бөлуімізге болады. Олардың арасында тіркесе байланысқан түрлері екі және үш немесе одан да көп компоненттерден тұратын шартты-символдық есімдер біріккен күрделі шартты-символдық есімдерге қарағанда көбірек қолданылады.

Біріккен күрделі шартты-символдық есімдер екі толық мағыналы сөздердің бірігуі арқылы жасалады. Олар дара тұлғалы шартты-символдық есімдерден құрамының күрделілігі, беретін мағынасының жан-жақтылығы, сынарларының семантикалық сипаты арқылы ерекшелінеді. Мәселен, *Асжан, Асхаб т. б.*

Біріккен шартты-символдық есімдер тек қана қазақ тіліне тән. Мұның өзінде бұл екі сөздің бірінші компоненті *ас* сөзінен тұрады. Біріккен күрделі шартты-символдық есімдердің екі компоненті де зат есімнен жасалған.

Күрделі атаулар әр түрлі сөз тіркестерінен құралады. Сөз тіркестері екі немесе бірнеше толық мағыналы сөздерден тұратын, бір мағына беретін грамматикалық бірлік. Мұндай сөз тіркесінің болмысы атау қызметін атқаратындығы мен тілдің номинативті құралы болып табылатындығында. Бұл теория В.В.Виноградовтің: «Сөз тіркесі күрделі атау. Сөздің атауыштық қызметін сөз тіркесі де атқара алады», – деген концепциясынан шығады /95, 8/.

Күрделі тіркесті шартты символдық есімдер құрамына қарай қос компонентті және көп компонентті болып екіге бөлінеді. Қос компонентті күрделі шартты символдық есімдер төмендегідей модельдік құрылымдар жасай алады.

Қазақ тілінде:

1. Қос компонентті тіркесті шартты-символдық есімдер матаса байланысып, изафетті құралымдармен келеді де, белгілі бір нәрсенің кімге немесе неге меншікті екендігін көрсетеді. Мәселен, *Дәм мерекесі, Қамыс жұмағы, Кавказ шашлығы т. б.*

2. Қос компонентті тіркесті күрделі шартты- символдық есімдер қабыса байланысып, белгілі бір нәрсенің қасиетін, сын-сипатын береді. Мысалы, *Асыл ана, Алтын Орда, Алтын арай, Кең дала, Жаңа арқа т. б.*

3. Қос компонентті тіркесті күрделі шартты - символдық есімдер қиыса байланысып, бір нәрсенің орнын, мекенін көрсетеді. Мысалы, *Бонифациядағы демалыс.*

Соңғы әріптері ұқсас, яғни рифмаланған сөз қолданысы, яғни гендиадис құбылысы атау жасауда қолданылған. Мысалы, «*Қазір-әзір*» кафесі.

Орыс тілінде:

1. Қос компонентті тіркесті күрделі шартты символдық есімдер матаса байланысып, белгілі бір объектінің кімге немесе неге меншікті екендігін білдіреді. Мәселен, *Звезда Давида, Блюда Востока, Дары природы, Дары Моря.*

2. Қос компонентті шартты-символдық есімдер қабыса байланысып, белгілі бір нәрсенің сын-сипатын, қасиетін білдіреді. Мысалы, *Казахский аул, Третий тайм, Седьмая лестница.*

3. Қос компонентті шартты-символдық есімдер матаса байланысып, бір нәрсенің сандық көрсеткішін білдіреді: *Три угла, Три семерки т.б.*

4. Қос компонентті тіркесті күрделі шартты-символдық есімдер септік жалғаумен келіп, предлог арқылы меңгере байланысып, бағыт-бағдар, орынды білдіреді. Мысалы, *У Апашки, У тещи т.б.*

Қос компонентті күрделі тіркесті шартты символдық есімдер екі тілде де әр түрлі сөз таптарынан жасалған:

- зат есім+зат есім;
- сын есім+зат есім;
- сан есім+зат есім;
- предлог+зат есім.

Көп компонентті тіркесті шартты-символдық есімдер төмендегідей модельдік құрылымдарда келеді.

Қазақ тілінде: көп компонентті тіркесті күрделі шартты символдық есімдер қабыса байланысып, белгілі бір нәрсенің қасиетін, сын-сипатын білдіреді. Мысалы, *Жасыл тоты құс...*

Орыс тілінде:

1) Көп компонентті шартты тіркесті символдық есімдер матаса байланысып бір нәрсенің сандық мөлшерін білдіреді: *Али баба и Сорок разбойников т.б.* Көп компонентті күрделі тіркесті шартты-символдық есімдер қалыптасу процесіне зат есім, сын есім, шылау предлог, сан есімдер де қатысады:

- сын есім+сын есім+зат есім;
- зат есім+предлог+сан есім+зат есім.

Күрделі тіркесті шартты символдық есімдер құрамына өнімді *Алтын, Дала, Ақ, Ас.* У сөздері, предлог қолданылған. Мысалы: *Алтын - Алтын алма, Алтын орда, Алтын арай, Алтын бидай.*

Дала - Кең дала, Күн дала.

Ақ - Ақ аю, Ақ отау, Ақ сұңқар, Ақ жол.

Ас - Асжан, Асхаб.

У - У апашки, У тещи.

Менсонимдер - еркін синтаксистік формалар. Мұндай атаулар түрі Алматы қаласында соңғы кезде кең етек алған. Мысалы, трактир «*На Никольском*», «*У Апашки*» дүкені т.б. Осыдан он шақты жылдар бұрын осы тектес атауларды кездестіру мүмкін емес еді. Атаудың қалыптасуы үшін оның формасы болу керек. Атауыштың қызметін дәстүрлі түрде, атау септігіндегі зат есім немесе зат есім қызметін атқарушы басқа сөз табы атқарады. Мысалы, «Жастар» кафесі. Қазіргі еркін синтаксисті формалы менсонимдер басқаша қалыптасқан: бұл, біздің ойымызша, бастапқы текстің міндеті сақталған эксплицитті компонент. Мысалы, «У Алины» кафесі, яғни кімде қонақта? –Алинаникінде. Біз бұл жағдайда сұрақ-жауаптан тұратын, соңғы компонентін сақтаған қысқарған диалогті байқаймыз. Кафе, бар, дүкен атауларында «кімдікінде?» құрылымды атаулар көптеп қолданылып жүр, себебі мұндай еркін синтаксисті форма бастапқы деңгейде «қонақта кімдікінде» мағынаға ие болып, дербес қолданыла алады.

Еркін синтаксистік формалы менсонимдер жағымды психологиялық қасиетіне ие, бұл атаулардың жарнамалық қызметі де басым. Осы сияқты мәтінмен тең менсонимдердің бар екендігін ескерсек, кез келген менсонимді мәтін ретінде қарастыруымызға болады. Мысалы, «*Ырыс*», «*Жақсар*», «*Хороший*» атаулары «өзіме х тілеймін» жүйе арқылы жасалынған. «*Барс*», «*Гепард*», «*Ақ аю*» атаулары «біз х сияқты күштіміз» мағынада қарастырылады. «*Дары моря*», «*Блюда Востока*» атаулары «біз х—пен айналысамыз» деген мағынаны береді.

Сан есімдер: 3;7;2 цифрларын қолдануы арқылы жасалған шартты-символдық есімдер де кездеседі. Мәселен, *Три угла, На троих, Три семерки, Седьмая лестница* т.б. Қазақ тілінде, қазақ тіліндегі баламасында сандық көрсеткіштер қолданылмаған.

Сонымен қатар күрделі бір синтаксистік конструкция құрайтын, тиянақты ойды білдіретін сөйлем-атаулар да шартты символдық есімдер қатарына жатады. Мысалы, бір ғана етістіктен тұрып белгілі бір ойды білдіретін шартты символдық есім: Кушать.... Тұтас бір сөйлемнен тұрып, тиянақты ойды білдіретін шартты символдық есім: *Есть что съестъ. Все к чаю.*

Иесінің есімдері.

Зерттеудің лексика-семантикалық топтастыру жүйесінде біз кісі есімдерін көптеп қолдану туралы айтып кеткенбіз. Иесі есімінің шартты-символдық есімдер құрамына өзінше бір символ

ретінде енуі қазіргі жекеменшіктің қалыптасу кезеңіне сай зандылық. Бұл арнау – атаулар деп аталады. Мысалы, *Айдана, Серик, Асеся, Алишка*. Мұндағы атауларда ер кісілердің есімдерінен гөрі әйел кісілердің есімдері басым келеді. Иесінің есімдерінен жасалған шартты-символдық есімдер орыс тілінде де қазақ тілінде де қысқарған форма гипрокористі кісі есімдерін қолданған.

Мысалы: *Жан - Жангелді* толық есімінен

Яна - Татьяна толық есімінен

Бауыр - Бауыржан толық есімінен

Дос - Досжан толық есімінен жасалған.

Сонымен қатар иесінің тегін қолданған шартты-символдық есімдер бар. Мысалы, «*Сарсенова*» *дүкені*.

Арнау-атаулар көбінесе қыздары, немерелеріне арналғандықтан, орыс тіліндегі кішірейте еркелету қосымшаларын қолдану арқылы қалыптасқан деминутивті кісі есімдерінен шартты символдық есімдер де бар.

-ся - толық *Әсел* есіміне *Асеся*

-шка - толық *Алиа* есімінен *Алишка*.

-ка - *Алена* есімінен *Аленка*

Телебағдарламалардағы кейіпкерлердің есімдерін қолданған шартты-символдық есімдер де бар. Мысалы *Рахат Лукумич, А.Калиостро*.

Қос компонентті шартты-символдық есімдер қатарына «родительный падеж» формасында келіп, предлог арқылы, бағыт-бағдарды, орынды, мекенді көрсету. Мысалы, *У Едия, У Анель, У Ольги, У Алины*.

Сонымен қатар, қос иесі есімдерінен тұратын атауларының шартты-символдық есімдер қатарына өзінше бір символ ретінде енген түрі де кездеседі. Мәселен, *Мари-Диана*. Мұндағы Мария мен Диана иесі қыздарының есімдері.

Көпшілік тамақтану орны, сауда саттық терминдері

Орыс тіліндегі көпшілік тамақтану терминдері: *столовая, закусочная, ресторан, бистро, кабак, трактир, пиццерия* болып бөлінеді. *Кафе, бар, салун* екі тілге де ортақ. Қазақ тіліндегі сауда-саттық терминдері - *дүкен, шағын маркет* болып бөлінеді. Орыс тіліндегі сауда-саттық терминдері - *универсам, супермаркет, минимаркет* болып бөлінеді. Саны жағынан бұл терминдер екі тілде бірдей емес. Көпшілік тамақтану терминдері қазақ тілінде - үшеу, орыс тілінде - жетеу. Екі тілге ортақ үшеу. Сауда-саттық терминдері қазақ тілінде төртеу, орыс тілінде - алтау. Көпшілік

тамақтану терминдер құрамына қарай екі тілде дара және күрделі болып бөлінеді. Дара көпшілік тамақтану терминдері жасалу жолдарына қарай негізгі және туынды болып бөлінеді.

Негізгі көпшілік тамақтану терминдері әдетте түбір тұлғалы бір компоненттен тұрады. Мысалы, *кафе, бар, ресторан, кабак, трактир, бистро*.

Туынды дара көпшілік тамақтану терминдері: 1) зат есімге+ов жұрнағы жалғану арқылы жасалып тұр. Мәселен, *столовая*. 2) етістікке+оч жұрнағы жалғану арқылы жасалып тұр. Мысалы, *закусочная*.

Күрделі көпшілік тамақтану терминдері екі толық мағыналы сөздердің бірігуі арқылы жасалған. Мысалы, *ас + хана, дәм + хана, мейрам + хана*.

Сауда-саттық терминдері де құрамына қарай дара және күрделі болып бөлінеді. Дара сауда-саттық терминдер жасалу жолдарына қарай негізгі және туынды болып екіге бөлінеді.

Негізгі, сауда-саттық терминдер түбір тұлғалы бір компоненттен тұрады. Мәселен, *дүкен, магазин*.

Туынды сауда-саттық терминдер: зат есімге + ы жұрнағы жалғануы арқылы жасалып тұр. Мысалы, *продукты*. Күрделі сауда-саттық терминдер біріккен және тіркесті болып бөлінеді. Біріккен күрделі сауда-саттық терминдер екі толық мағыналы сөздердің бірігуі арқылы жасалған. Мысалы, *супермаркет, минимаркет*. Тіркесті көпшілік тамақтану терминдері екі компоненттен тұрып, өзара қабыса байланысқан. Мысалы, *шағын маркет, азық-түлік*.

Бірінші және екінші текті терминдерде зат есім, сын есім, зат есімнің қызметін атқарып тұрған сын есім сөз таптары қолданылған. Мәселен, *асхана, дәмхана, мейрамхана* - зат есім+хана
минимаркет, супермаркет, шағын маркет - сын есім+зат есім

Дүкен, магазин, продукты, кафе, бар, трактир, кабак, пиццерия - зат есімдер.

Соловая, закусовая - зат есім қызметін атқарып тұрған сын есімдер арқылы жасалғанын анықтадық.

Менсонимдерде кездесетін аббревиатуралар

Мұндай сөзжасамдық түрі КСРО бойынша индустрияның дамыған кезі 30-жылдардан объектілерге атаудың үш компонентті түрін қолданудан бастап қалыптасты. Мысалы, АШФ - Алма-Атинская швейная фабрика. Мұндай құрылымның бірінші элементі мекеменің географиялық орнын, екіншісі өндіріс өнімін,

үшіншісі шығармашылық ұйымын көрсетеді. Аббревиатураларды негізінен жаңа атау қалыптасуында көптеп қолдану сол кездегі аббревиатуралардың ұзақ атауларды жинақтап және хабардың шешімін тез беретіндігінде болса керек. Алматы қаласы бойынша аббревиатуралық менсонимдер кеңес өкіметі кезеңінде кездескен жоқ, есесіне қазіргі кезде көптеп қолданылуда. Кеңес өкіметі кезіндегі біз жоғарыда айтып кеткен аббревиатуралар тез шешілетін болса, қазіргі менсонимдік аббревиатураларды шешу қиындықтар туғызады, себебі кеңес өкіметі кезіндегі бүкіл адамзат ісін қамтыған атау берудегі қатаң сөзжасам түрін сақтау жоғалған. Сондықтан қазіргі аббревиатураларды шешу қиын, біріншіден, мекеменің қызметін көрсететін сәйкестік жоқ және дәстүрлі бастапқы үш компоненттен тұратын түрі өзгерген. Мысалы, “АйРах” - Айдар-Рахым. Менсонимдік аббревиатуралар мекеме-орындарының қатынасты фактілерін хабарлайды. Мысалы, “ТаМарк” - иелерінің есімдері: Тамара-Марк, МУК - музыка-удобно-классно. Менсонимдік аббревиатуралар күрделі хабарламалық ұғымдарды бір сөзге дейін қысқарта алады.

Саяси, қоғамдық, экономикалық жағдайлардың тілге ықпалы зор екені белгілі. Жаңа түсініктер беретін жаңа сөздердің сөздік қорын қоғамдық өмірдің өзгеруіне байланысты байытуы - тілдің өзекті мәселелерінің бірі. Сөзжасамда сөздерді қысқарту, яғни аббревиатуралардың өсіп дамыған тілдерде болмауы мүмкін емес. Қажет емес бірліктерді қысқартып тиянақты ойды білдіретін тілдік құбылыс аббревиатура бұған себеп бола алады.

Аббревиатураларды зерттеудің қажеттілігі жөнінде Д.И.Алексеев атап көрсеткен: “Аббревиатураларды диахронды зерттеу мәселелері, аббревиатуралардың қалыптасуының заңдылықтарын ашу осы күнге дейін өзекті” /96, 2/.

Аббревиация атауда толығырақ көрсетілген бүкіл хабарды беруге арналған емес. Аббревиация көрсетілген хабарды жалпылау және оның қысқаруын қарастырады.

Біз жинаған материалдар бойынша шартты-символдық есімдерге және терминдер қатарына жататын аббревиатуралар бар екендігін анықтадық.

Шартты-символдық есімдер қатарына жататын аббревиатураларды лексика-семантикалық талдау жасау төмендегідей болады.

MASATO – иелерінің есімдері *Марат-Саиша-Толя*. Бұл атауды

иемденген мейрамхана және дүкен бар. Олар Жандосов көшесі бойында орналасқан.

ГЛЭДА - иесінің және жанұя мүшелерінің есімдері *Геннадий, Люсиэна, Эльмира, Диана, Алина*. Бұл атауды иемденген бар Райымбек көшесінің бойында.

АйРах - иесінің балаларының есімдері *Айдар-Рахым*. Сәтбаев көшесінде орналасқан кафе осы атауды иемденген.

ТаМарк - иелерінің есімдері *Татьяна-Марк*. Бұл атауды иемденген кафе Орбита-3 ықшам ауданында орналасқан.

БайСат - орналасқан көшелерінің атаулары *Байтұрсынов-Сәтбаев*. Осы аталған көшелер қиылысында орналасқан кафе осы атаумен аталған.

ТехМех - топонимдер *Техас-Mexico*. Осы атауды иемденген мейрамхана Қарасай батыр көшесінде орналасқан.

2Е - иесінің есімдері *Елена-Евгений*. Бұл атауды иемденген дүкенді Шаляпин көшесінің бойынан табуға болады.

ДиДаШ - қыздарының есімдері *Динара-Дана-Шамиль*

МУК - *музыка удобно классно*. Бұл атауды Тимирязев бойындағы мейрамхана иемденген.

Сонымен, шартты-символдық есімдер қатарына жататын аббревиатураларды лексика-семантикалық жағынан екі топқа бөлуге болады. 1. субъектпен байланысты: *MASATO, ТаМарк, АйРах, 2Е, ГЛЭДА, ДиДаШ*

2. Объектпен байланысты: *ТехМех, БайСат, МУК*.

Атау беруші үшін аббревиатуралық-менсонимдер уәжді болса, хабар алушы үшін бұл - уәжделінбеген белгілер. Көптеген адамдар мұндай түсініксіз сөздерді қабылдауға дайын емес. Осындай атауларға ауысу тілдік дәстүрді бұзумен сабақтас, өйткені бірінші кезеңде аббревиатуралық атаулар жарнамалық қызметін атқармайды /46, 169/.

Шартты-символдық есімдер қатарына кіретін аббревиатуралар сөзге ұқсас болып та келеді. Бұл олардың айтылуын онайлату үшін қалыптасқан болар деп ойлаймыз. Мысалы: *МУК, ГЛЭДА* т.б. Аббревиатураларды жасалу жолдарына қарай топтау Р.И.Могилевскийдің, А.Б.Адиловтің т.б. еңбектерінде көрсетілген /97-98/. Мәселен, Р.И.Могилевский аббревиатуралық атауларды үш түрге бөлуді ұсынады /97, 2/:

- 1) әріптік;
- 2) буындық;
- 3) аралас.

Біз жинаған материалдар бойынша шартты-символдық есімдер қатарына жататын аббревиатураларды үш түрге бөлуді жөн көрдік.

- 1) әріптік - сөздердің бастапқы әріптерін қолдану арқылы.
- 2) буындық - сөздердің бірінші буындарын қолдану арқылы.
- 3) аралас - сөздердің бірінші буындары мен бас әрпін қолдану.

Мысалы: әріптік - *ГЛЭДА, СБК, МУК*.

буындық - *MASATO, TexMex, АйРах, ТаМарк, БайСам*.

аралас - *ДиДаШ*.

Терминдер қатарына енетін аббревиатура *универсам*. *Универсам* - толық формасы *универсальный магазин*. Терминдер қатарына жататын *универсам* аббревиатурасы жасалу жолына қарай И.Р.Могилевский көрсеткен топтардың араласына жатады. Яғни *универсам* - бірінші сөздің соңғы компоненттерінің кесілуі мен екінші сөздің бірінші әрпінен тұрады.

Терминдік аббревиатура шартты-символдық есімдік аббревиатуралардан көпшілік қауымға түсініктілігімен, тілдік қатынаста ертеректен қолданысқа түскендігімен ерекшелінеді.

Бұл жөнінде А.Б.Адилов былай атап көрсеткен: «Аббревиатуралардың қалыптасуы жеке бір адамның немесе коллективтің қалауы бойынша емес, тілдің ішкі ерекшелігімен, үнемдеумен және экстралингвистикалық, психологиялық, факторлардың ықпалымен байланысты» /98, 45/.

Қазақ тілінде терминдер қатарына жататын аббревиатуралар кездескен жоқ. Менсонимдік аббревиатуралар Алматы қаласы бойынша құрамына қарай қос компонентті және көп компонентті болып бөлінеді.

Қос компонентті шартты-символдық есімдер қатарына жататын өзара қабыса байланысқан аббревиатуралар: *TexMex - Texas-Mexico; АйРах - Айдар-Рахым; 2Е - Елена Евгений; БайСам - Байтұрсынов-Сәтбаев; ТаМарк - Татьяна-Марк*.

Қос компонентті терминдер қатарына жататын өзара қабыса байланысқан аббревиатура *универсам-универсальный магазин*.

Көп компонентті шартты-символдық есімдер қатарына жататын аббревиатуралар: *MASATO - Марат-Саша-Толя; ГЛЭДА - Геннадий, Люсиэна, Эльмира, Диана; ДиДаШ - Динара, Дана, Шамиль; МУК - музыка удобно и классно*.

Аббревиатуралардың өз варианттары бар. Олардың ішкі мағынасы сақталады және оны керек кезінде талдап ашуымызға болады /46; 5/.

Экзотикалық менсонимдердің құрылымдық типтері

Экзотикалық менсонимдерде терминдерді қазақ немесе шетел тілінде міндетті түрде көрсету себебінен бір тағамхана атауының екі термині болып келуі мүмкін. Сол себепті жиналған материалдар бойынша экзотикалық менсонимдерді төмендегідей құрылымдық типтерге шартты түрде бөлдік:

T + O + T “Pub chance” мейрамханасы;

O + T “Retro” мейрамханасы;

O + T + T “The old tavern” мейрамханасы.

Экзотикалық атаудың әр компонентін бөліп қарастырып көрейік. Құрамына қарай онимдер дара және күрделі болып келеді. Дара онимдерге бір компонентті менсонимдер жатады. Мысалы: *Light, Retro, Jazz, Luks*. Күрделі онимдер екі немесе үш компонентті болып келеді. Екі компонентті күрделі онимдердің өзінен бірінші компонентті термин болып келетін түрін бөліп шығаруға болады. Мысалы: *Pub chance* – бірінші компоненті *Pub* қазақ тіліне “сырахана, кабак” болып аударылады. Екі компонентті тағамхана терминдік элементті жоқ онимдерге *Evra star, la skala, Fort vernyi, China tawn* жатады. Үш компонентті онимдерге *Vis-A-Vis, Cash & carry* жатады. Үш компонентті онимдерден де үшінші компоненті тағамхана термині болып келетінін анықтадық. Мәселен, *The old tavern. Tavern* ағылшын тілінен аударғанда таверня. Дара бір компонентті онимдер сын есім, үстеу, зат есім сөз таптарынан жасалған. Мысалы: *Light* – жарық, *Retro* - қайта, *Jazz* - джаз, *Luks* -люкс. Күрделі екі компонентті онимдер төмендегідей сөз таптарының қатынасымен жасалған:

Зат есім + зат есім *Evra star*

Сын есім + зат есім *China tawn*

Күрделі үш компонентті онимдердің жасалуына предлог, етістік, зат есім, үстеу, есімше, сын есім қолданылған:

Үстеу + есімше *Vis-A-Vis*

Предлог + сын есім + зат есім *The old tavern*

Етістік + жалғаулық + етістік *Cash & carry*.

Атауларын толығымен үш тілде берген менсонимдер де кездесті, мәселен, *New York bakery, Нью-Йорк наубайханасы, Нью-Йоркская пекарня*. Бұл атаудың үш тілдегі формасында тағамхана термині соңында келеді, ал қай елдің технологиясы бойынша жасалған тағамдар ұсынылатынын толықтырушы компонент үш тілде де терминнің алдында анықтаушы ролін атқарып тұр. Бір үлкен объектіге қарасты кіші объектінің екі түрлі атауы бар

екендігі экзотикалық атауларда кездесті, мысалы: “*Old England*” restaurant – “*Big Ben*” cafe

ТҮЙІН

Менсонимдерді құрылымдық типтерін анықтау мақсатында оларды 4 кезенге бөліп қарастырдық:

1) Кеңес дәуіріне дейінгі менсонимдердің құрылымдық типтерін 6 түрлі формамен беруге болады:

О + Д + аты-жөні;

О + Д + дәрежесі + аты-жөні;

О + Д + аты-жөні;

О + Д + туыстық термині + аты-жөні;

О + Д + аты-жөні + кімнің туысқаны.

Д + аты-жөні.

Бұл кезеңдегі менсонимдердің денотаттары зат есім формасына *-н* қосымшасы жалғаған және етістік формасына *-н* қосымшасы жалғану арқылы жасалған. Онимдерді зат есім формасына *-н* жұрнағы жалғану арқылы жасалған және *-ск, -овск* қосымшалары жалғану арқылы жасалған. Мысалы, *мелочный, сартовский, азиатская және т.б.*

2) 1920 - 1950 жылдар аралығындағы менсонимдердің құрылымдық типтері екі компоненттен тұрады: ШСЕ + Д.

Бұл кезеңдегі күрделі ШСЕ екі сөзден тұрады.

3) 1950 - 1985 жылдар аралығындағы менсонимдердің құрылымдық типтері де екі компоненттен тұрады ШСЕ + Т. ШСЕ синтетикалық, менсонимизация, трансонимизация тәсілдері арқылы жасалған.

ШСЕ құрамына қарай дара және күрделі және дара ШСЕ туынды болып келеді. Оларды жасауға зат есім, есімдік қатысады.

4) 1985 - 2001 жылдардағы менсонимдердің құрылымдық типтері екі формада берілген: 1) ИЕ + ШСЕ + Т; 2) ШСЕ + Д.

Алдыңғы форма көп кездесе бермейді. Екінші форманың қызметі үстем. Бұл екі компонентті қазақ тілінде матаса байланысып, изафетті құрылымда келеді. Орыс тілінде аталмыш тип қабыса байланысады.

ШСЕ дара және күрделі, дара ШСЕ туынды және негізгі болады. Туынды ШСЕ синтетикалық, менсонимизация, трансонимизация, трансменсонимизация тәсілдері арқылы жасалған.

Сонғы әріптері рифмалану, яғни гендиадис тәсілі арқылы жасалған менсонимдер де кездеседі. Еркін синтаксисты формалар қолданылған. Мысалы, *Утещи, УАлени*. Иесінің есімі өзінше бір символ ретінде шартты-символдық есімге толық формалы, гипокористі, деминутивті формада болып келеді.

Терминдер дара және күрделі болып бөлінеді. Дара терминдер іштей негізгі және туынды болып жіктеледі. Туынды терминдер зат есімге *-ов* қосымшасы жалғану арқылы және етістікке *-оч* қосымшасы жалғану арқылы жасалған. Қазақ тілінде күрделі терминдер екі толық мағыналы сөздердің бірігуі арқылы жасалған. 1991 - 2001 жылдардағы менсонимдерде аббревиатуралық атаулар кездесті. Аббревиатураларға шартты-символдық есім мен термин тән. Аббревиатуралар әріптік, буындық, аралас болып бөлінеді. Аббревиатуралық атаулар қос компонентті және көп компонентті болып келеді. Сонымен қатар, объектпен байланысты және субъектпен байланысты аббревиатуралық атаулар бар екендігі анықталды.

Экзотикалық атауларды қолдану барысында екі терминді де қолдану орын алып отыр, оның бірі шетел тілінде берілсе, екіншісі қазақ немесе орыс тілінде берілген. Атауларды толығымен үш тілде берген формасында үш тілдегі тағамхана терминдер соңында келген, ал анықтаушы компонент терминнің алдында келген. Бір үлкен объекті ішінде атауы да басқа кіші объект орналасқан. Бұл объектілердің терминдері қазақ тіліндегідей соңында берілген.

3 МЕНСОНИМДЕРДІҢ ҚОЛДАНЫЛУ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

3.0 Кіріспе-түсініктеме

Атау беру процесінде табиғи және жасанды атаулар болып бөлінеді. Табиғи атаулар тілдің даму барысында біртіндеп қалыптасқан. Бұл процеске жасанды атаулардың енуі дәстүрді бұзып, құрамы мен сапасын өзгертетін жана онимдік бірліктердің көп мөлшерде енуімен байланысты болады. А.В.Суперанская жасанды атауларға антропонимдер ішінен қысқарған кісі есімдерін немесе гипокористі кісі есімдерін енгізеді. Мысалы, *Вячеслав* есімінен – *Слава, Иван – Ваня, Татьяна – Яна*. Ал жасанды топонимдерге қысқарған формаларын жатқызады. Мәселен, *Florida – Фла* т.б. /76, 145/.

Е.А.Керімбаев Қазақстанда мыңдаған жылдар бойы қалыптасқан табиғи топонимдер ішіне жасанды атаулардың еніп, кері әсер еткендігін айтады /99, 122/. Сонымен қатар соңғы жылдары “жасанды” ономастикалық кластардың өсуін басты сипаты екендігін көрсеткен. Ғалым жасанды атаулардың қазақстанда қалыптасу себептерін көрсеткен:

1. Идеологиялық көзқарас:
 - а) патша өкіметінің әсері;
 - ә) кеңес өкіметінің әсері;
2. Жана кезең мәселелері:
 - а) әлеуметті-экономиканың әсері;
 - ә) тілдік бағыт (унификация, кодификация).

Е.А.Керімбаев өндірістік орындар мен мекеме орындарын урбанонимдерге жатқызып, оларды жасанды атаулар қатарына қосады.

Менсонимдерді зерттей отырып, біз оларды жасанды атауларға жатқызамыз. Оның бірнеше себептері бар, өйткені олар:

- 1) екіншілік атау процесінде қалыптасқан;
- 2) идеологиялық көзқарас әсерінен қалыптасқан;
- 3) тілдік бағыт әсерінен қалыптасқан;
- 4) әлеуметтік экономиканың әсерінен қалыптасқан.

Идеологиялық көзқарас кеңес өкіметі кезеңімен тікелей байланысты. Тілдік бағытқа біз аббревиация трансонимизация т.б. жатқызамыз, әлеуметтік экономиканың ықпалынан қалыптасқан жасанды менсонимдерге жекеменшік иесінің атау беру мүмкіншілігінің тууын айтамыз. Жалқы есімдер мағынасы әлі күнге дейін пікірталас тудырып келеді. Дәстүрлі лингвистика ғылымында жалқы есімдер ең алдымен атау қызметін атқарушы бірлік ретінде қарастырылады, яғни денотат жайлы хабар беруші. Басқаша айтқанда, жалқы есімдер толық мағыналы хабар беретін тілдік белгі бола алмайды, себебі жалқы есімдердің тілде екі жақтық қатынаста (таңбалаушы, таңбаланушы) бола алмайды, мәтіннен тыс жерде ономастика кеңістік мағынасынан айрылып, түсініксіз болады. Бұл тұрғыдан келгенде жалқы есімдер лингвистикалық категория ретінде емес, экстралингвистикалық категория ретінде қарастырылады. Жалқы есімдер мағынасы бастапқы кезінде уәжділігін сақтайды (бастапқы кезіндегі жалқы есімдер мағынасы қалыптасқан апеллятив мағынасын сақтайды), бірақ уақыт өте келе онимнің дамуында ұғымдық мағына ұмытылады. Жалқы есімдердің тек лингвистикалық болып

табылатын этимологиялық мағынасының болуының мойындалуы сөзсіз. Біз жалқы есімдер мағынасы туралы мәселені дәл осы тұрғыдан қарастыруға келіспейміз, себебі онимдерді синхронды талдау жалқы есімдер мағынасын лингвистикалық тұрғыдан жан-жақты талдауды мақсат етеді. Мәселен:

1. Диахронды тұрғыдан барлық жалқы есімдер уәжделетіні белгілі. Біз жұмысымызда диахрондық қана емес синхронды талдауды жасаймыз, яғни қазіргі кезде аз уақыт ішінде қалыптасқан онимдердің типологиясы мен мағынасын қарастырамыз.

2. Туынды жалқы есімдер мен атау берудің байланысы дәлелді керек етпейді. Аталмыш объектілердің қасиеттерін бейнелеу әр түрлі тілдік бірліктерге бекітілген дыбыстан мәтінге дейін өзгереді. Сонымен атау беру әрқашанда уәждеделген, яғни мағыналы. Бұдан жалқы есімдер атау ретінде тек таңба ғана емес, объектінің қасиетін бейнелейтін уәждеделген мағынасы бар.

Атаулар табиғаты, оның қалыптасу себебі мен мағыналық ерекшеліктері ғалымдарды ерте кезден қызықтырған. Атау - бір заттың белгісі жөнінде түсінік беретін тілдік бірлік. Атау дегеніміз - ерекше бөлшектенетін белгілі зат деп сипатталатын нәрсенің көзге түсетін қандай да болсын бір белгісі.

Атауды және оның атқаратын қызметін зерттеген ғалымдар аз емес (Т.Жанұзақов, Е.Ә.Керімбаев, В.Н.Попова т.б.). Бізді қоршап тұрған атаулар - адамзат ісі қызметінің көрінісі, нәтижесі.

Атау беруші, қабылдаушы, объекті және қолданылған белгілердің жиынтығын құрайтын атау беру - табиғи және жасанды атау беру деп бөлінеді. Жасанды атау беруде орындаушысы нақты, белгілі, қабылдаушысы бүкіл тілдік ұжым болып табылатын бір уақытта жасалатын номинативті акті.

Жасанды атау табиғи атаудың үлгісінде жасалып, одан кеш дамыған. Менсонимдер өндірістің, сауданың даму нәтижесі болғандықтан, олар белгілі бір мақсатқа бағытталады, сондықтан да олар жасанды атауға жатады. Оны қалыптастыру үшін аталмыш объектінің қасиеттерін ескеру керек және оны тағайындайтын жеке автордың болуы міндетті. Атау беру ұғымының көп қырлылығы оның күрделі мәселе болып табылатындығында. Сондықтан оларға әр түрлі тұрғыдан зерттеу жүргізу мүмкіншілігі бар. Тілде атау берудің белгілі процесі, тәсілдері, затты немесе құбылысты таңбалайтын өзіндік құралдары бар.

Атауларды қалыптастыратын адам, адамның шығармашылық қасиеті жайында Е.М.Поспелов былай деп айтқан: «Қала және онымен байланыстының бәрі-адамзаттың қолымен жасалған іс, оның жасау, ойлау, еңбегі» /100, 69/.

Тағамхана атауларын тілдік қатынас құралы ретінде қарастырамыз, себебі оним – бұл хабарлаудың өте қысқа түрі. Онимдердің барлығы басты аталмыш біртектес объектілерді жекелеп анықтау қызметімен біріктірілген. Барлық онимдер қоғам сұранысымен қалыптасады және қоғамдағы өзгерістерге сай өзгеріп отырады. Әр түрлі объектілерде бейнеленген әлеуметтік фактілерді салыстырып көрейік. Кеңес өкіметінің 80-ші жылдарында атаулар денсаулық, әдемілік, бақыт мағыналы сөздерден қалыптасқан. Ол кезде мекеме орындары арасында бәсекелесу жоқ болғаны белгілі. Сондықтан да менсонимдер сол қоғамдық әл-ахуалды жақсылыққа апаратын қандай да бір өзгерісті аңсауды бейнелейді. 90-шы жылдардан бастап “бақыт” мағынасындағы уәжді жекеменшік иелері ісінің “сәтті болу” уәжімен алмастырылды. Мысалы, “*Жастар*”, “*Самал*”, “*Радуга*” атаулары “*Золотой теленок*”, “*Алтын Орда*” атауларымен алмастырылды. 90-шы жылдардағы менсонимдер кеңес өкіметінің құлдырау кезеңіндегі “бақытты болашақ” елесінің өшуінің куәсі. Жалқы есімдердің атқаратын қызметі бойынша ұқсастықтарымен қатар, тілден тысқары жатқан қоғамдық құбылыстарды көрсету, экстралингвистикалық факторлардың (сән, қоғамдық, экономикалық өзгерістер) әсерінен болатын онимдердің ажыратылатын белгілері де бар. Кейбір атауларды жекеменшік иелері табыс әкелсін деген мақсатта “*Остров сокровищ*” деп атайды. Бірақ ешқандай табыс әкелмей, қайта қарыздар болса, бар кінәні атауынан тауып, оны ауыстыруға тырысады. Атаулардың “тылсым күшіне” сенушіліктен болар, кейде атаусыз объектілер де кездеседі. Қазіргі дағдарыс, қылмыстардың көбеюі кезеңінде біз газет беттерінен атаусыз берілген мекеме-орындарының жарнамаларын кездестіреміз. В.А.Никонов көптеген халықтарда есімдердің “тылсым күшіне” сенушіліктің, есімді жанға теңестірудің көптеген діндерде бар екендігін, мұндай сенімде есімін білген жау жанын алып кететіндігі немесе зақым келтіретіндігі жөнінде айтқан болатын /101/. Біздің ойымызша, көпшілік тамақтану және сауда орындарына арнайы атау бермеу өзін-өзі қорғау психологиясынан туындаған болуы керек.

Тағамхана атаулары екі негізгі қызмет атқаруы мүмкін: шақырушы (аттрактивті) және көркемдеуші (эстетикалық). Мысалы, «Кушать» кафесі, «Қазір-әзір» кафесі. Менсонимдер тілдік жүйеде нұсқаушы ретінде бекітіліп, қоғамдық өзгерістерге бейім. Менсонимдер ономастиканың басқа салаларына ұқсас болғанымен, өз ажыратқыш белгілерімен, жарнамалық қызметімен ономастика кеңістігінде алатын өз орны бар.

Атаулардың қала өмірінде ықпалы қандай екендігін, қала өмірінің қалай бейнелейтінін анықтап көрейік. Ол үшін көпшілік тамақтану, сауда-саттық орындарына атау тағылу заңдылықтарына тоқталайық. Көпшілік тамақтану, сауда-саттық мекеме орындарына атау берудің өз заңдылықтары бар. Менсонимдердің қалыптасуы – шығармашылық процесс. Менсонимдердің қалыптасуы адамзаттың тұрмыс-тіршілік, мәдени, экономикалық т.б. ерекшеліктерімен тығыз байланысты. Әр атау объектілерді атап қоймай, сонымен бірге оны танытады. Атау беруде әр түрлі ажыратқыш белгілер: халықтың наным-сенімі, тәжірибесі, мәдениеті т.б. уәджік роль атқарады.

Уәж (мотив) – тілдік құбылыс ретінде бір белгінің атау арқылы көрсететін акті, атау берер алдында қолданылатын ең маңызды сатысы. Уәждену - лексикологияның сөз бен ұғымның атау беру кезіндегі байланысын, сонымен қатар, сөздердің уәждену қалпын қарастыратын белгісі /102, 11/. Сонымен, уәж - атауда көрсетілген бір заттың ерекшелік белгісі. Ат қоюда өмір шындығы мен тұрмыс тіршілігімен сабақтасып жатқан белгілі бір затты танып білуде ажыратқыш белгілерді қолдануы жайында Ж.А.Манкеева былай атап көрсеткен: “Қандай да болмасын заттың атауы тек атап қана қоймай, сонымен қатар, оны танытады. Ал тану, я анықтау белгілі бір халықтың тарихи даму жағдайы аясында іске асқандықтан ол тілдік ұжым өмір сүретін нақты жағдайларға байланысты әр түрлі болады.

Әр түрлі ұжым бір затты өзінің күнделікті тәжірбиесінде кездесіп қолданылатын жағынан танылып, оны өзіне таныс құбылыстармен байланыстыратыны белгілі. Яғни ат қоюда (номинацияда) өмір шындығы мен тұрмыс болмысы тіл фактілеріне айналып, халықтың тұрмыс тіршілігі, тәжірбиесі, салт-дәстүрі, наным-сенімі әр түрлі заттар түрінде тілде сөзбен аталып бейнеленеді. Осының негізінде ол затты танып, біліп, оны басқалардан ажыратып танығаннан кейін барып ат қояды. Мұндай ажыратқыш белгілер әр түрлі болуы мүмкін. Мысалы, түрі-түсі,

қызметі, көлемі, орналасқан орны, басқа затқа қатысы т.б. әртүрлі ішкі және сыртқы қасиеттер. Тіл білімінде ол белгілерді уәждер (мотивтер) деп атайды. Уақыт өте келе ол белгілердің көбі өзгеріп, көмескіленіп, әртүрлі тарихи, әлеуметтік, экономикалық жағдайларға байланысты ұмытылуы да мүмкін. Бірақ атау тілде өмір сүре береді” /93, 248/. Атаулардың қалыптасуы туралы тұжырымдар лингвистикадан басқа философиялық, логикалық, тарихи т.б. материалдар негізінде құрылуы тиіс. Ж.А.Манкееваның жоғарыда айтылған атаулардың қалыптасуы жөніндегі пікірі О.Т.Молчанованың зерттеуіндегі жалқы есімдердің қалыптасуына негіз болатын факторларды анықтауымен сабақтасып жатыр /103/. Олар:

Тәжірбие. Объектінің өз ерекшелігі, орналасқан жері т.б. Адам санасында объектінің сапасын, ұсынылатын өнімін көрсету барысында объектінің бейнесі пайда болады.

Тілдік құрал, олар менсонимдердің қалыптасуына негіз болады.

Жеке және жалпы психология. Атау беру процесінде адамдардың жеке және жалпы психологиясының орны ерекше.

Қоғамның маңызы. Атаулардың қалыптасып бекітілуіне қоғамның тигізер әсері мол.

Сыртқы жағдай. Сыртқы жағдай атауларға әсерін тигізіп отырады. Кейде дүкендер жабылып, оның орнына шаштараз т.б. ашылып жатады. Бірақ атау кейде өзгеріссіз қалады. Алматы қаласы өте үлкен қалалардың бірі, оңтүстік астанасы болғандықтан, халық санына байланысты сауда-саттық қажеттілігі артып, менсонимдер саны күннен-күнге өсіп отыр. Мұның өзі менсонимдердің тілдік қарым-қатынаста атқаратын қызметінің зор екенін білдіріп, оларға көбірек көңіл бөлгенімізді талап етіп отыр. Бұл жөнінде кезінде Т.Жанұзақов та, В.А.Никонов та айтқан болатын.

Менсонимдерге осы күнге дейін қажетті дәрежеде көңіл бөлінбей келгеннің салдарынан қате атаулар мен варианттылық қалыптасып отыр. Мемлекетіміздің көп ұлттылығына байланысты менсонимдердің қазақ және орыс тілдеріндегі ортақ заңдылықтары мен ерекшеліктерін айқындау - уақыт сұранысы. Бұған бірден-бір себеп - атаулар тілдік бірлік болғанымен, қоғам өмірімен тығыз байланысты.

А.С.Рамазанова атаулар объектілердің белгілі бір қажеттерімен байланысы бар ма, жоқ па, олардың қоғамдық даму

процесімен тығыз байланыстылығын, адамзаттың болмысына қатынасын білдіретін құбылыс екендігін айтқан болатын /104/.

Менсонимдердің қазақ тілінде беріліп, орыс тілінде баламасы берілуі жөнінде Е.Арғынбаев тіл жөніндегі заңнан мынандай үзінді келтірген: “1989 жылғы 22 қыркүйекте қабылданған тіл туралы заңның 27-ші бабына сәйкес мекеме орындарының, ұйымдардың және олардың бөлімдерінің атаулары қазақ тілінде беріліп, орыс тілінде баламасы және керек жағдайда басқа тілдегі баламасы беріледі” /105, 5/.

Атау беру, объектілердің атауларын өзгерту, атаулардың дұрыс жазылуы емлесі мемлекеттік жарлық пен актілерімен бекітілуі жөнінде З.В.Рубцева да айтқан болатын /106, 53/.

Алматы қаласы қазіргі менсонимдерінің құрамындағы шартты-символдық есімдерді тек қана қазақ тілінде, ал терминдерді екі тілде беру кең етек алып отыр. Мысалы, *дүкен “Жақсар” магазин; дүкені “Наурыз” магазин.*

Керісінше, шартты-символдық есімдерді тек қана орыс тілінде, ал терминдерді екі тілде беруі де кездеседі: Мәселен, *кафесі “Самовар” кафе;*

Менсонимдер құрамындағы шартты-символдық есімдерді де, терминдерді де тек қана қазақ тілінде беруі де көп кездеседі. Мысалы, *кафесі “Жайсаң”*. Ішінара шартты-символдық есімдер мен терминдерде тек қана орыс тіліндегі менсонимдер де бар. Мәселен, *магазин “Глория”*. Кейбір жағдайларда шартты-символдық есімдерді орыс тілінен қазақ тіліндегі баламасын калькілеу арқылы аударып және терминдерін де екі тілде беру де орын алады. Мысалы, *магазин “Зеленый попугай” - “Жасыл тоты құс” дүкені, кафе “Золотой теленок” - “Алтын бұзау” кафесі.* Менсонимдерді қолдануда екі тілде қазақ және орыс тілінде беруіміз керек. Бірақ *“Бедные люди”* бары сияқты менсонимнің шартты-символдық есімін қазақ тіліндегі баламасын *“Кедей адамдар”* деп аударатын болсақ, өзінің тұрақтылығын және тілдік бейнесін жоғалтып алатыны белгілі.

Сонымен қатар денотаттың экстралингвистикалық түрленуі кезінде шартты-символдық есім өз қалпын сақтаған түрлері де кездеседі. Мысалы, *“Герард” дүкені* кейін *“Герард” шаштаразы* болып ауысты. Жалпылама қарым-қатынаста атаулар бір жақтық қарым-қатынаста болатынымен ерекшеленеді. Тілдің қарым-қатынас, хабарлау және ықпалын тигізу - үш қызметінің атауларда екеуі ғана орындалады: хабарлау, ықпалын тигізуі. Мысалы, *“Нан”*,

“Кушать”, “Есть что съест” дүкендері мен кафесін алайық. Олардың қызметі метафоралық түрінде орындалады. “Нан” дүкенінде нан сатылатыны, “Кушать” кафесіне тамақтану үшін баратыны белгілі. “Есть что съест” дүкенінде тамақтың бәрі бар деген сөз. Сонымен, шартты-символдық есімдер жалпы есім де, жалқы есім де болуы мүмкін. Мысалы, “Нан” дүкені “Карина” дүкені. Атау ретінде жалқы есім қолданылып тек қана бір ойды білдіріп қоймай, белгілі бір объектіні де білдіреді. Атау беру осы атаудың бастапқы иесінің белгілілігімен көп жағдайда байланысты болады. Мысалы, Ильф пен Петровтің “Алтын бұзау” шығармасы кафеге атау ретінде берілген. “Қыз-жігіт” кинофильміндегі дүкенге тікелей қатысы бар белгілі сатушы кейіпкер Василектің есімі “Василек” дүкеніне атау ретінде берілген.

Сол сияқты арнайы кафе атаулары да кездеседі. Мысалы, *блинная,пельменная,рюмочная*. Мұндай атаулар тек қана орыс тілінде “женский родта” беріледі. Дүкен, кафе атаулары жергілікті бір белгілі дәстүлерге байланысты болып келеді. Мұнда үйреншікті атаулар ауызекі сөйлесуде басым болады. Жаңа атаулар ескі атаулардың орнын қағаз жүзінде басқанмен, ауыз - екі сөйлесуде ескі атау сақталынады немесе жаңа атау да, ескі атау да қосарланып айтылады. Мысалы, “Дархан-Смат” дүкені. Тағамхана атауларының көп жағдайда екі компоненттерден тұратыны белгілі. Бұл шартты-символдық есім және термин. Шартты-символдық есім объектіні басқа бір текті объектілерден жекелейді. Мысалы, “Яна” дүкені, “Вадим” дүкені т.б. Ал терминдер керісінше бір тектес объектілердің бір тектілігін көрсетіп, осы сияқты объектілердің жалпылығын көрсетіп, оны өзге текті объектілерден айырмашылығын білдіреді. Мәселен, “Сайран” дүкені, “Сайран” кафесі. Бір сөзбен айтқанда терминнің қызметі объектінің тегін көрсету, ал шартты-символдық есімнің қызметі - объектіні бір тектес объектілерден жекелеу. Бір тектес объектілерді жекелеу, атауларын салыстыру арқасында болады.

Сонымен, тағамхана атауларын нарықтық қатынастардың, қоғамның барлық бағыттарына енгізу кезінде тілдік қарым-қатынас құралы ретінде қарауымыз жөнінде З. Қ. Ахметжанова былай деп айтқан болатын: “Эргонимдер жазылу емлесі бойынша да, қолданыс ерекшелігі бойынша да зерттеліп, қос тілдік ерекшеліктері мен ортақ заңдылықтары анықталып, қате атаулар мен варианттылықтардың қалыптасу заңдылықтары айқындалуы тиіс” /107, 45/.

3.1 Екіншілік атау процесі және уәж түрлері

Аткою (номинация) – тіл біліміндегі ең күрделісі және қиыны. Ол адам санасы мен қоршаған заттық құбылыстың байланысын және дүние таным мен ұғымдарды белгілеу жүйесін қарастырады. Екіншілік атау - барлық тілдерде, соның ішінде қазақ және орыс тілдерінде тараған күрделі құбылыс. А.Ф.Журавлеваның анықтамасы бойынша, біріншілік атау - атауы жоқ затқа аткою акті, ал екіншілік атау – жаңа затқа қолданылып жүрген атауды беру /108, 50/. Екіншілік атау – жаңа атауды тілде бұрыннан қалыптасқан атау арқылы жасайтын тілдік құбылыс. Бұрынырақта қолданған атауды жаңа атау ретінде қолдану механизімін зерттеу екіншілік атаудың көп аспекті, көп қырлы тілдік құбылыс екендігін көрсетеді. Бұған менсонимдерді зерттеп талдағанымызда көзіміз жетті. Тілдегі бұрыннан қалыптасқан номинативті бірлікті жаңа семантикалық қызмет атқарушы ретінде қолдану жаңа және бастапқы мағынасының ішкі байланысының болуы мүмкінділігін тудырады. Алайда, екіншілік атау бастапқы мағынасынан тәуелсіз болуы да мүмкін. Атау беруші субъект объектінің сипаттарын талдай отырып, басқа да белгілі объектілердің атауларымен байланыстырады. Ол жаңадан ескіге оралады. Олардың ұқсастықтарын белгілей отырып, таныс үйреншіктіге арқа сүйеп жаңа атау береді. Ұқсастық белгілерін салыстыра отырып, объектінің басқа объектілерден бөлек бір белгісіне тоқталады. Екіншілік атау процесін зерттеу осындай ұқсастық белгілерін іздестіру арқылы іске асады. Ұғымдардың бір-біріне ықпалын белгілеу төмендегідей жасалады:

1) екі объектінің белгілі бір сипатына қарай ұқсастықтары арқылы;

2) екіншілік атау негізіндегі объектілердің ұқсастық белгілері атау ретінде бұрынырақ қолдануы арқылы жасалады.

Тілдік және тілден тысқары элементтердің бір-біріне қатынасын В.Г.Гак бірнеше түрде көрсетеді: 1) бір объект – бір белгі; 2) әр түрлі объект – бір белгісі; 3) әр түрлі объект - әр түрлі белгі; 4) бір объект - әр түрлі белгі /109, 91/. Л.К.Жаналина В.Г.Гактың классификациясын талдап, әрқайсысына жеке тоқталған. Оның айтуынша “бір+белгі - әртүрлі объектілері” қатынасында лексика-семантикалық әдіс арқылы онимдердің қалыптасатынын анықтаған /110, 247/. Біздің ойымызша, “бір белгі

- әртүрлі объектілер” қатынасында менсонимдерде онимдер қалыптасқан. Мысалы, “У Апашки” 1) дәмхана; 2) дүкен атауы; “MASATO” – 1) мейрамхана атауы; 2) универсам атауы т.б.

Екіншілік атау процесін зерттеу оның сандық және сапалық аспектілерін тереңірек қарастыруды көздейді. Сандық аспекті грамматикалық бірліктердің және семантикалық категориялардың қатысу шегін қарастыратын сұрақтарға тіреледі. Сапалық акті екіншілік атау механизімін, сонымен қатар парадигматикалық және синтагматикалық факторларды анықтауды зерттеуге тіреледі. Екіншілік атау – екінші ұғымның ықпал ету процесі. Мысалы, Іс-менсоним *Жақсар* - жақсы бол - дүкен атауы.

Жиналған материалдар бойынша екіншілік атауды екіге бөліп қарастыруға болады: 1. Семантикалық екіншілік атау. Сөзжасам - ат қоюдың негізгі элементі. Бірақ сөзжасамнан ат қою процесі кең: сөзжасам ат беру қызметін атқарады, ал атау беру тек қана сөзжасам арқылы жасалмайды. Атау беру тілде бар сөздің трансформациялануы немесе лексикалық бірлікті қолдану арқылы жасалады. Бір объекті атауының екінші бір объектіге ауысуы ұқсастықтарымен немесе уәждерінің бірдей болуымен түсіндіріледі. Мысалы: *Абабка* - *саңырауқұлақ*, бұл дегеніміз, Абабка саңырауқұлағынан жасалған басты тағамы бар кафе. Мұндай ат қою түрін біз семантикалық деп атаймыз, себебі тілдегі бар лексикалық бірліктің семантикалық құрылымын өсіреді. Уәжелген сөздің дыбыс жамылғышы объектінің атауы болып қолданылады. Семантикалық екіншілік атауды төмендегідей жүйемен көрсетуге болады.

Семантикалық екіншілік атау 10-кесте.

	Қабылдау аспектілері				
	Орналасқан жері	Бағасы	Өнім түрі	Иесі	Қатынас
Зат	+				
Сипаты		+			
Зат			+		
Зат				+	
Зат					+

Бұл жүйеден біз заттың орналасқан жері, өнім түрі, иесі, қатынасы, ал сипатының бағасы қабылдау аспектілерімен семантикалық екінші атау процесінде байланысын анықтадық.

Семантикалық екіншілік атауда бірнеше сөз тіркестері анықталды. Оларды төмендегідей жүйемен көрсетуге болады.

Семантикалық екіншілік атаудағы сөз тіркестері II-кесте

Қабылдау аспектілері	Біріншілік атау	Екіншілік атау
Қатынас	Асыл ана	Кафе
Өнімі	Дары моря	Дүкен
Орналасқан орын	Три угла	Дүкен
Орналасқан орын	Южная столица	Дәмхана
Қатынас Сипаты	У алины Казахский аул	Кафе мейрамхана
Сипаты	Белая юрта	Кафе
Өнімі	Кавказ шашлығы	Кафе

Біз бұл жүйе арқылы сөз тіркестері түріндегі біріншілік атау мен екіншілік атау арасында қатынас, өнім, орналасқан орны, сипаты қабылдау аспектілері болатынын сөз тіркестерінен анықтадық.

2. Морфологиялық екіншілік атау. Жаңа атаудың белгілі бір аффикстер, біріккен сөздер, сөздердің белгілі бір элементтерінің қысқаруы арқылы жасалуын морфологиялық екіншілік атау дейміз. Мұндай атауды төмендегідей жүйемен көрсетуге болады.

Морфологиялық екіншілік атау 12-кесте

Жасалу жолдары	Біріншілік атау	Екіншілік атау
Жалғау	Рыбы (жануар)	Дүкен
Жұрнақ	Жақсар (іс)	Дүкен
Біріккен сөздер	Мари Диана (адам есімі)	Дүкен
Біріккен сөздер	Астан (адам)	Кафе
Жұрнақ	Балықты (жануар)	Дүкен
Аббревиатура	БайСат (көше)	Кафе
Жұрнақ	Медок (зат)	Дүкен

Морфологиялық екіншілік атаудың жалғау, жұрнақ, біріккен сөздер, аббревиатура арқылы қалыптасатынын анықтадық.

Қолданылып жүрген сөздің мағынасында объектінің сипатына хабар көбірек болса, сол сөзді объектінің атауы ретінде қолдану мүмкіндігі артық. Дайын сөзді объектінің атауы ретінде қолдану – уәжін таңдау осымен түсіндіріледі.

Н.В.Подольскаяның анықтауынша, уәжделген деп кез келген жалқы есімдердің атау берудегі уәжді ашуға мүмкіндік беретін негізі бар, кішкене де болса елең беретін мағынасы бар атауларды айтады. Атаудың уәжі объектіге атау таңдаудағы экстралингвистикалық себептері болып табылады. Ономастикалық материалдың уәжді және уәжделмеген деп бөлінуі дәстүрлі. Бұл қатынастардың дамуы жайында лингвистикада, сонымен қатар, ономастикада жазылған еңбектер көп. Олар В.Т. Топаров, А.Н.Ященко және т.б. ғалымдардың еңбектерінде бейнеленген /111-112/. А.В.Суперанская өзінің “Общая теория имени собственного” атты монографиясында: “...мекеме, кеңсе орындарының атауларында атау берудің екі түрі қолданылады. Біріншісі - мекеменің орналасқан орнын, атқаратын қызметін көрсетуші нақты атаулар. Екіншісі - аталмыш объектінің атқаратын қызметін жанамалап сілтейтін символдық атаулар”, - дейді /76, 194/. Бұл классификация А.В.Беспалованың эргонимдерді зерттеуінде қолданылған. Ол “нақты атау”, “символдық атау” терминдерімен қоса синонимдер ретінде атауларға тура атау беру

әдісі және уәжделмеген атауларға жанама атау беру әдісі деген белгілерді қолданған /113, 7/. С.В.Земскова өз еңбегінде уәжделген эргонимдерді үш топқа бөлген: 1) аталмыш объектімен тығыз байланысқан және оның негізгі ерекшеліктері туралы нақты хабар беруші; 2) мекеме орындарының атқаратын қызметі жайлы көбірек мәлімет беруші; 3) мағынасы жағынан аталмыш объектімен бәсең байланысқан жоғарыда аталған әр топта, С.В.Земскованың айтуынша, ішкі мағынасына қарай бірнеше бөлшектен, топшалардан тұрады: а) мекеменің атқаратын қызметіне байланысты атаулар; ә) шығарылған өніміне, көрсететін қызмет үлгісіне байланысты атаулар; б) объектінің орналасқан жеріне байланысты атаулар; в) объектінің орналасқан орнын және атқаратын қызметін көрсететін екі уәжі бар атаулар; г) объектінің орналасқан орнын және шығатын өнімін бірден көрсететін атаулар. С.В.Земскова Тольятти қаласының уәжделмеген эргонимдерін екі топқа бөлген: 1) жалқы есімдерден қалыптасқан атаулар; 2) апеллативтен қалыптасқан атаулар /21/. Біз жоғарыда көрсетілген классификацияны ескере отырып, менсонимдерді уәжделінуіне байланысты оларды екіге бөлдік: 1. Ономастикалық уәж; 2. Бағалау уәжі. С.В.Земскова көрсеткен уәжделмеген атаулар жалқы есімдерден қалыптасқан атаулар және апеллативтерден қалыптасқан атаулар деп екіге бөліп, кесіп айтқанға келіспейміз. Себебі, жалқы есімдерден де қалыптасқан уәжді, яғни орналасқан орнын немесе шығаратын өнімін көрсететін атаулар бар. Сонымен қатар, апеллативтерден қалыптасқан атаулар түрін көрсеткен, объектінің ерекшелігін көрсететін атаулар бар.

Уәж түрлерін екіге бөлуге болады:

1. Бағалау уәжі. Белгілі бір объектінің атауы оны анықтайтын сипатымен уәжденеді. Уәжді қолдану адамның атау берілетін объектіге қатынасын көрсетеді. Сондықтан атау сөздер өздерінің атаушы қызметін атқарып, жасырын (имплицитті) немесе ашық (эксплицитті) бағасын көрсетеді. Мысалы, *Керемет*, *Хороший т.б.* Баға беру уәжі объектінің қандай да бір белгісі негізінде қалыптасады.

2. Ономастикалық уәж. Жалқы есім мен жалпы есім арасында бір-біріне ықпал және ауысу болып тұрады. Көп жағдайда жалқы есім мен жалпы есімнен қалыптасқан. Бірақ жалқы есімнің жалқы есімнен қалыптасқан түрлері де кездеседі. Мысалы, топонимдерден қалыптасқан менсонимдер объектілердің орналасқан жерін білдіреді. Мысалы, Сайран көлінің жанында “*Сайран*” дүкені бар.

Тастақ ықшам ауданында “Тастақ” дүкені орналасқан. Ономастикалық уәжді менсонимдерді төмендегідей жүйемен көрсетуге болады.

Ономастикалық уәжді менсонимдер

13-кесте

Ономастика саласы	Екі мағыналық		Үш мағыналық	
	Барлық бірлік	Өсім пайызы	Барлық бірлік	Өсім пайызы
Зат	10		6	0,3
Сипаты	8	0,4	-	-
Зат	4	0,15	-	-
Зат	1			

Біз жүйеден ономастикалық уәж арқылы қалыптасқан менсонимдердің барлық объектілерде қолданылмағанын анықтадық. Жоғарыда көрсетілген жүйе бойынша фитофорды атаулар тек дүкен, кафе объектілерінде кездесті, урбанонимдік атаулар тек қана дүкендер мен кафелерде кездесті. Ал топонимдік атаулар көрсетілген объектілердің барлығында кездесті. Уәжделмеген атауларды біз екі топқа бөлдік:

1) орналасқан орнын көрсетпейтін топонимдік атаулар. Мысалы, *Ресей, Брно, Венеция т.б.*

2) обектінің ерекшелігін көрсетпейтін апеллятивтерден жасалған атаулар. Мысалы, *Жайсаң, Абырой т.б.*

Болжалды сауалнамалар нәтижелері.

Жеткіншек ұрпақ жекеменшік иесі болған жағдайдағы алдағы уақытта қай тағамхана түрінің ашылуын және аталу уәжін анықтау үшін студенттер арасында сауалнамалар жүргізілді. Студенттердің жас мөлшері 19-21 жас арлығында.

Сауалнама үлгісі:

1. Туған жылыңыз?

2. Тұратын мекен-жайыңыз?

3. Азық-түлік дүкенін ашқан жағдайда, қалай атар едініз?

4. Бұл атау нені білдіреді?

5. Не себептен осындай атау бердіңіз?

6. Егер мейрамхана (кафе, бар т.б.) ашқан жағдайда қалай атар едініз?

7. Ол атау нені білдіреді?

8. Не себептен осындай атау бердіңіз?

Жиналған сауалнама жауаптары бойынша азық-түлік дүкені, мейрамхана, асхана, кафе, қымызхана объектілері тандалған. Студенттер тағамхана атауларына ұлттық дәстүрді, қазақ халқының тарихын, аңыз-әңгімелерін қолдануды ұсынған. Мысалы, *Жайлау*, *Керуен*, *Шаңырақ*, *Алаш*, *Балқымыз*, *Қос бие*, *Ақ дәм*, *Ақ отау*, *Жерұйық*. Студенттер аталған атауларды тандау уәжіне бірнеше себептер келтіреді:

Алаш – бүкіл қазақ халқының әлеуметтік жағдайын қамту үшін; *Шаңырақ* – тек қазақ халқының ұлттық тағамдары ұсынылатын болғандықтан; *Керуен* – ата-бабаларымыздың тұрмысын, көшіп-қонуын білдіреді; *Жайлау* – қазақ халқының нәр алған молшылық мекенін білдіреді; *Жерұйық* – қазақ халқының аңыз-әңгімелеріндегі Асан кайғы іздеген ең жайлы жер екендігін көрсету үшін; *Балқымыз* – қымыздың дәмділігін, сапалылығын білдіреді және қазақ ұғымында ең жоғары сапалы қымызға тағылған балқымыз деген тіркес бар; *Қос бие* – қымыздың көп мөлшерде екендігін білдіреді.

Жоғарыда келтірілген уәждер ұлттық тағамдарды жаңғырту, қазақ халқының тарихын есте сақтау деген ұғымдардың студенттер сана-сезімінде қалыптасқанының айғағы. Сонымен қатар жоғарыда аталған атаулардың жарнамалық қызметі аңғарылады.

Туған-туысқанының есімін атау ретінде қолдану, яғни антропонимдік тағамхана атауларының болашақта сақталатыны анықталды. Мәселен, *Айсұлу*, *Ақбота*, *Дархан*, *Іңкәр т.б.* Тағамхана атауларын жаңа істің бастамасы, ырым ретінде қолданылатыны айқындалды. Мысалы, *Алга*, *Старт*, *Үміт*, *Арман*, *Болашақ т.б.* Студенттердің жастық сезім “махаббатқа” байланысты, халық қамын ойлау уәждері орын алған. Мәселен, *Романтика*, *Айжүрек*, *Махаббат*, *Күншуақ*, *Нұр т.б.* Тағам түрін білдіретін менсонимдердің қалыптасу мүмкіншілігі артатыны және ұлттық негіздегі тағам түріне байланысты менсонимдердің алдағы уақытта қалыптасу мүмкіншілігін сауалнама қорытындысы көрсетіп отыр: *Ақ нәр*, *Көкөніс*, *Бауырсақ*, *Ақ дәм*.

Сонымен қатар шығыс халқының 1001 түн ертегісіне байланысты прецедентті атауды өзгертілген формада қолданылуы ықтимал. Мысалы, *1001 түн*. Жарнамалық мақсатта іс-қимылды білдіретін шақырушы атаудың кафеге тағылуы мүмкін. Мәселен, «*Шай іш*» кафеі.

Сауалнама нәтижесі бойынша: 1) қазіргі кездің өзінде колданысқа түскен *Жерұйық, Шаңырақ, Көкөніс, Бауырсақ, Үміт, Болашақ* атауларының болашақта сақталуы мүмкін; 2) ұлттық негізде қалыптасқан менсонимдер саны өсуі мүмкін.

Орыс тобындағы студенттер арасындағы сауалнама нәтижесі бойынша пиццерия, кафе, тұшпарахана, мейрамхана, бар, азық-түлік дүкені объектілерін тандаған. Студенттер қалаған тағамхана атауларын лексика-семантикалық жағынан төмендегідей топтастыруға болады:

1) шақырушы атаулар (*Вкуснятина, Гость, Королевский пир, Искусение, Для друзей, Прошу к столу т.б.*);

2) тауар түрін білдіретін атаулар (*Смак, Лакомка, Булочка т.б.*).

Келушілердің жас мөлшерін ескеретін атауларды да тандағандықтары анықталды: студенттерге арналған – *Студенточка; балаларға арналған – Теремок, Мозайка, В гостях у сказки т.б.*

Студенттер тандаған атаулар ішінен кісі есімдерінен қалыптасқан аббревиатуралық атау да кездесті. Мәселен, *ЛаМиНур – Лаура, Мирас, Гульнур*. Бұл атау бірінші және екінші кісі есімдерінің бірінші буыны, ал үшінші кісі есімінің екінші буыны арқылы жасалған.

Студенттердің атауларды таңдау уәжі қазіргі кезде қалыптасқан атаулар уәждеріне ұқсас. Мысалы, *Булочка* – ашытылған камырдан пісірілген тәтті нан ұсынылатын болғандықтан солай атауы мүмкін; *В гостях у сказки* – барлық балалар ертегіні жақсы көреді; *Искусение* – келушілерді шақырушы атау ретінде өзін көрсетіп тұр; *Вкуснятина* – ұсынылатын тағамдардың бәрі тәтті; *Королевский пир* – патшаларға арналған тағамдардың бәрі бар, бірақ бағасы да патшаларға лайық; *Прошу к столу* – үстелге керектің бәрі барын айтып, шақырып тұр.

Атаулар арасында қазіргі кезде қалыптасқан “*Хороший*” дүкен атауын тандаған студент себебін атауға қоса жоғары сапа белгісі барын айтады. Бұл ескертпені тұтынушы-студенттің көзқарасы ретінде қарастыруға болады, яғни психологиялық жағына тоқталу керек деген сөз. Бұл мәселе тереңдете зерттейтін үлкен жұмыс аясы.

Студенттердің ішінде экзотикалық атауларды тандағандар да болды: *Interneti, Гретхен. Гретхен – неміс асханасы, Гетенің*

“Фаустын” еске түсіріп, ескі Германияда жүргендей сезінтеді. *Interneti* – мағынасы түсініксіз, айтылуы онай.

Сонымен, сауалнама нәтижесі бойынша қазақ тобындағы студенттер көбіне ұлттық негіздегі атауларды тандаса, орыс тобындағы студенттер тұтынушыларды сана-сезіміне ықпал ететін шақырушы атауларды тандаған.

3.2 Прецедентті атаулардың менсонимдерде қолданылуы

Жалқы есімдердің атқаратын қызмет ерекшеліктері тек атау қызметімен шектеліп қоймайды, бірақ атау қызметі басты, себебі ономастикалық атау - бұл тілден тысқары жатқан құбылыстарды (объектіні т.б.) атайтын сөйлеу әрекетінің бір түрі. Жалқы есімдер табиғаты өте күрделі, сондықтан оларды қолдану аспектілерін атау берген адамдарды және атау беру мезгілін, себебін білгеннен соң ғана түсіндіруге болады. Әр қоғам өмірінің өзгеруі, тарихи-мәдени қазыналарды қайта қарастыру - атау беру қызметіне ықпал ететіндігі белгілі. Тағамхана атаулары тілдің басқа элементтері сияқты қоғам өмірінде пайда болады және қоғамсыз өмір сүре алмайды. Ол басқа лексикалық жүйелерге қарағанда адамдардың коллективті өмір сүру ерекшелігінің нәтижесі.

Тағамхана атауларының атқаратын қызметі әр түрлі — атау, біртектес объектілерді жекелеу, хабарлама – жарнамалық және декоративтік, себебі объектілердің атауларын тақтайшада көрнекілеп беру талабы бар. Менсонимдердің прагматикасы туралы айтатын болсақ, объекті немесе оның иесі туралы келушілердің қызығушылығын тудыратын хабарламаларды еске алған болар едік. Тағамхана атауларының прагматикалық бағыты, келушілердің сана-сезіміне ықпалы бар.

Қазіргі кезде прагматика социолингвистикамен, психолингвистикамен және тіл білімінің басқа да салаларымен байланысқан сөйлеу лингвистикасы деген ұғымды білдірсе, ал кішірек мағынада — адам мен таңбаның қатысы ретінде қарастырылады.

Жеке адамдардың тілдік құрамында прецедентті атаулар белгілі бір оқиғаны бағалау үшін стандартты құрал (белгі, символ) ролін атқара отырып, ерекше орын алады. Әрі бағалау модельді реакциясы, сондықтан дискурстағы прагматикалық деңгейге жатады. Жеке адамдардың тілдік құрамын лингводидактикалық

және теоретика-лингвистикалық мақсатта үш деңгейден қарастыруға болады: 1) вербалды-семантикалық немесе жеке адамның сөздік құрамы, соның ішінде грамматикалық мағыналарын жеке адамның білу қоры; 2) лингво-когнитивті, жеке адамның санасында “әлем бейнесі” немесе әлем туралы білім жүйесі көрсетілген тезаурус; 3) уәждік немесе жеке адамның прагматикасын көрсететін коммуникативті қажеттілік деңгей. Қазіргі кезде россиялық зерттеушілер (Ю.Н.Караулов, Д.Б.Гудков, В.В.Красных т.б.) тарапынан тілдік құралды қолдану, олардың күнделікті қолданыс қызметін анықтау мақсатында жүйелі түрде бақылау жұмыстары жүргізілуде. Олар прецедентті феноменнің тілдік ойлау қабілетіне әсерін (соның ішінде прецедентті атаулардың) анықтауға бағытталған. Ал қазақ ғалымдары прецедентті мәтін мен прецедентті атауды сөз еткен Г.А.Қажығалиева, Г.Б.Мәдиева, Г.Қ.Ихсанғалиева, Т.Е.Пшенина. Г.Б.Мәдиеваның айтуынша, әр халықтың ұлттық мәдениетіне сай прецедентті атаулары барын айтып, оларды бірнеше топқа бөлген /114/:

1) конфессионалды (Мекке, Айша-биби, Арыстанбаб);

2) адамның мінез-құлқына байланысты (Судырахмет, Мырқымбай);

3) мәңгі махаббат символы (Төлеген – Қыз Жібек, Қозы Көрпеш – Баян сұлу) /119, 67/. Сонымен қатар қос тілдің (қазақ-орыс) әсерінен фреквенталды атаулардың барын мысал ретінде келтірген (Колобок – Бауырсақ, Остап Бендер – Остап Бендердің туысы).

Жиналған материалдар бойынша қазақ халқына тән Сұлтан Бейбарс, Баян сұлу, Абылай хан, Шыңғыс хан белгілі бір жеке адамға байланысты прецедентті атаулардың барын анықтадық. Орыс халқының мәдениетіне тән прецедентті атау Фунтик болып табылады. Қазақстандағы қос тілділік әсерінің ізі тағамхана атауларында да кездеседі. Мысалы, Бауырсақ прецедентті атауы дүкенге атау ретінде берілген (Ғабдуллин көшесі, 94-а). Орыс халқының “Колобок” ертегісі қазақ халқына белгілі болғандықтан, қазақ тілінде “Бауырсақ” баламасы ретінде қолданылып, фреквенталды, яғни екі халыққа ортақ прецедентті атау ретінде дүкен атауына берілген. Сонымен, жеке адамның тілдік құрамында сөз қоры, тезаурус және прагматикон бар. Әр прецедентті атауларда көрсетілген эмоционалды – бағалаудан басқа сөйлеушінің дискурста оларды қолданылуы жеке адамның

шығармашылық потенциалдық көрсеткіші. Прецедентті атауларды менсонимдерде қолдану тағы бір шығармашылық акциясының белгісі, яғни бұл күнделікті, үйреншікті, қарапайымдылық шегінен шығу деген сөз.

Әр түрлі жанрда жазылған атақты жазушылардың шығармалары, ән, қанатты сөздер т.б. көпшілік тамақтану және алып сату орындары атауларының қалыптасуына ықпал жасауда, яғни белгілі шығармалар, көркем фильмдер, қанатты сөздер адамдардың сана-сезіміне хабарламалық, жарнамалық қызметін іске асыру мақсатында тағамхана атаулары қолданылып жүр. Тақтайшалардағы precedentті атауларды оқығанда, әр адамның сана-сезімінде әлеуметті-психологиялық, саяси-қоғамдық, тарихи құбылыстар оянады, әрине, бұл тек қана адамдардың біліміне байланысты, егер адам precedentті атауға берілген оқиғадан немесе т.б. хабардар болмаса, онда ол адамға precedentті атау ешқандай ықпал жасамайды. Бұл жағдайда мұндай атаулар тек қана атау (номинациялық), жекелеу қызметін атқарады. Ю.Н.Карауловтің анықтамасы бойынша, precedent - алдағы алдын алушы деп төмендегі мағыналарды білдіретін атауларды айтамыз /115, 216/.

- белгілі бір адамға тану және эмоционалды қатынастық ықпалы бар.

- жеке адамға қатысы бар, яғни оның замандастарына, ортаға танымал.

Осы аталғандардың ішінде бізді қызықтыратыны соңғысы, өйткені оның әлеуметтік, психологиялық жақтарынан лингвосомиотикалық жағы басым. Ауызекі сөйлеуде кинофильмдердің, шығармалардың атаулары, ән, қанатты сөздер қанша компоненттен тұрса да, precedentті атау ретінде қолданылғанда бір сөзге тенеледі. Precedentті атаумен объектінің және жеке адамдардың байланысын төмендегі жүйе арқылы көрсетуге болады.

Объектінің precedentті атауының адамға ықпалы



5-сурет

Бұл жүйеден біз прецедентті атау белгілі бір объектіні атау, басқа объектілерден жекелеу, адамдарды сана-сезімінде прецедентті атаудың бастапқы мағынасы арқылы ықпал жасап, объектіні таныту мақсатында хабарлама-жарнамалық қызметін атқарып тұрғанын көреміз. Көпшілік тамақтану және саудасаттық орындарының прецедентті атауларында олардың бастапқы мағынасы мәтінаралық байланыс арқылы келушілердің сана-сезіміне ықпалы жүзеге асады. З.Н.Волкова мәтінаралық байланыстың үш түрін көрсеткен /116, 246/, солардың екеуін біз прецедентті атаулардағы мәтінаралық байланысты талдауда қолдануды жөн көріп отырмыз :

1) интерполяция - атау ретінде кинофильм, шығарма атауларын, ән, қанатты сөздерді т.б. еш өзгеріссіз енгізу. Мысалы, *кафе “Золотой теленок”*. Бұл атауда интерполяция енгізіліп тұр, яғни белгілі жазушылар И.Ильф пен Е.Петровтің шығармасының атауы еш өзгеріссіз кафе атауы ретінде қолданылған. Бұған бірден-бір себеп – И.Ильф пен Е.Петровтің “Золотой теленок” шығармасын оқымаған адам жоқтың қасы және осы аттас кинофильм теледидардан жиі көрсетілген. Интерполяция әдісі арқылы көптеген прецедентті атаулар қалыптасқан, мәселен, *кафе “Али баба и сорок разбойников”*, *кафе “Титаник”*, *“Бонифацийдің демалысы” кафесі*, *“Фунтик” т.б.*

2) реминисценция - атау ретінде кинофильм, шығарма атауларын, қанатты сөздер формасының өзгертіліп қолданылуы, мысалы, *кафе “Льдина”* белгілі әнші Лариса Долинаның айтатын “Льдинка” әнінің формасының өзгертіліп алынуы. Прецедентті атауларды қолдану әдісі олардың жалпыға танымал белгісімен түсіндіріледі. Сондықтан да мұндай атаулардың шығу тегі аясы әр түрлі болып келеді. Реминисценция келушілердің сана-сезімінде салыстырмалы қабылдануымен шектелген. Реминисценциялық әдісте көркем фильм, шығарма т.б. атауларының көпшілік тамақтану және сауда-саттық орындарының атауларына ауысуының екі түрі бар: квантитативті (мөлшерлік) және квалитативті (сапалық).

Атаудағы квантитативті ауысудың қызметі құрамының өсуі мен кішіреюіне байланысты. Ауысудың бұл түрінде төмендегідей өзгерістер болады: 1) прецедентті атаудағы сөздің өзгеруі, белгілі бір мағыналық мақсатта оның жаңаруы немесе өзгеруі мүмкін. Мысалы, *магазин “Есть что съест”*. Бұл мысал халыққа белгілі

шешендік сөз тіркесіне сәйкес қалыптасқан. Бұл тұста “Сказать” етістігі “съест” етістігімен алмастырылып тұр.

Квалитативті ауысуда белгілі бір компоненттің формасы өзгеруі мүмкін, мәселен, есімдерде жекеше немесе көпше түрінің өзгеруі, етістіктерде жақтық формасының өзгеруі. Квалитативті ауысу морфологиялық деңгейде іске асады. Мұндай ауысуда келесі өзгерістер болады: а) сөзде әріптің басқа бір әріпке ауысуы. Мысалы, *кафе “Королева бензоколонка”*, салыстырайық *“Королева бензоколонки”* көркемфильмі. ә) көпше формасының жекеше формасына ауысуы. Мысалы, бар *“Зимняя вишня”* - “Зимние вишни” әні. б) шылау сөздердің қолданыстан түсуі. Мәселен, магазин *“Зеленый попугай”* - балаларға арналған белгілі ән шумақтарынан *“и зеленый попугай”* в) кішірейту жұрнағының түсіп қалуы. Мысалы, *кафе “Льдина”* - белгілі ән *“Льдинка”*.

Қазіргі кезде көпшілік тамақтану және сауда-саттық орындарының атауларын байыту мақсатында жекеменшік иелері прецедентті атауларды қолдануда. Біз жинаған материалдарды талдай отырып, көпшілік тамақтану және сауда-саттық орындарының атауларында кездесетін прецедентті атаулардың шығу тегі аясына қарай келесі топтарға бөлуді жөн көрдік; 1) әдеби шығармалары атауларынан. Мысалы, *кафе “Золотой теленок”*, *ресторан “Аз и Я”* - О.Сүлейменовтің *“Аз и Я”* атау ретінде қолданған. 2) кинофильм, мультфильмдерден және телебағдарламалардан. Мәселен, *“Фунтик”*, *дүкені, “Сим-сим”*; *“Али баба и сорок разбойников” кафелері*; *“Султан Бейбарс” мейрамханасы*; *“Акшам” мейрамханасы*. 3) ән шумақ жолдарынан. Мысалы, *магазин “Зеленый попугай”*, *“Льдина” кафесі*, *“Зимняя вишня” бары*. 4) шешендік сөздерден. Мәселен, *“Есть что съест”*.

Прецедентті атаулар 1991 - 2001 жылдарда қалыптасқан тағамхана атауларында кеңірек қолданыла бастағандықтан, біз бұл бөлімде тек 1985 - 2001 жылдардағы менсонимдерді прецедентті атау тұрғысынан талдадық. Прецедентті атаулардың көбі орыс тілінде. Қазақ тіліндегі тағамхана атауларындағы прецедентті атаулардың аздығы әлі менсонимдердің толығымен қалыптасып болмағандығының айғағы.

3.3 Атау беру процесіне уақыттың ықпалы

Әр зерттеушінің ең басты кешірілмес қатесі - уақыт өзгерісін ұмыту, атауларды тап бүгін берілгендей қарастыруы.

Кеңес дәуіріне дейінгі менсонимдер көмескі. Бұл кездегі тағамхана атауларының әлі жөнді қалыптаспағаны салдарынан сататын тауар түрлері бөлек-бөлек көрсетілген. Екінші бір ерекшелік сауда-саттықпен айналысу жанұялық іс болған. Ол кезде тек жанұя басшысы есімі көрсетілетін болған менсонимдерде тіпті жекеменшік иесінің туыскандық термині қолданылған. Мысалы, *мелочная торговля отца Владимира Сиротина*. Мұндай компонент толықтырма жарнамалық қызмет атқарады, яғни жанұялық сауда-саттық орындарына құрметпен, сеніммен қарайтын болған. Кеңес дәуіріне дейінгі кезеңде жекеменшік иесі ретінде әйел есімі берілген менсонимдер аз және толықтырма туыскандық терминдері “*жесірі*” - “*вдова*”, “*әйелі*” - “*жена*” қолданылған. Мысалы, *мелочная торговля Хаджибиби Садыковой жены наманганского сарта; питейное заведение Екатерины Следковой вдовы Степана Следкова*.

Сонымен қатар, нан пісіріп сату орындары атауларында әйел есімі компонент ретінде енген менсонимдер де кездесті, мәселен, *балаган с продажей печеного хлеба Ямагуль Яскарова*. Бұл кезеңдегі атауларда туыскандық термині зан түрінде жекеменшік иелерін, мұрагерлерді көрсету үшін қолданылған болу керек.

Мемлекеттік құрылымның кеңес өкіметі орнауымен жекеменшілік формасының, идеологиялық көзқарастың өзгеруі тілде бейнеленді, әсіресе жалқы есімдерде. Кеңес өкіметі орнауымен жекеменшік орындары мемлекеттік иелікке көшіп, атауларын идеологиялық талап ретінде өзгертті, яғни революциялық көзқарастың өзінше бір насихаттаушы ролін атқарушысы болды. Жалқы есімдер аталмыш объектілердің кеңес өкіметіне қатынасын, революциялық көзқарасты, жаңа мұратты көрсетулері керек болатын. Мысалы, “*Еңбек*” дүкені.

30-шы жылдардан бастап күнделікті қызмет көрсететін көпшілік тамақтану, сауда-саттық орындарын ажырату үшін сан есімдер қолданылды, яғни дүкен, мейрамхана, асхана орындарын жаппай нөмірлеу басталды. Тек кейбіреуі ғана шартты-символдық есімге жарнамалық мақсатта ие болды.

40-шы жылдардан бастап күнделікті қызмет көрсететін көпшілік тамақтану, сауда-саттық орындарының санының артуына байланысты әр түрлі ұйымдар мен трестерге бекітілді, яғни әр түрлі ұйымдарға қарайтын денотаттары мен онимдері бір нысанға қалыптасты. Мәселен, *Ресторан №1 треста общепита; Ресторан №1 горторга*. 60-шы жылдардан бастап көпшілік тамақтану, сауда-

саттық орындарына шартты-символдық есім ретінде орналасқан орнын, ерекшелігін көрсететін атаулар қалыптасты. Мысалы, “Ала-тау” мейрамханасы, “Тастақ” мейрамханасы, “Спорт” кафесі. Ал дүкендер нөмірленумен қоса шартты-символдық есімге ие болды. Мәселен, “13 Радуга” дүкені.

80-шы жылдардан бастап объект ерекшелігін, орналасқан орнын ескеріп атау беру арта түсті, яғни кеңес дәуірі кезіндегі менсонимдер өзінің даму шегіне жетті деген сөз. Мәселен, “Самал” универсамы, “Саят” дүкені. Кеңес дәуірі кезіндегі менсонимдерді талдағанымызда 60-шы жылдардан бастап қазақ тіліндегі атаулар санының артқанын байқадық.

90-шы жылдардан, кеңес өкіметі құлдырағаннан бастап, жана кезең орнады. Еліміз тәуелсіздік алғаннан кейін, демократиялық мемлекет орнап, объектілер жеке адамдар иелігіне көше бастады, жеке адамдар есімі кеңес дәуіріне дейінгі кездегідей атауларда қолданыла бастады. Бірақ кеңес дәуіріне дейінгі кездегідей “туысқандық термині” қолданылмағанымен туысқандар есімі шартты-символдық есімге өзінше бір символ ретінде енген және жекеменшіктегі объектіге ортақ иелер есімі, туысқандар есімі аббревиатура түрінде атауларда қолданылып жүр. Мысалы, “ГЛЭДА” бары, “MASATO” мейрамханасы, “АйРах” кафесі т.б. Кеңес дәуірі кезіндегі атаулардағы кісі есімдерінен қалыптасқан атаулардан қазіргі кездегі кісі есімдерінен қалыптасқан атаулар объектімен тікелей байланысы бар болғанымен ерекшелінеді. Осы уақыттағы атаулардың қалыптасу аясы өте кең. Қазіргі кездегі менсонимдердің қалыптасу шегінің өсуін прецедентті атауларды көптеп қолданудан байқауға болады. Мысалы, “Али баба и сорок разбойников” кафесі, “Золотой теленок” кафесі.

Жекеменшік иесінің белгілі бір объектіге атау беруі - өз еркімен, өз қалауынша жасалатын іс. Соның айғағы Гоголь көшесі бойында орналасқан “Охотничий лагерь сэра Игоря” бары. Бұл объектінің атауы кеңес дәуіріне дейінгі кезеңдегі менсонимдердің құрылымына ұқсас. Кеңес дәуіріне дейінгі кезеңнің қазіргі кездегі менсонимдерге ықпалын біз “Пугасов” мейрамханасынан байқауымызға болады. Кеңес дәуіріне дейінгі шарап зауытының, бірнеше сауда орындарының иесі көпес Никита Яковлевич Пугасов есімін Пугасов көпірі маңайында орналасқандықтан иемденген.

Сонымен қазіргі кездегі атаулар жүйесі – бұл адамның тарихи қалыптасқан ономастикалық шығармашылық жүйесі. Әлеуметтік-саяси, экономикалық-тұрмыстық қатынас туралы, адамдардың

психологиясы және көзқарасы, ғылымның, техника және мәдениеттің даму деңгейі жөнінде хабар беретін әр түрлі сыртқы жағдаяттар атауларда бейнеленген.

3.4 Қазақ және орыс тілдеріндегі менсонимдерге тән ортақ заңдылықтары мен ерекшеліктері

Қазіргі кезде туыс емес тілдерді салыстыра зерттеп, олардың ортақ заңдылықтары мен ерекшеліктерін айқындау кен етек алған.

Менсонимдердің компонентерін өзінше бір жүйе етіп, екі тілдегі айырмашылықтары мен ортақ заңдылықтарын айқындау құнды нәтиже беретіні хақ. Екі тілде кіші жүйелерді салыстыру ізденушіге әр жүйенің лексикалық элементінің тілдің басқа элементтерімен функционалдық байланысын анықтауға мүмкіншілік тудыратыны жөнінде В.Н.Ярцева айтқан болатын /117/.

Қазақ тілі мен орыс тіліндегі сөз тіркесі сөйлемдегі сөздердің орын тәртібі бойынша алшақ кететін ерекшеліктері бар. Мұндай ерекшеліктердің орын алуын А.Е.Ағманов былай түсіндіреді: “Қазақ тілі мен орыс тілі әр түрлі құрамдық және әр түрлі тілдік ұяларға жататындықтан барлық тілдік деңгейде айырмашылықтары бар” /118/.

Біз жинаған материалдар бойынша Алматы қалалық тағамхана атауларында екі тілде де компоненттерінің орын тәртібі бойынша жіберілген қателер кездесті.

Мысалы, *дүкені “Наурыз”, “Перекресток” кафе.*

Сөздердің орын тәртібінің қатаң сақталуы және дұрыс берілуі қажеттігінің маңыздылығын И.И.Ковтунова былай айтып кеткен болатын: “Логикалық дұрыс және әдемі сөйлеу үшін мағынасы жағынан керек сөзді тауып сөйлеу сияқты, сөздердің орын тәртібін дұрыс қолдана білу де аса қажет” /119, 34/

Қазақ және орыс тілдеріндегі тағамхана атауларында компоненттерінің орын тәртібі бойынша қате жіберіп қоймай, сонымен қатар қазақ тілінде терминдерді шартты-символдық есімнің алдында келтіріп, кіші әріппен жазылуы сияқты қателер де кездеседі.

Қазақ тілінде шартты-символдық есім мен термин ілік жалғауының жасырын түрі мен тәуелдік жалғаулы формада байланысады. Ал орыс тілінде мұндай заңдылық жоқ. Осындай

сөз тіркестірінің ерекшеліктері жайында М.И.Трофимов былай дейді: “Егер біз бір жағынан орыс тілін, ал екінші жағынан түркі тілдердің бірін алып қарастырсақ, алдымен сөз тіркестерінің әр түрлі типтерін еске алғанымыз дұрыс” /120, 147/.

Шартты-символдық есімдерді қазақ тіліне орыс тілінен калькілеу арқылы аудару күрделі процесс. Сөзбе-сөз нақты аударылғанымен шығармалардың атауларынан калыптасқан менсонимдерді қазақ тіліне аударғанда өзінің бір қырын жоғалтып алғандай болады. Мұндай аударудың көп қырлылығын В.Н.Аристова атап көрсеткен болатын /121, 11/

Қазақ тілі мен орыс тілі туыс емес тілдер қатарына жататыны белгілі. Әйтсе де қазақ және орыс тілдеріндегі менсонимдерге тән ортақ заңдылықтары кездеседі. Мысалы, Біз бүгін “*Алтын бұзауға*” барамыз. Бұл мысалда атауды қай бұзауға деп талдауымызға болмайды.

Бұл жөнінде С.М.Исаев тіркестерді бір-бірінен ажыратып, олардың мән-жайын түсіну үшін жасалған шартты талдау екендігін айта келе, былай дейді: “Мұндай тіркес құрамындағы сөздер бір-бірімен ұласып келіп, бір-бірінен бөлінбей сөйлем ішінде сөйлемнің бір-ақ мүшесі қызметін атқарады” /122/.

Сол сияқты орыс тілінде “*Зеленый понугай*” находится в Мамыре сөйлемін алып қарайық. Н.Г.Михайловская мұндай атаулардың қанша сөзден тұрса да бір-ақ сұрақ қойылып, сөйлемнің бір-ақ мүшесі бола алатынын атап көрсеткен /123/.

Біз бүгін “*Қарлығаш*” кафесіне бардық. Осы сөйлемде “*Қарлығаш*” кафесін толық бір сөз тіркесі болып, қайда? деген сұраққа жауап беріп, пысықтауыш қызметін атқарып тұр.

“*Қарлығаш*” кафесіне сөз тіркесін әрі қарай талдап, қай? деген сұрақты қойсақ, “*Қарлығаш*”-анықтауыш, ал “кафесіне” – анықталушы сөз қызметін атқарады.

Мұндай заңдылық орыс тілінде де бар. Мәселен, *магазин MASA TO* очень большой. Бұл сөйлемде, *магазин MASA TO* бастауыш қызметін атқарып тұрып, бір-ақ не? деген сұраққа жауап беріп тұр. Ал егер какой магазин? деген сұрақты қойсақ *MASA TO* – анықтауыш, ал “магазин” – анықталушы сөз.

Н.Г. Михайловская объектіні білдіретін сөздің (денотаттын) қатысымен атаудың бір-ақ сұраққа жауап беріп, сөйлемнің бір-ақ мүшесі болатынын айтып, сонымен қатар анықтауыш және анықталушы сөз болып талданатынын айта келе, мұны сөйлемді актуалды талдаумен байланыстырады /123/.

Т.А.Бертагаев мұндай тіркестерді номинативті сөз тіркестері дей келе, оған мынандай анықтама береді: “Номинативті сөз тіркесі деп әр түрлі заттар мен құбылыстарды, ұғымдарды атайтын парадигматикалық деңгейдегі сөз тіркесін атаймыз”, - деп беріп, номинативті сөз тіркестерінің еркін сөз тіркестерінен синтагматикалық тұрғыда тұтас бір сөз ретінде қолданысқа түсуімен, сөйлемге грамматикалық талдау жасағанымызда сөйлемнің бір ғана мүшесі бола алатындығымен ерекшеленетінін айтқан болатын /124/.

Жазылу емлесі бойынша менсонимдер құрамындағы шартты-символдық есімдер екі тілде де бірдей бір сөзден тұрса, бас әріптен, ал екі немесе одан да көп сөзден тұрса, бірінші сөзі ғана бас әріптен, қалған сөздері кішкентай әріптен басталып тұтас бір тырнақшаға алынып жазылады.

Осы ережеге сәйкес қазақ және орыс тілдерінде тағамхана атауларының жазылу ерекшеліктері де бар.

Қазақ тілінде термин ішінде міндетті түрде шартты-символдық есімнен кейін жазылуы керек. Мысалы, “*Жалын*” *мейрамханасы*. Бұл қазақ тіліндегі сөздердің сөйлемдегі орын тәртібімен түсіндіріледі.

Ал орыс тілінде термин шартты-символдық есімнің алдында келеді. Мәселен, *магазин “Малина”*.

Қазақ тілінде термин тәуелдік жалғаулы формасында да, тәуелдік жалғаулы формасынсыз да кездеседі. Мысалы, “*Лашын*”.

Тәуелдік жалғаулы формасының берілуі, біздің ойымызша, иесінің есімі бар үш компонентті менсонимдерге тән құбылыс сақталғаннан.

Мәселен, *Трушинаның “Блюда Востока” кафесі*.

Қазіргі кезде иесінің есімі шартты-символдық есімге өзінше бір символ ретінде еніп, ілік жалғаудың жасырын түрдегі формасымен беріледі. Мысалы, “*Дастан*” *дүкені*.

Екінші бір ерекшелік қазақ тілінде “*дүкен*” терминнің орнына “*азық-түлік*”, орыс тілінде “*магазин*” терминінің орнына “*продукты*” сөздерімен алмастырылып беріледі.

Қарым-қатынас қолданысына түскенде орыс тілінде “*куда идешь*”? сұрағына “*продукты*” зат есімнің орнына сын есім формасында “*в продуктовой*” деп жауап беріледі. Ал қазақ тілінде “*қайда барасың*”? сұрағына “*азық-түлікке*” деп айтылмай әр-кезде “*дүкенге*” деген жауап беріледі.

3.5 Қазақ және орыс тілдеріндегі менсонимдердегі кате атаулар мен варианттылық пен аударма

Көптеген жекеменшік иелері уақыт талабына сай дүкен, кафе т.б. атауларын қазақ тілінде беруге тырысады. Көбінесе, қазақ тілін жетік білмеудің салдарынан кате атаулар дүниеге келіп жатады.

Екі тілдің бір-біріне ықпалының тигізген әсерінен көптеген құбылыстар, соның ішінде қателердің пайда болуын М.М.Михайлов айтып кеткен болатын /125/.

Шартты-символдық есімдерде кездескен қателер: “*Жайсан*”, “*Женис*”. А.А.Реформатский ана тілінде жоқ дыбыстарды игерудің баяғыдан қалыптасқан қиындық екендігін айтқан болатын /126, 27/.

Біз қателерді тек қана шартты-символдық есімдерден емес, терминдерден де кездестірдік. Қазақ тілінде дүкен терминнің азық-түлік сөзімен алмастырылып берілетіні жайында айтып кеткенбіз. Сонымен, *азық-түлік, дүкен* сияқты қателер бар.

Бұл жағдайларда сингармонизм заңын білу керек. Егер қазақтың төл сөзі болса, біріккен сөз болмаса, жінішке дауысты дыбыстан келетін түбірлі сөз түгелімен жінішке дауысты дыбыстан тұруы керек, жуан дауысты дыбыстан тұратын түбір түгелімен жуан дауысты дыбыстан тұруы керек. Мысалы, азық, түлік, дүкен.

Қазақ тілі мен орыс тіліндегі дыбыстардың дыбысталу ерекшеліктерін төмендегідей көрсетуге болады:

а) дауысты дыбыстар бойынша қазақ тілінде артқы дауысты дыбыстар *ә, ө, у* ерекшеліктері;

ә) дауыссыз дыбыстар бойынша орыс тілінде дауыссыз дыбыстар жуан-жінішке болып бөлінеді;

б) дауысты дыбыстар мен дауыссыз дыбыстардың ықпалы бойынша қазақ тіліндегі сингармонизм заңы;

в) екпін бойынша орыс тілінде екпін үлкен роль атқарады.

Қазақ тілінде термин шартты-символдық есімнен тұруы керек. Мысалы, “*Қарлығаш*” *кафесі*. Дұрыс емес формада жазылған менсонимдер де кездеседі. Мәселен, *кафесі “Жайсан”*.

Сөз тіркестерінде кездесетін осындай қателердің пайда болуын М.М.Михайлов былай түсіндіреді: “Сөздерді және фразеологизмдерді қолдануда, сонымен қатар сөз тіркесін және

сөйлем құраудағы қателер жатық білмейтін өзге тілде, ауызекі сөйлесуде ойдың алдымен ана тілінде санасында қалыптасатындықтан, сөйлеуші өзге тілде өз тілінің лексика-семантикалық, фразеологиялық және грамматикалық жүйені сақтау салдарынан туындайды” /127, 68/. Яғни орыс тілінде термин шартты-символдық есімнің алдында келгендіктен, қазақ тіліндегі сөз тіркесі конструкциясының орнына, өз ана тіліндегі сөз тіркесі конструкциясын қолданған.

Орыс тілінде термин шартты-символдық есімнің алдында жазылуы керек. Мысалы, *магазин “Медок”*. Бірақ қазіргі кезде орыс тілінде және қазақ тілінде терминдері бар менсонимдерде орыс тіліндегі термин шартты-символдық есімнен кейін тұрған қалпы да кездеседі. Мәселен, *дүкен “Европа” магазин*.

Иесінің есімінің шартты-символдық есім қатарына енген түрлерінде *“Айгерім”, “Айгерим”, “Әйгерім”* варианттары көптеп кездеседі.

Мұндай варианттылық қатарының тізілуін говорлармен немесе басқа тілдің әсерімен ғана пайда болады деп түсінуге болмайтынын К.Бейсенбаева былай түсіндіреді: “Мұндағы ауытқу құбылысы көбінесе орфоэпиямен, қарапайым сөйлеу тілімен, жеке адамдардың жасынан қалыптастырып алған артикуляциялық базасының ерекшеліктерімен, әсіресе, артикуляциясы әртектес фонемалардың бір сөз құрамында қатар келіп орналасуына бір-біріне тигізген әсерімен болып отырады” /128/.

Біз осы ойды бөлісеміз, бұған себеп: осындай атауды беріп отырған, жасынан қалыптастырып алған артикуляциялық базасы бар *“Айгерім”* дүкенінің иесінің ұлты қазақ.

Сонымен, екі тілдің бір-біріне жасалған ықпалының әсерінен қалыптасқан қателер мен варианттылықты айқындау, оларды болдырмаудың мәселелерін шешпейтіні жайында Р.Ш.Табаева былай дейді: “Салыстырылатын тілдердің грамматикалық және лексикалық параллелін анықтау тілді үйренудің кейбір қиындықтарын көрсетеді, бірақ ана тілдің кедергі тудырушы фонетикалық, лексикалық және грамматикалық кешендеріне көңіл аудармайды” /129, 42/.

Сонымен, Алматы қаласының қазақ және орыс тіліндегі тағамхана атауларындағы шартты-символдық есімдерінде, терминдерінде және орын тәртібі бойынша қалыптасқан қателерді төмендегідей жүйемен көрсетуге болады:

Екі тілде кездесетін қате атаулар
17-кесте

қате атаулар мен варианттылық	ШСЕ	%	Т	%	Орын тәртібі бойынша	%
Қазақ тілінде	14	0,7	12	0,6	400	20
Орыс тілінде	-	-	-	-	300	15

Менсонимдерде қателерді болдырмау үшін ереже бойынша берілуін қатаң қадағалау керек және шартты-символдық есімнің немесе терминнің дұрыс жазылуын, орын тәртібінің дұрыс сақталуын жекеменшік иелері ғалымдармен келісе отырып дұрыс берулері қажет.

Қазақ тілінің мемлекеттік дәрежесін алуымен уақыт талабына сай жекеменшік иелері атауларды қазақ тілінде беруі жиі кездеседі, Атаулардың қазақ тілінде баламасын беру аудармашылармен келісе отырып шешілген іс болуы керек. Аударма – бұл түпнұсқаны өзге тіл мәтіні мазмұнының екінші тілде коммуникативті эквивалентінің берілуі. Сонымен, ұқсас атаулардың тілдік ерекшеліктері өзге тіл мен аударма тілінде сәйкес келмейді. Егер бір тілде ғана ерекшелік анықталған болса, ал аудармада өзінше бір стилистикалық бейімделу жасалады; түпнұсқа тілдегі өзіне тән мазмұнын беру тәсілдері аударма тілінің талабына сай тілдік тәсілдермен алмастырылады.

Аудармалық балама деп түпнұсқа мен аударма тіліндегі тең немесе шартты түрдегі мағынасын беретін немесе қызметі бойынша тең келетін сөздер мен сөз тіркестерін түсінеміз. Адамның ойлау қызметінің жемісі болғандықтан бір тілден екінші тілге аудару процесі, әрекеті белгілі бір тәсілдер арқылы жүзеге асады. Аударудың тәсілдерін көптеген ғалымдар өз еңбектерінде атап көрсеткен /130-131/. В.С.Виноградовтің классификациясымен келісе және оны толықтыра отырып /132/, атауларды аударуды салыстыра зерттей келе қазақ тілінен орыс тіліне, орыс тілінен

казак тіліне аударудың төмендегідей тәсілдерін бөліп көрсетпекпіз:

- 1) транслитерация;
- 2) эквивокабульді (балама);
- 3) эквивокабульсіз (еркін).

Транслитерация деп құбылысты объектінің білдіретін сөзін тікелей қолдану немесе оның түбірін аударма тілі әрпінің қосымшасымен үйлескен түрде берілуін айтамыз. Транслитерация аудармада мекеме орындарының белгілі бір мемлекетке атау беруі үшін, яғни қоғамдық-саяси өмірде ұғымдар мен заттардың атауларын дұрыс аудару үшін қолданылады. Транслитерация атаудың түпнұсқаға сәйкес немесе керісінше және ұғым атауының аударма тіліндегі сәйкестігі жоқ болғанда қолданылады. Бұл тәсіл әсіресе антропоним, топонимдердің т.б. онамастиканың басқа салаларынан қалыптасқан менсонимдерді аударма тілінде беру үшін қажет. Мысалы, «*Ольгәнікінде*» дүкені - магазин «*У Ольги*», «*Яна*» дүкені – магазин «*Яна*», «*Әйгерім*» дүкені - магазин «*Айгерім*», «*Абабка*» кафесі - кафе «*Абабка*».

Қазіргі кезде прецедентті атаулар және объектінің ерекшелігіне байланысты атаулар көп. Оларды аудару үшін эквивокабульді және эквивокабульсіз тәсілдерін қолданамыз. Эквивокабульді дегеніміз түп нұсқалы сөзге аудармадағы сөздің немесе сөз тіркесіне – сөз тіркесінің сәйкес келіп, барлық компоненттерінің сақталуын, атаудың прагматикасының өзгермеген қалпындағы толық аударма тәсілін айтамыз. Бұл тәсілде түпнұсқа атау мағынасы аударма атау мағынасына сәйкес келеді, мысалы, «*Алтын бұзау*» кафесі - кафе «*Золотой теленок*», «*Үміт*» кафесі - кафе «*Надежда*».

Эквивокабульсіз тәсілі деп түпнұсқа атауындағы сөзге аударма атауындағы сөз тіркесін немесе керісінше, түпнұсқа атауындағы сөз тіркесіне аударма атауындағы сөз сәйкес келгенді айтамыз. Эквивокабульсіз тәсілде түпнұсқа атауында берілген хабар түбегейлі немесе біршама өзгеруі мүмкін. Бұл тәсілді қолдануда түпнұсқа атауындағы сөздердің аударма атауында келуі немесе артуы мүмкін. Эквивокабульді немесе эквивокабульсіз аудару тәсілдерін қолданғанда жоғарыда айтып кеткен өзгерістер болғанымен, жалпы алғанда атаулардың қызметі өзгермейді. Мысалы, «*Жасыл тоты құс*» дүкені - магазин «*Зеленый попугай*». Аударманың өзгеше, өзіндік және дербес ауыз-екі сөйлеу өнерінің бір түрі деген оймен келісуге болады. Бұл өнер түп нұсқаның

басқатілде берілу өнері. Түпнұсқа мен аударманың толық сәйкестігі болуы мүмкін емес. Жалқы есімдерді транслитерация тәсілімен аудару басқа тәсілдерге қарағанда дыбыстық формада ұлттық өзгешіліктің кейбір жақтарын сақтап қалады. Мәселен, «*Абзал кафеі*», «*Қаракөз кафеі*», «*Мекемтас*» дүкені, «*Наурыз*» дүкені, т.б. Эквивокабульді емес тәсілде атау түбегейлі өзгертіліп берілуі мүмкін. Мысалы, *кафе «Любимый город»* - «*Алматы жаным*» кафеі. Қазақ тілінде тәуелдік формасы I жақта беріліп тұр: жаным, ал орыс тілінде тәуелдік форма жоқ. Қазақ тілінде қай қала екендігі көрсетілген, ал орыс тілінде көрсетілмеген. *Кафе «Любимый город»* сөзбе-сөз аударсақ, «*Сүйікті қала*» кафеі болып шығады немесе «*Алматы жаным*» кафеі - *кафе «Любимый мой Алматы»*.

Денотаттары қазақ және орыс тілінде, ал оними ағылшын тілінде транслитерацияланған менсонимдер де кездесті. Мәселен, «*Daulet*» дүкені, магазин «*Sacha*». Денотаты ағылшын және қазақ тілдерінде беріліп, ал оними ағылшын және орыс тілдерінде берілген менсоним де кездесті. Мысалы, *restaurant “The old taverna”* - “*Старая таверна*”; *мейрамхана “The old taverna”*.

Сонымен аталған аударма тәсілдерін дұрыс қолданған тиімді. Әсіресе транслитерация тәсілін қолдана білгенде «*Айгерім*», «*Әйгерім*» сияқты варианттылықтар жойылады.

3.6 Менсонимдерді дұрыс беру үшін қойылатын талаптар

Кез келген жалқы есім, соның ішінде менсоним де уақыттың, тілдің, тарихтың өзгеріс куәсі, әр халықтың өзіндік мәдениеті мен дәстүрінің көрсеткіші. Сол себепті әр атауды ұқыппен таңдау керек.

Жақсы атау көпшілік тамақтану, сауда орындарының жақсаруына себепкер бола алады, ал ойланбай тағылған атау келушілердің құлағына жағымсыз тисе, ұтыс әкелудің орнына шығыс әкелуі мүмкін. Мысалы, «*Баракуда*» кафеі мағынасы түсініксіз, құлаққа жағымсыз естілгеннен келушілерді өзіне тартуы мүмкін емес. Атау таңдағанда жекеменшік иесі осы қателерді жібермеу үшін бірнеше талаптарды ескерулері керек:

1. Әр атау объектінің орналасқан қаласының қайталанбас ерекшелігін, даму мәдени-тарихынан хабар беруі тиіс;

2. Объектінің қызметі, орналасқан орны, тауар түрі жайлы белгілі бір хабар беруі керек, яғни әр атау уәжделген болуының

салдарынан, келушілерге объектінің ерекшелігімен санаспайтын хабар бермеуі керек;

3. Кез келген атаудың айтылуы оңай, тез есте қалатындай болғаны дұрыс;

4. Жаңа атаулар қалыптасқан ұлттық менсонимдік жүйені толтыруы керек. Ол үшін осы жүйені бұзатын АРС, Страдивари, Ог-Са менсонимдерінен арылуы жөн;

5. Кез келген жаңа атау қазақ тілінде немесе орыс тілінде қалыптасқан сөзжасам, синтаксис талаптарына сай болуы шарт. Қазақ және орыс ономастикасында қалыптасқан онимдеу әдістерін ұстану керек, атап айтқанда, лексика-семантикалық, синтетикалық, ономастикалық, аббревиация;

6. Әр объектінің атауы қайталанбауы немесе дублеттері болмауы тиіс. Мысалы, біз жинаған материалдар бойынша Айнүр есімі он рет, Әйгерім есімі жиырма рет кездесті, яғни туындап отырған түсінбеушілік жоғарыда аталған есімдер «дүкені» объектісіне тиесілі;

7. Менсонимдердің ерекшелігі объектілер ұсынып отырған тауар және қызмет үлгілері жайлы хабар беруінде. Сондықтан атаулар келушілердің көңілін өзіне аударып, қызығушылық тудырғаны дұрыс. Менсонимдердің атқаратын қызметінің жарнамалық түрін атау берушілері ескергені жөн;

8. Атаулардың қалыптасуы сәтінде кез келген идеологиялық көзқарастар әсерінен арылғаны жөн. Тарих өзгеруіне қарай идеологиялық көзқарастар әсері жойылды;

9. Атаудың қазақ тілінде қалыптасып, тағылғаны қазақ халқының мәдениеті - тарихы, дәстүрлері жайлы хабар бергені дұрыс болар еді.

Біз ұсынған талаптардың бәрі орындалмаса да бірнешеуін ұстану атау берушінің ең тәуір атау беру вариантын таңдауға жол ашар еді. Жаңа тағамхана атауларының қалыптасуы ойланып, таразыға салынған іс болуы тиіс. Себебі әр атау халықтың тарихы – мәдениеті, экономикасы, дамуы ұрпақтар алдында тарта алатындай хабар бергені жөн. Қазірдің өзінде кафе, бар, дүкен атауларының ұтымды берілуі өсіп келе жатқан ұрпақтар санасында дұрыс емес ой түзуі мүмкін. Тілдің заңдылықтарын біліп ескерулері әр атау берушіге шарт, себебі қате атаулар тілдің көркін бұзып, жалған хабар береді.

ТҮЙІН

Біз жинаған материалдар бойынша тағамхана атауларында екіншілік атау процесінің орын алатынын анықтадық. Екіншілік атау объектілердің ұқсастық белгілерінің бұрынырақта қолданылып жүрген сөздер арқылы берілуімен жасалатынын байқадық. Екіншілік атау процесі екі түрлі жолмен іске асады: 1) семантикалық, яғни бір объекті атауының екінші бір объектіге ұқсастық немесе уәждерінің бірдей болуы салдарынан ауысуы. Мысалы, асыл ана – “*Асыл ана*” кафесі. 2) морфологиялық, аффикстер немесе біріккен сөздер, аббревиатуралар арқылы ауысуы. Мысалы, жақсар – “*Жақсар*” дүкені.

Атау болып қалыптасуына белгілі бір уәждер ықпал жасайды. Сонымен уәжелген және уәжелмеген атаулардың барын анықтадық. Уәж түрлерін екіге бөлуге болатынын анықтадық: 1) баға беру уәжі. Мысалы, хороший – “*Хороший*” дүкені. 2) ономастикалық уәж. Мысалы, Сайран көлі – «*Сайран*» дүкені. Уәжелген атауларды да төртке бөлуге болады: 1) орналасқан орнын көрсетпейтін топонимдік атаулар; 2) объектінің ерекшелігін көрсетпейтін апеллятивтерден жасалған атаулар; 3) тауар түрін көрсетпейтін фитофорды атаулар; 4) тауар түрін көрсетпейтін зооморфтық атаулар.

Атақты жазушылардың әр түрлі жанрада жазылған шығармаларының, өлең, қанатты сөздердің, кинофильм, мультфильм атауларының т.б. менсонимдерде кеңірек қолданылып жүргенін анықтадық. Мұндай атаулар прецедентті деп аталады. Прецедентті атауларды қолданудың екі түрін анықтадық: интерполяция – көркем фильм атауларын, өлең, қанатты сөздерді т.б. атау ретінде еш өзгеріссіз енгізілуі және реминисценция – көркем фильм атауларының, өлең, қанатты сөздердің т.б. формасын өзгертіп, атау ретінде енгізілуі. Реминисценциялық әдістің өзі екіге бөлінеді: квантитативті (мөлшерлік), квалитативті (сапалық).

Прецедентті атауларды шығу аясына қарай төрт топқа бөлуге болатынын білдік: а) әдеби шығарма атауларынан; ә) көркем фильм, мультфильм, телебағдарламалардан; б) өн шумақтарынан; в) нақыл сөздерден.

Көпшілік тамақтану, сауда-саттық орындары денотаттарының қалыптасу кезеңін үшке бөліп қарастырудың тиімділігін анықтадық. Қазіргі кезде қолданысқа енген *салун* денотатының

шығу тегін анықтау қажеттілігін байқадық. *Бистро* терминінің қазақша баламасы табылмай, атау беруші жекеменшік иелері *тез ас, асхана, дәмхана* сөздерін қазақша баламасы ретінде қолданып жүр. Бұл мысал менсонимдерді әрі қарай зерттеудің қажеттілігінің дәлелі болып табылады. Атау беру процесінің үш нәрсенің (денотат, оним, ұғым) қатынасы арқылы іске асатынын байқадық. Себебі жалқы есімдер мағынасы бір жағынан белгілі денотаттың ерекшелігімен, екінші ономастикаға жататындығымен анықталады. Бірінші тарауда қарастырылған лексика-семантикалық топтаудан басқа объектінің ерекшелік қатынасын көрсететін менсонимдерді төртке бөлуге болатынын анықтадық:

1) адамның ас қабылдау әрекетіне байланысты; 2) тағам түріне байланысты; 3) кездесу орнын көрсетуіне байланысты; 4) объектінің көлемін, сапасын көрсетуіне байланысты.

Атауларды уақыт ағымына қарай салыстыра зерттеу тиімділігін аңғардық. Екі тілге тән ортақ заңдылықтар мен ерекшеліктерін анықтадық. Қазақ және орыс тілдеріндегі қате атаулар мен варианттылықтың қалыптасу себебін анықтадық. Аударма ісінің атауларды дұрыс берудегі қызметінің зор екендігін байқадық. Сонымен қатар атаулардағы аударманың үш тәсілі арқылы іске асатынын анықтадық: а) транслитерация; ә) эквивокабульді; в) эквивокабульсіз. Жалқы есімдерді транслитерация тәсілімен аудару басқа тәсілдерге қарағанда дыбыстық формада ұлттық өзгешіліктің кейбір жақтарын сақтап қалатынын айқындадық. Тағамхана атауларын бір жүйеге келтіру үшін, қате атаулар мен варианттардың түзілмеуі мақсатында бірнеше талаптар ұсынылады:

1. Атау объектінің орналасқан қала ерекшелігін көрсетуі керек;
2. Объектінің уәжделген болуы, яғни орналасқан орнын, қызметін т.б. жайынан хабар беруі керек;
3. Атаудың айтылуы, есте сақталуы оңай болуы тиіс;
4. Жаңа атаулар қалыптасқан ұлттық менсонимдік жүйені толтыруы керек;
5. Атау қазақ тіліндегі немесе орыс тіліндегі сөзжасам, синтаксис талаптарына сай болуы керек;
6. Объекті атауы қайталанбауы немесе дублеттері мен варианттары болмауы керек;
7. Атау жарнамалық қызметін атқаруы тиіс;

8. Атаудың қалыптасуына идеологиялық көзқарастар әсер етпеуі керек;

9. Атаулар қазақ халқының тарихы, мәдениеті, дәстүрі жайында хабар бергені жөн.

ҚОРЫТЫНДЫ

Алматы қаласындағы қазақ және орыс тілдеріндегі тағамхана атауларын салыстыра отырып қарастыру көптеген ғылыми тұжырымдар жасауға негіз болатын материалдар барын көрсетті.

Біз жинаған материалдар бойынша менсонимдерді тақырып жағынан топтастырып, олардың лексика-грамматикалық ерекшеліктері мен номинациялық принциптерін, құрылымдық типтерін, жасалу жолдарын, екі тілдегі менсонимдерге тән ортақ заңдылықтары мен ерекшеліктерін қарастыра отырып, қате атаулар мен варианттылықты айқындай отырып, төмендегідей тұжырымдарға келдік:

1. Әр кезеңдегі тағамхана атауларының өз денотаттары бар екендігін аңғардық. Кеңес дәуіріне дейінгі сауда-саттық орындарының денотаттары: дүкен, торговля, балаган, пекарня, булочная, лавка, лабаз. Кеңес дәуірі кезіндегі сауда-саттық денотаттар - дүкен, гастроном, универсам, бакалея, павильон, лавка, ларек, лабаз. Қазіргі кездегі сауда-саттық денотаттар - дүкен, лавка, шағын маркет, универсам, супермаркет, гипермаркет. Лавка денотатының үш кезеңге де қатысты екендігін анықтадық. Ал гипермаркет, шағын маркет, супермаркет, салун - жаңа кезең денотаттары. Осы денотаттардың ішінде гипермаркет, шағын маркет денотаттарының анықтамалары екі тілде де жоқ болып шықты. Ал көпшілік тамақтану орындарының денотаттарын алып қарасақ, кеңес дәуіріне дейінгі денотаттар – асхана, сыраhana, шайхана, дәмхана, харчевня, буфет. Кеңес дәуірі кезіндегі және қазіргі кездегі көпшілік тамақтану денотаттарының айырмашылығы буфет, шайхана денотаттарының жойылып, орнына пиццерия, бистро денотаттары қалыптасқан. Жинаған материалдар бойынша қала тасының қалану кезінен қазірге дейінгі уақытта денотаттарының жетілу кезеңі болып табылады. Термин деп атауға жатпайтын “торговля”, “балаган”, “лавка” немесе “чайная”, “булочная” сөздері кеңес дәуіріне дейінгі кезеңде қолданса, 1920 - 1950 жылдары кейбір “лавка”, “ларь” сөздері сақталғанымен, “дүкен”, “асхана” терминдері жаңа серпінмен

колданыла бастады, ал 1951 - 1990 жылдары “дүкен”, “мейрамхана”, “асхана” терминдері қолданылған, қазірге кезде “дүкен”, “шағын маркет”, “супермаркет”, “минимаркет”, “мейраhana”, “кафе”, бар терминдері қолданылып жүр.

Көптеген объектілердің жалқы есімі, яғни жеке атауы болады. Бұл ерекшелік объектінің қоғамдық маңыздылығымен анықталады. Жалқы есімнің денотативтік мағынасы, олардың объектімен тікелей байланысы бұл лексикалық категорияның номинативті-теңестіру міндетімен анықталады. Пропорционалды бірліктер жалқы есімдерде атау ретінде негіз болған жалпы есімдер ұғымынан алшақ, бірақ әр атау онсыз дискурста қызмет көрсете алмайтын тектік белгіленушімен байланысқан. Жалқы есімдер мағынасы бір жағынан белгілі денотаттың ерекшелігімен, екінші жағынан ономастикаға жататындығымен анықталады. Жалқы есімдерде “атау - объекті” байланысы үстем. Сондықтан аталынып тұрған объекті мен оның ұғымы аясында атаулардың әр түрлі коннотациялары топталады. Жалқы есімдерді дұрыс түсіну үшін кімді немесе нені белгілейтінін жақсы түсіну керек. Мұны білмеген жағдайда ауызекі сөйлеуде қай объекті жайлы сөз қозғалғаны белгісіз болады. Менсонимдік оним мен денотат бір объектімен байланысқан. Оним мен денотаттың міндетті түрде іс қағаздарында тіркелуі керек, ал ауыз-екі сөйлеуде оның біреуі қолданылмауы мүмкін. Бұл объектінің қаншалықты сатып алушыларға белгілігіне байланысты екендігінен болатынын анықтадық. Оним мен денотат объект жайлы екі бөлек хабар береді: оним нақты бір объектіні білдіріп, адрестік қызметін атқарса, денотат біртектес объекті ұғымын білдіреді.

2. Тағамхана атауларын тақырып жағынан топтастырғанымызда әр кезеңде әр түрлі топ болғанын анықтадық.

Кеңес дәуіріне дейінгі кезеңде үш топ анықталды:

- 1) басқа жағдаяттарға байланысты;
- 2) теонимдік;
- 3) денотатына байланысты.

Саны жағынан бұл үш топтың ішінде басқа жағдаяттарға байланысты менсонимдер - 552 бірлік, ал теонимдік – 32 бірлік, денотативтік – 36 бірлік. Басқа кезеңдегі менсонимдерден айырмашылығы бұл кездегі тағамхана атаулары тек қана орыс тілінде. 1920-1950 жылдар аралығындағы тағамхана атауларын да лексика-семантикалық жағынан үш топқа бөлуге болады:

1. басқа жағдаяттарға байланысты;
2. топонимдік;
3. денотатына байланысты;

Бұл кезеңдегі менсонимдердің жалпы саны - 610 бірлік, оның үшеуі топонимдік, біреуі денотативіне байланысты, 606 бірлік әр түрлі жағдаяттарға байланысты.

1950 -1985 жылдардағы тағамхана атаулары қазіргі кездегі менсонимдерге лексика-семантикалық жағынан жақын. Бұл кезеңдегі менсонимдерді 5 топқа бөлуге болады:

- 1) тауар түрін көрсететін;
- 2) жалқы есімдерден қалыптасқан;
- 3) денотат түрлерін ескеретін;
- 4) әр түрлі жағдаяттарға байланысты;
- 5) нөмірленген тағамханалар.

1985 - 2001жылдардағы менсонимдер 1950 - 1985 жылдардағы менсонимдерден айырмашылығы лексика-семантикалық жағынан топтастырылуы бойынша 4 топшаға артық:

- 1) теонимдік менсонимдер;
- 2) урбанонимдік менсонимдер;
- 3) этнонимдік менсонимдер;
- 4) прагмонимдік менсонимдер.

1985 - 2001жылдардағы менсонимдер саны 2000 бірлік.

Кісі есімдерінен қалыптасқан саны - 1484 бірлік, оның ішінде екі тілде теңдей - 742. Жер-су атауларынан - 100 бірлікті, 5 пайызды құрайды. Оның ішінде екі тілде теңдей - 50 бірліктен. Жануарларға байланысты қалыптасқан менсонимдердің саны - 70 бірлік. Оның ішінде қазақ тілінде - 15 бірлік, ал орыс тілінде - 55 бірлік. Өсімдіктерге байланысты тағамхана атауларының саны - 8 бірлік. Қазақ тілінде екі бірлік, орыс тілінде - 6 бірлік. Көше атауларынан қалыптасқан менсонимдер - 3 бірліктен тұрады. Менсонимдердің бұл түрі тек қана орыс тілінде. Аспан шырақтарына байланысты қалыптасқан менсонимдер 10 бірлік. Оның ішінде қазақ тілінде - 3 бірлік, ал орыс тілінде - 7 бірлік. Көркем фильмдер мен мультфильмдердің, шығармалардың атауларына т.б. байланысты қалыптасқан менсонимдер саны - 30 бірлікті құрайды. Оның ішінде қазақ тілінде - 2 бірлік, орыс тілінде - 28 бірлік. Басқа жағдаяттарға байланысты қалыптасқан менсонимдер саны - 290 бірлік. Оның ішінде қазақ тіліндегі менсонимдер саны - 187 бірлік, ал орыс тілінде - 103 бірлік.

Сонымен, 1985 - 2001 жылдардағы менсонимдерді тақырыптық топтастыру бойынша әр тақырыптағы менсонимдер саны бірдей емес. Қазақ тіліндегі менсонимдер қатарының кісі есімдерінің, жер-су атауларынан, өсімдік, жануарлар атауларынан, аспан шырақтары мен пері, құдайларға және көркем фильмдер мен мультфильмдерге, басқа жағдаяттарға байланысты қалыптасқанын көреміз. Ал орыс тіліндегі менсонимдердің қазақ тіліндегі менсонимдерден айырмашылығы - көше атауларына байланысты қалыптасқан менсонимдердің кездескендігі.

Кеңес дәуірі кезіндегі дүкендерді нөмірлеу қазіргі кезде де сақталған. Бірақ дүкендерді нөмірлеудің жаңа формалары да қалыптасқанын анықтадық. Қазіргі кезде иесінің есімімен бірге дүкеннің бұрынғы нөмірі бар менсонимдер де, айтылуы оңай болу үшін өзгертілген формалары бар менсонимдердің де бар екендігін дәлелдеп көрдік.

3. Менсонимдерді құрамына қарай талдағанымызда, кеңес дәуіріне дейінгі кезеңдегі менсонимдердің басқа кезеңдегі тағамхана атауларынан айырмашылығы бар екендігін байқадық. Оним, денотат, ұлты, аты-жөні немесе оним, денотат дәрежесі, аты - жөні бар екендігін анықтадық. Олардың иесінің есімі, шартты-символдық есім және термин. Қазіргі менсонимдерде тек қана екі компоненттің, яғни шартты-символдық есім терминнің қолданылған формасы басым екендігін айқындадық. Әр компонентіне жеке тоқталып, олардың дара және күрделі, негізгі және туынды болып бөлінетінін дәлелдермен келтірдік. Шартты-символдық есімдер жасауда көне қосымшалар мен қолданыстан қалмаған қосымшалар қолданылғанын анықтадық. Тағамхана атауларында синтетикалық, аналитикалық тәсілдермен қатар тілдің басқа салаларында кездесе бермейтін тың тәсілдердің қолдануы орын алғандығын айттық. Олар - менсонимизация, трансонимизация және трансменсонимизация. Шартты-символдық есім жалпы есімнен де, жалқы есімнен де қалыптасуы мүмкін. Жалпы есім шартты-символдық есім ретінде қолданылып, тек қана бір ұғымды білдіріп қоймай, белгілі бір объектіні білдіруші, соған нұсқаушы қызметін де атқаратынын байқадық.

Сонымен қатар шартты-символдық есімдердің бір текті объектілерді жекелеу, ал терминдердің бір текті объектілерді жалпылау, олардың ортақ бір тегін көрсетуші қызметін атқаратындарын анықтадық.

4. Қажет емес бірліктерді қысқартып, тиянақты ойды білдіретін тілдік құбылыс аббревиатуралардың менсонимдердің қалыптасуында үлкен мәні бар екендігін анықтадық. Біз жинаған материалдар бойынша шартты-символдық есімдер және терминдер қатарына жататын аббревиатура бар екендігін дәлелдедік. Аббревиатуралық шартты-символдық есімдердің жалпы көпшілік қауымға емес, тек қана белгілі бір адамдар арасында толық формасының түсініктілігін айқындадық. Аббревиатуралық терминнің аббревиатуралық шартты-символдық есімдерден көпшілік қауымға түсініктілігімен ерекшеленетінін келтірдік. Аббревиатуралық менсонимдер жасалу жолдарына қарай үш түрге бөлінетіні көрсетілді. Олар – әріптік, буындық және аралас. Аббревиатуралық менсонимдер құрамына қарай қос компонентті және көп компонентті болып бөлінетінін айқындадық.

5. Екіншілік атаудың екі түрі бар екендігін анықтадық. Семантикалық екіншілік атау тілде бар сөздің трансформациялануы немесе лексикалық бірлікті қолдану арқылы жасалатынын, бір объекті атауының екінші бір объектіге ауысуы ұқсастықтарымен немесе уәждерінің бірдей болуымен түсіндірілетінін анықтадық.

Морфологиялық екіншілік атау белгілі бір аффикстер, біріккен сөздер, сөздердің белгілі бір элементтерінің қысқаруы арқылы жасалатынын дәлелдедік. Жиналған материалдар бойынша атау беру уәжінің екі түрі бар екендігін айқындадық.

Бағалау уәжі белгілі бір объектінің атауы оны анықтайтын сипатымен уәждену арқылы жасалатынын анықтадық.

Ономастикалық уәж жалқы есімнің жалқы есімнен қалыптасу процесі екендігін айттық.

6. Әр түрлі жанрда жазылған белгілі жазушылардың шығармалары, кинофильм, өн, қанатты сөздер т.б. көпшілік тамақтану және сауда-саттық орындары атауларының қалыптасуына ықпал жасайды. Мұндай атаулар прецедентті атаулар деп аталады. Прецедентті атау белгілі бір объектіні атау, басқа объектілерден жекелеу, адамдардың санасына прецедентті атаудың бастапқы мағынасы арқылы ықпал жасап, объектіні таныту мақсатында хабарлама-жарнамалық қызметін атқаратынын анықтай алдық. Прецедентті атаулар бастапқы мағынасының мәтін аралық байланысы арқылы жүзеге асады. Жиналған материалдар бойынша мәтін аралық байланыстың екі түрі бар: интерполяция

және реминисценция. Реминисценцияның өзі екіге бөлінеді: квантитативті және квалитативті.

Прецедентті атаулардың шығу тегі аясына қарай келесі топтарға бөлуге болатынын айқындадық: 1) әдеби шығармалар атаулары бойынша; 2) кинофильм, мультфильм атаулары, телебағдарлама бойынша; 3) ән шумақтары бойынша; 4) нақыл сөздер бойынша.

7. Кеңес дәуіріне дейінгі менсонимдер көмескі. Бұл кездегі менсонимдердің әлі жөнді қалыптаспағаны салдарынан сататын тауар түрлері бөлек-бөлек көрсетілген. Екінші бір ерекшелік сауда-саттықпен айналысу жанұялық іс болғанын байқадық. Ол кездегі тағамхана атауларында тек жанұя басшысы есімі ғана көрсетілетін болған. Кейбір менсонимдерде жекеменшік иесінің туыстық термині қолданылғанын анықтадық.

Кеңес дәуірі орнауымен жекеменшік орындары мемлекеттік иелікке көшіп, атауларын өзгертті, яғни революциялық көзқарастың өзінше бір насихаттаушы ролін атқарушысы болғанын айқындадық. Жалқы есімдер аталмыш денотаттардың кеңес өкіметіне қатынасын, революциялық көзқарасты көрсету міндетін атқарушы болған.

30-шы жылдардан бастап күнделікті қызмет көрсетуші көпшілік тамақтану, сауда-саттық орындарын ажырату үшін сан есімдер қолданылғанын анықтай алдық. Тек кейбірі ғана шартты-символдық есімге жарнамалық мақсатта ие болған.

40-шы жылдардан бастап күнделікті қызмет көрсеткіші көпшілік тамақтану, сауда-саттық орындарының артуына байланысты әр түрлі ұйымдар мен тірестерге бекітілгені анықталды.

80-шы жылдардан бастап объекті ерекшелігін, орналасқан орнын ескеріп атау беру арта түскенін байқадық.

Еліміз тәуелсіздік алғаннан кейін демократиялық мемлекет орнап, объектілер жеке адамдар иелігіне көше бастады. Жеке адамдар есімі кеңес дәуіріне дейінгі кездегідей жеке атауларда қолданыла бастады. Бірақ кеңес дәуіріне дейінгі кездегідей туыстық термині қолданылмағанымен туысқандар есімі атауларда шартты-символдық есімге өзінше бір символ ретінде енген, объектінің ортақ жекеменшік иелер есімі, туысқандар есімі аббревиатура түрінде атауларда қолданылғанын анықтадық. Қазіргі кездегі атаулардың қалыптасу шегінің өсуін прецедентті атауларды көптеп қолданудан байқауға болатынын көрсеттік.

8. Қазақ тілі мен орыс тілі туыс емес тілдер қатарына жатса да, менсонимдерге тән ортақ заңдылықтары бар екендігін анықтадық. Бұл заңдылықтар атаулардың сөйлемдегі атқаратын қызметіне байланысты болып шықты. Бірнеше сөзден тұратын шартты-символдық есімдер терминсіз беріліп, ауызекі сөйлесуде қолданысқа түссе, қанша сөзден тұрмасын бір-ақ сұрақ қойылып, сөйлемнің бір мүшесі болатынын анықтадық. Егер термин де, шартты-символдық есім де бар болса, ауызекі сөйлесуде екеуі бірігіп, сөйлемнің бір-ақ мүшесі болып, бір сұраққа жауап береді немесе әрқайсысына жеке-жеке сұрақ қойылып, сөйлемнің екі түрлі мүшесі бола алатынын айқындадық. Екінші ортақ заңдылық атаулардың жазылу ережесіне байланысты.

9. Ортақ заңдылықтарымен бірге ерекшеліктері де бар екендігін анықтадық. Бұл сөздердің орын тәртібімен байланысты. Қазақ тілінде термин шартты-символдық есімнен кейін, ал орыс тілінде, керісінше, термин шартты-символдық есімнің алдында жазылуы тиіс екендігін көрсеттік. Екінші бір ерекшелік - сөз тіркестеріндегі сөздердің байланысуында. Қазақ тілінде ілік жалғауының жасырын түрі мен тәуелдік жалғаулы формада келіп байланысса, орыс тілінде еш жалғаулықсыз орын тәртібімен байланысқаны белгілі болды.

Үшінші ерекшелік - ауызекі сөйлесуде орыс тілінде бір терминнің орнына сын есім формасында зат есім қызметін атқаратын сөз болса, қазақ тілінде тақтайшаларда зат есім формасында қолданылған сөз тұрғанымен, ауызекі сөйлесуде қолданылмайтынын анықтадық.

10. Көптеген жекеменшік иелері уақыт талабына сай өз иелігіндегі объектілерінің атауларын қазақ тілінде беруге тырысқанымен, тілді жетік, қазақ тілінің үйлесу заңын білмегеннің салдарынан қате атаулар қалыптасқанын байқадық. Қателер шартты-символдық есім мен терминдерде жіберілген. Сонымен қатар, компоненттерінің орын тәртібінен де қателер кездесті. Мұны жекеменшік иелерінің алдымен өз тілінде сөз тіркесінің конструкцисын құрап, сонан кейін қазақ тіліне аударғанының салдарынан деп ойлаймыз. Шартты-символдық есім қатарына өзінше бір символ ретінде енетін иесінің есімдерінде варианттылық кездеседі. Мұндай варианттылық жеке адамдардың жасынан қалыптастырып алған артикуляциялық базасының ерекшеліктерімен, орфоэпиямен, қарапайым сөйлеу тілімен қалыптасқандығын анықтадық. Атаулардың дұрыс берілуіне жету

үшін аударманы қолдану керек екендігін анықтадық. Аударманың үш тәсілі біз жинаған материалдарды қазақ тілінен орыс тіліне, орыс тілінен қазақ тіліне аудару үшін қажет. Олар: 1) транслитерация тәсілі; 2) эквивокабульді тәсіл; 3) эквивокабульсіз тәсіл. Транслитерация тәсілін қолданудың антропоним, топоним т.б. ономастиканың басқа салаларынан қалыптасқан менсонимдерді аударғанда өте тиімді екендігі көрінді. 1998 жылы 22 қыркүйек айында қабылданған тіл туралы заңның 27-ші бабына сәйкес менсонимдерді дұрыс не тек қана қазақ тілінде, болмаса екі тілде бірдей тағамхана атауларының компоненттерін дұрыс бере білуіміз керек. Жекеменшік иелерінің тақтайшада менсонимдерді дұрыс көрсете білуі көпшілік көкейіне қонуы керек.

Қорыта келе, тағамхана атауларын зерттеп, бір жүйеге келтіріп, дұрыс жазылу емлесін анықтау - қазіргі уақыт талабына сай сұраныс тудырып отырғандығының айғағы.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР

1. Подольская Н.В. Словарь русской ономастической терминологии. -М.: Наука, 1977. 198 с.
2. Подольская Н.В. Словарь русской ономастической терминологии. -М.: Наука, 1988. С. 7.
3. Жанұзақов Т. Қазақ тілі ономастикасының негізгі проблемалары. Дисс...ф.ғ.д. -Алматы, 1976. 23 б.
4. Попова В.Н. Структурно-семантическая природа топонимов Казахстана (сравнительно-историческое исследование). Автореф. дисс... д. ф. н. -Алматы, 1997. С.7.
5. Рысбергенова К.К. Историко-лингвистический анализ топонимов Южно-Казахстанской области. // На материале западных районов. // дисс...к.ф.н. -Алматы, 1993. С. 8.
6. Никонов В.А. Нерешенные вопросы ономастики Поволжья // Ономастика. -Ульяновск, 1969. С.196.
7. Карпенко Ю.А. Современное развитие русской ономастической системы // Актуальные вопросы Российской ономастики. -Киев, 1968. С.24.
8. Гордеева Н.Г. Некоторые особенности современной урбанонимии. // Ономастика Поволжья. -Волгоград : Перемена, 1998. С. 66.
9. Широков А.Г. Городская неофициальная микротопонимия. // Ономастика Поволжья. -Волгоград : Перемена, 1998. С. 71.
10. Василевский А.Л. Ономастика Поволжья, -Саранск, 1976. С.4.
11. Қазақша-орысша терминологиялық сөздігі. 22 т. -Алматы, 2000. 127 б.
12. Отин Е.С. Из истории русской эргонимии. // Ономастика. Материалы к сер. "Народы и культуры" вып. XXV в. 14 // М., 1993 с. 110-123
13. Соболева Т.А., Суперанская А.В. Товарные знаки. -М., 1986. С.46.
14. Букчина Б.З., Золотова Г.А. Слова на вывеске. Русская речь, 1968. № 3
15. Шмелева Т.В. Язык города. Наименования магазинов. - Красноярск, 1985. С.13.
16. Москович В.А. Товарные знаки. // Ономастика. -М.: Наука, 1969. С. 214.

17. *Горбаневский М.В.* Русская городская топонимия. -М., 1996. С.29.
18. *Горбаневский М.В.* В мире имен и названий. —М., 1987. 206 с.
19. *Белей О.О.* Сучасна українська ерґонімія. Автореф. дисс... к.ф.н. -Львів, 2000. 24 с.
20. *Яловец-Коновалова Д.А.* Названия коммерческих предприятий: ономастическая классификация и функционирование в современном русском языке. Диск.ф.н. - Челябинск, 1997. 148 с.
21. *Земскова С.В.* Лексико-семантический и словообразовательный анализ эргонимов г. Тольятти Самарской области Российской Федерации дис...к.ф.н. -Тольятти, 1998. 198 с.
22. *Астафьева И.А.* Способы номинации в речевой ситуации города (на материале ойкодомонимов г. Омска). Дисс...к. ф. н. МПИ.1996. 148с.
23. *Есенқұлов А.* Кейбір мекеме және ұйым аттарының жасалу жолдары. // Қазақ ономастикасының мәселелері. -Алматы, 1986, 109-115б.
24. *Алехторов А.Е.* Имена киргизов. Оренбургский листок. 1868, №4.
25. *Диваев А.А.* К вопросу о наречении имен у киргизов. "Туркестанские ведомости" 1916, №206.
26. *Бартольд В.В.* Очерк истории Семиречья. -Фрунзе, 1948. 106 с.
27. *Уәлиханов Ш.Ш.* Собрание сочинения. Т.1., 1961. 205 с.
28. *Самойлович А.И.* К вопросу о наречении имен у турецких племен. "Живая история", 1911. 125 с.
29. *Жанұзақов Т.* Қазақ есімдерінің тарихы (лингвистикалық және тарихи-этнографиялық талдау) -Алматы: Ғылым, 1971. 218 б.
30. *Жубанов К.* Исследования по казахскому языку. -Алма-Ата: Наука, 1966. 196 с.
31. *Кеңесбаев І.* Қазақ тілі туралы зерттеулер. -Алматы, 1987. 126б.
32. *Аманжолов С.* Вопросы диалектологии и истории казахского языка.-Алма-Ата, 1967. 115 с.
33. *Мұсабаев Ф.Ф.* Қазақ тілі мен графикасы тарихынан, 1 бөлім. -Алматы, 1966. 106 б.
34. *Айдаров Г.* Язык орхонского памятника Бильге—Кагана. -Алма-Ата: Наука, 1966. 115 с.

35. *Әбдірахманов Ә.* Қазақстанның жер-су аттары. -Алматы, 1959. 150 б.
36. *Конкашбаев Г.К.* Географические названия монгольского происхождения на территории Казахстана. // Известие АН Каз ССР серия филологии и искусствоведения, вып. 1(11), -Алма-Ата, 1959. 135 с.
37. *Койчубаев Е.К.* Казахские географические названия с формантами-ты и сы-. // Топонимика Востока. -М, 1969. С. 8.
38. *Жанұзақов Т.* Қазақ тіліндегі жалқы есімдер. -Алматы, 1985. 196 б.
39. *Нұрмағанбетов Ә.* Жер-су аттарының тек төркіні туралы. Қазақ ономастикасының мәселелері. -Алматы : Ғылым, 1986. 107 б.
40. *Морозова Н.Н.* Названия бытовых, торговых, культурных объектов в городах Поволжья // Ономастика Поволжья, -Саранск, 1976. С.114.
41. Город мой Алма-Ата. -Алма-Ата, 1971. -112с.
42. Из Записи Семиреченской области. - Верный, 1870. 110 с.
43. Қазақ совет энциклопедиясы. -Алматы, 1956. 715 б.
44. *Әмирова А.М.* Крымскотатарская ономастика как объект этнолингвистики. Мир языка. -Алматы, 1999. 293 с.
45. *Қайдаров А.Т., Джанұзақов Т.О.* Состояние и перспективы развития казахской ономастики // Вестник АН КазССР, 19636, №1, 1. 44-49.
46. *Крюкова И.В.* Основные номинационные процессы в периферийной зоне ономастического пространства. // Ономастика Поволжья. –Волгоград, 1997. С. 169
47. *Мусаев К.М.* Лексикология тюркских языков. -М.: Наука, 1984. С.2.
48. *Шмелев Д.Н.* Проблемы семантического анализа лексики. - М.: Наука, 1973. С.15
49. *Уфимцева А.А.* Опыт изучения лексики как системы. -М. : Изд-во АН СССР, 1962. 289 с.
50. *Мамадрасулова Т.* Таджикская и английская астрономическая лексика в сравнительно-типологическом освещении, Дис....к.ф.н. -Душанбе, 1987. 188с.
51. *Қайдаров Ә.Т.* Қазақ терминологиясына жаңаша көзқарас. - Алматы: Рауан, 1993. 254 б.
52. *Никонов В.А.* Пути топонимического исследования. Принцип топонимики. -М., 1964. 137 с.

53. *Суперанская А.В.* Что такое топонимика? Изд-во «Наука» - М., 1985. 275с.
54. *Серебрянников Б.А.* Номинация и проблемы выбора и языковая номинация: Общие вопросы. -М., 1997. 147 с.
55. *Бойко Н.А.* Глагольно-именные композиты в русских терминах ремесел, промыслов и занятия. Автореф. дисс...к.ф.н. - Киев, 1988. С. 26.
56. *Янко-Триницкая Н.А.* Собственные наименования предметов // РЯШ, 1977. №6.
57. *Романова Т.П.* Проблемы информативности и рекламности коммерческих эргонимов. // Ономастика Поволжья. -Волгоград: Перемена, 1998. С.131.
58. *Тимофеев В.Т.* Названия колхозов и совхозов. // Ономастика. Типология. Стратиграфия. -М. 1988. С. 107.
59. *Даниленко В.П.* Русская терминология. -М. : Наука, 1977.
60. Қазақ тілінің түсіндірме сөздігі. -Алматы: Ғылым, 1974. — 740 б.
61. *Ожегов С.И.* Толковый словарь русского языка. —М., 1986. 715 с.
62. *Алдашева А., Сарыбаев Ш., Уалиев Н.* Жаңа атаулар. -Алматы: Ана тілі, 1992. 135 б.
63. *Евгеньев А.П.* Словарь русского языка. Т.11. -М., изд-во «Русский язык», 1982. 456 с.
64. Словарь иностранных слов. -М.: Русский язык, 1988. 510 с.
65. Современный словарь иностранных слов. «Дуэт», «Комета». -С.-Петербург, 1994. —340 с.
66. Краткий словарь иностранных слов. -М.: «Русский язык», 1984. —350с.
67. Алма-Ата. Очерк-путеводитель. -Алма-Ата, 1974. 250 с.
68. Ф 106. Оп 2. Д. 10.
69. Ф.63.Оп.2. Дислокация общепита за 1935-50г
70. *Керимбаев С.А.* Эзотерические функции собственных имен // Мир языка. -Алматы, 1999. С. 81.
71. *Никонов В.А.* Названия улиц в Симбирске-Ульяновске // Ономастика Поволжья. -Ульяновск, 1969. 270 с.
72. *Остапчук О.А.* Об идентификации художественного объекта в артонимии // Ономастика Поволжья. -Волгоград: Перемена, 1998. С. 133.

73. *Архипов Г.А.* Удмуртские этнонимы // Ономастика Поволжья. -Ульяновск, 1969. С.218.
74. *Горяев С.О.* Номинативные концепции субъекта ономастической номинации (на материале русских прагмонимов) Автореф. Дисс....к.ф.н. -Екатеринбург, 2000. 24 с.
75. *Исаева Т.А.* Урбонимия Нижнего Новгорода. // Ономастика Поволжья. ч II -М., 1992. 260 с.
76. *Суперанская А.В.* ОТИС. -М., 1973. 375 с.
77. *Кеңесбаев І.* Қазақ тілі туралы зерттеулер. -Алматы, 1987. 240 б.
78. *Султаньяев О.А.* Казахские микротопонимы Кокчетавской области, образованные от личных имен. Ономастика. М.: Наука, 1969. С. 208.
79. *Искакова Х.Ф.* Структура составных топонимов (на материале Крыма) // Тюркская ономастика. –Алма-Ата: Наука, 1984. С. 163-171.
80. *Линко Т.В.* Қазақша мал атаулары // Қазақ ономастикасынын мәселелері. –Алматы, 1986. С.116-121.
81. *Букчина Б.З.* Об образованиях типа Грузия-фильм, Тула-уголь // Ономастика и грамматика. -М., 1981. 385 с.
82. *Лейчик В.А.* Алиса – имя собственное // Русская речь, 1992 № 6.
83. *Агеева Р.А.* Гидронимия Русского Севера-Запада как источник культурно-исторической информации. -М., 1989. 210 с.
84. *Литвин И.П.* О структуре и функционировании названии физико-географических объектов в своей и чужой языковой среде. // Ономастика Типология. Стратиграфия. -М., 1988. 263 с.
85. *Кривошекова-Гантман А.С.* Структурные типы топонимов коми-пермяцкого происхождения в Верхнем прикамье. // Ономастика Типология. Стратиграфия. -М., 1988. С. 88.
86. *Тимерханова Н.Н.* Некоторые особенности удмуртских микротопонимов как словосочетаний. // Ономастика Поволжья. Волгоград, 1998. С. 78.
87. *Козлов Р.И.* Эргоурбонимы как новый разряд городской ономастики. Автореф. Дисс. к.ф.н. –Екатеринбург, 2000.
88. *Короткова Т.А.* Суффикс –ск- в ономастиконе Среднего Урала // Ономастика. Типология. Стратиграфия. –М.: Наука, 1988. С. 228-232.
89. *Мадиева Г.Б.* Гидронимия Восточного Казахстана. Дисс...к.ф.н. -Алма-Ата, 1990. 149 с.

90. *Сабыров М.Б.* “Құтыптың Хұсрау уа Шырын” поэмасының реликт тұлғалар. XIV ғасыр. Ф.ғ.к...дисс. Автореф. -Алматы, 1995. 156 б.
91. *Кайдаров А.Т.* Структура односложных корней и основ в казахском языке. -Алма-Ата: Наука, 1986. 230 с.
92. *Томанов К.* Тілдің тарихи грамматикасы. -Алматы: Мектеп, 1988.110 б.
93. *Манкеева Ж.А.* Мәдени лексиканың ұлттық сипаты. — Алматы: Ғылым, 1997. 148 б.
94. *Ержанова Ұ.Р.* Батыс Қазақстан облысы топонимдерінің этнолингвистикалық сипаты. Ф.ғ.к...дис. -Алматы, 1998. 169 б.
95. *Виноградов В.В.* Русский язык. -М.-Л., 1947. С. 8.
96. *Алексеев Д.И.* Аббревиация в русском языке. Автореф. дисс...к.ф.н. -Воронеж, 1977. 27 с.
97. *Мозилевский Р.И.* Аббревиация как лингвистическое явление. Автореф. дисс...к.ф.н. -Тбилиси, 1966. 26 с.
98. *Адилов А.Б.* Аббревиация в современном азербайджанском языке. Дисс...к.ф.н. -Баку, 1986. 196 с.
99. *Керимбаев Е.А.* Казахская ономастика. —Алматы, 1985. 325 с.
100. *Поспелов Е.М.* Туристу о географических названиях. -М.: Профиздат., 1988. 275 с.
101. *Никонов В.А.* Имя и общество. -М.: Наука, 1974. С.286.
102. *Гинатулин М.М.* К исследованию мотивации лексических единиц на материале наименований птиц, Автореф. дисс...к.ф.н. -Алма-Ата, 1973. С. 64.
103. *Молчанова О.Т.* Структурные типы тюркских топонимов Горного Алтая. -Саратов, 1982. 159 с.
104. *Рамазанова М.Н.* Развитие ойконимии Ташкентской области в Советский период. Дисс...к.ф.н. -Ташкент, 1986. 165 с.
105. *Аргынбаев Е.* Новая жизнь старых названий забытых имен. // Казахстанская правда, 1994. 17 мая.
106. *Рубцева З.В.* Типы варьирования в белорусской и русской топонимии. // Ономастика Типология Стратиграфия. -М., 1988. С. 53.
107. *Ахметжанова З.К.* Казахстанская лингвистика в новых условиях. Қазіргі әдеби тілінің бүгiнi және болашағы. -Алматы, 1998. 385 б.

108. *Журавлева А.Ф.* Технические возможности русского языка в области предметной номинации. // Способы номинации в современном русском языке. -М.: Наука, 1982. С. 18.
109. *Гак В.Г.* К типологии лингвистических номинации // Языковая номинация. Ч.1. -М.: Наука, 1977. С.114.
110. *Жаналина Л.К.* Номинация как форма речевой деятельности. Дис.... д.ф.н. -Алматы, 1994. 308.
111. *Топоров В.Н.* Некоторые соображения в связи с построением теоретической топонимики // Принципы топонимики. -М., 1964. С. 35.
112. *Яценко А.И.* Лингвистический анализ микротопонимов определенного региона. -Вологда, 1977. 146 с.
113. *Беспалова А.В.* Структурно-семантические модели эргонимов и их употребление в современном английском языке (на материале названий фирм, кооперативов и т.д.) -Одесса, 1989. 195 с.
114. *Мәдиева Г.Б.* К вопросу изучения прецедентных имен // Вестник КазГУ. -Алматы, 2001. С. 67-71.
115. *Караулов Ю.Н.* Русский язык и языковая личность. -М.: Русский язык, 1987. С. 49.
116. *Волкова З.Н.* Истоки французского литературного языка. -М.: Наука, 1983. 276 с.
117. *Ярцева В.Н.* Сопоставительно-типологическое исследование в области синтаксиса. // Исследования по языку и литературе. -М.: Наука, 1973. С. 16.
118. *Агманов А.Е.* Лексикографическое оформление отглагольных суффиксальных существительных со значением носителя процессуального признака в русско-казахских словарях. Автореф. дисс...к.ф.н. -Алма-Ата, 1990. 27 с.
119. *Ковтунова И.И.* Порядок слов в русском литературном языке XVIII первой трети XIX в. -М.: Наука, 1969. 154 с.
120. *Трофимов М.И.* О значении типологического сопоставления грамматического строя неродственных языков для изучения русского языка в национальной школе. // Актуальные вопросы современного языкознания и лингвистическое наследие Е.Д. Поливанова т. I -Самарканд, 1964. С. 139.
121. *Аристова В.Н.* Англо-русские языковые контакты и заимствования XVI-XX вв. Автореф. дисс...д.ф.н. -Л., 1980. С. 27.
122. *Исаев С.М.* Қазақ тілі жайында ойлар. -Алматы, 1997. 72 б.

123. *Михайловская Н.Г.* Три аспекта проблемы названия. // Ономастика Поволжья. -Горький, 1971. С. 353.
124. *Бертагаев Т.А.* Морфологическая структура слова в монгольских языках. -М., 1969. 263 с.
125. *Михайлов М.М.* Двужычие Чебоксары. -М.,1969. С. 59.
126. *Реформатский А.А.* О сопоставительном методе. РЯНШ, 1962 N5. С. 27.
127. *Михайлов М.М.* Двужычие и взаимовлияние языков. // Проблемы двужычия и многоязычия. -М., 1972. С. 199.
128. *Бейсенбаева К.* Қазіргі қазақ тілінің фонетикасы. -Алматы, 1995.
129. *Табаева Р.Ш.* О лингвистических нуждах методики преподавания русского языка в киргизских школах. // Русский язык и литература в киргизских школах. N 2, 1980. С. 58.
130. *Талжанов С.* Көркем аударма туралы. -Алматы, 1962. 211 б.
131. *Алдашева А.* Аударматану: лингвистикалық және лингвомәдени мәселелер. Дисс....ф.ғ.д. -Алматы, 1999. 298 б.
132. *Виноградов В.С.* Лексические вопросы перевода художественной прозы. -М.: МГУ, 1978. С. 267.

МАЗМҰНЫ

ҚЫСҚАРТУЛАР.....3

КІРІСПЕ.....4

1. ҚАЛА МЕНСОНИМДЕРІНІҢ ӘР КЕЗЕНДЕГІ ЛЕКСИКА-СЕМАНТИКАЛЫҚ ТОПТАСТЫРЫЛУЫ

1.0 Кіріспе түсініктеме..... 14

1.1 Тағамхана терминдерінің дамуы мен қалыптасуы..... 17

1.2 1867-1920 жылдардағы менсонимдердің лексика- семантикалық топтастырылуы..... 28

1.3 1920-1950 жылдардағы менсонимдердің лексика-семантикалық топтастырылуы..... 32

1.4 1950-1985 жылдардағы менсонимдердің лексика-семантикалық топтастырылуы..... 33

1.5 1985-2001 жылдардағы менсонимдердің лексика-семантикалық топтастырылуы..... 38

2. ҚАЛА МЕНСОНИМДЕРІНІҢ ӘР КЕЗЕНДЕГІ ҚҰРЫЛЫМДЫҚ ТИПТЕРІ

2.0 Кіріспе түсініктеме.....60

2.1 1867-1920жылдардағы менсонимдердің құрылымдық типтері..... 64

2.2 1920-1950 жылдардағы менсонимдердің құрылымдық типтері..... 67

2.3 1950-1985 жылдардағы менсонимдердің құрылымдық типтер..... 69

2.4 1985-2001жылдардағы менсонимдердің құрылымдық типтері..... 70

3. МЕНСОНИМДЕРДІ ҚОЛДАНУ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

3.0 Кіріспе ескертпелер.....	83
3.1 Екіншілік атау қою және уәж түрлері.....	91
3.2 Прецедентті атаулардың менсонимдерде қолданылуы.....	99
3.3 Атау беру процесіне уақыттың ықпалы.....	103
3.4 Қазақ және орыс тілдеріне тән ортақ зандылықтар мен ерекшеліктер.....	106
3.5 Қазақ және орыс тілдерінде кездесетін қате атаулар, варианттылық пен аударма	109
3.6 Менсонимдерді дұрыс беру үшін қойылатын талаптар.....	113
ҚОРЫТЫНДЫ.....	117
ПАЙДАЛАНҒАН ӘДЕБИЕТТЕР	125

ЕНУ им.Л.Н.Гумилева



ИМАНБЕРДИЕВА СӘУЛЕ ҚҰРМАНБАЙҚЫЗЫ

ҚАЛА ОНОМАСТИКАСЫНЫҢ КЕЙБІР МӘСЕЛЕЛЕРІ

Редактор	Сапарбай ПАРМАНҚҰЛ
Суретші	Жандос ҚЫДЫРБАЕВ
Тех. редактор	Серік АМАНҚОСОВ

480004, Алматы қаласы, Фурманов көшесі, 50,
«Арқас» баспа үйі, тел.: 531883, моб.:83001117234

Теруге берілген күні 15.05.2004. Басуға қол қойылған күні
12.06.2004. Пішімі 84x108^{1/32}. Қағазы офсеттік. Шартты бас-
па табағы 8.5 Есепке алынатын баспа табағы 8,5
Таралымы 1500 дана. Тапсырыс '023.

ЖШС «КУРСИВ»