

4. Словарь социолингвистических терминов / А. В. Кожемякина [и др.] ; под ред. В. Ю. Михальченко. – М. : Институт языкознания РАН, 2006. – 312 с.
5. Bloomfield, L. Language L. Bloomfield. – Reprint. – London : George Allen & Unwin Ltd., 1984. – 566 p.
6. Davies, A. Native Speaker / A. Davies // Concise Encyclopedia of Sociolinguistics / ed. by R. Mesthrie; consulting ed. R. E. Asher. – Oxford, 2001. – P. 512–519.
7. Mithun, M. The languages of Native North America / M. Mithun. – Cambridge : Cambridge University Press, 1999. – 773 p.
8. Teaching the mother tongue in a multilingual Europe; W. Tulasiewicz [et al.]; ed. : W. Tulasiewicz, A. Adams. – London; New York : Continuum, 2005. – 230 p.
9. The Oxford English dictionary : in 20 vol. / prepared by, J. A. Simpson, E. S. C. Weiner. – 2nd ed. – Oxford : Clarendon Press, 1989. – Vol. 20.

T. V. Nikitsenka

Vitebsk State P. M. Masherov University

e-mail: tatnikita@gmail.com

Some peculiarities of using the English terms corresponding to the Russian “rodnoj jazyk” (‘native language’)

Key words: native language, term, English language, sociolinguistics, text corpora.

The article focuses on the common English terms denoting the notion of a native language. The emergence of the terms is traced in brief. In accordance with the corpora data the frequency of their usage in different variants of English is revealed. Some peculiarities of using the terms in linguistic studies are discussed.

А. А. Печенькова

Витебский государственный университет имени П. М. Машерова

e-mail: anastasia4366@rambler.ru

УДК 811.161.1'373.21:641/642

Семантические особенности наименований заведений общественного питания и доставки питания с пищевой лексикой в основе

Ключевые слова: ономастика, семантический анализ, пищевая лексика, эргонимы, названия заведений общественного питания, Белорусское Поозерье.

В статье раскрываются семантические особенности наименований заведений общественного питания и доставки еды, выделяются основные группы по значению с учетом мотивирующего слова, связанного с пищевой лексикой; обоснована необходимость изучения заведений общественного питания и доставки еды; материалы могут быть использованы в ономастических исследованиях и на занятиях по русскому языку.

Названия городских предприятий и организаций стали вызывать интерес в ономастической науке. Рассмотрение относительно недавно мотивационного аспекта поможет углубить знания о названиях заведений общественного питания и доставки еды с пищевой лексикой на территории Белорусского Поозерья; расширить понятие пищевой лексики, включив в него названия, связанные с ингредиентами, местами и людьми. Материал может быть использован в исследованиях по ономастике и в преподавании дисциплин лингвистического цикла.

Материал был собран на сайтах *carte.by* [9], *relax.by* [10] и при полевом сборе. Основные методы исследования – описательно-аналитический, элементы ареального и статистического.

Названия наименований заведений общественного питания и доставки еды (всего 57) по семантике мотивирующего слова были разделены на семантические группы с учетом мотивирующего слова, связанного с пищевой лексикой:

1. Мотивированного названиями блюд: **а) конкретные названия блюд (25): суши** – доставка «*Top Sushi*» (Топ-суши), ресторан японской кухни «*Арена Суши*», доставка «*Империя суши*», доставка «*Часть Суши*», доставка «*Суши Wok*», доставка «*Суши Ешка*», доставка «*Суши Шоп*», доставка «*Центр Суши*». В «Кулинарном словаре от А до Я» В. В. Похлёбкина [5] дается следующее определение: «японское национальное блюдо: рисовые котлетки, покрытые сверху кусочком японской рыбы или сырой креветкой и пропитанные (приправленные) своеобразным соусом. Вместо рыбы может выступать моллюск, икра, соевый творог-тофу и много чего ещё...» [5], в англо-русском словаре под редакцией Стеллы О'Ши [8] дается следующее определение «суши»: «*sushi – japanese food made of cold rice and fish which has not been cooked*» (пер. японское блюдо, приготовленное из холодного риса и сырой рыбы) [8]. Название «*Top Sushi*» образовано от двух английских слов «*top*» и «*sushi*». В одном из значений «*top*» – это «*the most important position in a company, team, etc*» (высокое, видное положение) [8]. Такое сочетание может быть создано в целях рекламы – таким образом владельцы говорят клиенту, что их продукт является качественным или, как говорят в современном мире, «топовым». Оним «*Империя суши*» включает в себя слова «империя» и «суши». Возможно, первое слово употребили в переносном значении. «*Арена Суши*» состоит из двух слов: «арена» и «суши». В переносном значении *арена* – «поприще, область деятельности» [2, 37], такое слово используется в названии всей сети ресторанов одного владельца. «*Суши Шоп*» состоит из «суши» и «шоп». «Шоп» – транслитерация английского слова «*shop*» – «*a building or part of building where you can buy things*» (здание или часть здания, где можно купить вещи), магазин [8]. Такое именование мотивировано тем, что доставка еды предлагает клиентам блюда исключительно японской кухни. Доставка «*Суши Wok*» – из двух слов «суши» и «*wok*». «*Wok*» – «*a large, bowl-shaped pan that is used for frying Chinese food*» (большая, выпуклой формы сковорода, которая используется для приготовления китайской еды); котелок с выпуклым дном [8]. Сочетание данных слов, возможно, свидетельствует о том, что в меню входят блюда азиатской кухни, в числе которых суши и рецепты, для приготовления которых нужна специальная сковорода. «*Суши Ешка*» включает форму глагола повелительного наклонения с частицей -ка, выражающей смягчение или неформальность просьбы, или требование ускоренного выполнения. Название «*Центр Суши*» состоит из «центр» и «суши». Слово *центр* в четвертом значении – «место сосредоточения чего-нибудь, важный пункт чего-нибудь» [4, 874]. Скорее всего, указывает на местоположение заведения или особенности ассортимента. «*Часть Суши*» мотивирован словами «часть» («доля, отдельная единица, на которую подразделяется целое» [4, 878]) и «суши». Скорее всего, данное словосочетание указывает на то, что в меню доставки значительную часть занимают суши; **пицца**: кафе-пиццерия «*Isola Pizza*», кафе «*Like Pizza cut*», кафе «*Pizza Smile*», доставка «*Presto Pizza*», ресторан итальянской кухни «*Арена Пицца*», «*Планета Pizza*» и т.п. *Pizza* – «*a food made from a flat round piece of bread covered with cheese, vegetables, etc and cooked in an oven*» (блюдо, приготовленное на круглом хлебе куске и покрытом сыром, овощами и т.п., и запечённом в духовке), пицца [8]. Пицца – вид итальянского быстровыпекаемого открытого пирога [5]. Название кафе-пиццерии «*Isola Pizza*» мотивировано двумя итальянскими словами: *isola* (остров [3, 435]) и *pizza*. Дословно: «Остров пиццы». Выбор такой номинации связан с тем, что заведение спе-

специализируется на итальянской кухне. «*Like pizza cut*» – дословно можно перевести как «кусочки пиццы, которые нравятся» или «похожие на кусочки пиццы», что обращено к форме подачи основного блюда. Кафе «*Pizza Smile*» мотивировано двумя английскими словами: smile (англ. улыбаться, улыбка [8]) и pizza. Дословно: «Пицца улыбается», возможно, выбор такого названия словесного каламбура необходим для привлечения клиентов. Доставка еды «*Presto Pizza*» включает в себя слова «presto» (ит. скоро, быстро [3, 680]) «pizza», дослов: «Скорая пицца». Указывает на то, что данное заведение заявляет, что доставка будет своевременной. «*Арена Пицца*» состоит из двух слов: «арена» и «пицца». Значение слова «арена» уже было рассмотрено (оба заведения относятся к одной организации). Значение имеет связь тем, что ресторан специализируется на приготовлении блюд итальянской кухни; **пончики**: мини-кафе «*Витебские пончики*». Состоит из апеллятива «пончики» и имени прилагательного со значением принадлежности – «витебские». Пончики – «быстротоварные тестяные изделия из рыхлого, некрутого дрожжевого теста, имеющие форму баранок и обжариваемые во фритюре» [5]. Данное сочетание свидетельствует о специфике расположения заведения; **каравай**: кафе «*Каравай Придзвіння*». Каравай и *Придзвіння* (в переводе на русский «Придвинье») может означать территорию возле реки Западная Двина); **кексы**: кафе «*Кекс*». Кекс – «сдобное кондитерское изделие, имеющее рассеянную начинку в виде краплений в тесто изюма, цукатов или орехов» [5]. Такое название заведения мотивировано выбором блюд – тут подают различного рода десерты; **мороженое**: кафе «*Мороженое*» – «замороженное сладкое кушанье из сливок, сахара, сока ягод, ароматических веществ» [4, 366]. Мотивировано спецификой меню; **кебаб**: кафе «*Туркии kebab*». *Туркии* – транслитерация средствами русского языка имени прилагательного *турецкий* (указывает на специфику заведения), kebab – кебаб – «кусочки мяса, обжаренные на углях» [5]; **шоколад**: кафе «*Шоколад*». Шоколад – «готовое кондитерское изделие, приготовленное на базе какао-порошка, с добавлением других ингредиентов, улучшающих вкус и аромат шоколада, а также придающих ему более приятную, нежную консистенцию» [5];

б) названия группы блюд (2): десерты: кондитерская «*Арена Десерто*». Компонент «арена» был рассмотрен ранее, «десерто» восходит к слову *десерт* – завершающее блюдо стояла [5]. Сочетание слов позволяет предположить, что название указывает на специализацию заведения; **бисквиты**: кафе «*Бисквит*» – кондитерское тесто и «хлеб», приготовленный из муки, сахара и яиц [5]. Именование мотивировано типом блюд, которые здесь подают.

2. Мотивированного названиями компонентов, из которых готовятся блюда (9): а) **мясная гастрономия: курица**: ресторан быстрого обслуживания «*Funny Chicken*» состоит из двух слов: «funny» и «chicken». Funny – making you smile or laugh (англ. вызывающий у вас улыбку или смех), смешной [8]. Данный сетевой бренд имеет значение «весёлая курица», а в меню – множество блюд из куриного мяса. Компоненты названия изображены на вывеске;

б) овощи, фрукты и ягоды (4): перец пири-пири – подвид острого перца чили: кафе-кофейня «*Piri Piri*». Сами владельцы заведения отмечают, что напрямую не хотели бы связывать название с перцем пири-пири, но указывают: данный ингредиент «становится отличным дополнением для принципиально разных блюд» [6]; **апельсин**: кафе «*Апельсиновый рай*»; **манго**: кафе «*Манго*»; **клюква**: кафе-кондитерская «*Клюква*». В меню есть ягодные десерты, на рекламных визитках клюква выступает символом;

в) добавки к пище (2): сироп «Гренадин»: бар «*Гренадин*». Данный сироп происходит от английского grenadine – a sweet liquid made from the juice of pomegranate and used of colour drinks and make them sweeter (сладкий ликёр, изготавливаемый из гранатового сока и используемый для окрашивания напитков, а также для того, чтобы сделать их слаще) [8]. Такое название указывает на богатое меню коктейлей и напитков в

баре, о чем свидетельствует и тип заведения; **чабор** (тимьян, чабрец): кафе «*Чабор*»; г) морепродукты: **осьминог** – молочный бар «*Осьминожка*». Название имеет уменьшительный суффикс. Скорее всего, связано с тем, что предлагают детское меню. В числе блюд есть название «Осьминожка» для обозначения сваренной сосиски с разрезанными по краям на четыре части концами [9].

3. Мотивированного названиями напитков (8) – кофе – напиток из кофейных зерен [30]: кофейня «*Coffee Like*», «*Coffee-Bar*», кофейня «*Quick Coffee*», «*Горячий кофе*», кофейня «*Кофе-Брейк*», кафе быстрого обслуживания «*Территория Кофе*». В кофейне «*Coffee Like*» именование состоит из двух слов – like (похожий; нравится [8]) и coffee (кофе). Скорее всего, в переводе будет звучать, как «похожий на кофе» или «нравящийся кофе». «*Coffee-Bar*» состоит из слов coffee (кофе) и bar. Bar – place where alcoholic drinks are sold and drunk, or are behind the person serving the drinks (место, где продаются и распиваются алкогольные напитки, или место «позади обслуживающего напитками») [8]. Кофейня «*Quick Coffee*» мотивирована двумя составляющими: quick и coffee. Quick – doing something fast or taking only short time (сделать что-то быстро или за короткое время), быстрый [8]. Дословно сочетание переводится: «Быстрый кофе», что указывает на обслуживание. Кофейня «*Горячий кофе*» состоит из имени прилагательного «горячий» и существительного «кофе», что в словосочетании указывает на то, что кофейня предоставляет клиентам свежеприготовленные напитки. Используемое для названия кофейни выражение «*Кофе-Брейк*» означает в английском – coffee break – a short rest from work in the morning or afternoon (небольшой перерыв на работе между утром и обедом) [8]. Может указывать на то, что в данном кафе можно отдохнуть за чашкой кофе. «*Территория Кофе*» – территория (как некоторое пространство) + кофе. В слове территория для привлечения внимания буквы «р» передаются при помощи средств английского языка – г. Данное название можно мотивировать тем, что в кафе подают различные виды кофе; кофейного напитка – **капучино**: кофейня «*Капучино.бу*». Именование данного заведения было представлено в виде веб-страницы для привлечения внимания и указания на доступность меню в режим «on-line».

4. Предназначением заведения (6): а) заведение, где лепят пельмени: закусочная «*Пельменная*». Пельмени – «род маленьких пирожков из пресного теста с мясной начинкой, употребляется в варёном виде» [4, 498]; б) **варят кофе** – «*Кавярня*», «*Кофейня*». «*Кавярня*» является белорусским вариантом названия кофейни – маленького ресторана с продажей кофе [4, 301]; в) **готовят сосиски:** закусочная «*Сосисочная*». Сосиски – «небольшая тонкая колбаска, употребляемая обычно в варёном виде» [4, 750]; г) **подают пиво:** кафе-бар «*Бирхаус*». Эргоним состоит из двух слов, переданных посредством калькирования: бир – beer – an alcoholic drink made from grain, or glass or container of this drink (алкогольный напиток, изготовленный из солода, или бокал, или бутылка этого напитка), пиво; хаус – house – a building where people live <...> (здание, где живут люди <...>), дом [8]; the place where a particular business or activity happens (место, где проводят бизнес- или развлекательные мероприятия), заведение, фирма [8]. Дословно: «Пивной дом» / «Дом пива»; д) **подают чай** – кафе «*Чайхана*»; е) **«небольшой трактир, кабачок»** [4, с. 786] – **таверна:** бар «*Таверна*»; ж) **готовят блюда из картофеля:** закусочная «*Бульбяная*».

5. Вкусовые ощущения (3): кафе «*Со вкусом*» состоит из предлога «со» и имени существительного «вкус» – «ощущение на языке, во рту или свойство пищи, являющееся источником этого ощущения» [4, 86]. Кафе «*Vero gusto*» (итал. «Очень вкусно»). Закусочная «*Смак*» («приятное вкусовое ощущение» [4, 734]).

6. О людях, чья деятельность связана с пищей, и характеристиках человека (3): **гурман:** кафе «*Гурман*». Гурманом называют «любителя и ценителя изысканной пищи» [4, 149]. Название может значить, что блюда данного заведения предназначены для изысканных клиентов и что оно может обслужить всех; **кулинар:** закусочная «*Кулинар*».

Кулинар – человек, искусный в приготовлении кушаний [4, 313]; **хмельной**: бар «*Хмельной кучер*». *Хмельным* называли пьяного человека [7, 249]. *Кучер* – слуга, рабочий, который правит лошадьми в экипаже [4, 315]. Указывается на специфику заведения.

7. Способы приготовления: **гриль**: «*Арена Гриль*». Значение первого компонента было представлено ранее, второго – *гриль* – «способ приготовления на разного рода жарящих и запекающих устройствах <...> мяса, рыбы <...>, нанизанных на вертел», «прибор для изготовления кушанья таким образом», «кушанье, приготовленное таким способом» [1, 35]. Сочетание можно интерпретировать основным способом приготовления пищи; мотивированные **общим** названием, связанным с приготовлением пищи, – кафе «*Кулинария*».

9. Связанное с общим названием – *пачастунак* (угощение) – «*Пачастунак*».

Из анализа материала следует, что большая часть названий заведений общественного питания и доставки еды мотивирована названиями блюд и напитков. Было проанализировано 25 названий, мотивированных конкретными и общими названиями блюд, 10 – компонентами блюд, 8 – названиями горячих напитков.

Названия заведений общественного питания и доставки еды мотивированы наименованиями блюд и напитков, получивших распространение в современном мире. Из первой группы больше всего названий с основами **суши**-: «*Top Suchi*», «*Арена Суши*», «*Часть Суши*», и **пицца**- : «*Isola Pizza*», «*Presto Pizza*» (2), «*Планета Pizza*» и т.п. Из компонентов блюд чаще всего встречается с мотивирующей основой **курица**-: «*Funny Chicken*», среди напитков – со словом **кофе**: «*Coffee Like*», «*Coffee – Bar*», «*Quick Coffee*», «*Горячий кофе*», «*Terrитория Кофе*» и т.п.

Таким образом, изучение данных ономастических единиц позволило решить поставленные задачи, углубить и расширить знания о группе слов, составляющих термин «пищевая лексика», изучить семантику именованных.

Дальнейшие исследования помогут детально изучить особенности и пищевые традиции населения Витебщины, расширить социокультурный портрет региона и выявить новые темы и объекты для изучения.

Литература

1. Ефремова, Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный / под ред. Т. Ф. Ефремовой. – М. : Русский язык, 2000. – 1209 с.
2. Жучкевич, В. А. Краткий топонимический словарь Белоруссии / В. А. Жучкевич. – Минск : БГУ, 1974.
3. Зорько, Г. Ф. Большой итальяно-русский словарь / Г. Ф. Зорько, Б. Н. Майзел, Н. А. Скворцова. – М. : Русский язык, 2002. – 1018 с.
4. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – Изд. 4-е. – М. : Российская академия наук. – М. : ООО «А ТЕМП», 2006. – 944 с.
5. Похлёбкин, В. В. Кулинарный словарь от А до Я / В. В. Похлёбкин // Кулинарная книга рецептов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.rus-food-recipes.ru>. – Дата доступа : 01.03.2017.
6. Почему Piri Piri / Coffee Station Piri Piri [Электронный ресурс]. – 2015–2017. – Режим доступа : <http://piri-piri.by/about.html>. – Дата доступа : 14.04.2017.
7. Фасмер, М. Этимологический словарь русского языка. Том 4 / М. Фасмер // Некоммерческая электронная библиотека «ImWerden» [Электронный ресурс]. – 1987. Режим доступа : <http://imwerden.de/publ-1098.html>. – Дата доступа : 08.01.2017.
8. O'Shea, S. Cambridge Learner's Dictionary: English-Russian / S. O'Shea // Cambridge university press [Electronic resource]. – Cambridge university press, 1992–2017. – Mode of access : <http://dictionary.cambridge.org/ru>. – Date of access : 19.04.2017.
9. Carte.by: Ресторанный портал [Электронный ресурс] / Vitebsk.biz. – Витебск, 2014–2017. – Режим доступа : <http://carte.by>. – Дата доступа : 11.02.2017.
10. Relax.by [Электронный ресурс] / ARTOX. – Минск, 2006–2017. – Режим доступа : <http://relax.by>. – Дата доступа : 10.02.2017.

A. A. Pechankova
Vitebsk State University named after P. M. Masherov
e-mail: anastasia4366@rambler.ru

Semantic features of the names of catering establishments and food delivery based on food vocabulary

Key words: onomastics, semantic analysis, food vocabulary, ergonyms, names of public catering establishments, Belarussian Lake District.

The article reveals the semantic features of the names of catering and food delivery establishments, identifies the main groups by semantics based on food vocabulary; the necessity of studying the names of catering and food delivery establishments; materials can be used in onomastic studies and in classes in the Russian language.

Т. В. Солодовникова, Р. Г. Остапчук
Белорусский государственный университет
e-mail: tatianasolodovnikova2015@gmail.com

УДК 81-13+32.019.05+316.77

Структурно-семантические особенности дискурса социальной, политической и коммерческой рекламы в Республике Беларусь¹

Ключевые слова: дискурс, реклама, инструмент, воздействие, структура, семантика.

В статье выявляются структурно-семантические особенности дискурса социальной, политической и коммерческой рекламы. Устанавливается специфика композиционного строения рекламных текстов, тяготеющих к аналитизму, поликодности и семиотической сложности.

Роль рекламы и, следовательно, рекламного дискурса сложно недооценить. Рекламный дискурс сегодня – это мощный инструмент воздействия как на индивидуальное, так и на общественное сознание. Современные исследователи отмечают, что общество осмысляет реальность посредством рекламных текстов, продуцирует информацию, основанную на её прецедентах, само трансформируется под воздействием рекламного дискурса, формируя тем самым новую экономическую, политическую и социальную реальность (С. А. Дзикевич, Е. Ю. Кармалова, А. В. Ульяновский, М. В. Терских и др.).

Ряд российских исследователей полагают, что «современный рекламный дискурс – это институциональный дискурс, ориентированный на продвижение товаров и услуг на рынке и в соответствии с этим в явной или неявной форме пропагандирующий ценности и установки общества потребления, а также определённый стиль жизни» [1]. Согласно Ж. Бодрийяру, это общество, в котором потребление стало главным содержанием общественной жизни, отодвинув на второй план накопление и производство. «У потребления нет пределов. Если бы оно было тем, чем его наивно считают, – поглощением-пожиранием благ, – то рано или поздно наступило бы пресыщение. <...>

¹Работа выполнена при финансовой поддержке гранта БРФФИ № № Г18МС-003 от «30» мая 2018 г. «Прагматические и структурно-семантические характеристики дискурса социальной, политической и коммерческой рекламы (на материале франко-, русско- и белорусскоязычных текстов)».