

УДК 811.1'37

**Владислав Андреевич Серов**, аспирант

Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия

эл. почта: vladserov1805@mail.ru

**Vladislav Andreevich Serov**, PhD Student

Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia

e-mail: vladserov1805@mail.ru

## ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ СРЕДСТВ НОМИНАЦИИ ПУНКТОВ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В РУССКОМ, АНГЛИЙСКОМ И ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКАХ

Выделяются особенности развития системы средств номинации пунктов общественного питания. Приводятся пути развития системы данных средств на материале русского, английского и французского языков: 1) *создание собственно нового слова*; 2) *трансноминации*; 3) *расширение объема семантики слова*.

*Ключевые слова*: номинативное поле, лексикология, номинация, семантические инновации

## SPECIFITIES OF CATERING POINTS NOMINATION DEVELOPMENT IN RUSSIAN, ENGLISH AND FRENCH

The paper deals with the specifics of catering points nomination development. The author singles out ways of developing catering nomination means in Russian, English and French. They include: 1) *creation of a new word proper*; 2) *transnominations*; 3) *widening of word semantics*.

*Key words*: nominative field, lexicology, nomination, semantic innovations

Гипотеза исследования заключается в том, что в системе номинаций предприятий общественного питания преобладают заимствования из разных языков. При этом собственно новые слова с новыми значениями соседствуют с расширением семантики существующих слов.

Предложенная гипотеза основывается на традициях лексикологии как раздела языкознания, имеющего свои цели и методы научного исследования. В целом, проводимое исследование отражает основную задачу современной лексикологии – изучение и систематическое описание лексики в аспекте ее происхождения, развития и современного употребления.

Тенденции в современных научных поисках пополнения словарного состава языка доказывают, что данное направление исследований нуждается в четком определении своих границ, поскольку одной из характерных особенностей появления новых слов и значений считается их функционирование в дискурсе, а не в языке, до той поры, пока они не зафиксированы в словарях.

Появление нового слова или нового значения существующего слова является результатом борьбы двух тенденций – развития языка и его сохранения, поскольку для того, чтобы наиболее адекватно отразить в языке новые явления действительности, ему необходимо перестраиваться, порождать новые единицы.

Возьмем для примера лексему *ресторан*, этимология которой восходит к французскому языку. Лексема образована, согласно словарю Г. А. Крылова, от французского слова *restaurant*. Такой же путь, согласно этимологическому словарю Etymonline, прошла лексема с данной семантикой и в английском языке. Во французском же языке единица образовалась аффиксальным способом от глагола *restaurer* ‘восстанавливать силы’. Во всех случаях можно признать, что данные лексемы прошли путь неологизации.

Лексическая единица *кафе*, согласно словарю М. Фасмера, заимствована из французского языка от слова *cafe*. Тем же путем, согласно «Оксфордскому словарю», лексема попала и в английский язык. Во французский же язык данная лексема, согласно CNRTL, пришло в шестнадцатом веке и образовалась от латинского *caoua*, изначально обозначая ‘graine de cafeier, infusion de cafe torrefie et moulu’. Позднее семантика лексем расширилась до современного значения, то есть ресторана, где можно заказать чай, кофе, закуски и прочее.

Лексема *бар*, согласно словарю Н. М. Шанского, заимствована в начале двадцатого века из английского языка. Отмечается, что английское слово *bar* восходит к французскому *barre* ‘барьер’. На то же указывается и в Oxford Dictionary of English Etymology, где зафиксирована расширяющаяся со временем семантика, то есть произошла семантическая деривация. Семанти-

ческая деривация произошла и во французском языке. Так, согласно онлайн словарю Usito, этимология лексемы *le bar* восходит к двенадцатому веку, к средненидерландскому языку, обозначая вид рыбы. Таким образом, в русском языке данная лексема появилась как новое слово с новой семантикой, тогда как в английском и французском мы видим пример развития семантического объема слова.

Результаты исследования демонстрируют, что в процессе номинаций предприятий общественного питания преобладают собственно заимствованные новые слова, актуализирующие новую семантику, но встречаются и случаи семантического расширения существовавшего слова.