



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра английского языка и литературы

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

На тему : «Особенности названий блюд на англоязычных сайтах ресторанов национальной кухни»

Исполнитель _____ Юлдашев Юлдаш Максудбекович _____

(фамилия, имя, отчество)

Руководитель _____ к.ф.н, доцент _____

_____ Родичева Анна Анатольевна _____

(фамилия, имя, отчество)

«К защите допускаю»

Заведующий кафедрой

_____ к.ф.н., доцент _____

(ученая степень, ученое звание)

_____ Родичева Анна Анатольевна _____

«24» июня 2022г.

Санкт-Петербург

2022

Оглавление

Введение	3
Глава 1. Названия блюд и их функционирование в дискурсе сайта ресторана	5
1.1. Общая характеристика сайта ресторана как типа дискурса	5
1.2. Названия блюд как культурная реалья: проблема терминологии	9
1.3. Лингвистические особенности названий блюд в английском языке.....	13
Выводы по Главе 1	26
Глава 2. Семантические, структурные и лингвокультурные особенности названий национальных блюд на англоязычных сайтах ресторанов	28
2.1. Особенности названий блюд на сайтах ресторанов русской кухни	28
2.2. Особенности названий блюд на сайтах ресторанов британской кухни	40
2.3. Сравнительный анализ семантических, структурных и лингвокультурных особенностей названий русских и британских блюд на сайтах лондонских ресторанов	49
Выводы по Главе 2	53
Заключение	55
Список использованной литературы.....	57
Приложения	61

Введение

Данное исследование посвящено изучению особенностей названий блюд на англоязычных сайтах ресторанов национальной кухни. В современной лингвистике наблюдается повышенный интерес к проблеме номинаций блюд, отражающих национальные характеристики разных лингвокультур. Однако, несмотря на многочисленные исследования, появившиеся особенно за последнее время, на сегодняшний день в этой области до сих пор есть множество нерешенных проблем. В частности, не выделен термин для обозначения названий блюд, связанных с национальной спецификой, нет единой классификации данных названий и недостаточно отражена их национально-культурная характеристика. Следовательно, *актуальность исследования* обусловлена необходимостью более подробного и комплексного исследования названий блюд и их лингвистических особенностей в области семантики, структуры и лингвокультурологии.

Объект исследования - название блюда как лингвистическая единица.

Предмет исследования – лингвистические особенности англоязычных названий британских (включая европейские) и русских (включая постсоветские) блюд на сайтах ресторанов национальной кухни.

Цель исследования заключается в том, чтобы выделить и описать особенности названий блюд, использующихся на англоязычных сайтах ресторанов национальной кухни.

Для достижения данной цели необходимо решить ряд *задач*:

1. Дать общую характеристику сайту ресторана как типу дискурса.
2. Изучить проблему терминологии названий блюд как культурной реалии.
3. Охарактеризовать лингвистические особенности названий блюд в английском языке.

4. Провести сравнительный анализ семантических, структурных и лингвокультурных особенностей названий русских и британских блюд на сайтах лондонских ресторанов.

Теоретическая база исследования представлена трудами отечественных и зарубежных ученых, таких как Л.С. Бархударов, А.С. Бойчук, В.С. Виноградов, Н.П. Головницкая, И.А. Державецкая, М. Дэвис, С.Н. Иванова, В.И. Карасик, Е.А. Коваленская, Е.П. Лиховидова, Е.Б. Павлова, Т.А. Таганова, Е.Б. Терентьева и др.

Материалом исследования послужили названия блюд, присутствующие на сайтах лондонских ресторанов русской кухни («The Russian Deli», «Bob Bob Ricard City», «Erebuni Restaurant & Bar») и британской кухни («The Golden Chippy», «Kennigton Lane», «Blacklock»).

Среди *методов исследования* выделяются: метод семантического анализа, структурного анализа, лингвокультурного анализа, метод описания, метод количественного анализа, метод сравнительного анализа.

Теоретическая значимость исследования заключается в углублении знаний по проблеме лингвистических особенностей названий блюд разных национальностей в английском языке.

Практическая значимость исследования состоит в том, что его результаты могут быть использованы в практике преподавания английского языка.

Структура исследования: работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы и приложений.

Апробация работы. Работа прошла апробацию в рамках научной студенческой конференции института «Полярная академия» в Российском государственном гидрометеорологическом университете 22 апреля 2022г.

Глава 1. Названия блюд и их функционирование в дискурсе сайта ресторана

1.1. Общая характеристика сайта ресторана как типа дискурса

Наименования национальных блюд является объектами материальной культуры. Следовательно, они передают ценности другого народа. В связи с этим интерес к лексическим единицам, обозначающим специфические национальные блюда, до сих пор не ослабевает. Лексемы - названия блюд могут использоваться в любых текстах и в любой ситуации общения. Однако поскольку в данном исследовании анализ англоязычных названий блюд проводится на основе сайтов ресторанов, рассмотрим сайт ресторана как тип дискурса.

Понятие «дискурс», которое активно используется в современной лингвистике, можно определить с четырех точек зрения:

1) дискурс как коммуникативное событие, т.е. коммуникативное действие, происходящее между говорящим и слушающим в определенном временном и пространственном контексте;

2) дискурс в узком смысле как речевой или письменный текст с учетом присутствия только вербальной составляющей;

3) дискурс как определенный жанр (включая и дискурс ресторана);

4) дискурс как социальная формация, относящаяся к специфическому историческому периоду, культуре или социальной общности [12, с. 42].

Что касается дискурса, в котором используются названия блюд и обсуждаются традиции питания в разных странах, это понятие до сих пор точно не определено. В лингвистических исследованиях тип дискурса, отвечающий за описание приготовления и приема пищи, получает разные терминологические наименования. Например: «гастрономический дискурс» [21], «глуттонический дискурс» [34], а в английском языке «culinary discourse» [39], «restaurant discourse» [37] и др.

Более общим термином, на наш взгляд, является термин «ресторанный дискурс». В условиях его функционирования в интернет-формате, «ресторанный дискурс» определяется как совокупность «культурогенных гипертекстов в рамках конкретной социально обусловленной речевой деятельности» [23, с. 7], которая направлена на освещение культуры питания в той или иной стране или совокупности стран.

Дискурс принято классифицировать на два типа: 1) личностно-ориентированный дискурс; 2) статусно-ориентированный дискурс [17, с. 239].

Личностно-ориентированный дискурс характеризуется тем, что участники коммуникации стремятся раскрыть свой внутренний мир адресату, понять адресата как личность. Т.е. в данном случае во внимание принимается все многообразие личностных характеристик участников общения. В статусно-ориентированном общении коммуниканты выступают как представители определенной общественной группы, выполняют четкую роль, предписываемую определенной сообщностью.

Ресторанный дискурс не имеет четкой отнесенности к тому или иному типу дискурса. Так, исследователи И.А. Державецкая [13] и В.В. Олянич [24] относят исследуемый в данной работе дискурс к смешанному типу дискурса. Другими словами, ресторанный дискурс является одновременно и личностно-ориентированным дискурсом, что проявляется в обиходной сфере общения, и статусно-ориентированным дискурсом, поскольку он носит институциональный характер.

Целью ресторанный дискурса является «создать постоянного гостя» [25, с. 474], т.е. привлечь потребителя за счет предоставления наиболее полной информации о заведении, его предложениях и услугах, а также за счет интернет-отзывов и рецензий экспертов в гастрономической индустрии.

Адресантом ресторанный дискурса как типа дискурса является, с одной стороны, определенный субъект, обычно ресторатор, который заполняет контент сайта с целью его передачи физическому лицу. С другой стороны, ресторанный дискурс характеризуется наличием коллективного адресанта,

который создает интернет-сайт предприятия общественного питания с учетом функционирования в определенном языке и определенной культуре [26, с. 119].

В качестве адресата ресторанный сайт как типа дискурса выступает многочисленная и анонимная группа людей, которая интересуется услугами данного сайта и объекта общественного питания.

Главной характеристикой отношений между адресантом и адресатом является большое уважение со стороны адресанта, положительная оценка и положительная окраска обращений, похвалы, комплименты, что делается для достижения цели этого типа дискурса. В пример можно привести следующие обращения к адресату на англоязычном сайте ресторана:

- обращение-комплимент: *Dear customer, you are the salt of the earth and the sugar in our tea;*

- обращение-эвфемизм: *If you're looking for a Michelin-star rated restaurant you're in the wrong place;*

- обращение-побуждение: *Sign up for news, offers and a free drink;*

- обращение-благодарность: *Thank you for taking the time to tell us what you thought about your recent visit;*

- обращение-надежда: *We very much hope to meet you at our restaurant* [26, с. 124].

Сайт ресторана обладает вполне четкой структурой. По мнению Н.Ю. Пилюгиной, в этом типе дискурса следует выделить три связанные друг с другом компонента: 1) презентационный компонент; 2) описательно-информативный компонент; 3) информативно-интерактивный компонент. Презентационный компонент представлен логотипом ресторана и его слоганом. Логотип является креолизированным текстом, состоящим из вербальной части и невербальной (фотографии или рисунка). При этом довольно часто логотип ресторана национальной кухни отражает культурную информацию (например, ассоциация с флагом Японии в логотипе ресторана японской кухни, классический русский шрифт в подтипе ресторана русской

кухни). Слоган сайта ресторана также часто отражает национально-культурную окраску за счет упоминания национальной кухни, введения топонимов и т.п. Например: *Ресторан Zuma – достойный пример европейского взгляда на традиционную паназиатскую кухню*. Описательно-информативный компонент структуры сайта ресторана включает в себя корпус текста, который посвящен истории ресторана, специфике его кухни, содержит меню, фотографии. Информационно-интерактивный компонент в структуре сайта ресторана необходим для обеспечения взаимодействия с гостями ресторана и пользователями сайта. В этой части сайта используются формы обратной связи, кнопка бронирования столика или заказа доставки [27, с. 243-244].

Отличительной особенностью сайта ресторана как типа интернет-дискурса, как его поликодовость. Данный дискурс называют поликодовым, поскольку он использует три вида кодов: 1) вербальный код; 2) иконический код; 3) графический код [21, с. 26].

Все эти коды очень важны для правильного восприятия информации, включая и ее национально-культурный компонент, в пределах контента и оформления сайта ресторана.

Существует ряд требований к составлению сайта ресторана, без выполнения которых цель данного типа дискурса не будет достигнута. Первым требованием является обязательное создание у потенциального клиента положительного эмоционального настроения и психологического комфорта. С этой целью сайт ресторана должен быть визуально и вербально привлекательным, чтобы вызвать желание посетить ресторан. Во-вторых, сайт должен быть максимально удобным для быстрого бронирования столиков и поддерживать возможность обратной связи. В-третьих, немаловажной является информативность сайта ресторана. Следовательно, в контент вводятся особенности меню, сведения о расположении заведения и контактах с управляющим, доставки и т.п., винная карта, количество залов, услуги, акции и другая информация. В-четвертых, сайт также должен реализовывать

оптимизирующую стратегию, т.е. стимулировать активность адресата [31, с. 316].

Итак, согласно вышеизложенному, общая характеристика сайта ресторана как типа дискурса включает: 1) отнесение одновременно к личностно-ориентированным и статусно-ориентированным типам дискурса; 2) четко поставленную цель – привлечь потребителя к сайту и ресторану; 3) наличие коллективного адресанта; 4) наличие массового адресата; 5) четкую структуру, включающую презентационный, описательно-информативный и информативно-интерактивный компоненты; 6) поликодовую сущность; 7) визуальную и вербальную привлекательность; 8) удобность; 9) информативность.

1.2. Названия блюд как культурная реалья: проблема терминологии

Одной из главных вербальных характеристик сайтов ресторанов национальной кухни является использование большого количества названий блюд в его контенте, что вызвано тематикой интернет-сайта. Такие лексемы представляют сегодня большой интерес в лингвистике и большую сложность. Главной трудностью их изучения в лингвистическом аспекте является отсутствие единого унифицированного термина для их номинации, а также их отнесение к культурным реалиям.

Несмотря на активное изучение лексических единиц, обозначающих названия блюд с лингвистической точки зрения, единой терминологической базы до сих пор не выявлено. В научной литературе можно наблюдать большое количество терминов, применяемых к наименованиям национальных блюд.

Рассмотрим специальные термины, вводимые разными исследователями.

Ю.А. Грунина использует более общий термин «гастрономические реалии», определяя его как «лексические единицы семантического поля “Гастрономия”» [11, с. 283].

Т.А. Таганова использует термин «гастроним» и определяет как «концепт, относящийся к сфере «еда»» [30, с. 38], который отражает ключевые культурные феномены, передающие отношение к важнейшим качествам человека и его отношению к процессу потребления и приготовления пищи. Этот термин также можно считать большее широким и общим, но не лишенным культурологического направления.

А.И. Леонова в своем диссертационном исследовании использует термин «кулинароним» и понимает под данным культуронимом наименование блюд, «которые как языковые реалии связаны со становлением и историей национальной кухни», в связи с чем они становятся объектами культуры [22, с. 8]. В данном определении учитывается национальная окраска названий блюд, которая является характерной чертой таких лексических единиц.

И.А. Державецкая [13] и М.В. Избицкая [16] в своих исследованиях опираются на термин «глюттония». Термин «глюттония» происходит от латинского глагола «gluyttony», имеющего значение ‘поедать, питаться, есть’. Данный термин характеризует весь пищевой процесс в целом, включая добычу пищи, ее обработку, подготовку полуфабрикатов, приготовление и потребление.

А.В. Олянич несколько конкретизирует реалию концепта «пища» и определяется его как глуттоним. С точки зрения этого исследователя, глуттоним обладает как лингвокультурной, так и этнокультурной спецификой. Глуттоним призван обозначать названия продуктов питания, напитков и приготовленных блюд. Сам термин «глуттонический», согласно данному исследователю, коррелирует с понятием гастрономии и соотносится с когнитивной системой глуттонии каждой отдельно взятой этнокультуры [24, с. 168].

Н.П. Головницкая [9] использует схожий термин - «глюттонический знак», рассматривая его так же широко, как и вышеуказанные исследователи, т.е. включая в него не только наименования блюд и продуктов питания, но и номинации процессов добывания и переработки пищевой продукции.

Е.М. Кирсанова [18] предлагает использовать термин «трофоним», понимая под ним культурно-национальные реалии, номинирующие блюда и продукты питания. Термин «трофоним» происходит от греческого слова со значением 'пища'. Однако следует отметить, что в качестве термина для обозначения исключительно названий блюд, Е.М. Кирсанова использует слово «кулинароним».

Л.Р. Ермакова в своем диссертационном исследовании [14] останавливается на термине «глюттонический прагматоним». Слово «прагматоним» происходит от греческого слова «прагма» со значением 'вещь, товар'. На первый взгляд, данный термин является еще более широким, чем, к примеру, термин «глюттоним», номинируя совокупность названий блюд, напитков, продуктов питания, а также мест питания и торговых марок. С другой стороны, в своем употреблении данный термин довольно специфичен. Прагматоним – это один из классов онимов, поэтому он должен обозначать только имена собственные. Однако нельзя сказать, что все названия продуктов являются фирменными наименованиями. Следовательно, далеко не все реалии этого типа являются именами собственными. Итак, термин «глюттонический прагматоним» можно использовать только в отношении названий пищевых продуктов (например, названия конфет, вин и т.д.).

Довольно интересный термин наблюдается в статье Э.А. Гашимова [8]. Данный исследователь использует термин «алиментарный код» для описания системы пищевых знаков. Он толкует термин «алиментарный код» как лингвокультурный код, когнитивным субстратом которого является семантическая группа «Продукты питания». Следовательно, термин «алиментарный код» является очень узким и имеет, по большей мере, воздействующее значение ('накормить, докормить до старости, пропитать').

А.В. Симакова, помимо других терминов, предлагает также использовать термин «кулинарные этнографизмы» [29, с. 6]. На наш взгляд, данный термин является полным синонимом термина «гастрономические реалии».

Некоторые исследователи разделяют термины, относящие к области гастрономических реалий, и выделяют в них отдельные группы. К примеру, исследователь Е.А. Градалева предлагает применять термин «кулинароним» только к названиям блюд, а термин «глюттонический прагматоним» использовать для фирменных наименований алкогольных напитков [10, с. 3].

А.В. Симакова старается не придерживаться какого-либо одного конкретного термина, используя описательные наименования, к примеру, кулинарные языковые реалии, языковые реалии гастрономической тематики, языковые реалии с семантикой «пища», этнографизмы с семантикой «пища» и др. [29].

Таким образом, исходя из приведенных терминов и их толкований, можно выделить три подхода к определению терминов, номинирующих названия блюд в современных лингвистических исследованиях:

1) широкий подход, номинирующий названия блюд и любые лексические единицы семантического поля «Пища» гастрономическими реалиями / гастронимами;

2) культурологический подход, называющий блюда только национальной кухни кулинаронимами / глуттонимами / глуттоническими знаками / культурными этнографизмами;

3) узкий подход, согласно которому в термин входит только собственно названия блюд (трофоним).

Термин «названия блюд» является, с нашей точки зрения, обобщающим и позволяет включить в него все виды названий блюд, как имена собственные, так и описательные наименования, в частности, с национально-культурной окраской.

Сфера изучения названий блюд в лингвистике также до сих пор с точностью не определена. Одни исследователи рассматривают их как лексико-тематическую группу лексики и утверждают, что «кулинароним представляет собой одну из лексико-тематических групп целостной номинативной сферы гастрономии» [1, с. 30]. Другие же исследователи считают, что названия блюд следует изучать с точки зрения ономастической номинации. Это точки зрения придерживается, например, Е.Д. Ковалев [19, с. 329].

Итак, согласно вышеизложенному, термины для названий блюд очень разнообразны и расценивают данную группу лексики с позиций общих номинаций со значением «пища», их национально-культурной принадлежности, имен собственных. Термин «названия блюд» является обобщающим и позволяет описывать национально-культурные и исконно национальные названия блюд и описательные номинации названий, используемых на англоязычных сайтах ресторанов.

1.3. Лингвистические особенности названий блюд в английском языке

Одной из главных особенностей сайта ресторана как типа дискурса является использование в нем большого количества названий блюд. С одной стороны, названия блюд отражают национально-культурный характер, в связи с чем особая кулинарная лексика «выступает в качестве ключевого материала для выявления признаков национального характера» [13, с. 19].

С другой стороны, многие названия продуктов, используемые в названиях блюд, являются универсальными и общими для разных языков. Например: *onion* – лук, *carrot* – морковь, *potato* – картофель, *apple* – яблоко, *pear* – груша и др. [33, с. 167]. Однако те блюда, которые создаются из данных продуктов, являются своеобразными произведениями искусства, которые отражают местную, национальную характеристику пищевой культуры определенного народа.

В современном английском языке в названиях блюд используется множество простых непроеизводных слов, которые являются древними наименованиями общегерманского происхождения, т.е. исконно английской лексикой (*loaf* – буханка, *milk* – молоко, *bread* – хлеб, *bacon* – бекон, *fish* – рыба, *hen* – курица). Такие слова можно считать исконно английскими в связи с тем, что в ходе эволюции языка они утратили внутреннюю форму, что привело к их упрощению и ассимиляции [28, с. 86].

Многие из исконно английских номинаций являются англоязычными реалиями, т.е. используются только в английской культуре и для других культур являются экзотизмами. Например: *beef* – ростбиф, *bacon* – бекон, *beefsteak* – бифштекс, *fish and chips* – рыба с жареной картошкой (в британской разновидности английского языка), *hamburger* – гамбургер, *hotdog* – хотдог, *coca-cola* – кока-кола) (в американской разновидности английского языка).

С другой стороны, в названиях блюд на английском языке могут использоваться и реалии других стран, которые являются репрезентантами национальной кухни, а в лингвистическом аспекте – экзотизмами в отношении английского языка. Например: *chili* – чили (мексиканская кухня), *pizza* – пицца, *spaghetti* – спагетти (итальянская кухня), *sausages* – сосиски (немецкая кухня) [33, с. 167].

По мнению Е.А. Коваленской, в современном английском языке используется большое количество заимствований в области гастрономических реалий из:

- французского языка: *crème pâtissière* (название крема), *café filter* (сорт кофе), *aioli* (сорт майонеза), *appellation contrôlée* (вино высшего качества);
- испанского языка: *piña colada* (название алкогольного напитка), *taramosalata* (рыбная закуска);
- итальянского языка: *amaretto* (название ликера), *cappuccino* (название кофе), *calzone* (пирог с сыром), *ossobuco* (блюдо из телячьей голени), *fettucine Alfredo* (блюдо из спагетти).

Это связано с современной ситуацией в Великобритании и США, контактирующих с данными странами, а также с собственно лингвистическими причинами (большим влиянием французского языка на становление английского языка в ходе его истории).

Также встречаются и заимствования из многочисленных других языков: греческого (*avgolemono* – куриный суп), хинди (*dal* – индийское блюдо), арабского (*tabouleh* – овощной салат), японского (*yakitori* – блюдо из цыпленка) и др. [20, с. 113].

Из многих приведенных примеров видно, что заимствования, отражающие национально-культурные особенности в названиях блюд, часто имеют нехарактерные для английского языка фонетические и орфографические характеристики. Приведем еще несколько примеров: *guinataan* (приготовленный как на Филиппинах), *banh mi* (вьетнамский хлеб), *lahmacun* (турецкая пицца) [30, с. 39].

В составе названий блюд часто используются имена собственные и реалии, которые также отражают особенности либо исконно английской / американской, либо национальной кухни других стран. Например, англоязычным реалиями являются следующие названия блюд:

Earl Grey Tea – название чая, в котором используется лексема *earl*, отражающая титул высшей аристократии англосаксонской Британии в XI веке (эрл);

Yorkshire Pudding – йоркширский пудинг, в котором используется топоним *Yorkshire*, название исторического графства в северной Англии [28, с. 85].

В названиях блюд, как исконно английских, так и в заимствованных, отражающих национальную кухню, используются номинации особенностей блюда, такие как:

- внешние характеристики: размер блюда, его форма, цвет, запах, фактура поверхности и т.п.;

- внутренние характеристики: вкус блюда, его консистенция, особые свойства ингредиентов, способ приготовления, состав и др.;

- скрытые признаки, которые можно выявить только в ходе этимологического анализа названий [28, с. 85].

В морфологическом аспекте необходимо отметить существующие способы образования названий блюд, которые применяются как по отношению к исконно английским лексемам, так и к заимствованиям.

Наиболее распространенной моделью для английского словообразования в области названий блюд сегодня является словосложение по модели сложения двух существительных в одно существительное, как раздельнооформленное, так и слитнооформленное. Например: *bee wine* (вино), *Bloody Mary* (коктейль), *camomile-tea* (чай), *chaud-froid sauce* (соус), *canary pudding* (пудинг) и др.

Помимо словосложения, при образовании названий блюд на английском языке активно используется стяжение. Например: *buble-and-squeak* (блюдо из картофеля и овощей), *fry-up* (жареное блюдо), а также сложные слова на усеченной основе (*chilidog* – сосиска в тесте).

Многие названия блюд содержат в своем составе имена собственные. По способу образования их также следует относить к раздельнооформленным сложным словам. Например: *beef Wellington* (блюдо из говядины в честь герцога Веллингтона), *Caerphilly cheese* (название мягкого сыра по названию города в Уэльсе).

В современном английском языке часто используются разные типы сокращений:

- субстантивация: *dry* (от *dry cocktail*) – название сухого коктейля, *Dundee* (от *Dundee marmalade*) – мармелад;

- апокопа: *candy* (от *candy-floss*) – название десерта;

- слияние: *beefish* (от *beef* и *fish*) – начинка для гамбургеров из телятины и рыбы [20, с. 113].

Помимо собственно словообразовательных моделей и заимствований, названия блюд в современном английском языке образуются также за счет семантической деривации [20, с. 113], т.е. преобразования значения уже известных слов.

Семантическая деривация происходит, во-первых, за счет метафоры. Метафорический перенос может основываться на сходстве формы, цвета, качества, состава блюда [34, с. 11]. Например: *Devils on horseback* – дословно: черти на лошади (метафора на основе сходства вида продукта).

Метафорические названия блюд могут основываться на разных схожих чертах субъектов метафоры: на внешнем виде блюда, его истории возникновения, воздействия на человека. При этом чаще всего, по мнению Е.А. Градалевой, метафорический перенос в названии гастрономического продукта основывается на форме изделия либо на образе, который отражает определенные характеристики целевой аудитории. Например, названия многих алкогольных напитков намекают на то, что после их употребления человек может стать резвящимся, как жеребец (коктейль *Wilde Horse* – *Дикая лошадь*), или задиристым, как собака (*Salty Dog* – *Дерзкая собака*) [10, с. 5].

В отношении метафоры, связанной с пищей, используется несколько терминов. А.С. Бойчук [3] использует термины «гастрономическая метафора» и «гастрометафора», Е.А. Юрина [36] и А.В. Боровкова [4] применяют термин «пищевая метафора». Следовательно, в современной лингвистике еще

нет однозначного понятия, отражающего метафору в названиях кулинарных блюд.

Среди основных факторов, мотивирующих активное использование метафоры в области национальной кухни, следует отметить:

- особенности человеческого сознания и восприятия действительности;
- антропоцентричность, т.е. отношение человека к разновидностям пищи:

- физиологичность, т.е. связь национальной кухни с физическим миром, ее предметность;

- возможность выражать эмоционально-экспрессивный компонент значения и оценочных характеристик;

- множественность отрицательных коннотаций;

- социальные и культурные сферы человеческого существования [3, с. 76].

Во-вторых, названия блюд в ходе семантической деривации также основываются на процессах метонимического переноса. Например: *arabica* (сорт кофе – от названия дерева), *crumble* (хлеб или смесь муки с жиром в форме крошек, от значения «крошка»), *dip* (острая приправа, в которую макают пищу, от значения «погружение») [20, с. 115].

В морфологическом аспекте следует выделить частеречную принадлежность названий блюд и лексем, входящих в их состав. По мнению Е.А. Коваленской, чаще всего группа названий блюд в английском языке пополняется за счет существительных и номинативных словосочетаний: *cheesecake* (творожный пудинг), *cupcake* (капкейк), *apple strudel* (яблочный штрудель).

Также в последнее время в английском языке появляются номинации блюд с описательным прилагательным в их составе:

- прилагательные для описания внешнего вида блюда: *bite-size* (крошечный), *soggy* (непропеченный), *browned* (подрумяненный);

- прилагательные для описания вкуса блюд и текстуры: *powdery* (порошковый), *stodgy* (густой), *fizzy* (шипучий).

Среди глаголов отмечаются лексемы, которые описывают процесс приготовления блюда: *layer* (укладывать слоями), *sprinkle* (сбрызгивать) [20, с. 112-113].

В семантическом аспекте следует выделить особое значение эмоционального компонента значения, заложенного во многих названиях блюд в английском языке. Данная характеристика связана с задачами ресторанного дискурса и сайта ресторана, в частности:

- сформировать положительный имидж ресторана;
- повысить уровень доверия посетителей;
- сделать акцент на преимуществах ресторана [31, с. 101].

Положительный эмоциональный настрой создается в названиях блюд не только за счет лексем с положительной эмоциональной окраской, но также за счет актуализации национального колорита, ожидания наслаждения, детализации, визуализации в названии блюд.

Также в названиях блюд обнаруживаются многочисленные примеры аллюзии. Особо часто аллюзия наблюдается в текстах меню, авторы которых опираются на известные литературные произведения, исторические события, кинематограф [34, с. 11]. Например: *Ashley Jensen's Umbrian pasta* – умбрианская паста Эшли Дженсен (аллюзия на имя шотландской актрисы).

М.В. Ундрицова также отмечает возможность использования языковой игры в названиях блюд. Языковая игра позволяет сделать пищевую продукцию более привлекательной для реципиентов. Например, в пункте пищевого питания, основной темой которого является космос, названия блюд могут иметь такие примеры языковой игры: *Galactic Grilled Chicken* (галактическая курица-гриль), *Orbital BBQ Spare Ribs* (орбитальные ребрышки-гриль) и др. [34, с. 12].

Сегодня в сфере пищевых продуктов отмечается множество неологизмов, которые образовались за последнее время. Они отмечаются в следующих тематических группах лексики:

- диеты: *skangetarian* (тот, кто ест овощи и мясо кенгуру), *bretharian* (юмористическая лексема для обозначения человека, питающего воздухом);
- названия приемов пищи: *brinner* (обед вместо завтрака);
- лексемы, использующиеся с номинациями кофе: *affogato* (эспрессо с ванильным мороженым), *flat white* (кофе с большим количеством молока);
- новые продукты питания из других стран: *bitter ground* (овощ из Индии), *genipap* (африканский фрукт);
- события, на которых готовятся блюда: *food rave* (знакомство людей в процессе приготовления пищи), *boodle fight* (военный банкет в филиппинском стиле, где люди едят руками за длинными накрытыми столами) [30, с. 39].

С нашей точки зрения, некоторых из данных неологизмов могут присутствовать и названиях новых блюд. Например, среди неологизмов – названий блюд Е.Б. Таганова отмечает: *cawl* – традиционный суп Уэльса, *eton mess* – десерт, *turducken* – блюдо из индейки, фаршированной мясом курицы и утки. Сюда же включаются и неологизмы-заимствования, которые представляют блюда национальной кухни: *kibbeh* (левантийское мясное блюдо), *cheela* (корейская лепешка), *dosa* (индийское блюдо из риса). К национальным реалиям кулинарии относятся и новые типы ресторанов и продуктовых магазинов, появившихся в англоязычных странах: *yumcha* (китайский ресторан), *burgeria* (ресторан, где продают только бургеры) [30, с. 39].

Следует отметить, что и в ранней истории Великобритании многие названия блюд являлись блюдами национальной кухни, т.е. представляли собой заимствования, которые затем прижились в английском языке. Так, по утверждению Н. Гаварда, на сами пищевые привычки англичан, а также и на группу названий блюд, большое влияние оказали викинги, римляне, затем французы. Например, при вторжении франко-норманнов в английском языке

стали широко использоваться специи из мускатного ореха, шафрана, имбиря, перца, в связи с чем и соответствующие номинации появились в английском языке [38, с. 26].

При этом и английская кухня развивалась на протяжении всей истории развития страны. Даже в самых известных ресторанах Лондона до сих пор используются традиционные блюда. Сегодня у кулинаров вновь входят в моду такие традиционные продукты, как ревень или черный (кровяной) пудинг. Кроме того, все более широкое применение находят сезонные и экологически чистые продукты [35, с. 149].

Также выделим тематический аспект названий блюд в современном английском языке, вслед за С.Н. Ивановой [15]:

1. Названия блюд, основывающиеся на их составе или способе приготовления.

В этой тематической группе встречаются названия блюд, которые перечисляют главные ингредиенты или несколько главных ингредиентов в названиях: *Berger with mozzarella*. Также в этой группе выделяются названия блюд, отражающие добавляемые приправы (*powered duck breasts*), способы нарезки ингредиентов (*chopped chicken salad*), особую форму блюда (*eggs et cocotte*), термическую обработку продуктов (*iced caramel*), качественные изменения в продуктах (*grinded beef*). Особо примечательным в этой группе и значимым для настоящего исследования является наличие иноязычных вкраплений, связанных с обозначением способов обработки. Например, сюда можно отнести итальянские названия типа *Lasagne Al Forno* (*al forno* – от итал. «приготовленный печи»), *Pasta Al Dente* (*al dente* – от итал. «на зубок»).

2. Названия блюд, связанные с локальной отнесенностью (местность, реалия, названия фирменных блюд).

В таких названиях часто используются топонимы, которые отражают национально-культурную окраску. Например: *California Roll* – блюдо, созданное шеф-поваром ресторана «Токуо Каikan» в Лос-Анджелесе, что подтверждает использование в названии блюда и американской, и японской

реалии. Помимо топонимов, в названиях блюд из этой тематической группы используются названия наций и этносов. Например: *Greek-style yogurt* – йогурты, выполненные на базе греческого йогурта.

3. Креативные, необычные названия.

Креативные названия блюд часто строятся в английском языке на основе игры слов. Игра слов может основываться на разных языковых уровнях. Например, на лексическом уровне данное средство строится в виде деформации фразеологических единиц. Например: *Toast of the town* – данный фразеологизм сегодня используется в английском языке в значении «человека, популярного в обществе», однако в рамках названия блюда лексема *toast* теряет свою идиоматичность и используется в первичном значении («тост»), что придает особую креативность названию блюда. На уровне лексики игра слов также создается на основе создания новых смысловых или ассоциативных связей. Например: *farmer's plate* – лексема *farmer* используется с целью создать ассоциацию с экологически свежими продуктами. На уровне фонетики креативность обеспечивается за счет использования рифмы, аллитерации или ассонанса в названии блюда. Например: *Messy Jessy BBQ chicken*. На уровне словообразования встречаются окказиональные названия. Например: *Vincent man Gogh* (от *Vincent van Gogh*) – название десерта из манго, схожее с фамилией художника. В названиях детских блюд языковая игра часто основывается на внешней форме блюда. Например: *Dinosaur-shaped chicken nuggets*.

4. Названия, связанные со временем приема пищи.

Время прием пищи, отражаемое в названии блюд, может касаться:

- времен года: *Summer pudding*;
- дней недели: *Thursday gnocci*;
- отдельных частей суток: *Eff Breakfast Muffins*.

5. Названия в честь определенных исторических или современных личностей.

Здесь выделяются названия блюд в честь создателя блюда (*Caesar Salad* – в честь повара итальянца Цезаря Кардини) или в честь известных исторических личностей для создания ассоциативности и запоминаемости блюда (*The Arhtur, Elvis Cocktail*).

6. Названия, связанные с национальными праздниками.

Национальными праздниками, упоминаемыми в названиях английских блюд, являются Рождество (*Christmas pudding, Twelfth Night Cake*), Пасха (*Pesach brownies*), день рождения (*Birthday pasta*), новый год (*New Year's Black-Eye Pea Dip*), Хэллоуин (*Halloween Meatloaf*).

Также необходимо отметить ряд функций национально окрашенной лексики в названиях блюд:

- иконическая (собственно денотативная) функция;
- директивная (инструктивная) функция;
- квалификативно-оценочная функция;
- презентационная функция.

Иконическая функция заключается в том, что названия блюд закрепляют образы еды, ее качества, способа приготовления или субъектов кулинарного процесса в сознании коммуникантов. Директивная функция описывает структуру процесса приготовления блюд, а также регулирует количественные, качественные, запретительные и разрешительные характеристики гастрономических реалий. Квалификативно-оценочная функция характеризует социальное отношение к процессу приготовления и потребления блюд. Более того, данная функция названий позволяет формировать культурные приоритеты в данном процессе. Что касается презентационной функции, она тесно связана с драматизацией и ритуализацией процесса глуттонической коммуникации [Головницкая 2010, с. 102].

Говоря о названиях национальной кухни в английском языке, следует выделить специфику переноса кулинарных реалий разных языков в английский язык, т.е. рассмотреть проблему в русле переводоведения.

По С. Влахову, существует две главные стратегии перевода реалий, которые можно отнести к названиям национальных блюд: 1) транскрипция; 2) перевод / замена [7, 87].

Транскрипция – это такая стратегия перевода, которая позволяет сохранить культурный колорит в переводимом тексте. При использовании этой стратегии название блюда переносится в другой язык за счет графических средств языка перевода, максимально сближаясь с оригинальной формой. Например: *bouillabaisse* – *буайбес*.

Транслитерация, близкая к транскрипции – это переводческая трансформация, которая заключается в изменении букв алфавита на соответствующие буквы переводящего языка, в данном случае, на русские буквы. Например: *espresso* – *эспрессо*.

Сложность при использовании транскрипции и транслитерации состоит в том, что один и тот же переводчик может использовать разные соответствия букв и звуков, в результате получая совершенно новое название блюда. Более того, от принципов транскрипции при переводе названий блюд иногда приходится отступать. Особенно это необходимо при переводе названий, которые звучат слишком непривычно для реципиента перевода, являются труднопроизносимыми или вызывают негативные ассоциации.

Следует отметить, что при переводе безэквивалентной лексики, к которой относятся и названия национальной кухни, которая неоднократно встречается в другой культуре, переводчики используют уже известный транскрибированный вариант перевода реалии [6, с. 117]. Например: *waffles* – *вафли*, *truffles* – *трюфели*, *marzipan* – *марципан*.

Перевод или замена – это обратная стратегия, которая лишает название блюда культурной коннотации и максимально приближает его к «своей» культуре. Такая стратегия перевода применяется чаще всего тогда, когда транскрипция названия по тем или иным причинам невозможна.

Другим способом перевода безэквивалентной лексики и, согласно теме данного исследования, культурно окрашенных названий блюд, является

калькирование. Данная трансформация в отношении реалий представляет собой «замену ее составных частей – морфем или слов (в случае устойчивых словосочетаний) их прямыми лексическими соответствия в ПЯ» [2, 99]. Например: *gingerbread house* – *пряничный домик*.

Безэквивалентная лексика в виде названий блюд может передавать в принимающем языке за счет освоения. Реалия в тексте перевода может быть заменена своим функциональным аналогом, который имеет схожие функции с реалией оригинала, однако он отличается от безэквивалентной лексемы своими характеристиками. Другими словами, безэквивалентная реалия заменяется не эквивалентом, а лишь аналогом, являющимся таковым только в данном контексте. В общем смысле суть этого приема можно объяснить тем, что «одна и та же предметная ситуация изображается в переводящем языке на основе различных, хотя и взаимосвязанных признаков» [5, с. 108]. Например: *galette* – *лепешка*, *pancakes* – *оладьи, лепешки*. Однако, с нашей точки зрения, на сайте ресторана для выполнения всех функций используются именно иностранные, т.е. заимствованные лексемы, а не их освоение.

Итак, согласно вышеизложенному, в названиях блюд в английском языке выделяются следующие лингвистические особенности: 1) использование как общих для разных языков названий, так и заимствований – реалий; 2) необычные фонетические и орфографические характеристики заимствованных названий блюд; 3) частое использование имен собственных и реалий в названиях блюд; 4) отражение особенностей внешних, внутренних и скрытых характеристик блюда в названии; 5) использование словообразовательных способов – словосложения, стяжения, сокращения, семантической деривации: метафоры, метонимии; 6) преимущественное использование в составе названий блюд существительных и номинативных словосочетаний; 7) значимость эмоционального компонента значения слов в составе названий блюд; 8) включение аллюзий, игры слов в названия блюд; 9) использование названий – неологизмов, включая и новые заимствования; 10) выполнение названиями иконической, директивной, квалификативно-

оценочной и презентационной функций; 11) передача заимствования за счет транскрипции, транслитерации, перевода / замены, калькирования, освоения.

Выводы по Главе 1

В ходе анализа научной литературы в первой главе настоящего исследования изучены названия блюд и их функционирование в дискурсе сайта ресторана, мы пришли к следующим выводам:

1. Сайт ресторана как тип дискурса являются смешанным типом, включающим в себя черты лично- и статусно-ориентированного дискурса, который направлен на освещение культуры питания в определенной стране или совокупности стран. Целью данного дискурса является привлечь потребителя –массового адресата за счет положительной оценочности, красочного оформления, креолизованной структуры сайта. Главными структурными компонентами сайта ресторана являются: презентационный компонент (логотип и слоган), описательно-информативный компонент (информация о ресторане, меню) и информативно-интерактивный компонент (обратная связь и заказ).

2. Названия блюд имеет разную терминологию, исходя из применяемого к ним подхода: широкого, культурологического или узкого. В данной работе используется обобщающий термин «названия блюд», позволяющий отразить разные типы названий по их семантике, структуре и происхождению.

3. В лингвистическом аспекте названия блюд чаще отражают культурологические характеристики и содержат в своем составе экзотизмы, реалии своей страны и чужих стран, топонимы и антропонимы. В английских названиях блюд используются заимствования из французского, испанского, итальянского и многих других языков, исходя из специфики сайта ресторана и используемой национальной кухни. Образование названий блюд происходит в английском языке по моделям словообразования, путем прямых заимствований (транскрипция, транслитерация, калькирование) или за счет

семантической деривации (метафора, метонимия). В значениях компонентов, входящих в название блюда, часто отражается эмоциональный компонент и присутствует игра слов, включаются неологизмы с целью обеспечить привлекательность продукта питания для посетителя ресторана (пользователя сайта).

Глава 2. Семантические, структурные и лингвокультурные особенности названий национальных блюд на англоязычных сайтах ресторанов

Особенности названий блюд на англоязычных сайтах ресторанов национальной кухни исследуются в данной работе на основе шести ресторанов, которые отражают два основных направления кулинарии:

1) русскую национальную кухню на основе сайтов лондонских ресторанов «The Russian Deli», «Bob Bob Ricard City», «Erebuni Restaurant & Bar»;

2) британскую национальную кухню на основе сайтов лондонских ресторанов «The Golden Chippy», «Kennigton Lane», «Blacklock».

При этом следует отметить, что отнесение ресторанов к определенной национальной кухне не говорит о том, что в них не предлагаются блюда из других распространенных национальностей. Так, на сайтах лондонских ресторанов русской национальной кухни в большом количестве также присутствуют названия блюд грузинской, армянской, украинской кухни, на сайтах ресторанов британской кухни присутствуют распространенные блюда из европейской кухни (французской, мексиканской, итальянской и т.п.).

Проведем сравнительный анализ лингвистических и лингвокультурных особенностей названий блюд в данных двух группах сайтов ресторанов русской и британской национальной кухни.

2.1. Особенности названий блюд на сайтах ресторанов русской кухни

Сайты лондонских ресторанов русской кухни («The Russian Deli», «Bob Bob Ricard City», «Erebuni Restaurant & Bar») предлагают большое количество блюд, названия которых относятся, по большей части, как и видно из названия, к русской кухне. Тем не менее, в группу анализируемых названий мы также относим и другие названия блюд, которые отражают особенности других национальных лингвокультур.

Анализ особенностей названий блюд проводится на основе трех критериев: семантики названий, их структуры (способа образования / появления в английском языке) и лингвокультурологических особенностей.

По семантике названия блюд, предлагаемые на сайтах лондонских ресторанов русской национальной кухни, очень разнообразны. Мы выделили девять семантических групп, исходя из того, какая особенность блюда выносится в название блюда.

Чаще всего на сайтах лондонских ресторанов русской национальной кухни названия блюд образуются, исходя из состава блюда, т.е. его главных ингредиентов. Из общего количества проанализированных лексем русской национальной кухни (122 единицы) 56 относятся к семантической группе «Состав блюда», что составляет 45,9%. Например:

Piroshki (Erebuni Restaurant & Bar). Название русского блюда *пирожки* является русскоязычным заимствованием. В русском языке это слово является уменьшительно-ласкательной лексемой от слова *пирог*, которое, в свою очередь, произошло от древнерусского слова *пыро* («пшеница»). Следовательно, главный ингредиент пирожков выносится в название блюда, однако его можно выделить только в ходе проведения этимологического анализа. Для англоязычного пользователя сайта заимствование вовсе не понятно, однако, разобраться в нем позволяет описание пирожков и ингредиентов, входящих в состав их начинки.

Chakhokhbili (Erebuni Restaurant & Bar). Данное блюдо является названием грузинской кухни, которое предлагается посетителям ресторана и сайта русской национальной кухни. Данное слово происходит от грузинского слова со значением «фазан». Предполагается, что изначально данное блюдо готовили именно из этой птицы. Семантика и мотивировка названия слова ясны только, исходя из этимологического анализа.

Aubergine Caviar (The Russian Deli). В этом названии главный ингредиент икры выносится в само название: *Aubergine* – баклажан.

Beef & Pork Pelmeni (The Russian Deli). В данном названии блюда главным компонентом является русскоязычное заимствование *pelmeni* («пельмени»), а состав начинки пельменей выносится в название при помощи англоязычных слов, что позволяет пользователям сайта определить вкусовые особенности блюда: *beef* («говядина»), *pork* («свинина»).

Solyanka (The Russian Deli). Название этого блюда является заимствованием из русского языка: *солянка*. В названии упоминается главный ингредиент только косвенно – соленые, т.е. маринованные, огурцы.

Второй семантической группой, исходя из частотности использования на лондонских сайтах русской национальной кухни, является группа локальной и авторской характеристики названий. В эту группу мы включаем названия, которые путем наличия в их составе антропонима или топонима указывают либо на место распространения или появления этого блюда или его автора. В количественном соотношении названия блюд, выделенные в ресторанах русской кухни, относятся к группе локальной и авторской характеристики в количестве 26 единиц (21,3%). Например:

Chicken Kiev (The Russian Deli). В этом названии блюда указывается топоним *Kiev* (Киев) – столица Белоруссии. Однако это блюдо было лишь популяризировано белорусским рестораном на Крещатике, однако впервые его приготовили в России (в Санкт-Петербурге).

Napoleon (The Russian Deli). Семантику названия торта «Наполеон», по одной из версий, связывают с празднованием столетия победы над войсками Наполеона под Москвой. Однако есть и другая версия, согласно которой этот торт был впервые изготовлен в городе Неаполь, откуда и получил свое название.

French Onion Soup (Bob Bob Ricard City). В данном названии упоминается родина супа – Франция, благодаря наличию в названии топонима *French*.

Armenian Platter (Erebuni Restaurant & Bar) В данном названии отражается принадлежность блюда к армянской кухне, которая также предлагается в Лондонских ресторанах русской кухни.

Georgian Khinkali (Erebuni Restaurant & Bar). В этом примере следует выделить топоним *Georgian*, который указывает на принадлежность блюда к грузинской кухне.

Americano (Erebuni Restaurant & Bar). Существует мнение, что кофе Американо придумали итальянцы. Тем не менее, в название кофе включается топоним *America*, что связано с историей этого напитка: американцы не любят крепкий кофе, в связи с чем традиционный бразильский кофе в США разбавляется достаточно большим количеством воды. Такой способ употребления напитка стал называться Американо.

Olivier Salad (The Russian Deli). Словосочетанием *Olivier Salad* на сайте ресторана обозначается салат «Оливье». Этот салат очень популярен в России и в связи с этим ассоциируется с русской кухней. Однако он был изобретен поваром из Франции в XIX в. во время его жизни в России.

Beef Stroganoff (Erebuni Restaurant & Bar). Название данного блюда отражает авторство. Бефстроганов является популярным во всем мире блюдом русской кухни, которое получило название в честь графа А.Г. Строганова. В названии соединяется английская лексема *Beef* («говядина») и фамилия человека, которая несколько видоизменяется в транскрипции на английский язык.

Третьей группой по семантике названий блюд является группа «Способ приготовления». Довольно часто, а именно в 24 названиях (19,7%), в семантике названия явно или косвенно указывается на способ приготовления этого блюда, как в следующих примерах:

Vareniky (Erebuni Restaurant & Bar). Блюдо русской кухни *вареники*, которое на англоязычном сайте приводится в транскрибированном виде, образовано от слова *варить*, поскольку варка является главным способом приготовления этого блюда.

Jarkoye (Erebuni Restaurant & Bar). Название блюда *жаркое*, которое также приводится в виде транскрипции на сайте ресторана, происходит от глагола *жарить* – одного из способов приготовления блюда.

Soleniya (Erebuni Restaurant & Bar). Блюдо под названием *соленья* (в английской транскрипции) образуется от слова *солить*, поскольку оно представляет собой овощи, засоленные и законсервированные для длительного хранения.

Khashlama (Erebuni Restaurant & Bar). В данном случае на сайте ресторана приводится название армянского блюда (*хашлама*), семантику которого можно выявить только в ходе этимологического анализа. Это жидкое горячее блюдо, которое происходит от армянского слова со значением «варить».

Armenian Dolma (Erebuni Restaurant & Bar). Лексема *долма*, которая является названием армянского блюда, происходит от тюркского слова *dolnak* со значением «наполниться». Так косвенно указывается на способ приготовления блюда путем наполнения виноградного листа мясом, рисом и специями.

Остальные семантические группы встречаются значительно реже на сайтах лондонских ресторанов русской кухни. Прежде всего, выделим группу «Время приема / приготовления», которая наблюдается в названиях семи блюд (5,6%). Например:

Spring Salad (The Russian Deli). В названии данного блюда указывается сезонность салата: *spring* – весна.

Winter Leaf Salad (Bob Bob Ricard City). В этом случае, напротив, используется название салата, который обычно готовится зимой (от слова *winter*).

Vesna (Erebuni Restaurant & Bar). В данном случае следует выделить транскрипцию рестораторами русского слова *весна*, поэтому для англоязычных пользователей мотивировка и семантика названия блюда не ясна.

Russian Easter Cake (The Russian Deli); *Russian Easter Eggs* (The Russian Deli). Названия данных блюд соотносятся с праздником Пасхой, который празднуется и в англоязычных странах, и в России.

JULIEN (Erebuni Restaurant & Bar). Название *Жюльен* является французским заимствованием. Во французском языке так называется способ нарезки молодых овощей тонкой соломкой, обычно в летний сезон для супов и салатов.

В трех случаях (2,5%) названия блюд на сайтах ресторанов русской кухни имеют необычную семантику. Их мы относим к группе «креативных названий»:

Selodka Pod-Shuboy (Erebuni Restaurant & Bar); *Herring Under a Fur Coat* (The Russian Deli). Оба данных названия являются способами репрезентации русского блюда «селедка под шубой». Оригинальность и креативность названия заключается в его образовании за счет метафоры, основывающейся на ассоциации с овощами, покрывающими в слоеном салате сельдь, с шубой. Данная мотивировка значения ясна для англоязычных пользователей сайтов только во втором калькированном способе написания названия блюда русской кухни.

Ile Flottante (Bob Bob Ricard City). В данном случае отмечается название французского блюда, которое, несмотря на специфику ресторанов русской кухни, предлагается посетителям. Дословно с французского языка данное словосочетание обозначает «плавающий остров» (образованный водорослями). В области кулинарии так называют воздушное пирожное на креме. Название построено на основе ассоциаций формы и воздушности острова и пирожного.

Два названия блюд (1,7%) имеют в своей семантике обозначение вкуса или консистенции блюд:

Ukha (Erebuni Restaurant & Bar). Название *уха*, транскрибированное на англоязычном сайте с русского языка, происходит от индоевропейского корня *iusa*, которое означало отвар или жидкость. От данного корня образовалось

слово *jucha*, которое затем преобразовалось в современное название блюда. Таким образом, название, если рассматривать его этимологию, изначально указывает на жидкую консистенцию супа.

Armenian Ker U Sus (“Eat & Be Quiet”) (Erebuni Restaurant & Bar). Название армянского блюда отражает его острый вкус: он обжигает так, что становится не до разговоров. Для пояснения этого значения на сайте ресторана русской кухни приводится дословный перевод на английский язык.

Также в двух названиях наблюдается семантика формы или размера блюда (1,7%):

Golubtsy (Erebuni Restaurant & Bar). Название русского блюда *голубцы* происходит от слова *голубь*, исходя из сходства голубцов со свернувшейся птицей.

Chicken Fritters (The Russian Deli). В этом случае название блюда указывает на его размер: лексема *fritter* ассоциируется с чем-то небольшим, что и соответствует куриным небольшим котлеткам.

Одно название блюда, выявленное на лондонских сайтах русской кухни, отражает в своей семантике сему «цвет»:

Cappuccino (Erebuni Restaurant & Bar). Итальянское блюдо, которое также предлагается в ресторане русской кухни, происходит от белесого цвета напитка из-за добавления в кофе большого количества молока.

Еще одно название отнесено к группе «Посуда», т.е. отражает посуду, в которой оно готовится:

Chicken Tabaka (Erebuni Restaurant & Bar). Блюдо *цыпленок табака*, широко распространенное в России и имеющее грузинские корни, в своем названии отражает грузинскую сковороду, которую используют при приготовлении этого блюда.

Процентное соотношение, выявленное в ходе семантического анализа, представлено в Приложении 1.

Далее рассмотрим структурные особенности названий блюд русской кухни, представленные на сайтах лондонских ресторанов, базирующихся на русской кулинарии.

Главным источником появления названий русских блюд в английском языке является прямое заимствование. Чаще всего это одиночные существительные или атрибутивные сочетания. Такие названия занимают доминирующее положение в нашей выборке: 78 названий блюд (63,9%). Конечно, большинство названий блюд являются заимствованиями из русского языка: *solyanka*, *blini*, *pelmeni* и т.п. Множество заимствованных названий из европейских языков на сайтах ресторанов русской кухни также состоят из одного существительного: *Espresso*, *Cappuccino*, *Sauerkraut* (немецкоязычное заимствование (Bob Bob Ricard City). Так в Германии называют квашеную капусту. При этом в русском ресторане предлагается, вероятнее всего, именно русский способ квашения капусты, поэтому включение немецкоязычного названия не является ясным). К этой же структурной группе отнесены атрибутивные сочетания - сочетания из нескольких существительных подряд, при этом последнее оказывается главным словом, а предыдущие служат ему определением (атрибутивные существительные). Например, в заимствованных названиях: *Chicken Tabaka* (Erebuni Restaurant & Bar). Данное название, уже проанализированное выше, является заимствованием из грузинского языка. При этом в грузинском языке он имеет звучание «тапака». *Steak Tartare* (The Russian Deli); *Salmon Tartare* (The Russian Deli). В данных названиях отмечается заимствование из французского языка: так во французской кухне называют классический холодный соус по-татарски из желтка, растительного масла и зеленого лука. Еще одной разновидностью данной группы являются структура причастие (как Participle 1, так и Participle 2) + существительное (одиночное или атрибутивное сочетание):

Gratinated Oysters 'Orloff' (The Russian Deli). На русский источник блюда в данном названии указывает фамилия *Orloff*, которая схожа с русскими фамилиями (*Орлов*).

Flaming Crème Brûlée (заимствование из французского языка, ресторан «The Russian Deli»). Следует отметить, что в английском языке существует ассимилированный вариант французского названия блюда (*Crème Brûlée*), однако на сайте ресторана русской кухни приводится именно его франкоязычный вариант.

На втором месте по частотности использования, после заимствований, на лондонских сайтах ресторанов русской национальной кухни выделяются номинативные словосочетания. Они отмечены в 41 случае, что от общего количества составляет 33,2%. Среди номинативных словосочетаний выделяются двухкомпонентные словосочетания с английскими и заимствованными компонентами (*Aubergine Caviar, Vinegret Salad, Spring Salad, Megrelian Khachapuri, Cheburek with Beef*), трехкомпонентные словосочетания (*Russian Easter Eggs, Siberian Sturgeon Caviar, Russian Oscietra Caviar, Amurski Sturgeon Caviar, Hersey Tock Oysters*), а также многокомпонентные словосочетания разной структуры (*Spicy Korean Style Carrots, Cabbage Rolls with Beef & Pork, Sauteed Broccoli in Garlic Butter, Beef & Pork Pelmeni, Beef & Pork Piroshki*).

Остальные структурные характеристики были отмечены только для отдельных названий блюд (по 0,8%).

Например: Herring Under a Fur Coat (The Russian Deli) - название блюда является дословным переводом с русского названия: *седелка под шубой*. Оно образовано при помощи метафоры, исходя из сходства блюда с селедкой, покрытой шубой; состоит из существительного с предложным атрибутивным сочетанием.

В одном названии *Dumplings* следует обратить внимание на словообразовательный компонент – суффиксацию: *Dumplings* (Bob Bob Ricard City). Слово *dumpling*, которое в меню является заменой русского блюда «пельмени», является образованием от основы *dump* со значением «кусочек» путем добавления уменьшительного суффикса *ling*.

В структурном отношении классификация представлена в Приложении 2.

В лингвокультурологическом аспекте интересно выявить соотношение «своих» и «чужих» реалий с точки зрения британской лингвокультуры. Согласно проведенному анализу, на лондонских сайтах ресторанов русской кухни доминирующее количество названий (94%) являются чужими реалиями (преимущественно реалиями русской лингвокультуры). При этом калькированием, т.е. пословным переводом с использованием английских лексем, передаются русские названия и названия блюд других кулинарий очень редко:

Marinated Herring with New Potatoes; Marinated Tomatoes (Jar); Marinated Mushrooms (Jar) (The Russian Deli). В приведенных названиях блюд отмечаются русские маринованные блюда, которые передаются дословно английскими лексемами.

При этом некоторые русские блюда появляются на английских сайтах в двух вариантах: в дословном переводе английскими лексемами и в виде заимствования. Так, на сайте «Erebuni Restaurant & Bar» блюдо «говяжий язык» используется в виде транскрипции: *Yazik Teliachi* (Erebuni Restaurant & Bar). На сайте «The Russian Deli» то же блюдо переводится с использованием калькирования: *Ox Tongue* (The Russian Deli).

Тем не менее, транскрипция как способ отражения блюд русской (и других) национальной кухни встречается на сайтах намного чаще:

Beef & Pork Pelmeni (The Russian Deli) - здесь транскрибируется название *пельмени*, которое является блюдом русской кухни, однако имеет вариации и в других культурах.

Sirniki (Frozen) (The Russian Deli). Название блюда *сырники* приводится также в транскрибированной форме, при этом заимствуется и форма множественного числа, не характерная для английского языка.

Cabbage & Carrot Piroshki (The Russian Deli). Здесь можно наблюдать аналогичную ситуацию: русское слово *пирожки* транскрибируется вместе с морфологическими характеристиками множественного числа.

Potato Vareniki (The Russian Deli). В данном примере само название блюда передается прямым заимствованием, включая и заимствование морфологических характеристик (*вареники*), а пояснение начинки приводится английским словом.

BLINIS (Erebuni Restaurant & Bar). Данное название блюда интересно тем, что в нем используются и форма окончания множественного числа, характерная для русского названия, и характерное для английского языка окончание -s для существительных во множественном числе.

Russian “zakuska” – goes best with vodka! (Erebuni Restaurant & Bar). Данный пример показывает возможности прямого заимствования даже обобщающих названий для разных блюд в виде слова *закуска* в транскрибированной форме.

Borscht with Beef (The Russian Deli). В данном случае выделяется прямое заимствование названия блюда *борщ*, а мясной ингредиент передается русским словом.

Limonnaya Vodka (Bob Bob Ricard City). В этом примере следует выделить заимствование и самого названия продукта (*vodka* – водка), и ее разновидности, включая и показатели согласования прилагательных и существительных в русском языке.

Gribnoy (Erebuni Restaurant & Bar). В этом случае транскрибирование используется для передачи названия блюда *грибной суп*. При этом слово *суп* опускается, поскольку оно (*soup*) приводится в подзаголовке меню.

Krolic (Erebuni Restaurant & Bar); *“Perepiolki”* (Erebuni Restaurant & Bar). Данные примеры интересны тем, что эквиваленты блюдам *кролик* и *перепелки* есть в английском языке, однако составители сайта ресторана используют транскрипцию, возможно, чтобы показать русскую культуру.

Некоторые блюда упоминаются на разных сайтах. При этом они имеют разные способы репрезентации в русском языке. Например:

Olivier Salad (The Russian Deli).

Olivye (Bob Bob Ricard City)

Одно и то же русское блюдо *салат Оливье* по-разному воспроизводится на двух сайтах лондонских ресторанов. В первом случае на характеристику блюда указывает английское слово *salad* (салат), а его название приводится в виде слова, схожего с русским словом *оливье* – *Olivier*. Однако это слово не является полным заимствованием из русского языка. Во втором случае рестораторы пытались как можно ближе передать звучание названия салата средствами английского языка.

Интересными вариациями одного и того же блюда являются:

Sauerkraut (Erebuni Restaurant & Bar).

Kvashenaya Kapusta (Erebuni Restaurant & Bar).

В обоих случаях речь идет о квашеной капусте – блюде русской кухни, которое, однако, также используется и в других странах. Возможно, для отражения вариаций в данном блюде составители сайта «Erebuni Restaurant & Bar» приводят в одном случае немецкое заимствование *Sauerkraut*, а во втором случае – заимствование из русского языка.

Рассмотрим также «чужие» реалии по отношению к британской кухне, которые, однако, не относятся и к русской лингвокультуре.

Часто здесь встречаются армянские реалии:

Karmir Bibar (Erebuni Restaurant & Bar). На данном сайте используется транскрибированное название армянского блюда *Кармир Бибар*, которое имеет значение «красный перец, маринованный по-армянски».

Armenian Basturma (Erebuni Restaurant & Bar). В данном случае на армянскую реалию указывает включение топонима *Armenian*. Само название блюда *Basturma* является прямым заимствованием из армянского языка (*бастурма*).

Jingyalov Hats (Erebuni Restaurant & Bar). Данное блюдо родом из Нагорного Карабаха (*Женгялов-хац*). Его название переводится с армянского как «хлеб с травами».

На сайте Лондонских ресторанов русской кухни также отмечаются грузинские реалии. Например:

Lobio (Erebuni Restaurant & Bar). Этой реалией в грузинской кухне называются блюда из отварной фасоли.

Georgian Khinkali (Erebuni Restaurant & Bar) Так в грузинской кухне называются блюда из теста с начинкой из разного мяса, зелени и специй.

Kharcho (Erebuni Restaurant & Bar). Эта реалия отражает название грузинского супа харчо из говядины или баранины.

Из европейских реалий, присутствующих на сайтах ресторанов русской кухни, распространенными являются названия кофе (*Espresso, Americano, Cappuccino, Latte*), наряду с реалиями постсоветских стран (*Armenian (coffee), Armenian with brandy*). Присутствуют также реалии азиатских стран (например, *Lamb Manti* – манты).

Что касается «своих», т.е. британских реалий, они встречаются на сайтах ресторанов русской кухни очень редко – только в 6% случаев. Например:

DUMPLINGS (Erebuni Restaurant & Bar). Так называются британское блюдо, схожее с русскими пельменями.

Pancakes with Beef (The Russian Deli). Реалия *pancakes* отражает британское блюдо, схожее с русскими блинами, но отличающееся по специфике приготовления.

Beef Wellington for Two (Bob Bob Ricard City). Так в англоязычной культуре называют английское блюдо мясо по-веллингтонски, т.е. по сути бифштекс в тесте.

Russian Easter Cake (Bob Bob Ricard City). В этом случае описательно названа русская реалия *кулич* – пасхальный пирог.

Процентное соотношение приведено в Приложении 3.

2.2. Особенности названий блюд на сайтах ресторанов британской кухни

Лингвистическая характеристика названий блюд на сайтах лондонских ресторанов британской кухни также проводится в семантическом, структурном и лингвокультурном аспектах. Всего на трех сайтах ресторанов,

позиционирующих себя как рестораны национальной британской кухни и представляющих интерес для данного исследования, выделено 97 названий блюд.

В семантическом аспекте выделяется девять групп названий блюд британской кухни. Самой частотой является группа названий блюд, которые отражают состав блюда. Такие названия выделены в количестве 30 единиц, что от общего количества выделенных культуронимов составляет 30,9%. Например: *Chicken Burger* (The Golden Chippy); *Cod Burger* (The Golden Chippy). Данные названия схожи по одинаковой лексеме *burger*, т.е. представляют собой подвид бутерброда, характерного для британской кухни, а разновидности данных бургеров выделяются по главному ингредиенту: курица в первом случае, рыба – во втором.

Bread Roll (with butter) (The Golden Chippy). В данном случае в семантике названия блюда отражается как главный ингредиент (хлеб и масло), так и способ приготовления блюда (от *roll* – катать).

Fish Fingers, Chips & Peas or Beans (Kennigton Lane). Приведенное британское название строится на основе всех ингредиентов, входящих в его состав. При этом многие из них являются британскими реалиями: *fish fingers* – рыбные палочки (специфика блюда отличается даже в разных англоязычных странах); *chips* – так в Великобритании называется жареный картофель, который используется в качестве горячего гарнира; *peas* – консервированный или свежий горошек, который часто присутствует на столе британцев; *beans* – бобы, которые также входят в основной рацион британской нации.

Latte (Kennigton Lane). В данном случае выделяется название итальянского блюда, которое строится на его главном ингредиенте – молоке (*latte* в итальянском означает «milk coffee»).

На втором месте по частотности использования в анализируемом материале из сайтов Лондонских ресторанов британской кухни находится локальная/авторская характеристика, которая отражается в названиях блюд (20 единиц – 20,6%). Например:

Cornish Pasty (The Golden Chippy). Это название используется для обозначения слоеного пирога с начинкой из кусочков мяса с картошкой и морковью. В качестве локальной принадлежности используется топоним *Cornish* (Корнуэльский).

Spanish Omelette, Chips & Salad Garnish (Blacklock). В данном случае на локальную принадлежность указывает топоним *Spanish* (испанский).

English Lamb Chops & 3 Veg (Kennigton Lane). В этом примере выделяется название *lamb chops* («каре ягненка»), характерное для многих культур, однако выделяется именно локальная характеристика этого блюда за счет введения топонима *English* (английский).

Авторство блюда в названиях британской кухни обозначается двояко. Во-первых, это может быть название ресторана, который использует данный рецепт: *KENNINGTON SPECIAL £7.70* (Kennigton Lane). Во-вторых, выделяется авторство в виде лексемы *chef* (шеф-повар): *Chef's Mixed Grill* (Kennigton Lane)

Третья группа, характерная для семантики названий блюд британской кухни, отражает способ приготовления блюда. Такие примеры выделены в количестве 19 названий, что составляет 19,6%. Например:

Double Shot Espresso (Kennigton Lane). В лексеме *espresso* итальянского происхождения отражается процесс «выжимки» из кофейных зерен для получения кофе. Более того, уточняющие компоненты *double shot* («двойной») указывают на более интенсивное произведение этого действия.

Roast dinners. Данное словосочетание используется с целью обозначить целую группу британских блюд, которые приготовлены схожим образом, а именно путем жарки (*roast* – «жарить»). В эту группу входят следующие названия блюд: *Roast Lamb; Roast Beef; Roast Pork; Roast Turkey* (Kennigton Lane).

Kebabs; Chicken Kebab; Mixed Kebab (lamb kofte & chicken kebab) (Kennigton Lane). Лексема *kebab* является общим наименованием популярных в странах Ближнего Востока, Центральной Азии блюд из жареного мяса. Во

втором примере происходит пояснение главного ингредиента кебаба (*chicken* – «цыпленок»). В третьем примере в самом названии блюда поясняется множество ингредиентов в блюде за счет лексемы *mixed* («смешанный»), а в пояснении к нему отражаются два блюда, которые объединены в одно целое.

Rolls (Kennigton Lane). Данная лексема является заимствованием из японского языка с целью обозначения блюда, которое готовится путем скручивания основы и начинки (от *roll* – «катить»).

Vegetarian Melt Panini (Kennigton Lane) В названии блюда присутствует итальянское заимствование, которое обозначает «хлеб» или «булочки», которые подаются поджаренными на гриле. В итальянском языке это слово имеет значение «small bread rolls», т.е. указывается одновременно и способ приготовления (*roll*), и главный ингредиент (*bread*).

Далее следует выделить группу креативных названий, которая наблюдается в семи названиях блюд британской кухни (7,2%). Например:

Bangers Mash (Kennigton Lane). Так называется блюдо, которое по внешнему виду напоминает взрыв или фейерверк (от *banger*). Следовательно, в данном случае название строится на основе ассоциации с непищевыми предметами.

Poached Eggs on Toasts (Kennigton Lane). В данном случае большим креативным потенциалом в момент образования названия обладало слово *poached*. Это заимствование из французского языка со значением «карман». Слово стало активно использоваться для обозначения особого способа варки яиц.

Далее выделим группу названий британских блюд, которые в своей семантике отображают особенности цвета блюда (5 единиц – 5,2%):

Green Sauce (Blacklock). В самом названии лексема *green* указывает на то, что данный соус имеет необычный зеленый цвет. Так могут называться разные соусы: итальянский или испанский соус *salsa verde*, французский соус *sauce verte* и немецкий соус *grüne Sosse*.

Chicken Nuggets, Chips & Peas (Kennigton Lane). В названии наблюдается цветовая характеристика слова *nuggets*. Изначально слово *nugget* имело значение «кусочек золота», а затем было перенесено в пищевую область с целью обозначения жареных кусочков курицы яркого золотистого цвета.

Следующей семантической группой названий британских блюд являются названия, содержащие в своей семантике значение формы или размера блюда. Они наблюдаются в 5 случаях (5,2%). Например:

Onion Rings (The Golden Chippy). Блюдо названо «луковыми кольцами», исходя из внешнего вида частей лука, которые обжариваются в кляре и подаются в виде колец.

BAGELS (Kennigton Lane). Слово *bagel* заимствовано английским языком из идиша со значением «кольцеобразный хлеб», т.е. рогалик. Для введения названия используется именно форма блюда.

Ciabatta Big Baps (Kennigton Lane). Слово *ciabatta*, являющееся обозначением разновидности хлеба, имеющего удлиненную форму и хрустящую твердую корочку, является итальянским заимствованием с буквальным значением «тапочки для ковра». Т.е. основной для образования названия стала форма хлеба, схожего с тапочками.

Отличительной семантической группой названий британских блюд является «История». В этой группе, содержащей четыре названия (4,1%), наблюдается отражение определенных исторических событий, связанных с появлением блюда. Например:

Coronation Chicken (Kennigton Lane). Так называют традиционное блюдо из Великобритании, которое представляет собой холодный салат из курицы с майонезом, приправой карри и изюмом. Название появилось в 1953 году, поскольку это блюдо было специально разработано для банкета по случаю коронации нынешней королевы Великобритании Елизаветы Второй.

Shepherd's Pie & Mixed Veg (Kennigton Lane). Пастуший пирог – это традиционное британское блюдо, которое представляет собой картофельную

запеканку с фаршем. Исторически пирог делается из баранины или ягнятины, что было характерно для блюд овчаров.

Ploughman's (Kennigton Lane). Так называется, дословно, «ланч пахаря», который, по сути, представляет собой намазанный маслом хлеб с кусочками сыра чеддер, маринованными овощами. При образовании названия имелось в виду сочетание продукта, характерное для профессии пахарей в древние времена.

Четыре названия из проанализированных британских названий блюд содержат в своей семантике указание на особый вкус или консистенцию продукта питания. Например:

Curry Spring Roll (The Golden Chippy). В указанном названии блюда главной характеристикой является насыщенный вкус карри, что обычно не характерно для такого блюда, как роллы.

Spicy Chicken Tikka Massala (Kennigton Lane). В этом названии присутствуют слова из хинди, которые дополняют его характеристиками, связанными со вкусовыми качествами: *spicy* – пряный.

В трех названиях блюд (3,1%), выделенных на сайтах Лондонских ресторанов британской кухни, отмечается время приготовления или приема этого блюда. Например:

Winter Salad (Blacklock). В названии салата указывается на его употребление зимой в связи с довольно сытными ингредиентами, входящими в его состав.

VEGGIE BRUNCH £7.20 (Kennigton Lane). В этом случае следует выделить значимую для понимания семантики лексему *brunch*, которая является слиянием от слов *breakfast* и *lunch* с целью обозначения нового процесса пищи между завтраком и ланчем (поздний завтрак).

Процентное соотношение представлено в Приложении 4.

По структуре названия блюд, встречающиеся на сайтах ресторанов британской кухни, чаще всего являются номинативными словосочетаниями. Мы выделили 64 таких примера, что от общего количества составляет 65,9%.

Здесь выделяются двухкомпонентные словосочетания (*Fish Cakes, Southern Fried, Roast Chicken, Steak Pie, Mediterranean Salad, Baked Beans, Corn Beef, Escalope Melt*), трехкомпонентные словосочетания (*Steak & Kidney Pie, Hot Chocolate Cadburys, Double Shot Espresso, Steak 'N' Mushroom Pie, Steak 'N' Kidney Pudding*), а также распространенные многокомпонентные словосочетания (*Cheese & Onion Pasty Jamaican Pattie, Home Made Lasagna, Chips & Salad* и др.).

На втором месте по частотности использования среди выделенных названий блюд, используемых в контенте сайтов ресторанов британской кухни, находятся заимствования, которые представляют собой как одиночные существительные, так и атрибутивные сочетания и сочетания существительных с причастиями в предпозиции (15 названий – 15,5%). Например:

Home Made Chilli & Rice (Kennigton Lane). Чили – это традиционный соус мексиканской и азиатской кухни, основным ингредиентом которого является острый перец чили. Основой для заимствования стали ацтекские языки.

Home Made Lamb Musakka, Chips & Salad (Kennigton Lane). В приведенном примере наблюдается название турецкого блюда. Так называется мясная запеканка с фаршем, луком и баклажанами.

Kebabs (Kennigton Lane). Лексемам *kebab* является турецким заимствованием со значением «жареное мясо».

Cappuccino (Kennigton Lane). Данное название кофе является итальянским заимствованием, где оно обозначает белесый цвет кофе.

Macchiato (Kennigton Lane). Слово *macchiato* является также итальянским заимствованием для обозначения вида кофе, в котором используется лишь небольшое количество молока.

OMELETTES (Kennigton Lane). Лексема *omelettes* является в английском языке французским заимствованием. Тем не менее, блюдо омлет считается блюдом, характерным для многих стран и лингвокультур.

Falafel (Kennigton Lane). Данное название является заимствованием из арабских языков, поскольку блюдо является израильским по происхождению.

Gherkin / Onion (The Golden Chippy). Несмотря на то, что лексема *gherkin* является заимствованием из голландского языка, она используется для обозначения традиционного британского блюда, сделанного из огурцов.

14 названий блюд из проанализированного материала образуются путем семантической деривации (14,4%). При этом чаще всего здесь используются метафорические переносы. Большинство данных структур является атрибутивными сочетаниями или одиночного существительного. Например:

Coronation Chicken (Kennigton Lane). Название данного блюда образуется в связи с переосмыслением процесса коронации королевы и перенесения этой характеристики на продукт питания.

Jacket Potatoes (The Golden Chippy); *jacket spuds* (Kennigton Lane). Этими названиями называется картофель в мундире. Семантическая деривация проявляется в лексеме *jacket*, основным значением которой является «куртка».

Torpedoes (Kennigton Lane). Так называется британский десерт, который по своей форме напоминает торпеду.

Можно выделить и примеры метонимического переноса в рамках семантической деривации:

Chips (The Golden Chippy). Слово *chip* изначально имеет значение маленького кусочка. Следовательно, размер блюда переносится на его название.

Также в эту группу названий британских блюд мы относим напитки, которые являются одновременно и торговыми марками: *Lucozade / Oasis; Redbull; Ribena* (Kennigton Lane).

Эллиптические структуры редко встречаются в названиях блюд, упоминающихся на сайтах ресторанов британской кухни (2,1%). Например:

Ploughman's (Kennigton Lane). В данном случае сокращение заключается в опущении слова *pie*.

Burgers (The Golden Chippy). Слово *burger* образовано от американского названия блюда *hamburger* путем усечения первого слога.

Также в рамках неанглоязычных названий блюд, обнаруженных на сайтах ресторанов британской кухни, выделяется использование слияния для их образования (2,1%). Например:

Chilli Hollandaise; Bearnaise (3). Оба данных примера образованы однотипно от лексем, обозначающих место производства блюда *Holland* (Голландия) и *Bearn* (регион Франции) и части слова *mayonnaise* (майонез).

Процентное соотношение представлено в Приложении 5.

В отношении лингвокультурных особенностей главным является соотношение «своих» и «чужих» реалий. «Свои» реалии, т.е. собственно британские реалии, встречаются значительно чаще (73%), чем «чужие» реалии. Например:

Chips (The Golden Chippy). Реалия *chips* характерна только для британского варианта английского языка. Она называет жареную картошку, тогда как в американском варианте эта же лексема отражает блюдо «чипсы».

Shepherd's Pie & Mixed Veg (Kennigton Lane). Данная реалия также характерна только британской лингвокультуре и не используется в культуре других стран.

Steak Sarnie (Blacklock). Так в Великобритании называется британский бутерброд, обычно с горячей пикантной начинкой в хлебном кексе.

«Чужие» реалии используются на сайтах ресторанов национальной британской кухни значительно реже, а именно в 27 процентов случаев. Например:

Chicken Kiev, Chips & Peas (Kennigton Lane). В этом примере наблюдается небританский топоним *Kiev* (Киев) для обозначения русского блюда.

Coleslaw / Sweetcorn (The Golden Chippy). В этом примере выделяется датское заимствование от *kool* (капуста) и *sla* (салат).

Mocha (Kennigton Lane). Эта лексема является изначально названием морского порта в Йемене. Там же появилась и разновидность этого кофе.

PANINI'S (Kennigton Lane). *Panini* является итальянской реалией.

Home Made Spaghetti Bolognese (Kennigton Lane). В этом примере в названии блюда отмечается использование французских реалий: *spaghetti*, *Bolognese*.

Процентное соотношение представлено на Приложении 6.

2.3. Сравнительный анализ семантических, структурных и лингвокультурных особенностей названий русских и британских блюд на сайтах лондонских ресторанов

Рассмотрение семантики, структуры и лингвокультурных особенностей названий русских и британских блюд на сайтах Лондонских ресторанов позволяет провести сравнительный анализ, основываясь на количественных показателях.

Прежде всего, рассмотрим сходства и различия в семантике названий блюд в ресторанах русской и британской кухни. Сразу отметим, что здесь обнаруживаются большие сходства.

Так, доминирующее количество названий и русских и британских блюд отражают состав блюда, его ингредиенты (45,9% в ресторанах русской кухни и 30,9% в ресторанах британской кухни). На втором месте по частотности использования и там, и там является локальная принадлежность или авторство блюда, отражающаяся в семантике его названия (21,3% в ресторанах русской кухни и 20,6% в ресторанах британской кухни). По количественным показателям сходной оказывается и третья по частотности семантическая группа – способ приготовления блюда (19,7% в ресторанах русской кухни и 19,6% в ресторанах британской кухни). С другой стороны, в названиях блюд, приводимых в ресторанах русской кухни, группа «Состав блюда»

используется значительно чаще других, тогда как в названиях блюд британской кухни наблюдается менее значительное расхождение в количественных показателях.

Креативные названия в блюдах ресторанов британской кухни используются чаще (7,2%), чем в ресторанах русской кухни (2,5%). Также большие различия наблюдаются в семантических группах «Посуда», которая отмечена только в названиях блюд ресторанов русской кухни, и семантическая группа «История», которая характерна только для британской кухни, согласно анализируемому материалу.

Результаты сравнительного семантического анализа приведены на Рисунке 1.

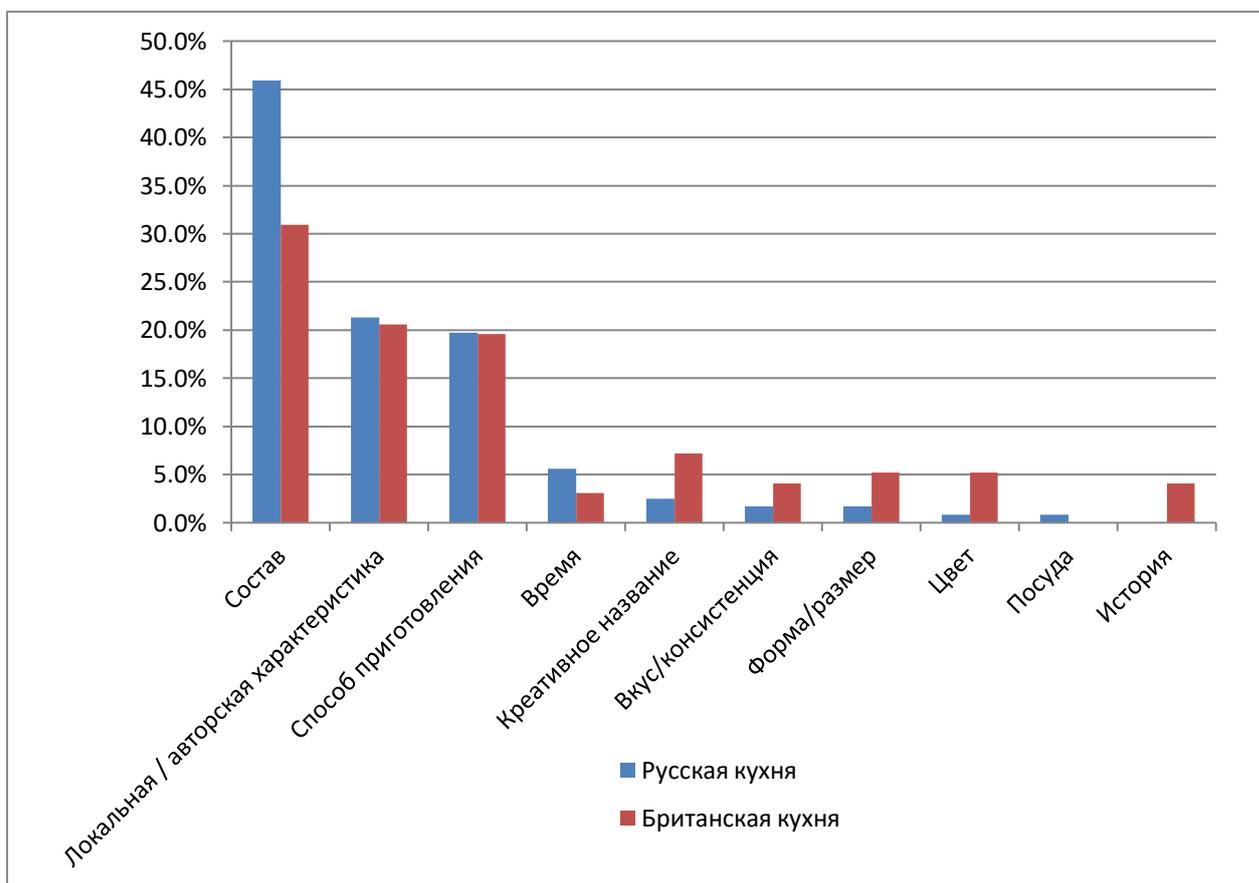


Рисунок 1 – Сравнение семантических групп названий блюд на сайтах Лондонских ресторанов русской и британской кухни

Далее рассмотрим сходства и различия в структуре названий блюд, отмеченных в ресторанах британской и русской кухни. Так, для названий русской кухни больше характерны заимствования (63,9% - русская кухня, 15,5

% - британская национальная кухни). При этом структурно анализ названий блюд данной группы очень схож: самыми частотными являются одиночные существительные и атрибутивные сочетания. При сравнении частотности использования номинативных словосочетаний было выявлено, что в ресторанах британской кухни номинативные словосочетания используются гораздо чаще (65,9%), тогда как в ресторанах русской кухни такая структура названий блюд находится лишь на втором месте по частотности использования (33,2%).

Остальные сравниваемые структурные группы используются очень ограниченно в ресторанах русской кухни. При этом есть отдельные способы структурной организации названий блюд национальной кухни нехарактерные для другой (например, группа с семантической деривацией (14,4%) характерна для блюд британской кухни и др.).

Результаты сравнительного анализа приведены на Рисунке 2.

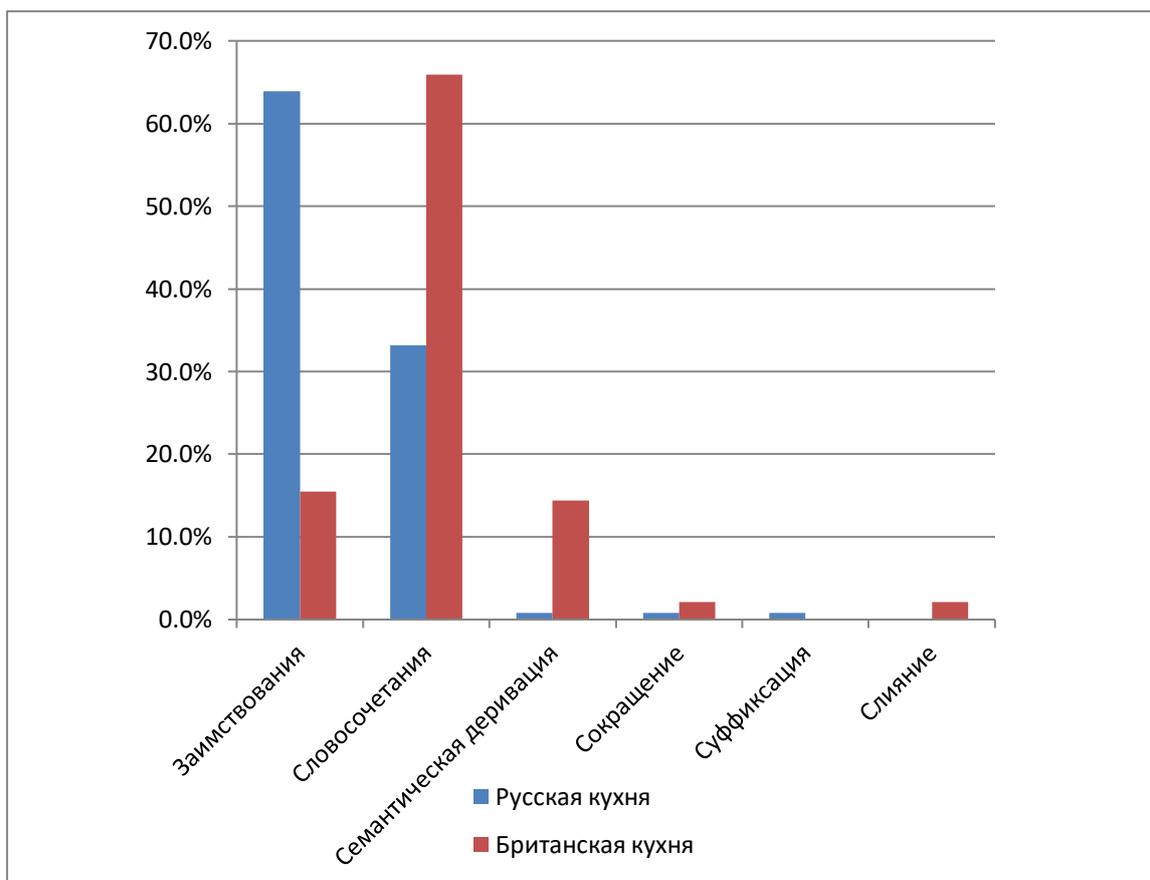


Рисунок 2 – Сравнение структурных групп названий блюд на сайтах Лондонских ресторанов русской и британской кухни

Наибольшие отличия наблюдается в области лингвокультурных особенностей названий блюд на сайтах ресторанов русской и британской кухни. Для ресторанов русской национальной кухни больше характерны «чужие» реалии, т.е. собственно русские реалии и реалии других стран, которые не являются принадлежностью британской культуры (94%). В ресторанах британской кухни такие реалии используются только в 27% случаев. Обратное соотношение выявляется в области «своих», т.е. британских реалий. В названиях блюд, выявленных в ресторанах британской кухни, выделено их доминирующее положение (73%), тогда как в ресторанах русской кухни используются только в 6% случаев – см. Рисунок 3.

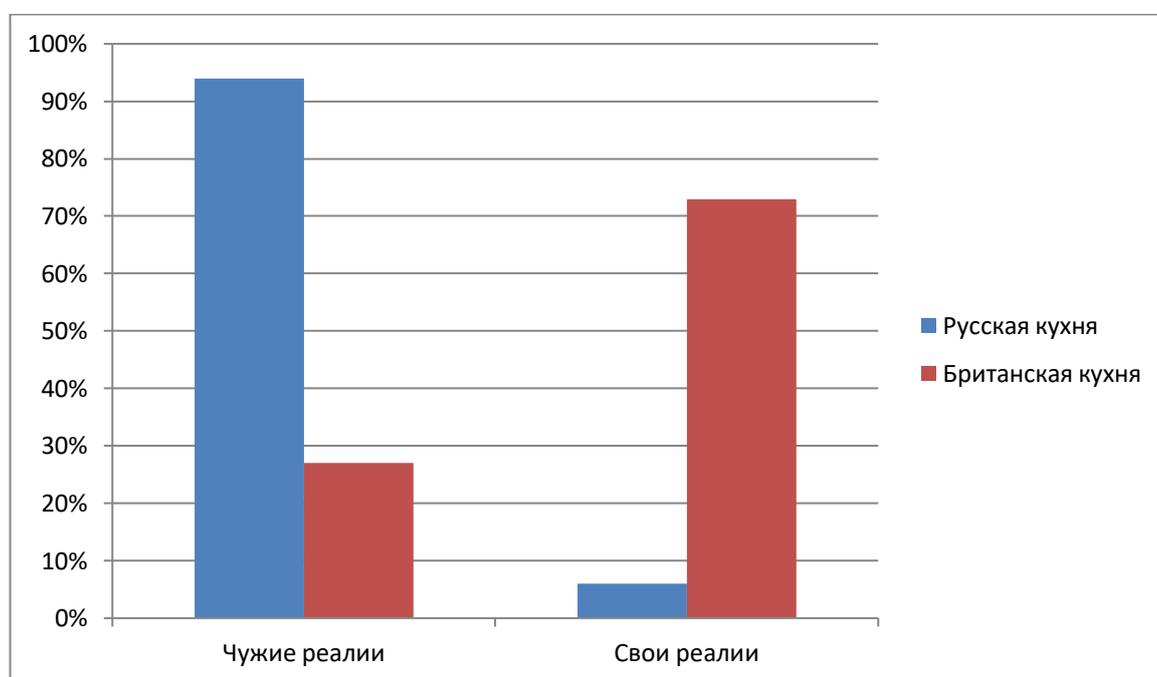


Рисунок 3 – Сравнение «своих» и «чужих» реалий в названиях блюд на сайтах Лондонских ресторанов русской и британской кухни

Таким образом, можно сделать вывод, что наибольшие сходства названий блюд, используемых на англоязычных сайтах ресторанов русской и британской кухни, наблюдаются в области их семантики. Это можно объяснить схожими принципами номинации в области гастрономической лексики. В отношении структуры выделяются значимые различия, что объясняется отчасти отличительными особенностями языков в области

словообразования. Наибольшие различия отмечены в соотношении между «своими» и «чужими» реалиями, что тесно связано с отображаемыми гастрономическими пристрастиями разных этносов.

Выводы по Главе 2

В ходе анализа названий блюд, выделенных на сайтах лондонских ресторанов русской и британской кухни, мы пришли к следующим выводам:

1. Сайты ресторанов русской кухни содержат в своем контенте названия блюд, которые чаще всего образуются с целью отражения состава блюд (45,9%), а также придания ему локальной или авторской характеристики (21,3%) и указания на способ приготовления (19,7%). Отдельные названия блюд содержат в своей семантике указывание на время приема пищи или приготовления блюд, креативные предпосылки названий, вкус и консистенцию блюда, форму и размер, цвет или посуду, которая требуется для их приготовления. В структурном аспекте доминирующее количество названий блюд русской кухни являются одиночными существительными или атрибутивными сочетаниями с заимствованиями из русского, а также грузинского, армянского и ряда европейских языков (63,9%). Также довольно часто (33,2%) используются номинативные словосочетания. Только по одному разу выделены семантическая деривация, сокращение и суффиксация, которые используются для образования названий блюд русской национальной кухни. В лингвокультурном отношении нами определено процентное соотношение своих и чужих реалий в названиях русских блюд. Доминирующее положение занимают чужие (т.е. русские) реалии.

2. Названия блюд, выделенные на сайтах лондонских ресторанов британской кухни, по семантике чаще всего отражают состав блюда (30,9%), локальную и авторскую характеристику (20,6%) и способ его приготовления (19,6%). Меньшее количество названий блюд содержат в своей семантике креативность, указание на цвету, форму / размер, историю появления, вкус /

консистенцию, время приема пищи или приготовления. По структуре доминирующее количество названий британских блюд относятся к группе номинативных словосочетаний (65,9%). Менее частотны структуры с заимствованиями (15,5%) и семантическая деривация (14,4%). В ограниченных случаях наблюдаются сокращения и слияния. Лингвокультурный анализ позволил выявить преимущественное использование своих реалий в составе названий блюд, т.е. британских реалий (73%) и реже – применение чужих реалий (по большей части реалий европейских языков).

3. Сравнительный анализ показал значительные сходства названий блюд, упоминающихся на англоязычных сайтах ресторанов, в семантике названий. Выделяется по одной отличительной группе («посуда» для русской кухни и «история» для британской кухни). Однако общее соотношение и доминирующие семантические группы однотипны в двух национальных пищевых культурах. В структурном отношении названия и русской, и британской кухни образуются по типу заимствований, представленных одиночными существительными или атрибутивными сочетаниями, а также номинативных словосочетаний. Однако их процентное соотношение является различным. Главным различием является доминирование структур с заимствованиями в англоязычных названиях русской кухни и доминирование номинативных словосочетаний в англоязычных названиях британской кухни. Наибольшие отличия выявлены в лингвокультурной сфере: чужие реалии чаще всего наблюдаются в англоязычных названиях русских блюд, тогда как свои национальные реалии – в названиях британской кухни.

Заключение

Для достижения цели исследования, которая заключалась в выделении и описании особенностей названий блюд, использующихся на англоязычных сайтах ресторанов национальной кухни, нами решен задач.

Во-первых, в данной работе предложена общая характеристика сайту ресторана как типу дискурса. Сделан вывод, что этот тип дискурса является смешанным типом с четко поставленной целью привлечь потребителя к сайту и ресторану. На его лингвистические особенности большое влияние оказывает массовость адресата, четкая структура, поликодовая сущность, необходимость как визуальной, так и вербальной привлекательности одновременно с информативностью.

Во-вторых, нами изучена проблема терминологии названий блюд как культурной реалии. В результате выявлено множество терминов, используемых в современной лингвистике для обозначения названий блюд, и сделан вывод, что для описания национально-культурных и английских лексем в этой области следует использовать обобщенный термин «название блюда».

В-третьих, в данной работе дана характеристика лингвистическим особенностям названий блюд в английском языке. Среди них выделены обилие реалий с необычными фонетико-орфографическими характеристиками, заимствований, применение имен собственных, отражение характеристик блюд, использование всего разнообразия словообразовательных моделей для образования названий блюд, частая структура существительных и номинативных словосочетаний, включение в названия эмоциональности, аллюзий, игры слов, неологизмов.

В-четвертых, в данной работе проведен сравнительный анализ семантических, структурных и лингвокультурных особенностей названий русских и британских блюд на сайтах Лондонских ресторанов. При проведении анализа выделена общая доминирующая семантическая группа

названий блюд русской и британской национальной кухни: «состав блюда». Довольно частотными для названий блюд и русской, и британской национальной кухни, отражаемых на англоязычных сайтах ресторанов, являются «локальная / авторская характеристика» и «способ приготовления блюда». Реже названия блюд национальной кухни указываются на время приготовления или приема пищи, креативность в названии, особенности вкуса и консистенции, формы и размера, цвета. Только на англоязычных сайтах русской кухни встречается включение номинации посуды для приготовления блюда всего названием, а только в названии британского блюда – история его появления.

По структуре названия блюд на сайтах ресторанов русской кухни чаще всего являются заимствованиями, тогда как названия блюд на сайтах британской кухни – номинативными словосочетаниями. Это связано с особенностями включения реалий в состав гастрономической лексики. Другими способами образования названий блюд в английском языке для отражения национальной кухни являются семантическая деривация (чаще для названий британской кухни), словообразовательные компоненты. Слияние отмечено только на сайтах ресторанов британской кухни, исходя из большой продуктивности этой словообразовательной модели в английском языке в целом. Суффиксация, напротив, характерна только для англоязычных названий русских блюд.

В лингвокультурном аспекте названия блюд на англоязычных сайтах русской и британской кухни полностью противопоставлены друг другу. Названия русской кухни в английском языке чаще всего содержат в своем составе русские (армянские, грузинские и др.) реалии, «чужие» для английского языка. Названия британских же блюд чаще всего содержат в своем составе собственно британские реалии, что объясняется типом национальной кухни.

Список использованной литературы

1. Ащенкова Г.А. Феномен персонификации «вещи» в сфере потребительской коммуникации // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. – 2012. – № 1. – С. 28-35.
2. Бархударов Л.С. Язык и перевод: Вопросы общей и частной теории перевода. – 2-е изд. – М.: ЛКИ, 2008. – 240 с.
3. Бойчук А.С. Гастрономическая метафора в современном русском языке // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2011. – № 7. – Т. 61. – С. 75-79.
4. Боровкова А.В. Пищевая метафора как средство выражения оценки и ценностей (на материале образной лексики и фразеологии русского языка) // Вестник Томского государственного университета. – 2015. – № 396. – С. 5-13.
5. Бреус Е.В. Основы теории и практики перевода с русского языка на английский. – М.: Изд-во УРАО, 2000. – 208 с.
6. Виноградов В. С. Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы). – М.: Изд. института общего среднего образования РАО, 2001. – 224 с.
7. Влахов С., Флорин С. Непереводимое в переводе. – М.: Р. Валент, 2012. – 408 с.
8. Гашимов Э.А. К вопросу о потребностях. Лингвистический взгляд // Специальный выпуск «Актуальные проблемы гуманитарных исследований». – Т. 2. – Самара: Изд-во СНЦ РАН, 2006. – С. 112-120.
9. Головницкая Н.П. Немецкоязычные лингвистические знаки глуттоники // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание. – 2010. – № 1-11. – Т. 2. – С. 102-105.
10. Градалева Е.А. Реализация культурно значимых образов в ономастическом пространстве английского языка // Universum:

Филология и искусствоведение: электр. научн. журн. – 2015. – № 5(18).
– 9 с.

11. Грунина Ю.А. Особенности перевода гастрономических реалий с испанского языка на русский // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2020. – Т. 13. – № 7. – С. 283-286.
12. Дейк Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация / пер. с англ. и нем. – Благовещенск: БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. – 308 с.
13. Державецкая И.А. Глоттоническая лексика в системе английского языка // Лінгвістика. Лінгвокультурологія. – ДНУ, 2013. – С. 18-25.
14. Ермакова Л.Р. Глоттонические прагматонимы и национальный характер (на материале русской и английской лингвокультур): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. – Белгород, 2011. – 236 с.
15. Иванова С.Н., Мучкина Е.С., Немчинова Н.В., Селихова С.Г. Структурно семантические особенности названий англоязычных блюд // Современные исследования социальных проблем. – 2019. – Т. 11. – № 5-1. – С. 119-133.
16. Избицкая М.В. Глоттонии-неологизмы как важные компоненты культуры повседневности (на материале электронного словаря новых слов WORD SPY) // Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова. – 2015. – № 2. – Т. 21. – С. 141-144.
17. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
18. Кирсанова Е.М. Прагматика единиц семантического поля «ПИЩА»: системный и функциональный аспекты (на материале английского и русского языков): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20. – М., 2009. – 294 с.
19. Ковалев Е.Д., Кожевников И.Р. Особенности названий блюд в ресторанных меню на китайском языке // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2018. – № 7 (85). – Ч. 2. – С. 329-333.

20. Коваленская Е.А. Особенности развития категории английских наименований питания за последние полвека // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. – 2020. – № 10 (839). – С. 109-116.
21. Косицкая Ф.Л., Зайцева И.Е. Французский гастрономический дискурс и его жанровая палитра // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2016. – № 2 (167). – С. 25-30.
22. Леонова А.И. Лингвокультурологическая специфика кулинаронимов: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. – Тверь, 2003. – 20 с.
23. Лиховидова Е.П. Авторские стратегии построения гипертекстового пространства англоязычных интернет-сайтов отелей: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Волгоград, 2011. – 21 с.
24. Олянич А.В. Гастрономический дискурс в системе массовой коммуникации: семантико-семиот. характеристики // Массовая культура на рубеже XX-XXI веков: человек и его дискурс: сб. науч. тр. / РАН Ин-т языкознания. – М., 2003. – С. 167-201.
25. Павлова Е.Б. Жанровая организация ресторанного интернет-дискурса (на материале англоязычных сайтов ресторанов) // Мир науки, культуры, образования. – 2018. – № 3 (70). – С. 473-476.
26. Павлова Е.Б. Жанрово-дискурсивные характеристики британского ресторанного интернет-дискурса // Научный диалог. – 2017. – № 8. – С. 116-130.
27. Пилюгина Н.Ю. Особенности репрезентации имиджа ресторана в интернет-коммуникации (на примере жанров сайт и блог ресторана) // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2021. – Т. 13. – № 4. – С. 239-256.
28. Пожидаева Е.В. Пути формирования и развития национальной лингвокультуры питания (на примере английского языка) // Вестник

- Костромского государственного университета. – 2012. – Т. 18. – № 5. – С. 84-87.
29. Симакова А.В. Особенности функционирования языковых реалий с семантикой «пища» (на материале произведений Ч. Диккенса): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. – Ставрополь, 2011. – 23 с.
30. Таганова Т.А. Гастронимы современного английского языка: структурные и семантические особенности // Известия вузов. Серия «Гуманитарные науки». – 2016. – № 7 (1). – С. 38-41.
31. Терентьева Е.Б. Лингвопрагматический потенциал англоязычных сайтов ресторанов // Мир науки, культуры, образования. – 2016. – № 1 (56). – С. 315-320.
32. Терентьева Е.Б. Стратегемно-тактическая организация гипертекстового пространства (на материале интернет-сайтов ресторанов русской кухни) // *Lingua mobilis*. – 2015. – № 1 (52). – С. 100-106.
33. Турсунов Ф.М., Бобочонова М.Н. Food stuffs in Linguistic and cultural space of English and Tajik languages // Ученые записки Худжандского государственного университета им. академика Б. Гафурова. Гуманитарные науки. – 2017. – № 4 (53). – С. 167-171.
34. Ундрицова М.В. Глоттонический дискурс: лингвокультурологические, когнитивно-прагматические и переводческие аспекты (на материале русского, английского, французского и греческого языков): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20. – М., 2015. – 22 с.
35. Шахнубарян Е.Г. Этнокультурные различия англо- и русскоязычной гастрономии в дискурсивных практиках лингводидактики // Дискурс-Пи. – 2016. – Вып. 3-4. – С. 143-149.
36. Юрина Е.А. "Пищевая метафора": объем и границы понятия // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2015. – № 3-1 (63). – С. 207-212.

37. Davis M. A Taste for New York: Restaurant Reviews, Food Discourse, and the Field of Gastronomy in America. – New York: New York University, 2009. – 292 p.
38. Haward N. Traditional food in Britain // Bridge. – 2006. – P. 26-29.
39. Rossato L. The Discourse of British TV Cookery. – Naples, 2009. – 134 p.

Список источников

40. A3 Blacklock. – URL: <https://theblacklock.com/menus/>
41. P2 Bob Bob Ricard City. – URL: <https://www.bobbobricard.com/city/menu/>
42. P3 Erebuni Restaurant & Bar. – URL: <https://www.erebuni.co.uk/menu>
43. A2 Kennigton Lane. – URL: <http://kenningtonlanecafe.co.uk/fish-time-and-salad-lunches/>
44. A1 The Golden Chippy. – URL: <https://www.thegoldenchippy.co.uk/menu>
45. P1 The Russian Deli. – URL: <https://therussiandeli.com/pages/copy-of-sub-collection-2>

Приложение 1

Семантическая классификация названий блюд на англоязычных сайтах ресторанов русской кухни

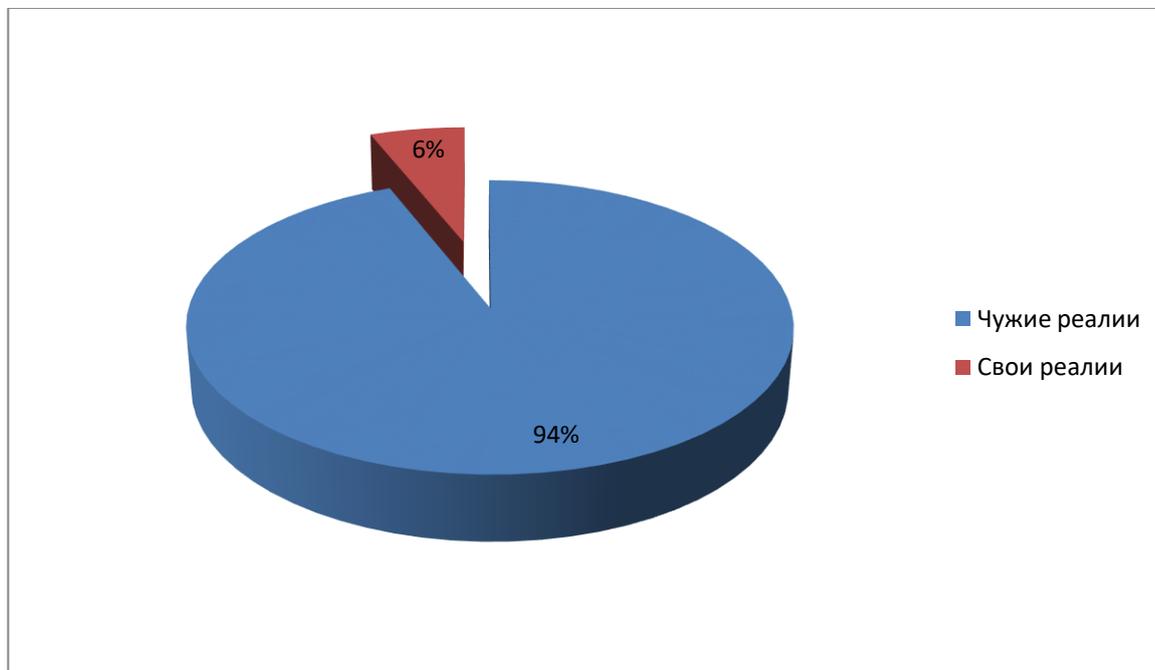
Семантическая группа	Количество названий	Процент
Состав блюда	56	45,9%
Локальная / авторская характеристика	26	21,3%
Способ приготовления	24	19,7%
Время приема / приготовления	7	5,6%
Креативные названия	3	2,5%
Вкус/консистенция	2	1,7%
Форма / размер	2	1,7%
Цвет	1	0,8%
Посуда	1	0,8%
Итого	122	100%

Приложение 2
Структурная классификация названий блюд на англоязычных
сайтах ресторанов русской кухни

Структурная группа	Количество названий	Процент
Заимствование	78	63,9%
Номинативные словосочетания	41	33,2%
Семантическая деривация	1	0,8%
Сокращение	1	0,8%
Суффиксация	1	0,8%
Итого	122	100%

Приложение 3

Лингвокультурная классификация реалий в названиях блюд на англоязычных сайтах ресторанов русской кухни



Приложение 4

Семантическая классификация названий блюд на англоязычных сайтах ресторанов британской кухни

Семантическая группа	Количество названий	Процент
Состав блюда	30	30,9%.
Локальная / авторская характеристика	20	20,6%
Способ приготовления	19	19,6%
Креативные названия	7	7,2%
Цвет	5	5,2%
Форма / размер	5	5,2%
История	4	4,1%
Вкус/консистенция	4	4,1%
Время приема / приготовления	3	3,1%
Итого	97	100%

Приложение 5

Структурная классификация названий блюд на англоязычных сайтах ресторанов британской кухни

Структурная группа	Количество названий	Процент
Номинативные словосочетания	64	65,9%
Структуры с заимствованными компонентами	15	15,5%
Семантическая деривация	14	14,4%
Суффиксация	2	2,1%
Слияние	2	2,1%
Итого	97	100%

Приложение 6

Лингвокультурная классификация реалий в названиях блюд на англоязычных сайтах ресторанов британской кухни

