

траты на 15 %. Транспортно-экспедиционной организации выгоднее использовать аутсорсинг совместно с арендой для удовлетворения запросов заказчиков.

УДК 801.73

ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ЗАВЕДЕНИЙ ПИТАНИЯ ГОРОДА МИНСКА

Троицкая А. Р., Чжан Шуи

Белорусский государственный педагогический университет им. М.Танка

e-mail: carrisi.sanches@bk.ru

Summary. This article reveals the linguocultural potential of the city of Minks through the names of food establishments. The reflection of Russian, Belarusian and Chinese cultures is considered.

Исследование лингвокультурологического потенциала номинации различных объектов общественного пользования определенной населенной территории была и остается актуальной темой, так как с помощью названия передаются как культура, национальная кухня, традиции конкретного народа. Названия ресторанов или кафе воздействуют на сознание городских жителей или туристов, формируют определенные ассоциации с той или иной страной. Выявление современного лингвокультурологического потенциала, особенно в региональном аспекте, позволяет обеспечить успешность функционирования местных коммерческих предприятий.

Целью данного исследования является выявление тесной связи китайской, белорусской и русской культур в процессе номинации заведений общественного питания города Минска.

Методом сплошной выборки удалось установить связь китайских традиций с такими названиями, как:

北京饭店 («Отель Пекин»), **扬子饭店** («Отель Янцзы») – данные отели-рестораны выполнены в традиционном китайском интерьере: на окнах нет штор, т. к. в Китае приветствуется максимально естественное освещение, и отсутствуют бумажные обои на стенах, несмотря на то, что придумали их именно в Китае;

熊猫饭店 («Отель Панда») – как известно, панда – священное животное, которое является символом Китая;

御膳房 («Императорский обеденный стол»), **小饭桌** («Маленький обеденный стол») – в Китае обеденный стол всегда круглый, так как данная форма позволяет уместить больше людей, уменьшает расстояние между ними, тем самым сближая общение; это удобно, потому что не нужно просить кого-то передать то или иное блюдо. Следует отметить, что есть строго соблюдаемые правила посадки за данным столом: приглашающий, т. е. хозяин, садится за стол лицом ко входу, самые почтенные гостям располагаются рядом с ним. Счет оплачивает хозяин. Если обед в кругу друзей, то по окончании трапезы начинается спор, кто платит. Спор сопровождается выбрасыванием денег на стол, запихиванием их обратно в карман хозяину, каждый требует от официанта взять именно его деньги. Накормить гостя в Китае почетно и очень важно.

功夫餐厅 («Ресторан Кунг-Фу») – боевое искусство, которое зародилось еще в Древнем Китае;

竹子餐厅 («Бамбуковый ресторан») – как известно, бамбук – это символ Китая, т. к. с помощью него строили дома, применяли его в пищу и изготавливали различные предметы. Сегодня он остается символом лучших качеств благородного мужа – стойкости, силы, строгости и мужества;

重庆火锅 («Горячий горшок Чунцин») – некоторые исследователи считают, что родиной «горячего горшка» является город Чунцин. «Горячий горшок» позволяет покупать блюда удобными порциями и есть их в жару или в холод.

唐朝 («Династия Тан») – легендарная династия Тан, чья эпоха правления считается в Китае периодом наивысшего могущества страны;

筷子饭店 («Ресторан с палочками для еды»), **食为天** («Еда для неба»), **中国味道** («Китайский вкус») – отражение специфики китайской кухни.

Репрезентация белорусской культуры отражена в следующих названиях:

«Белорусская корчма», «Дедова корчма» – так называли до революции трактир, постоянный двор в Белоруссии, на Украине;

«Верба», «Васількі», «LĚN» «Васильки», «Спадчына», «Родны куток», «Шынок у Лявона», «Славянские традиции», «Камяніца» «Сябры», «Агінскі», «Цімохін двор» – содержат национально-культурный компонент белорусов.

В названиях заведений питания также используются русскоязычные особенности, их количество преобладает над белорусскими или китайскими. Например, «Коммуналка» – коммунальная квартира (разг.) [4, с. 438], «Кафедра» – объединение преподавателей какой-нибудь отрасли науки в высшей школы [4, с. 414], «Балкон», «Поместье» – земельное владение помещика [4, с. 834], «Хуторок» – крестьянский поселок, обычно небольшой [4, с. 1285], «Лес», «Проспект», «Горожане», «Студенческое», «Товарищ» – человек, как член советского общества [4, с. 1175], «У Ратуши» – ратуша – в России 18–19 вв.: орган городского самоуправления, «Перестройка» (начало коренного изменения в политике и экономике, направленного на установление рыночных отношений, на развитие демократии и гласности, на окончание холодной войны [4, с. 766]); «У Ратуши» (ратуша – в России 18–19 в: орган городского самоуправления [4, с. 991]); «Губерния» (губерния – до 1929 года: административно-территориальная единица [4, с. 231]); «Мануфактура» (мануфактура – форма производства, характеризующаяся применением ручных орудий труда и разделением труда между наемными рабочими) [3, с. 514] и др.;

В названиях минских ресторанов и кафе также представлены именованные, включающие иноязычные элементы: «ШЕФФ-БУФЕТ», «MariVanna», «Wake Up Coffe», «Coffe room», «CoffeLAB», «YOGURTY», «Kavka», «Buffet», «GARAGE», «Chocoland», «CoffeeLAB», «O.D.I.», «KFC» и др. Встречаются эргонимы, значение которых становится понятным при условии владения иностранным языком: «Индор» (в помещении), «Bad room», «Faces», «Cups», «Why Knot'» и др.

Таким образом, лингвокультурологический потенциал присутствует в каждом наименовании любого заведения города Минска, учитывается маркетологами в процессе создания названий торговых брендов. Данный процесс словотворчества, который подчиняется потребностям современного общества, определяет актуальность связи маркетинга и лингвистики в создании рекламного текста.

Список использованных источников

1. Кафе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://afishaminsk.by/places/cafe.html>. – Дата доступа: 25.02.2020.
2. Кафе в Минске [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.relax.by/cat/ent/cafe/>. – Дата доступа: 21.02.2020.
3. Кофейни Минска [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belarus-travel.by/coffee/page/2/>. – Дата доступа: 22.02.2020.
4. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов ; под ред. проф. Л. И. Скворцова. – 27-е изд., испр. – М. : АСТ : Мир и Образование, 2014. – 1360 с.