

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2020.10.27>

Фысина Ульяна Николаевна

От столовой к "Кудяблишной": субстантиваты в нейминге предприятий торговли и питания в современном русском языке

Статья посвящена морфологическому и семантическому анализу существительных адъективного типа склонения - субстантиватов, используемых в наименованиях предприятий питания и торговли. Цель исследования - доказать продуктивность модели и обосновать идею социокультурной референции субстантиватов в наименовании предприятий торговли и питания современного дискурса в сопоставлении с результатами более ранних исследований. В основе научного исследования - базовые теоретические положения ученых-лингвистов XX в., а также новые изыскания, предпринятые современными исследователями. Научная новизна заключается в описании семантических и морфологических особенностей окказиональных и потенциальных субстантиватов, использованных в нейминге на данном этапе развития языка. В результате изучения актуального языкового материала сделан вывод о том, что изучаемые лексемы потенциальны и содержат значение национально-культурного компонента, характеризующая динамику развития языковой системы.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2020/10/27.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2020. Том 13. Выпуск 10. С. 140-144. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2020/10/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

6. **Архимандрит Никифор.** Библийская энциклопедия. М.: Терра, 1991. 904 с.
7. **Даль В. И.** Толковый словарь русского языка. М.: Эксмо, 2012. 896 с.
8. **Демьянков В. З.** Когниция и понимание текста // Вопросы когнитивной лингвистики. 2005. № 3 (4). С. 5-10.
9. **Елоева Ф. А., Перехвальская Е. В., Саусверде Э.** Метафора и эвристическая функция языка (бывает ли язык без метафор) // Вопросы языкознания. 2014. № 1. С. 78-99.
10. **Ермолин Е. А.** Символы русской культуры X-XVIII вв. Ярославль: Изд-во ЯГПУ им. К. Д. Ушинского, 1998. 116 с.
11. **Ицкович Т. В.** Категориально-текстовая специфика современной православной проповеди. Екатеринбург: Ажур, 2015. 150 с.
12. **Ицкович Т. В.** Прототекстуальность как конструктивный принцип религиозного стиля // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2. Языкознание. 2018. Т. 17. № 1. С. 6-16.
13. **Кожина М. Н., Дускаева Л. Р., Салимовский В. А.** Стилистика русского языка: учебник. М.: Флинта; Наука, 2018. 464 с.
14. **Козлов М. Е.** Акафист в истории православной гимнографии // Журнал Московской Патриархии. 2000. № 6. С. 83-88.
15. **Купина Н. А., Матвеева Т. В.** Стилистика современного русского языка: учебник для академического бакалавриата. М.: Юрайт, 2017. 415 с.
16. **Людоговский Ф. Б.** Структура и поэтика церковнославянских акафистов. М.: Ин-т славяноведения РАН, 2015. 352 с.
17. **Одинцов В. В.** Стилистика текста. М.: Наука, 1980. 263 с.
18. **Попов А. В.** Православные русские акафисты. М.: Изд-во Московской Патриархии Русской православной церкви, 2013. 656 с.
19. **Скляревская Г. Н.** Лексика современного русского православия: толково-энциклопедический словарь. СПб.: Контраст, 2016. 688 с.
20. **Фундаментальные направления современной американской лингвистики** / под ред. А. А. Кибрика, И. М. Кобозевой, И. А. Секериной. М.: Изд-во МГУ, 1997. 453 с.
21. **Юрьева Т. В.** Православная картина мира: мировосприятие и художественный образ: курс лекций. Ярославль: Изд-во ЯГПУ им. К. Д. Ушинского, 2006. 170 с.
22. **Gibbs R. W.** The Cambridge handbook of metaphor and thought. Cambridge, 2008. 537 p.

Metaphorical Interpretation of Sainthood in Akathist Hymns

Ryadovykh Natalya Alexandrovna

Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Yekaterinburg
2013071@mail.ru

The paper examines the means of the “saint” concept metaphorical interpretation in Akathist hymns. By the material of Akathist hymns to Orthodox saints, the author analyses specificity of the “saint” concept explication through metaphorical representation of concrete objects and phenomena. Scientific originality of the study lies in the fact that the concept “saint” is for the first time considered through the prism of metaphors used in Akathist hymns. The research findings are as follows: the author identifies a set of cognitive metaphors that represent specificity of religious and moral consciousness and worldview and serve as a multi-dimensional symbolic equivalent of the “saint” concept.

Key words and phrases: religious functional style; genre; Akathist hymn; cognitive metaphor; saint.

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2020.10.27>

Дата поступления рукописи: 07.08.2020

Статья посвящена морфологическому и семантическому анализу существительных адъективного типа склонения – субстантиватов, использующихся в наименованиях предприятий питания и торговли. Цель исследования – доказать продуктивность модели и обосновать идею социокультурной референции субстантиватов в наименовании предприятий торговли и питания современного дискурса в сопоставлении с результатами более ранних исследований. В основе научного исследования – базовые теоретические положения ученых-лингвистов XX в., а также новые изыскания, предпринятые современными исследователями. Научная новизна заключается в описании семантических и морфологических особенностей окказиональных и потенциальных субстантиватов, использованных в нейминге на данном этапе развития языка. В результате изучения актуального языкового материала сделан вывод о том, что изучаемые лексемы потенциальны и содержат значение национально-культурного компонента, характеризующего динамику развития языковой системы.

Ключевые слова и фразы: субстантивация; номинация; потенциальное слово; окказионализм; лингвокультурология.

Фысина Ульяна Николаевна, к. филол. н.

Российский государственный университет правосудия, г. Москва
unfysina@gmail.com

От столовой к «Кудяблишной»: субстантиваты в нейминге предприятий торговли и питания в современном русском языке

На современном этапе функционирования русского языка можно отметить активное использование слов адъективного типа склонения для наименования лица, брендов, предприятий питания и торговли. В статье

мы рассматриваем особенности появления и функционирования субстантивов лексико-семантической группы с обобщенным значением «помещение, названное по характерному для него предмету» [15, с. 157]. **Актуальность** исследования обусловлена возросшей активностью использования изучаемых лексем в сфере номинации в современном русском языке, что свидетельствует о продуктивности модели. Наблюдая за новыми языковыми явлениями, мы ставили перед собой следующие **задачи**: разграничить узуальные и окказиональные субстантивы с общим значением «помещение»; сравнить новые лексемы, именующие предприятия питания и торговли, с уже закрепившимися в языке и дать им лексико-грамматическое описание; описать особую семантическую составляющую субстантивов-неологизмов, имеющих социокультурную референцию. **Теоретической базой** исследования являются работы теоретического и прикладного характера по грамматике русского языка В. В. Виноградова [2], В. В. Лопатина [8], И. С. Улуханова [14], Л. К. Граудиной [4]. В основе языкового материала исследования – слова, получившие лексикографическое описание, и субстантивы, являющиеся наиболее яркими маркерами тенденций современного языка. Поставленные задачи были решены с помощью следующих **методов исследования**: метода непосредственного лингвистического наблюдения и описания лексических единиц (отбор, определение особенностей), метода грамматического описания (выявление парадигматических особенностей) и метода словарных дефиниций при анализе семантической структуры слова.

Практическая значимость работы заключается в пополнении семантической классификации субстантивов и подробном описании лексем, не зафиксированных словарями, но использующихся в качестве наименований явлений действительности. Собранный материал можно использовать в современной лексикографии, при изучении словообразования и лингвокультурологии.

Явление переходности в системе частей речи стало предметом изучения уже на ранних этапах развития русской лингвистики вместе с формированием основных теоретических положений словообразования и морфологии: учение о знаменательных и вспомогательных частях речи, способах образования слов, соотношении производящей базы и производного слова, словообразовательного форманта (М. В. Ломоносов, А. А. Барсов, А. Х. Востоков, Н. И. Греч, Ф. И. Буслаев). Глубокие исследования, касающиеся грамматической стороны субстантивации, были осуществлены в работах А. А. Потемни, А. А. Шахматова, Д. Н. Кудрявского, А. М. Пешковского, Н. Н. Дурново, В. А. Богородицкого, Л. В. Щербы и др. Подробное обоснование явления субстантивации с морфологической, синтаксической и лексической точек зрения дает В. В. Виноградов и утверждает его актуальность в грамматической структуре русского языка: «Категория имен существительных непрестанно вовлекает в свою систему бывшие формы имен прилагательных (портной, посыльный, верховой, вестовой, рядовой, рулевой, столовая, глухонемой, дежурный, часовой, уборная, жаркое, заливное, пирожное, второе, млекопитающее, беспозвоночное и т.д.)» [2, с. 52]. В рассмотренных нами работах также прослеживается мысль об активизации образования новых субстантивов и стилистическом их варьировании в речевой практике XX века [15, с. 13-51]. Это положение послужило для нас отправной точкой для выявления в современном русском языке субстантивов-неологизмов и исследования вопроса о стилистической маркированности изучаемых лексем.

Кроме того, одним из основных, важных для нашего исследования, стал вопрос о мотивированности слова и совокупности лингвистических и экстралингвистических факторов, влияющих на семантику, грамматические особенности лексемы, поднятый в 60-80-х гг. XX в. В. В. Лопатиным [8] и И. С. Улухановым [14].

Субстантивация как продуктивный способ образования слов в русском языке охватывает номинацию во многих сферах жизни общества и вызывает живой интерес современных учёных (Я. Ван [1], А. Р. Гелегаева [3], З. И. Минеева [9], Р. В. Подосинникова, А. А. Мяснянкина [10] и др.) на данном синхронном уровне развития языка как функционированием лексем в живой речи, так и возможностями выражения эмоционально-семантических потребностей говорящего.

Субстантивы лексико-семантической группы (ЛСГ) со значением «помещение по предмету, расположенному, производимому, продаваемому в нем» (*багажное, бильярдная, гардеробная, столовая* и т.д.) выделены и описаны нами в диссертации [15]. Это лексемы, обозначающие виды магазинов (*булочная, галантерейный, обувной, хозяйственный, книжный, молочный, мясной* и т.д.) и предприятий питания (*сосисочная, шашлычная, пельменная, чайная, чебуречная* и т.д.). Высокая продуктивность этого семантического разряда отмечена еще В. В. Лопатиным: «Данный тип субстантивов – наиболее продуктивный и стилистически нейтральный словообразовательный тип существительных со значением помещения» [8, с. 225]. Однако мы отметили снижение продуктивности этой ЛСГ в конце 1990-х и начале 2000-х в сфере номинации предприятий питания и торговли: субстантивы, ориентированные на конкретный денотат, вытесняются префиксальными образованиями с *супер-, гипер-, мега-, мини-* и пр. Мы связывали это явление с укрупнением самих учреждений и изменениями политики торгово-розничных предприятий (появление супермаркетов и гипермаркетов), предлагающих покупателю большой и разнообразный ассортимент товаров и услуг. Особо активен процесс был в номинации продуктовых магазинов. Субстантивы *мясной, молочный, хозяйственный* включают в свое значение не сему «магазин», а «отдел» в большом универсальном торговом предприятии [15, с. 157].

В последние несколько лет отмечаем стремление частных предпринимателей подчеркнуть уникальность своего предприятия, выйти из унифицирующих схем, привлечь клиента, что не может не отразиться и в языке. Так появляются названия, имеющие социокультурную референцию и востребованные обществом в конкретных сферах: «Приют холостяка», «Вдали от жён» и «В кругу семьи», «Столовая № 57» в ГУМе и «Бутербродский». Последние два названия являются яркими примерами разной степени субстантивированности прилагательных. Первое воспринимается носителями языка как существительное, стилистически нейтрально.

Второе – окказионализм адъективного склонения, сочетающий название блюда и фамилии известного поэта. Это название явно ориентировано на некую лингвистическую игру культурными кодами, например, известным противопоставлением «пища духовная» и «пища материальная». Субстантиват-окказионализм сочетает в своем значении социокультурный опыт и характеризует динамику развития языковой системы [12, с. 7-9]. Продуктивные способности рассматриваемой нами словообразовательной парадигмы отмечала Е. А. Земская: «Таким образом, словообразовательные парадигмы имеют прогнозирующую силу. Так, если мы знаем, что в типовую СП входят слова с тем или иным деривационным значением, мы можем ожидать их появления от любого слова той или иной лексико-семантической группы» [цит. по: 13, с. 404]. Потенциальное слово легко составляемо из имеющегося в языке материала и превращается в реальное, как только в нем появляется необходимость. А значит, и рассматриваемая нами лексико-семантическая группа субстантиватов вновь пополняется и представляет и лингвистический, и лингвокультурологический интерес.

Большинство устоявшихся лексем исследуемой группы, как правило, образуется от производных прилагательных с основой существительного, и это явление рассматривается в научной литературе как способ синхронного словообразования.

Словообразовательным формантом здесь считаем эллипсис определяемого слова, а мотивирующей базой – словосочетание; существительное, лежащее в основе прилагательного: *чайная (комната) – чай, багажное (отделение) – багаж, молочный (отдел) – молоко* и т.д. Парадигма мотивирующего прилагательного при этом изменяется количественно: новое существительное сохраняет лишь часть парадигмы – формы одного из трех родов или формы множественного числа. То есть речь идет о морфолого-синтаксических процессах, которые сопровождают переход одного слова в другой лексико-грамматический класс.

Л. К. Граудина образно описывает процесс перехода прилагательных и причастий в существительные: «Они как бы совершают путь по гигантской лестнице времени, останавливаясь подолгу на разных ступенях перехода», и выделяет три таких «ступени» [4, с. 86]:

1. Первая ступень – «субстантивированные прилагательные и причастия, образованные путем вычленения из словосочетаний в результате опущения, утраты существительного» – эллиптическая субстантивация. Такие субстантиваты представляют самую большую группу слов и существуют в речевом употреблении на равных с исходным словосочетанием: *хозяйственный – хозяйственный магазин, авосечная – авосечная лавка*: «В будни, праздник, выходной посетите *обувной!*» (реклама обувного центра); «Магазин “*Авосечная*” (Москва, ул. Большая Дмитровка, д. 32, с. 1) возвращает в моду яркие разноцветные плетеные авоськи (из рекламы в сети Интернет), «Может быть в Амстердаме подобного рода магазином никого уже не удивишь, однако появление единственной пока “*Презервативной*” на московских улицах сразу же привлекло внимание» [19]. Последние два субстантивата-неологизма образуются в результате опущения устаревшего в значении «небольшой магазин» слова лавка [7]. При этом сигнификативное значение в сознании потребителя становится доминирующим, а прилагательное воспринимается как имя существительное нарицательное.

2. Вторая ступень – «такие образования, которые всем нам известны как существительные, но при желании мы можем превратить их и в прилагательные: *больной (человек), млекопитающее (животное)*» [4, с. 86].

3. Третья ступень – полная субстантивация (слова, полностью перешедшие в разряд существительных и давно уже имеющие самостоятельную форму рода и числа). Такие субстантиваты с общим значением «помещение» преимущественно имеют парадигму женского рода единственного и множественного числа: «На первом этаже моего дома располагается *булочная*», «На берегу Клязьминского водохранилища вы можете найти много *шашлычных* и *чайных*». В словаре В. И. Даля находим: *молочная* – подвал, чулан, где хранилась молочная пища [6].

Но, как справедливо отмечает А. Р. Гелегаева, не всегда есть связь между существующей лексемой и мотивирующим словосочетанием. Кроме того, словосочетания-основы просто может и не быть [3, с. 140-141], а существительное адъективного типа склонения образовалось не в результате эллипсиса определяемого слова в процессе длительного исторического развития и является потенциальным.

Наиболее интересным с точки зрения дискурса и актуальным для нейминга предприятий общественного питания, магазинов мы считаем первую группу, выделенную Л. К. Граудиной. Рассмотрим особенности данной ЛСГ на актуальных примерах.

Так, много лет, по некоторым данным с 2013 г., в Москве функционирует сетевое кафе «Вареничная № 1», в котором подаются не только вареники, а его название выражает основную концепцию заведения – основное блюдо как некий культурный код советской эпохи [16]. Субстантиват, использованный в нейминге, образован по аналогии с существующей в языке лексемой «пельменная», «чебуречная», утвердившимися в языке гораздо раньше, во времена СССР, и все-таки когда-то имевшими легко воспроизводимое определяемое «закусочная» как обозначение одного из самых распространенных типов предприятий общественного питания [5]. При этом субстантиват перенимает категорию рода согласно закрепившейся в языке модели, а не принимает форму среднего рода, согласуясь со словом *кафе*. Потенциальными лексемами являются и названия «Бургерная 838», «Котлетная Burgers», «Коктейльная», «Раковая», «Балалаечная» и пр.: «В *Бургерной 838* вам предложат замечательное бочковое пиво, сидр или крафтовое пиво», «Восхитительный сервис – большой плюс *Коктейльной*», «В *Балалаечной* обязательно стоит заказать блюда русской кухни» [20]. Такая же грамматическая соотнесенность наблюдается у окказионального субстантивата *хотдожная*: «Сезонные изменения коснулись и стрит-фуда: *хотдожная* “Доберман” презентовала новое меню, состоящее из четырех новых позиций» [18]. Для последнего характерно и орфографическое переоформление мотивирующего англицизма хот-дог.

Все указанные выше примеры обладают парадигмой женского рода единственного и множественного числа, характерной для данной ЛСГ [15, с. 158]. Но можно отметить, что они не перешли в разряд имен нарицательных, как шашлычная и чебуречная, и в письменных источниках обозначаются прописной буквой и зачастую сопровождаются родовым понятием *кафе, бар*. При этом они выполняют синтаксическую функцию несогласованного приложения: гастробар «Раковая», кафе «Котлетная» и пр.

Названия-субстантиваты, как и многие другие наименования предприятий торговли и питания, относятся к пласту культурно-маркированной лексики – являются непосредственными носителями информации о специфических чертах культуры языковой общности. Так, субстантиваты *чебуречная, вареничная* обозначают бытовые реалии, не существующие в других культурах, являются своеобразным безэквивалентным культурным кодом русского языка. Так, в предложении «В Пушкине открылась *чебуречная* “Ялта”» субстантиват будет переведен на английский язык как *Georgian tavern* или с использованием транслитерации *cheburechnaya*. Первый перевод однозначно не является эквивалентным и содержит более обширный семантически культурный компонент.

С точки зрения отражения культурного кода изучаемой группой слов нам показались интересными такие названия кафе, как «Пышечная» (Санкт-Петербург), «Кудяблишная» (Нижний Новгород) и «Подкогальная» (кафе марийской кухни в Йошкар-Оле): «Посетите *Гороховую улицу*, а потом загляните в это кафе. В *Пышечной* подают неплохую лапшу» [20]; «*Подкогальная* предлагает своим посетителям окунуться в атмосферу вкусной еды и прохладных напитков» (текст источника приводится без правки) [Там же]; «В “*Кудяблишной*” готовят незамысловатые блюда, дешево и вкусно» [21].

«Пышечная» – кафе, в котором главным блюдом являются пончики, появилось в Ленинграде в 1958 г. и существует по сей день. Название заведения – яркий пример исторически сложившегося лексического расхождения литературной нормы московской и петербургской речи: *бордюр – поребрик, подъезд – парадная, пончик – пышка* и пр. Важно отметить, что субстантиват грамматически полностью соответствует вышеописанным признакам словообразовательной модели, совершенно типичен для данной ЛСГ, но с точки зрения семантики содержит уникальный культурный компонент русской действительности – исторически и культурно обусловленная разница в восприятии двух столиц, отразившаяся в языке.

«Подкогальная» – название кафе национальной марийской кухни. Для нейминга использовано потенциальное слово, но семантически акцентированное на этнических особенностях. В кулинарном словаре В. В. Похлебкина находим такое определение: «ПОДКОГЫЛЬО – марийские пельмени. Имеют форму узкого полумесяца. Начинкой должна быть зайчатина со свиной или мясо барсука, сильно сдобренные луком, а иногда какой-нибудь кашей» [11, с. 54]. То есть фактически это пельмени, но рестораторы не используют слово «пельменная», выбирая этнически-маркированную лексику, привлекающую внимание посетителя. И в отличие от слова «пельмень» (англ. *dumpling*, нем. *Schlimm*, итал. *raviolo*), эквивалента в других языках нет.

«Кудяблишная» – казалось бы, тоже мотивирующим существительным для названия кафе является слово «кудяблик» как название национального блюда. Но нет, это пример потенциального окказионального слова. Известно, что ресторатор подхватил это слово из известного рекламного ролика, создал авторский рецепт кудяблика (по сути, это жаренный во фритюре чебурек) и открыл уникальное туристическое место – ресторан «Кудяблишная». Таким образом, мы видим своего рода лингвистический парадокс: не несущее ни в семантике, ни в этимологии некоего культурного компонента слово в названии предприятия питания воспринимается носителями языка как некий культурный код – заведение нижегородской кухни («Заказывали мы те самые кудяблики “Нижегородские” и пельмешки “а-ля ravioli” и чай с чабрецом» – из отзыва) [17] или соотносится с социальной рекламой, направленной против алкоголизма, т.е. обладает неоднозначной социальной референцией.

Итак, исследуемый нами актуальный лексико-морфологический материал позволяет утверждать продуктивность морфолого-синтаксического способа словообразования и существование неразрывной связи субстантиватов со стихией живой русской речи. В результате исследования мы сделали следующие **выводы**.

- Большинство субстантиватов ЛСГ «помещение» являются узуальными, а новые лексемы легко создаются носителями языка согласно существующей словообразовательной модели, активно используются в качестве наименований и являются реалиями языка.

- В отличие от уже закрепившихся в языке и представленных в лексикографических источниках слов, рассмотренные нами субстантиваты-названия предприятий торговли и питания не имеют мотивирующего прилагательного, являются именами собственными, но при этом принимают парадигму женского рода адъективного склонения, типичную для этой ЛСГ.

- Субстантиваты рассматриваемой группы по значению получают самые различные семантические и стилистические оттенки в зависимости от определенной социокультурной задачи. Повышенный интерес к явлению субстантивации во многом обусловлен его живым характером и способностью содержать денотативное и коннотативное значение национально-культурного компонента.

Список источников

1. Ван Я. Субстантивация как способ языковой компрессии: функциональный аспект: дисс. ... к. филол. н. М.: МПГУ, 2017. 216 с.
2. Виноградов В. В. Русский язык (грамматическое учение о слове) / под ред. Г. А. Золотовой. Изд-е 4-е. М.: Рус. яз., 2001. 719 с.
3. Гелегаева А. Р. К вопросу о субстантивации как способе синхронного словообразования // Вестник Дагестанского государственного университета. Серия 2. Гуманитарные науки. 2013. № 3. С. 139-144.

4. Граудина Л. К. Беседы по русской грамматике. М.: Знание, 1983. 128 с.
5. Давыдович А. Р. Сравнительный анализ организационного устройства общественного питания в России [Электронный ресурс]. URL: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=3529> (дата обращения: 31.07.2020).
6. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка: в 4-х т. М.: Русский язык, 1999. Т. 2. 684 с.
7. Ефремова Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный [Электронный ресурс]. М.: Русский язык, 2000. URL: <https://www.efremova.info> (дата обращения: 31.07.2020).
8. Лопатин В. В. Способы именного словообразования в современном русском языке (нулевая аффиксация, субстантивация): дисс. ... к. филол. н. М., 1966. 322 с.
9. Минеева З. И. Субстантивация в образовании новых номинаций человека // Лингвистические традиции и современность: сб. статей, посвященных 90-летию со дня рождения проф. В. Н. Немченко. Н. Новгород: Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского, 2018. С. 90-100.
10. Подосинникова Р. В., Мяснянкина А. А. Явление субстантивации в афоризмах // Теория языка и межкультурная коммуникация. 2018. № 1 (28). С. 93-101.
11. Похлебкин В. В. О кулинарии от А до Я: словарь-справочник. Мн.: Польша, 1988. 224 с.
12. Рец И. В. Лингвокультурологические и эколингвистические аспекты номинации: дисс. ... к. филол. н. Волгоград, 2014. 201 с.
13. Современный русский язык / под ред. В. А. Белошапковой. Изд-е 3-е. М.: Азбуковник, 1997. 928 с.
14. Улуханов И. С. Словообразовательная семантика в русском языке и принципы её описания. Изд-е 3-е. М.: Едиториал УРСС, 2004. 264 с.
15. Фысина У. Н. Субстантиваты в русском языке (стилистический и семантический аспекты): дисс. ... к. филол. н. М.: МГОУ, 2007. 196 с.
16. <http://varenichnaya.ru/o-kafe/> (дата обращения: 30.07.2020).
17. <http://www.chauvinist-grub.ru/2013/kudyabliki/#.XylmrC35Zdg> (дата обращения: 04.08.2020).
18. <https://humanmag.ru/human-food/ceznonoe-menyu-xotdozhnoj-doberman/> (дата обращения: 18.09.2020).
19. <https://kudago.com/msk/place/prezervativnaya/> (дата обращения: 30.07.2020).
20. <https://ru.restaurantguru.com/> (дата обращения: 30.07.2020).
21. <https://www.afisha.ru/nnovgorod/restaurant/77067/> (дата обращения: 04.08.2020).

**From “Canteen” to “Kudyablihnaya”:
Substantivized Adjectives Nominating Trade and Public Catering Enterprises
in the Modern Russian Language**

Fysina Uliana Nikolaevna, PhD
The Russian State University of Justice, Moscow
unfysina@gmail.com

The article provides a morphological and semantic analysis of substantivized adjectives nominating trade and public catering enterprises. The research objectives are as follows: to prove productivity of the model and to justify the thesis that newly appeared substantivized adjectives nominating trade and public catering enterprises have acquired sociocultural connotation, which was not previously observed. The study is based on works of domestic linguists of the XX-XXI centuries. Scientific originality of the paper involves describing semantic and morphological peculiarities of occasional and potential substantive nominations in the modern Russian language. The analysis of the linguistic material allows concluding that the lexemes under study possess a pragmatic potential and contain a national-cultural component representing dynamics of the language system development.

Key words and phrases: substantivisation; nomination; potential word; occasionalism; linguo-culturology.