

В. В. Катермина

Краснодар, Россия

ГАСТРОНОМИЧЕСКАЯ КАРТИНА МИРА В АНГЛИЙСКОЙ НЕОЛОГИИ: ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

АННОТАЦИЯ. *Статья посвящена проблеме определения ценностных аспектов исследования гастрономического дискурса как одной из форм коммуникации, представляющего систему доминант на основе анализа английских неологизмов. Наиболее ярко в языке представлены изменения, происходящие в общественной жизни на лексическом уровне, что приводит к созданию новых наименований. Подчеркивается важность рассмотрения языковых изменений в тесной связи с преобразованиями в обществе, особенностями менталитета и психологических установок современного человека.*

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *гастрономический дискурс, ценность, неология, язык, культура.*

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: *Катермина Вероника Викторовна, доктор филологических наук, профессор кафедры английской филологии, Кубанский государственный университет.*

Адрес: 350040, г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149.

E-mail: katermina_v@mail.ru.

V. V. Katermina

Krasnodar, Russia

GASTRONOMIC PICTURE OF THE WORLD IN ENGLISH NEOLOGY: LINGUOCULTURAL ASPECT

ABSTRACT. *The article deals with the problem of determining the axiological aspects of gastronomic discourse as one of the forms of communication based on the analysis of English neologisms. Gastronomic discourse is considered here as the system of dominants. The most vividly represented in the language are the changes occurring in public life at the lexical level which leads to the creation of new nominations. The importance of examination of linguistic changes in a close connection with the changes in a society, peculiarities of a mentality and psychological aims of a contemporary person is considered to be the basic idea.*

KEY WORDS: *gastronomic discourse, value, neology, language, culture.*

ABOUT THE AUTHOR: *Katermina Veronika Viktorovna, Doctor of Philology, Professor of Department of English Philology, Kuban State University, Krasnodar.*

Развитие языка протекает под знаком его постоянного совершенствования и обогащения функциональных возможностей, что особенно интенсивно и наглядно реализуется на лексическом уровне в постоянном двуедином процессе архаизации – обновлении лексики языка.

Ярким свидетельством динамики языка является процесс возникновения новых слов, движимый переменами в объективной действительности, так как общество всегда стремится найти средства для номинации новых реалий.

При помощи лексических единиц номинации человек осуществляет репрезентацию объектов реального мира. В словах как номинативных единицах языка хранятся определенные знания о действительности, достаточные для того, чтобы идентифицировать обозначаемые словами реальные или идеальные сущности. С одной стороны, происходит опредмечивание человеком объективного мира, связанного со всеми этапами его общественного опыта и трудовой деятельности, с выделением и обобщением необходимого и существенного в предмете познания. А с другой стороны – обозначение нового предмета через несущественные, второстепенные признаки другого предмета, отраженные в его наименовании [Катермина 2017].

Образование новых слов, появление новых значений обусловлено неустанной креативной работой человеческого сознания, бесконечным познавательным процессом, детерминированным предметно-практической и интеллектуальной деятельностью человека. Появление неологизмов знаменует собой важный этап в постижении объективной реальности, представляя вершину процесса обновления когнитивно-дискурсивного потенциала языка, важный этап дискурсивного освоения номинируемых предметов и явлений действительности, их признаков, важных для жизнедеятельности человека. Возникновение новых номинаций является своеобразным ответом на социальный запрос, результатом когнитивно-дискурсивного освоения и интерпретации действительности.

Гастрономическая лингвокультура представляет собой один из объемных и перспективных объектов исследования в современной лингвистике. В современную эпоху глобализации перед каждым этнокультурным сообществом стоит проблема сохранения национальной идентичности наряду с потребностью в лучшем понимании особенностей других этносов. Национальные гастрономические предпочтения сохраняют свою специфику и отражаются в культуре и языке. Ценностная картина мира строится в каждой лингвокультуре на основе концептуальной картины мира, которая актуализируется в языке народа. Первичной и основной областью появления и существования ценностей культуры является быт, в ядре которого как витально значимый феномен находится гастрономия, рассматриваемая как комплекс процессов добывания, приготовления и потребления продуктов питания [Чередникова 2013]. Ситуация потребления пищи национально обусловлена, отражает этнические, культурные, социально-религиозные особенности народов.

По мнению исследователей, сфера «пища» – есть не что иное, как «1) когнитивная система, представляющая собой конгломерат ценностных и культурных доминант, связанных между собой общей идеей глуттонии, то есть потребления и поддержания жизни Homo Connsummatus – Человека Потребляющего; 2) особая знаковая система, состоящая из достаточно четко иерархизованных знаков, имеющих свою особую лингвистическую интерпретацию» [Олянич 2004: 168].

Е. Добренко употребляет термин «кулинарная картина мира» [Добренко 2009 [www](#)], который трактуется следующим образом: концептуальная модель гастрономических пристрастий и глуттонических приоритетов, отражающаяся в специфике национальной номинации продуктов питания.

Гастрономический дискурс имеет знаковую природу и связан с семиотическими категориями кода, кодирования, декодирования. Пища семиотична по своему происхождению и является культурным кодом [Chandler [www](#)]. На связь пищевого знака, кода и этнокультуры прямо указывает М. Дворак: «Cultural ethnicity in terms of this key marker – food displays itself through the socio-political nature of food semiotics (food codes)» [Dvorak 1996: 15]. Ей вторит итальянская исследовательница С. Стано: «Food is not only a substance for survival and nourishment, but it is also part of a sign system as it is strictly involved in processes of signifi-

cation and interpretation. Specifically, it can be conceived as a language (code) expressing social structures and cultural systems» [Stano 2014: 21].

Тесное взаимодействие семиотики, кодированной коммуникации и гастрономии отмечается также в работах Л. Цивителло [Civitello 2008]; на лингвосемиотических основаниях, предполагающих «декодирование» культурных смыслов, связанных с питанием, построен совместный труд культурологов и антропологов «Encyclopedia of Food and Culture» [Solomon 2003].

Ролевая структура гастрономии значительно расширяется в связи с ценностной ориентацией общества на развитие эстетики кулинарной среды. Субъекты гастрономии оказываются носителями выработанных человечеством культурных ценностей в области потребления еды, связанных с формированием образа потребляемой пищи, способов ее потребления и формированием категории вкуса. Формирование ценностей происходит в социализированной среде (кухня, кафе, ресторан, бар, паб, закусочная) и вовлекает в коммуникативную среду повара как дизайнера, повара как конструктора и изобретателя нового кушанья, сомелье как знатока вин и их сочетания с видами еды, бармена как конструктора смешанных напитков (коктейлей) и как профессионального актера, виртуозно жонглирующего бутылками, бокалами и шейкером для смешивания напитков [Головницкая 2007].

В данной статье в общем виде рассматривается проблема определения места гастрономической лексики в системе языка, выявления связей между языковой картиной мира и гастрономическими объектами, прежде всего, на уровне номинативного фонда английского языка, основываясь на таком языковом материале, как гастрономические неологизмы, взятые из электронных словарей (Wordspy, Macmillan Buzzword Dictionary, Urban Dictionary, Cambridge Dictionaries Online Blog).

Номинации человека в гастрономическом дискурсе – это номинации гурманов с их предпочтениями:

gastrocrat – a wealthy foodie – *богатый гурман*;

haloodie – a foodie who only eats halal food – гурман, употребляющий только халальную пищу.

Номинации людей, ведущих особый образ жизни и употребления пищи:

vegivore – someone who particularly loves eating vegetables but is not vegetarian or vegan – человек, особо любящий потребление овощей, но не являющийся вегетарианцем или веганом;

reducetarian – someone who is making a determined effort to eat less meat (and often other animal-derived products) – человек, пытающийся употреблять меньше мяса и других мясных продуктов;

demitarian – someone who restricts by half or to a marked degree, the amount of meat and animal products that they consume, usually in order to reduce the environmental impact of their diet – человек, потребляющий определенное количество мяса и животных продуктов, для того чтобы уменьшить влияние данной диеты на окружающую среду.

Номинации людей, придерживающихся особой диеты:

gluten-freeegan – a person who consumes a gluten-free, vegan diet – человек, придерживающийся веганской диеты).

Номинации людей, употребляющих «особую» еду:

climatarian – one that excludes food transported a long way or meat whose production gives rise to CO2 emissions – человек, исключающих из рациона пищу, которую транспортировали долгое время или мясо, производство которого влияет на выделение диоксида углерода.

Интересным случаем является единица *breakfastarian* – someone who has the practice of eating breakfast foods at any meal and not merely the morning meal – человек, употребляющий исключительно еду, предназначенную на завтрак. Образованная по аналогии с неологизмами *climatarian* [*climate* + *vegetarian*], *demitarian* [*demi* + *vegetarian*] и *reducetarian* [*reduce* + *vegetarian*], данная лексема дает старт новым понятиям, в которых подчеркивается важность завтрака.

Отметим профессии, связанные с гастрономическим дискурсом:

mixologist – a bartender who is very good at creating new drinks – бармен высокого класса; мастер составлять коктейли;

wine detective – someone whose job is to prove that wine is counterfeit – «винный» детектив – человек, чья работа заключается в том, чтобы доказать, что вино поддельно.

Виды еды в анализируемых английских неологизмах представляют собой следующие разновидности:

– «неправильная, нездоровая еда»:

dirty food – extremely calorific food with no nutritional value; junk food;

mobile food – prepared food sold from a truck on the street;

- еда, связанная с нанотехнологиями:
nanofood – food containing nanoparticles of silver to prevent spoilage and prolong shelf life;
- сирт-продукты:
sirtfood – a food that is high in sirtuins (a class of protein) and thought to be beneficial to weight loss;
- еда с повышенным содержанием сахара и соли:
hyperpalatable food – food with heightened levels of sugar and salt, intended to be extremely appealing;
- еда для мужчин:
dude food – food preferred by men (еда, которую предпочитают мужчины).

Обычно к данному виду еды относят фастфуд (гамбургеры, хотдоги, стейки). Данный неологизм берет начало из кулинарной книги Дэна Черчилля, выпущенной в 2015 году (*Dan Churchill DudeFood*). Его целью было вызывать у мужчин желание готовить. В его книге нет акцента на гамбургеры и хотдоги, но, тем не менее, именно этот бестселлер сыграл роль для активного употребления этого неологизма, который закрепился в сознании носителей языка в 2016 году.

Также следует отметить и следующую коннотацию неологизма – *testosterone-driven gluttony* («обжорство тестеронов»), что можно интерпретировать как «изобилие чего-либо».

Еда как основной компонент гастрономического дискурса выражена единицами, обозначающими мясные, рыбные, овощные и мучные блюда:

- rice'n'three – a meal consisting of rice with three types of curry;*
- hamdog – a hamburger and a hotdog together in a specially designed bun;*
- poke – a salad made with raw fish,*

Преобладание неологизмов, обозначающих хлебные и мучные изделия, показывает тенденции, существующие в сознании человека. С одной стороны – стремление к здоровой пище и здоровому образу жизни, что отражено в огромном количестве подобных гастрономических неологизмов, с другой – любовь к сладким и вкусным изделиям:

- bread pakora – a fried snack of bread slices;*
- bannock – a round flat loaf or biscuit made from oats;*
- cruffin – a kind of small cake that is shaped like a muffin but made of pastry layers like a croissant;*
- piecaken – a pie baked inside a cake;*

cheela – a savory pancake made from gram flour, vegetables and spices;

croloaf – a croissant loaf – a loaf made from croissant pastry.

Интересным, на наш взгляд, представляются неологизмы *meat fruit* и *salad cake*. Их названия – игра слов, оксюморон, направленный на привлечение внимания.

Мясной фрукт – это мясное блюдо, приготовленное таким образом, чтобы выглядеть как часть фрукта: *meat fruit* – a meat dish that is constructed to resemble a piece of fruit.

Салатный торт похож на сладкий торт, но на самом деле он сделан из сои и овощей: *salad cake* – a food that is designed to look like a sweet cake but is actually made of savoury ingredients such as soy and vegetables.

Также заслуживает отдельного внимания и лексема *демократия плюс сосиски*: *democracy sausage* – a sausage cooked on a barbecue and served on bread, sold at polling booths on election day in Australia, обладающая дополнительной «политической» коннотацией. Оно используется для обозначения приготовленных на гриле сосисок, которыми угощают избирателей, пришедших на участки для голосования. Именно эта единица стала словом 2016 года в Австралии и удостоится отдельной словарной статьи и пополнит справочник, в котором уже более 16 тысяч исключительно австралийских обозначений.

Среди гастрономических английских неологизмов можно выделить и единицы, обозначающие напитки: спиртные и безалкогольные.

К первым относятся *мартини* (*dirty martini* – a martini with added olive brine or juice and garnished with an olive), *алкогольный коктейль* (*old-fashioned* – a cocktail made of whiskey or another spirit, sugar or syrup, bitters, ice, and decorated with a slice of orange and a cherry), *винный алкогольный напиток* (*frosé* – a type of alcoholic drink made of frozen rosé wine mixed with sugar, lemon juice and sometimes other alcoholic drinks).

Безалкогольные напитки – это *молочные коктейли* (*freakshake* – a milkshake made with ice cream and other sweet foods including cream, chocolate and cake), *вода из запеченной фасоли, используемая как белок в веганской кухне* (*aquafaba* – the water from cooked beans, used as an egg white substitute in vegan cuisine), вид *чая*, который подают при комнатной температуре, обычно во время еды (*ambient tea* – a type of tea served at room temperature, usually with food), *золотое молоко* –

напиток, приготовленный из кокосового молока и куркумы (golden milk – a type of drink made with coconut milk, turmeric and sometimes other ingredients).

Учет культурологической и этноспецифической информации, выявление ассоциативных связей высказываний и их семиотического наполнения с этнолингвокультурными установлениями разных этносоциумов позволяют дать адекватное описание гастрономической картины мира носителей языка и соответствующей этнокультуры, иными словами, успешно декодировать информацию, полученную в результате гастрономического дискурсоразвертывания [Олянич, Никишкова 2014: 78].

Национальная кухня отражает экосистему, в которой сформировался этнос, и в тесной связи с которой формируются национальные традиции питания.

Так, например, *китайский суп с клецками* состоит из небольшого шарика из теста, наполненного супом: *soup dumpling – a Chinese dish consisting of a small ball of dough filled with soup.*

Традиционное корейское блюдо – *кимчи* – приготовлено из приправленных квашеных овощей (капусты наппы, корейской редиски, а также чили, зеленого лука, чеснока и имбиря): *kimchi – a traditional Korean dish made of seasoned fermented vegetables.*

Южная Африка представлена в английской неологии блюдом *bunny chow* – a South African dish of curry served in a hollowed out loaf – блюдо из кэрри, завернутое в полую булку.

Ближнему Востоку англичане обязаны сладостям – именно так переводится слово *knafeh*. Это блюдо состоит из слоев теста и мягкого сыра в сахарном сиропе (*a dish, originally from the Middle East, consisting of layers of pastry and soft cheese, soaked in sugar syrup*).

Десерт из Японии – это полупрозрачный *пирог дождевая капля*, состоящий из минеральной воды и особого желатина: *raindrop cake – a translucent Japanese dessert made from mineral water and a type of gelatin.*

Япония также представлена зеленым чаем, популярным среди поклонников здорового образа жизни: *matcha* – a type of Japanese green tea, popular with health food enthusiasts.

Пища влияет на формирование идентичности человека – на ее телесные, национальные, коммуникативные, моральные характеристики. Современной культуре за счет предлагаемого человеку образа пищи (в рекламе, СМИ) обеспечивается опре-

деленная прогнозируемость его идентичности, ценностно-поведенческой ориентации.

Диета – важная составляющая гастрономического дискурса. Часть английских неологизмов, номинирующих виды диеты, описывают диету «палеолита» и ее разновидности:

Paleo diet (also Paleolithic diet; Paleo) – a diet that is based on what people were thought to eat during the Stone Age before the development of agriculture.

Ancestral health – diet based on the presumed diet of our Palaeolithic ancestors.

Ее основу составляет еда, которую, как считалось, употребляли в пищу люди в каменном веке.

Ключевые компоненты данных единиц *paleolithic – of or relating to the second period of the Stone Age (относящийся ко второму периоду каменного века)* и *ancestral – of or belonging to or inherited from an ancestor (принадлежащий или унаследованный от предков)*.

Pegan diet – a diet that is a vegan variation of the Paleo diet, which is based on foods available to our ancient ancestors, such as nuts, berries, eggs and meat

Данный вид диеты считается видом диеты палеолита и включает в себя орехи, ягоды, яйца и мясо.

Новая тенденция здорового питания отражена в неологизме *clean eating* (здоровое питание, чистое питание, осознанное питание) – *the dietary practice of avoiding processed, refined foods and eating fresh wholefoods.*

Имея своих сторонников и противников, данная диета существует в современном мире и вызывает множество споров на просторах Интернета.

Еще одним источником здорового питания является *кетогенная диета: ketogenic diet – a diet that aims at a high production of ketones (=substances that are produced when the body breaks down fat) in the body. It consists of a 4:1 ratio of fats to proteins and carbohydrates and is thought to control a number of serious illnesses.*

Согласно многочисленным исследованиям и экспериментам, данный вид диеты – один из самых хорошо изученных учеными систем питания.

Циклическое голодание (intermittent fasting) также считается системой питания (*intermittent fasting – eating nothing on some days and as normal on others, especially as an aid to weight loss*). Ее основные положения: голод 16 часов; трени-

ровка на голодные желудок, предварительно приняв ВСАА; по окончании тренировки 2–3 приема пищи, на протяжении 7–8 часов; повторять каждый день; особых ограничений в пище нет, есть можно что угодно, если это не противоречит вашей диете; результат сравним с безуглеводкой и ежедневными пробежками не менее часа [<https://fotopoisik.com.ua/blogi/blogi-modelei/o-sisteme-pitaniia-leangains-intermittent-fasting>].

В основе буддистской диеты лежит следующий план питания: необходимость приема пищи только в течение девятичасового периода каждый день для потери веса: *buddha diet – a type of eating plan in which someone eats only during a nine-hour period each day and not at any other time, in order to lose body weight*.

Еще один вид диеты – так называемая *диета 5:2* – диета интервального голодания. В отличие от более строгих диет она не требует ни полного воздержания от еды с утра и до самого ужина, ни строгого контроля состава пищи, ни – что особенно важно для тех, у кого душа не лежит к фитнесу, – сколько-нибудь серьезных тренировок (*the 5:2 diet – a modified and less extreme form of alternate day fasting, in which the dieter fasts on two days of the week and eats normally on the other five*).

Система питания IIFYM (если соответствуем вашим макросам) – *a type of a diet (often favoured by sportspeople) that allows people to eat what they want as long as their diet contains the right number of calories and macronutrients* – была придумана соревнующимися бодибилдерами. Позже IIFYM стала системой питания для многих фитнесистов, желающих всегда оставаться в прекрасной форме. Суть этой фактически философии питания сводится к тому, что можно худеть легко и вкусно, не отказываясь от любимой еды.

Чтобы придерживаться IIFYM, необходимо точно знать свою калорийность, а также потребности организма в белках, углеводах, жирах (макросах). Чтобы достигать своих фитнес-целей (набрать мышечную массу или сжечь жир), нужно знать калорийность, а также состав всей съедаемой пищи

Век новых технологий привел не только к доминированию в английском языке такого способа словообразования, как блендинг, но и сочетания кухонных принадлежностей или процессов в одном едином целом.

Так, неологизм *spork [spoon + fork]* – *a type of cutlery that has the properties of both a spoon and a fork* – обозначает столовый прибор, объединяющий в себе и ложку и вилку,

spoonula [*spoon* + *spatula*] – a cooking implement that is a combination of a spoon and a spatula – соединяет ложку и лопаточку (шпатель).

Кухонный процессор – (кухонный процессор – *cook processor* – a piece of kitchen equipment that both processes (e.g. by chopping or kneading) and cooks food) – дает возможность как обрабатывать, так и приготавливать пищу.

Следующий прибор – терка-шинковка – не обладает многофункциональной возможностью, но он позволяет нарезать овощи длинными спиральными лентами: *spiralizer* – a piece of kitchen equipment for cutting vegetables into long winding ribbons.

Среди неологизмов, входящих в гастрономический дискурс, можно также выделить место – супермаркет, кафе, вечеринка, даже письменный стол, за которым можно позавтракать.

Так, английский неологизм *social supermarket* обозначает магазин, рассчитанный на людей с низким социальным положением (*social supermarket* – a supermarket intended for people living in poverty where cut-price food is sold. The food is cheap because it has damaged packaging or incorrect labeling).

Britain's first 'social supermarket' opens its doors on Monday, offering shoppers on the verge of food poverty the chance to buy food and drink for up to 70 percent less than normal high-street prices [www.theguardian.com 09 December 2013].

Данную единицу можно отнести к разряду политкорректной лексики. Политкорректные слова и выражения, пришедшие на смену традиционным, отличаются «нейтральностью и смягченностью, они максимально свободны от негативных оттенков значения. Применение подобных языковых единиц в процессе коммуникации базируется на принципе вежливости и желании обеспечить эффективное взаимодействие между участниками коммуникативного акта, что также является основным побуждающим мотивом при эвфемизации языковой действительности» [Герасименко 2013: 20]. Политкорректная лексика обязательно затрагивает противоположные характеристики общей картины мира, поскольку она фокусируется на отношении людей к тому, что по общепризнанному мнению считается «положительным», то есть приемлемым, а что «отрицательным».

На наш взгляд, это способствует более глубокому осмыслению тех затруднительных, а порой и вовсе негативных ситуаций, с которыми мы ежедневно сталкиваемся сегодня. Более

того, некоторые сторонники политкорректности полагают, что употребление подобной лексики в некоторой степени даже помогает сглаживать различия и противоречия в обществе

Интересным представляется номинация кафе – *кафе кошек* (cat cafe – a cafe in which there are cats that the customers can pet as they enjoy their coffee, etc.) – кафе, в котором есть кошки, которыми посетители могут наслаждаться, а также пить кофе.

Кафе смерти (death café – a social gathering where people eat, drink, and discuss death) – место, где люди пьют, едят и обсуждают вопросы, касающиеся смерти.

Феномен *death cafe* возник в Европе в 1999 году по инициативе швейцарского социолога Бернарда Креттаза (Bernard Crettaz), который начал проводить публичные дискуссии на тему смерти в рамках кафе, полагая, что разговоры о смерти позволяют человеку лучше жить. Сейчас во всем мире существует около сотни Death cafe.

Вечеринка, на которой основным продуктом является пицца, получила название *вечеринка пиццы: pizza party – a party where pizza is served*.

Новым видом досуга можно назвать *food rave (food rave – a very large party where people eat, sell or share many different types of food, usually held outside or in a large public building)*.

Название произошло от английского слова *rave* – *вечеринка*, используемое в 1960-х годах, и *food* – *еда*. Дословно можно перевести как *гурманская вечеринка*. Развлечение появилось в Европе и с каждым годом становится все популярнее во всех уголках Земли.

Смысл фуд рэйва в следующем: несколько команд собираются в одном помещении, оборудованном под кухню. У каждой имеется одинаковый набор продуктов и ограниченное количество времени. Помогает и подсказывает командам опытный шеф-повар.

Во время вечера, как правило, очень весело и часто рождаются настоящие кулинарные шедевры. В конце общим голосованием (на это зрелище обычно приходит много зрителей) определяется команда-победитель, и все пробуют приготовленные блюда. В завершении всех угощают блюдом от шеф-повара [<http://www.taynavkusa.ru/news/foodrave>].

Отдельно стоит выделить неологизм *food swamp – an area that has an abundance of fast food restaurants and other low-nutrition food options* – *болото еды*, обозначающее большую

площадь, на которой расположены рестораны фастфуда, а также *deskfast – breakfast eaten at one's desk at work* – завтрак, который съедается за рабочим столом.

Появление подобных неологизмов – отражение тенденций, существующих в англоязычном мире.

Идея о том, что прием пищи связан с нашей социализацией в обществе, совсем не нова. С древних времен большое значение имело участие в пиршестве или получение приглашения на званый ужин в компании высокопоставленного лица. Даже то, что вы едите, определяет ваш статус. В век социальных сетей очевидно, что еда должна быть не только вкусна, но и красиво подана, приготовлена в одном из лучших ресторанов, о чем будет свидетельствовать геолокация под вашим фото из заведения. Сегодня совместная трапеза стала еще и способом заводить новые знакомства, в том числе и романтические [https://formulalubvi.com/zhizn/a-vyi-uzhe-slyishali-pro-social-eating/].

Люди по всему миру устраивают ужины у себя дома и через социальные сети и специализированные сайты приглашают к себе незнакомцев – *social eating* – a practice that involves filming yourself while you eat and posting or streaming it on a social media website.

Еще одна единица – *селфи приема пищи (foodfie – a picture of what one eats, shared online; a blend of food and selfie)* — относится к теме влияния социальных сетей на гастрономический дискурс.

Тема налогов в гастрономическом дискурсе также получила свое развитие. Налоги платят не только супермаркеты (*tesco tax – a tax on large supermarkets*), но и «нездоровые» продукты питания (*hamburger tax – a tax on unhealthy food*).

Наука и технология также внесли свой вклад в образование гастрономических неологизмов.

Так, генетическая форма риса с улучшенным содержанием витамина А получила название *золотого риса: golden rice – a genetically engineered form of rice with enhanced levels of vitamin A*.

Вид съедобной упаковки еды называется *WikiCell – a type of edible food packaging*, а автобус, функционирующий при помощи биометана, основанного на переработке пищевых отходов, – это *биоавтобус (bio-bus – a bus that runs on biomethane gas generated through the treatment of sewage and food waste)*.

В связи с развитием прогресса возникло новое направление в физике – *гастрофизика*, занимающаяся едой, приготовлен-

нием пищи и потреблением пищи с позиции физики и экспериментальных методик: *gastrophysics – the physics and experimental methodologies of physics applied to food, cooking, or eating*.

Не менее интересным можно считать и явление, когда технологии, здания и другие искусственные источники холода используются для подготовки, распределения и хранения пищи: *coldscape – technologies, buildings and other artificial sources of cold used for the preparation, distribution, and storage of food*.

Таким образом, акты коммуникации, сопровождающие процессы добывания, приобретения, обработки и потребления пищевых продуктов, в их национально-культурном своеобразии образуют особую систему – гастрономический дискурс, квалифицируемый в терминах аксиологии, так как в нем отражаются и концентрируются нормы, ценности, как общечеловеческие, так и принадлежащие определенной культуре, а также субъективные, гендерные и социальные характеристики, стереотипы, традиции, признаки национальной самоидентификации [Чередникова 2011].

Языковая концептуализация сферы «пища» способствует более глубокому пониманию природы культурного смысла, закрепленного за определенным языковым знаком, а также всех культурных установок и традиций народа.

ЛИТЕРАТУРА

Герасименко Д. В. Политическая корректность как социокультурное явление и ее отражение в современном английском языке : автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 2013. 24 с.

Головницкая Н. П. Лингвокультурные характеристики немецкоязычного гастрономического дискурса : дис. ... канд. филол. наук. – Волгоград, 2007. 303 с.

Добренко Е. Гастрономический коммунизм : вкусное vs здоровое [Электронный ресурс] // Неприкосновенный запас : дебаты о политике и культуре. 2009. № 2. С. 155-173. – Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/nz/2009/2/do9-pr.html>.

Катермина В. В. Культурно-интерпретирующий потенциал масмедийных неологизмов в английском дискурсе // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2017. № 1. С. 84–90.

Олянич А. В. Презентационная теория дискурса : монография. – Волгоград : Парадигма, 2004. 507 с.

Олянич А. В., Никишкова М. С. Дискурсивная актуализация этнолингвокультурного кода // Вестн. Волгоград. гос. ун-та. Серия 2, Языкозн. – 2014. № 4 (23). С. 70–83.

Чередникова Е. А. Аксиологические характеристики гастрономического дискурса // Вестник МГОУ. Серия : Лингвистика. – 2011. № 5. С. 78–82.

Чередникова Е. А. Экспликация аксиологической картины мира в гастрономическом интернет-дискурсе (на материале русского и английского языков) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Майкоп, 2013. 22 с.

Civitello L. Cuisine and Culture: a History of Food and People. – Hoboken : John Wiley & Sons, 2008. 170 p.

Chandler D. Semiotics for Beginners: Codes. [Electronic resource]. – Mode of access: <http://users.aber.ac.uk/dgc/Documents/S4B/sem09.html>. Title from screen.

Dvorak M. The Ethno-Semiotics of Food: A. M. Klein's 'Second Scroll' as Recipe for Multiculturalism // Mosaic. – 1996. Vol. 29, iss. 3. P. 15–20.

Encyclopedia of Food and Culture / ed. By H. K. Solomon. – N. Y. : Thompson, Gale, 2003. 970 p.

Stano S. Eating the Other : A Semiotic Approach to the Translation of the Culinary Code. – Torino : Universitari Libra, 2014. 230 p.

<http://dictionaryblog.cambridge.org/tag/neologisms>.

<https://formulalubvi.com/zhizn/a-vyi-uzhe-slyishali-pro-social-eating>.

<https://fotopois.com.ua/blogi/blogi-modelei/o-sisteme-pitaniia-leangains-intermittent-fasting>.

<http://www.macmillandictionary.com>.

<http://www.taynavkusa.ru/news/foodrave>.

<http://www.urbandictionary.com>.

<http://www.wordspy.com>.