

УДК 81'22

О. А. Шуманская

АКТУАЛИЗАЦИЯ КОНЦЕПТА «FOOD» (ПИЩА) В СОВРЕМЕННОМ БРИТАНСКОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ¹

Цель исследования состоит в выявлении и описании понятийной составляющей концепта «food» (пища) в современном британском английском языке. Материалом исследования послужили тексты из Национального британского корпуса. Были установлены компоненты значения концепта: пища как маркер социального неравенства, индикатор культурно-пространственной удаленности, источник удовольствия, источник здоровья, источник опасности и жизненная угроза. Были определены способы вербальной реализации перечисленных значений.

Ключевые слова: концепт «пища», структура концепта, понятийный компонент, витальные потребности, вербальная репрезентация концепта.

Потребление пищи, бесспорно, является базовой потребностью человека, обеспечивающей его жизнедеятельность. В силу витальности еда проникла в различные сферы жизни (труд и отдых, семейные и национальные праздники, религиозные ритуалы) и приобрела намного большее значение, чем «средство удовлетворения физиологической потребности». Она «превратилась в особый концентрат культурных смыслов, отождествляющих человека и общество в их взаимосвязи» [1]. Пища была и является источником национальной гордости, выступает индикатором социальной борьбы и неравенства. Как справедливо отмечает Е. В. Пожидаева, еда представляет собой «первую сферу возникновения и существования культурных ценностей» [2, с. 287].

На протяжении многих десятилетий концепт «пища» привлекает внимание ученых различных направлений [1, 3, 4, 5, 6, 7]. Интерес исследователей обусловлен социальными и научными факторами. Активное изучение

¹ Впервые опубликована: Шуманская, О. А. Актуализация концепта “food” («пища») в современном британском английском языке / О. А. Шуманская // Вестник МГЛУ. Сер. 1, Филология. – 2024. – № 5 (132). – С. 120–129.

гастрономического дискурса и ключевого для него понятия «пища», началось во второй половине девятнадцатого века и по времени появления связано с усилением национальных движений в Европейских странах, повышением важности национальных культур и их элементов [8]. В настоящее время изучение рассматриваемого концепта подкрепляется трендами массовой культуры: возобновлением интереса к национальным и региональным кухням, в том числе как инструментам маркетинга в сфере общественного питания и при продвижении территорий. Исследователи определяют современную популярную культуру как «food-centric» (ориентированную на пищу и ее потребление) [9] и отмечают такие проявления этого культурного феномена, как кулинарные шоу, культ шеф-поваров, всплеск интереса к гастрономическим турам и фестивалям, рост количества кулинарных блогов, а также точек общественного питания.

Лингвисты подчеркивают, что исследование концепта «пища» затрагивает вопросы макролингвистической проблематики и находится в русле современных актуальных исследований, направленных на установление и изучение взаимосвязи языка и культуры, а также соотношения языка и коллективного/индивидуального опыта, познавательной и коммуникативной деятельности индивида и общности людей [3, 7]. Изучение данного концепта, как и других, активно проводится в рамках лингвокультурологического и лингвокогнитивного подходов.

Термин «концепт» определяется по-разному в зависимости от направления исследования [10]. Ю. С. Степанов определяет его как «сгусток культуры в сознании человека; то, в виде чего культура входит в ментальный мир человека», и посредством чего человек сам входит в культуру, а в некоторых случаях и влияет на нее [11, с. 43]. Н. Ю. Шведова дает концепту следующее определение: «это содержательная сторона словесного знака (значение – одно или некий комплекс ближайше связанных значений), за которой стоит понятие (т. е. идея, фиксирующая существенные «умопостигаемые» свойства реальных и явлений, а также отношения между ними), принадлежащее умственной, духовной или жизненно важной материальной сфере существования человека, выработанное и закрепленное общественным опытом народа, имеющее в его жизни исторические корни, социально и субъективно осмысляемое» [12]. Исследователи отмечают сложную структуру концепта, представляющего собой «совокупность языковых и неязыковых средств, иллюстрирующих, уточняющих и развивающих его содержание» [13].

«Пища», как и любой концепт является сложным ментальным образованием. Вслед за В. И. Карасиком мы рассматриваем концепт как трехуровневую структуру, состоящую из понятийной, образной и ценностной составляющих [13]. В нем образная сторона – «это зрительные, слуховые, тактильные, вкусовые, воспринимаемые обонянием характеристики предметов, явлений, событий, отраженных в нашей памяти» [13, с. 143]. Понятийная сторона концепта включает его «языковую фиксацию, обозначение, описание, признаковую структуру и дефиницию» [Там же]. Ценностная отражает

«важность этого психического образования как для индивидуума, так и для коллектива» [Там же]. Как утверждает В. И. Карасик, она является «определяющей для того, чтобы концепт можно было выделить» [Там же].

Согласно Е. В. Пожидаевой, содержательный минимум концепта «пища» включает «то, что едят, употребляют в пищу (what is eaten): 1) названия естественных продуктов (растительных cabbage (капуста), onion (лук), lettuce (салат-латук) и животных eggs (яйца), meat (мясо), fish (рыба)); 2) наименования продуктов питания, созданных человеком (блюда, кушанья): soup (суп), porridge (каша, овсянка), stew (ragu)» [2, с. 290]. В качестве второстепенного значения исследователь рассматривает «значение слова «food» в переносном смысле, например, пища для ума, размышлений, разговоров, пересудов (food for thought)». И если ядро концепта содержит основные актуальные признаки и является неизменной постоянной составляющей, семантическим инвариантом, то дополнительные значения подвижны и подвержены влиянию социокультурных трансформаций, происходящих в обществе. Одним из способов, позволяющих проследить приращения новых смыслов к ядерному значению концепта, происходящих в течение разных исторических периодов, является обращение к историческим словарям. Анализ словарной статьи, посвященной слову «пища», в историческом тезаурусе свидетельствует о резком увеличении дополнительных значений в 19-м и 20-м веке, явно связанных с научным и техническим прогрессом. Приведем несколько примеров подобных понятий: «food chain» (пищевая цепочка), «food aid» (продовольственная помощь), «food poisoning» (пищевое отравление), «food additive» (пищевая добавка), «food allergy» (пищевая аллергия), «food science» (наука о пище) [14]. С изменением социального контекста некоторые значения утратили актуальность, как слово «food stamp», вошедшее в обиход в 1939 году и обозначающее «продовольственный талон». Не менее результативным способом изучения концептов является обращение к текстовому уровню и анализу того, каким образом они актуализируются в текстах разных видов и жанров. В устной речи, письменной или устной, изменения, происходящие в социокультурном пространстве и языке, бесспорно, фиксируются быстрее чем в словарях.

В данной статье мы ограничимся изучением понятийного компонента концепта «пища», а именно выявлением его смыслов, актуализируемых в современной английской лингвокультуре, и их вербальной репрезентацией. Для этого в корпусе современного британского английского языка «British National Corpus» методом сплошной выборки было отобрано 400 контекстов использования существительного «food» (пища), ядерного компонента анализируемого концепта. Британский национальный корпус состоит из текстов общей численностью в 1 миллион слов, содержащих образцы письменного и разговорного британского английского языка из широкого круга источников конца 20-го века. В выборе разножанрового и разнородного (устного и письменного) современного материала и заключается новизна исследования. Концепт «пища» в английском языке выступал и ранее объектом лингви-

стических исследований, но практическим материалом служили тексты отдельных дискурсов (художественного, рекламного и радиодискурсов). Полагаем, что анализ объективации этого концепта в разнообразном и актуальном материале позволит выявить изменения, которые происходят если не в более глубоких пластах национальной культуры, то в социальной сфере, более подвижной и адаптивной к трансформациям, происходящим в экономической, технологической, политической и др. областях.

В 31 % проанализированных текстов актуализируется значение пищи как **маркера социального неравенства**. Доступ к пище, ее достаточное количество и высокое качество до сих пор обеспечиваются социальным статусом, отсутствием вооруженных конфликтов, экономическим развитием отдельных территорий: *High standards of food, sports facilities and entertainments. A superb choice for the discerning holidaymaker (Высокие стандарты еды, спортивных объектов и развлечений. Превосходный выбор для требовательных отдыхающих)*.

Восприятие пищи, естественно, обладает оценочной маркированностью, так как «человек аксиологически маркирует объекты внешнего мира, входящие в круг его вращения» [15, с. 84]. Так, отношение к пище, доступной высшему или среднему социальному классу, эксплицируется в текстах при помощи оценочных прилагательных «delicious» (вкусная), «good» (хорошая), «excellent» (отличная), «fantastic» (фантастическая), «upmarket» (престижная, высококачественная). Еда включается в ряд таких атрибутов достатка и роскоши, как курорты и спортивные центры или, как в следующем примере, мода и предметы домашнего интерьера: «*Reductions in food, fashion and home furnishings are on the cards this autumn*» (Сокращения (расходов) на пищу, моду и предметы интерьера, скорее всего, произойдут следующей осенью). Очевидно, что в этом примере речь идет не о базовой потребности удовлетворения голода, а о возможности баловать себя изысками, доступными не каждому. Высокий социальный статус предоставляет его владельцу доступ к пище, как ресурсу, и дает возможность распределять его: «*Actress Louise Lombard shows such compassion by helping to serve food to London's down-and-outs*» (Актриса Луиза Ломбард проявляет такое сострадание, помогая доставлять еду лондонским беднякам).

Низкий социальный статус, соответственно, ассоциируется с плохим качеством пищи и ее нехваткой. Неравное распределение пищи как ресурса в обществе, естественно, воспринимается негативно: «*No hot food – the hospital patients were given a cold lunch yesterday because the cooks were too busy preparing a hot one for the royal visit... It is outrageous. If anyone had to have a cold meal, it should have been bigwigs*» (Никакой горячей еды – пациентам больницы вчера дали холодный обед, потому что повара были слишком заняты приготовлением горячего к королевскому визиту... Это возмутительно. Если кому-то и требовалась холодная еда, то это должны были быть важные шишки). Негативная оценка адресантом несправедливой ситуации эксплицируется в тексте через лексему «outrageous» (возмутительно) и пренебрежительного наименования людей высокого статуса

«bigwigs» (важные шишки, толстосумы). Примечательно, что еда из супермаркета выступает символом банкротства: «*Friends of stony-broke Sir Charles Wolseley, 48, are giving him bags of supermarket food*» (Друзья разорившегося 48-летнего сэра Чарльза Уолсли приносят ему пакеты с едой из супермаркета). Чем ниже социальное положение, тем сложнее обездоленным получить доступ к пище как ресурсу: «*A starving girl breaks down in tears as the search for food ends with an empty jar*» (Голодающая девочка разрыдалась, когда в поисках еды нашла пустую банку).

В проанализированных текстах также реализуется значение **пищи как индикатора культурно-пространственной удаленности** (6 %). Пространственная близость к читателю часто выступает маркером качества пищи, ее безопасности, надежности. Локальная еда является знакомой, привычной и, в силу этого, вызывает больше доверия, чем неизвестные экзотические блюда и продукты. Местная пища характеризуется как «*plain and ordinary*» (простая и обычная), «*home-made and delicious*» (домашняя и вкусная), «*pretentiously unpretentious*» (претенциозно неприязательная): «*All our food is home-made and delicious*» (Вся наша еда домашняя и вкусная).

Национальные кухни других стран вызывают любопытство у потребителя, они привлекают его необычностью, новыми впечатлениями и гастрономическим опытом. В текстах в описании блюд, не относящихся к местной кухне, часто фигурирует прилагательное «*exotic*» (экзотическая), несущее положительную коннотацию: «*For many, the winter months bring sunny days and exotic food! At least that's what's in store for the thousands of over-50s who head south on long-stay holidays*» (Это направление в зимние месяцы привлекает многих солнечными днями и экзотической пищей. По крайней мере, ради этого тысячи людей старше 50 лет отправляются на юг на зимовку).

В подавляющем большинстве проанализированных примеров актуализируется значение «**пищи**» как **источника удовольствия** (44 %). Следующий пример является подтверждением того, что многие видят смысл пищи в получении приятных переживаний, радости: «*I used food as a substitute for happiness*» (Я использовал еду чтобы быть счастливым). Это значение приобретает эмоционально-оценочную маркированность. Так, в предложениях встречаются словосочетания «*culinary pleasure*» (кулинарное удовольствие), «*to savour excellent food*» (наслаждаться великолепной пищей), «*outstanding appeal*» (невозможно устоять) и слова «*tasty*» (вкусный), «*delicious*» (восхитительный), «*mouthwatering*» (аппетитный), «*enjoy*» (наслаждаться). Пища упоминается в одном ряду с другими приятными развлечениями: «*A combination of romance and excitement; fast food and long lunches; disco dancing and daytime drowsing; the beach and the bar*» (Сочетание романтики и азарта; фаст-фуда и неторопливых обедов; дискотек, танцев и дневного сна; пляжей и баров).

Еще одним понятийным элементом концепта является восприятие **пищи как источника здоровья** (10 %): «*School dinners have moved into the 20th Century – with food which is healthy and nutritious*» (Школьные обеды перешли в 20-й век – с пищей, которая является здоровой и питательной). Здоровой пищей является «*cleanly produced*», «*organically produced*» (выращенная без

обработки пестицидами и химикатами, экологически чистым способом), «green» (состоящая из свежих молодых побегов растений). Она воспринимается как лекарство, концентрат полезных и питательных веществ и минералов, а процесс ее принятия как лечение: «America's food and drug regulations...» (американские правила регулирования продуктов и лекарств). С другой стороны, из-за развивающихся технологий современная пища становится менее натуральной, включает добавки: «*Sheila admits that food additives are a great worry*» (Шейла признает, что пищевые добавки вызывают большое беспокойство).

Пища также рассматривается как **источник опасности и жизненная угроза** (9 %). Данное значение актуализируется при помощи лексем «obesity» (ожирение), «food additives» (пищевые добавки), «food poisoning» (пищевое отравление), «food allergy» (пищевая аллергия), «copied genes» (скопированные гены), «food safety laws» (законы по продовольственной безопасности), «genetically modified food» (генно-модифицированная пища), «worry» (беспокоиться): «*Chris Woods has joined Wednesday's alarming casualty list after being taken ill with food poisoning*» (В среду Крис Вудс пополнил тревожный список погибших в результате пищевого отравления). Пища, приготовленная не в домашних условиях, также воспринимается как угроза здоровью и жизни: «*40 children collapsed with suspected food poisoning on a coach bringing them home from France*» (40 детей слегли предположительно с симптомами пищевого отравления, связанного с поездкой в автобусе, везшем их домой из Франции). В приведенном выше примере глагол «collapse» (слечь, свалиться) и существительное «food poisoning» (пищевое отравление) придают предложению эмоциональную окраску, усиливаемую тем фактом, что пострадали дети.

Еда из супермаркетов оценивается преимущественно отрицательно. Она недорогая, может быть просроченной, произведенной неэкологичным способом или опасной по другим, неожиданным причинам: «*An AIDS victim called 'The Terminator' is threatening to contaminate supermarket food with his infected blood unless he gets 300,000*» (Жертва СПИДа по прозвищу «Терминатор» угрожает заразить еду в супермаркете своей инфицированной кровью, если не получит 300 000).

Либби Конвелл отмечает, что пища вызывает страх и негативные эмоции в современном обществе в силу того, что потребители не могут проконтролировать доставку продуктов на прилавки магазинов и ее приготовление. В силу глобализации путь пищи до потребителей становится длиннее, а контроль качества пищи усложняется [9].

Пища, приготовленная в другой местности и легко доступная для туристов во время путешествий, также может вызывать чувство недоверия и страха: «*Remember in such circumstances to be careful of local food and water supplies – even cleaning your teeth in bottled water if in doubt*» (Будьте внимательны при употреблении местных продуктов питания и воды – даже чистите зубы бутилированной водой, если у вас есть сомнения). В следующем примере из статьи, размещенной в «The Daily Mirror» (Ежедневное зеркало)

пища выступает источником болезней и жизненной угрозы, но из-за нездоровой заикленности на ней: «*I hope dieters and health food neurotics took note*» (Я надеюсь, что желающие похудеть и чрезмерно обеспокоенные здоровой пищей, приняли к сведению). Словосочетание «health food» встречается в одном контексте с лексемами «zombi» (зомби), «damage» (вред, разрушение), «suspicion» (подозрение), «disgusting» (отвратительный), «warning» (предупреждение), «risk» (риск), «die» (умереть), «alert» (бдительный): «*All that health food's turned you into a zombie*» (Вся эта полезная еда превратила тебя в зомби), «*A food supplement sold in health food stores could cause kidney damage*» (Добавка к пище, которая продается в магазинах здорового питания, может нанести вред почкам).

Таким образом, в проанализированных текстах актуализируются следующие значения концепта «food» (пища): маркер социального неравенства (31 %), индикатор культурно-пространственной удаленности (6 %), источник удовольствия (44 %), источник здоровья (10 %), источник опасности и жизненная угроза (9 %).

Примечательно, на наш взгляд, что пища, в целом, интерпретируемая положительно, приобретает дополнительные негативные значения. Она ассоциируется с угрозой из-за отсутствия возможности контролировать процесс ее производства, хранения или приготовления. Эти страхи, вероятно, усиливаются и набирающей обороты тенденцией к питанию вне дома, путешествиям и знакомству с экзотической пищей как частью туризма, а также такими трендами как заикленность на здоровом питании и экологичном производстве/выращивании продуктов.

Думается, что потребление пищи также теряет свой ритуальный, символический характер в современной массовой культуре и сводится к наслаждению, получению чувственного удовольствия. Она приравнивается к таким же развлечениям и времяпрепровождению как поход на дискотеку или на пляж, в бар или кино.

ЛИТЕРАТУРА

1. Марушкина, Н. С. Традиционная пища и диалог культур / Н. С. Марушкина // Вопросы культурологии. – 2017. – № 10 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://panor.ru/articles/traditsionnaya-pishcha-i-dialog-kultur/38977.html#>. – Дата доступа: 23.03.2024.
2. Пожидаева, Е. В. Концепт «продукты питания» в англоязычной картине мира: лингвокультурологический и лингвокогнитивный подходы / Е. В. Пожидаева // Проблемы истории, филологии, культуры. – 2013. – №1 – С. 286–295.
3. Миронова, И. К. концептосфера «Еда» в русском национальном сознании: базовые когнитивно-пропозициональные структуры и их лексические репрезентации : автореф. дис. канд. филолог. наук : 10.02.01 / И. К. Миронова; УрГПУ. – Екатеринбург, 2002. – 20 с.
4. Злобина, Ю. А. Обозначение признака «отношение к пище» в лексикографической системе немецкого и русского языков / Ю. А. Злобина // Языковая личность. Проблемы коммуникативной деятельности. – Волгоград, 2001. С. 40–52.

5. Пашковская, Т. Г. Концепт «food» («еда») в медиадискурсе постмодерна (по материалам британской прессы) / Т. Г. Пашковская // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2018. – № 2. – С. 81–85.
6. Судина, Л. В. Особенности концепта «еда» в рекламном радиодискурсе / Л. В. Судина // Вестник Северо-восточного федерального университета им. М. К. Аммосова. – 2021. – № 2. – С. 70–81.
7. Ундрицова, М. В. Глуттонический дискурс: лингвокультурологические, когнитивно-прагматические и переводческие аспекты (на материале русского, английского, французского и греческого языков) : автореф. дис. канд. филолог. наук : 10.02.20 / М. В. Ундрицова; МГУ им. М. В. Ломоносова. – М., 2015. – 22 с.
8. Spencer, C. British Food: An Extraordinary Thousand Years of history / C. Spencer. – Grub Street Cookery; Reprint Edition. – 2011. – 400 p.
9. Conwell, L. Food as Fear, Food as Social Change: A Split Personality or a Dynamic System / L. Conwell [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://chrestomathy.cofc.edu/documents/vol12/conwell.pdf>. – Дата доступа: 10.03.2024.
10. Крюкова, Г. А. Концепт. Определение объема понятия / Г. А. Крюкова // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. – 2008. – №10. – С. 128–134.
11. Степанов, Ю. С. Константы: Словарь русской культуры. – М.: Академический проект, 2001. – 990 с.
12. Демьянков, В. З. Термин «концепт» как элемент терминологической культуры / В. З. Демьянков // Язык как материя смысла: Сборник статей в честь академика Н. Ю. Шведовой / Отв. ред. М. В. Ляпон. – М.: Издательский центр «Азбуковник», 2007. – С. 606–622.
13. Карасик, В. И. Лингвокультурные концепты. Подходы к изучению / В. И. Карасик // Социолингвистика вчера и сегодня [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/lingvokulturnye-kontsepty-podhody-k-izucheniyu>. – Дата доступа: 12.03.2024.
14. Oxford English Dictionary. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.oed.com/search/advanced/Entries?q=food&sortOption=Frequency&tl=true>. – Дата доступа: 31.07.2024.
15. Арутюнова, Н. Д. Типы языковых значений. Оценка, событие, факт / Н. Д. Арутюнова. – Москва: «Наука», 1988. – 338 с.