

УДК 811.11-112

**В. О. ОСТАПУК**

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – старший преподаватель кафедры английской филологии Н. Н. Столярчук

## **КУЛЬТУРА ЕДЫ КАК ЭЛЕМЕНТ НАЦИОНАЛЬНОЙ КАРТИНЫ МИРА**

Проблема ценностей культуры как таковая принадлежит культурной антропологии. В рамках последней выделяют четыре основные сферы культурных ценностей: быт, идеологию, религию и художественную культуру. Обычно о бытовой сфере говорят как об основополагающей, поскольку она изменяется медленнее других сфер и является в значительной мере основой их существования. Именно бытовая сфера содержит в себе вечные ценности, ценности, наиболее ярко характеризующие тот или иной культурный тип.

Каждая культура имеет свою, характерную только для нее систему ценностей. Обычно выделяют две группы культурных ценностей: 1) артефакты как совокупность произведений художественной литературы, живописи и ремесел, архитектуры, науки, религиозных текстов, археологических находок и т.п.; 2) нравы, обычаи, традиции, стереотипы поведения, способы мышления, понимания и интерпретации, стереотипы речевого поведения и т.п. Для нас важным в указанном отношении является то, что именно в сфере ценностных ориентации культуры следует искать составляющие словарь культуры понятия-концепты.

Согласно точке зрения Н. Ф. Алефиренко, «в языковом значении кодируется только часть мыслительной информации, в то время как другая ее часть представляется в психике мыслительными образами экстралингвистического характера» [1, с 56]. Слова разных языков, передающих одно и то же понятие, могут различаться семантической емкостью, что зависит от объема понятийного материала, получившего отражение в виде мыслительных образов.

Американский лингвист Б. Уорф справедливо замечает, что «носители разных языков по-разному воспринимают факты и явления, поскольку эти факты и явления по-разному выражены и сформулированы на их языках» [2, с. 116]. Таким образом, концепты включают достаточно широкий набор ментальных образований, кодирующих в самых разных конфигурациях культурно значимые смыслы – от чувственно-наглядных структур до рационального отражения окружающего мира.

Проблема межкультурных несовпадений является центральным вопросом лингвокультурологии, изучающей предметы и явления,

уникальные для отдельной культуры (например, *pudding, ale, grog* – в английской культуре; *сбитень, ботвинья, винегрет, самогон, квас* – в русской культуре). В категорию безэквивалентной лексики чаще всего попадают вновь образованные или еще не вошедшие в словарь языковые единицы или слова, обозначающие явления и предметы мысли, которые уникальны и присущи только данному социуму и, соответственно, языку.

Как уже отмечалось, язык и культура – два неразрывно существующих явления. Они взаимно отражают и дополняют друг друга, ведь культура – это совокупность концептов и отношений между ними, выражающихся в различных «рядах» (прежде всего в «эволюционных семиотических рядах», а также в «парадигмах», «стилях», «изоглоссах», «рангах», «константах» и т.д.), а язык представляет собой компонент культуры, выступающий как ее хранитель и фиксатор посредством особого кода [3, с. 31].

Следовательно, разработка культурных доминант в языке весьма актуальна в теоретическом плане, поскольку позволяет интегрировать достижения в области культурологического языкознания (от В. фон Гумбольдта до новейших лингвострановедческих работ), прагматической социальной лингвистики.

В этом аспекте подчеркнем, что особую значимость концепт «еда» имеет в переводческой практике, которую можно рассматривать как кросс-культурную коммуникацию. Известно, что особенности национальной кухни являются отражением и преломлением тех традиций, которые с древнейших времен и до настоящего времени сопровождают социальное бытие человека в рамках той или иной национальной культуры [4, с. 97].

Национальную принадлежность некоторых блюд оспаривают многие народы, ведь яблочный пирог пекут всюду, где растут яблоки. Англичане и американцы считают яблочный пирог своим национальным блюдом: *as American as an apple pie, in apple pie order* (т.е. «типично американский, как яблочный пирог», «в полном порядке, как в яблочном пироге»).

С учетом того, что многообразие кулинарно-гастрономической лексики наиболее полно представлено в текстах по американской лингвокультуре, для иллюстрации нашей точки зрения мы отбирали соответствующие языковые единицы, характеризующие реалии США.

Типично американскими блюдами считают *clam chowder* (густой суп с моллюсками), жареного. цыпленка, пирог с орехами пекан – один из самых любимых американцами десертов, тыквенный пирог, *hot dog* (сосиска в булочке), бургеры, яблочный пирог и *harsh brown* (картофельные оладьи), часто подаваемые на завтрак.

Кухня разных районов США имеет собственные отличия, отражающие специфику культурного становления и развития страны. В. В. Ощепкова отмечает, что кухня среднего запада США, житницы страны,

населенной в основном фермерами, отличается простыми, домашними блюдами, воплощением менталитета средней Америки: пироги из кукурузной муки (*corn cakes, corn bread*), пудинги и многие другие блюда, считающиеся типично американскими: картофельный салат, горячее печенье (*hot biscuits*), бифштексы с картофельными оладьями (*steaks with harsh browns*), ребрышки (*spare ribs*), пироги и пирожки с фруктовой и ягодной начинками (*shortcakes, apple pies, cherry cobblers*), шоколадные пирожные, похожие на пирожное «картошка», с какао, орехами, специями (*chocolate brownies*), фаршированный картофель (*scalloped potatoes*).

На юге США к еде относятся очень серьезно, ее называют *soul food* (пища для души, душевная пища). Из всех видов мяса предпочтение отдается свинине. Очень популярны кукуруза и кукурузная мука, как и повсюду в США, из них готовятся печенье, хлеб, пирожки и кукурузная каша – *grits* (мамалыга). На юге популярным блюдом считается жареный цыпленок, который подается со сметанным соусом и жареными зелеными помидорами. Распространены также блюда из моллюсков (*shellfish*). Южные десерты включают любимый многими американцами пирог с орехами пекан, амброзию (*ambrosia*) – слои фруктов, сбрызнутые кокосовым молоком (*sprinkled with coconut*), голубику.

Бифштексы (*steaks*) и гамбургеры (*hamburgers*) очень популярны, хотя по соображениям здорового питания многие американцы стараются есть меньше красного мяса.

В американской культуре популярны десерты. Обычный десерт – это пирог с фруктовой или ягодной начинкой: яблочной, персиковой, начинкой из ревеня, абрикосовой, вишневой, черносмородиновой, малиновой.

Концептуальный анализ множества лексических единиц, структурирующих данное концептуальное пространство, дает основания выделить следующие основные содержательно-когнитивные аспекты концепта «Еда»:

- абстрактность, общность представления о том, что едят/пьют;
- тождественность понимания семантики соответствующих лексических единиц реципиентами с одинаковым менталитетом и культурной принадлежностью;
- культурно-этническую, историческую значимость номинаций видов, типов, вкуса, ценностей, качества и т.д. еды/питья для носителей языка;
- участие в формировании данного концепта коллективного сознания;
- способность к моделированию, схематическому представлению.

Как следует из проведенного анализа, об образовании, становлении национальной концептосферы, включающей концепт «еда», можно говорить в связи с историческим формированием словарного запаса русского, английского и любого другого языка вообще. Открытие потенциалов

концепта происходит путем использования его в различных контекстах; концепт несет смысл, раскрывающийся в текстовом и жизненном контексте.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алефиренко, Н. Ф. Современные проблемы науки о языке : учеб. пособие / Н. Ф. Алефиренко. – 3-е изд., стер. – М. : Флинта : Наука, 2014. – 288 с.
2. Уорф, Б. Л. Отношение норм поведения и мышления к языку. Новое в лингвистике. / Б. Л. Уорф. – Вып.1. – М. : Изд-во иностр. лит., 1960. – 268 с.
3. Маслова, В. А. Лингвокультурология: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / В. А. Маслова. – М. : Издательский центр «Академия», 2004. – 208 с.
4. Савельева, О. Г. Концепт «Еда» в семантическом пространстве языка: социально-культурная значимость : автореф. дис. ... д-ра фил. наук : 10.02.19 / О. Г. Савельева ; Кубанский гос. университет. – Краснодар, 2006. – 270 с.

УДК 811.112.2:316.28

**А. Ю. ПОЛОВЕЦ**

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – старший преподаватель кафедры немецкой филологии и лингводидактики И. П. Королук

#### **КОММУНИКАТИВНЫЕ ТАБУ В НЕМЕЦКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЕ**

Человек живет в обществе и, следовательно, может и должен общаться с другими членами этого общества. Как утверждает П. Вацлавик: «*Man kann nicht nicht kommunizieren*» – 'Невозможно не общаться' и «*Man kann sich nicht nicht verhalten*» – 'Человек не может себя никак не вести' [1, с. 51]. Это – одна из аксиом коммуникации.

Коммуникативное поведение регламентировано рядом различных норм, правил и традиций, которые предписывают представителям различных лингвокультур определенные способы вербального и невербального взаимодействия.

В. М. Соковнин заметил, что одной из особенностей речевой коммуникации, выражающих ее нормативную природу, является широкое распространение различных социальных ограничений, запретов, искусственно сужающих сферу общения отдельных индивидов и их групп.

Такие нормы могут выступать в виде коммуникативных императивов или табу. Если императивы представляют собой некоторые коммуникативные действия, предпринятые в конкретной ситуации общения