

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2019.10.52>

Мишутинская Елена Алексеевна, Пономаренко Лариса Николаевна

СПОСОБЫ ПОПОЛНЕНИЯ СЛОВАРНОГО СОСТАВА АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В XX ВЕКЕ

Статья посвящена анализу способов и лингвокультурологических факторов, на основе которых происходило пополнение "гастрономической" лексики в английском языке на протяжении XX века. Отмечается, что глуттоническая лексика в современном английском языке - это большой пласт лексики, который постоянно пополняется. Данный процесс обеспечивается действием главным образом словообразовательной системы, а именно словосложением, то есть внутренними ресурсами английского языка. Заимствование исследуемой лексики носит фрагментарный характер и не является доминирующим фактором ее пополнения.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2019/10/52.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2019. Том 12. Выпуск 10. С. 238-241. ISSN 1997-2911.

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

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2019/10/

© 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

MEANINGFUL DYNAMICS OF *BODY POSITIVITY* CONCEPT IN THE ENGLISH-LANGUAGE NETWORK DISCOURSE

Mel'nichuk Tat'yana Aleksandrovna
Lebedeva Pelageya Yur'evna

M.K. Ammosov North-Eastern Federal University, Yakutsk
melnichuk.ta@gmail.com; kubaleuraba@gmail.com

The article examines the structure of the BODY POSITIVITY concept in the dynamic aspect by the material of the English-language network discourse. The authors identify the most frequent lexemes-representants and dominating notional features of the concept. A comparative analysis of text corpuses of three periods (2005-2009, 2010-2014, 2015-2019) has allowed identifying the important key words in the concept structure describing the characteristics of a body, perception and positioning of a body, attitude towards a body and physical actions. The conducted analysis has allowed revealing dynamic changes in the hierarchy of the concept's notional features.

Key words and phrases: body positivity; body positive; concept; concept dynamics; conceptual feature; body; corporality; network discourse.

УДК 81'25

Дата поступления рукописи: 10.08.2019

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2019.10.52>

Статья посвящена анализу способов и лингвокультурологических факторов, на основе которых происходило пополнение «гастрономической» лексики в английском языке на протяжении XX века. Отмечается, что глоттоническая лексика в современном английском языке – это большой пласт лексики, который постоянно пополняется. Данный процесс обеспечивается действием главным образом словообразовательной системы, а именно словосложением, то есть внутренними ресурсами английского языка. Заимствование исследуемой лексики носит фрагментарный характер и не является доминирующим фактором ее пополнения.

Ключевые слова и фразы: пополнение словаря; гастрономическая лексика; способы словообразования; словосложение; гастрономическая метафора.

Мишутинская Елена Алексеевна, к. филол. н., доцент

Пономаренко Лариса Николаевна, к. пед. н.

Вятский государственный университет

elenamishutinskaya@yandex.ru; vsu_pon-ko@mail.ru

СПОСОБЫ ПОПОЛНЕНИЯ СЛОВАРНОГО СОСТАВА АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В XX ВЕКЕ

Исследования культуры повседневности, которые охватывают практически все сферы быденной жизни человека, являются одним из наиболее активно развивающихся направлений современного гуманитарного знания. К культуре повседневности относятся гастрономическая культура и культура питания, которые являются важнейшими компонентами национальной ментальности любого народа. Неудивительно, что глоттоническая лексика является объектом изучения не только лингвистики, но и лингвокультурологии, концептологии, фразеологии [1; 2; 4; 6; 7]. Как отмечает М. В. Ундрицова, глоттонический дискурс на сегодняшний день является одним из наиболее распространённых в социальной коммуникации [8, с. 3].

Актуальность данной работы обусловлена необходимостью изучения продуктивных способов, обусловивших появление в английском языке новых глоттонических лексических единиц, а также потребностью исследовать лингвокультурологические факторы данного феномена.

Цель статьи – анализ способов образования «гастрономической» лексики английского языка в XX веке, а также ее функциональных особенностей. Реализация цели требует решения следующих **задач**: классифицировать исследуемые номинации по тематическим группам, изучить продуктивные способы и модели образования глоттонической лексики в английском языке на протяжении XX века, рассмотреть возможности использования анализируемых единиц вне глоттонического контекста.

Научная новизна определяется выявлением лингвокультурологических факторов и продуктивных способов пополнения лексического состава английского языка в XX веке.

Материалом настоящего исследования послужили «гастрономические» лексические единицы, отобранные методом сплошной выборки из словаря Джона Айто “A Century of New Words” [9]. Каждая декада внесла свой вклад в пополнение данного пласта лексики, однако в тридцатые годы XX века в английском языке появилось наибольшее количество новых слов (15 единиц), отражающих глоттоническую тематику. Проведенный анализ позволяет взглянуть на историю XX сквозь призму языка. Начало исследуемого периода не характеризуется роскошью и богатством для большей части населения, о чем свидетельствуют появившиеся

bread-lines (1900) (очереди нищих и голодающих людей за бесплатными продуктами питания, которые предоставляются правительством); *hunger march* (1908) (выступления безработных и бедняков за повышение уровня жизни); *rationing* (1917) (ограничение распределения продуктов питания, топлива); *coupon* (1918) (карточка, позволяющая получить продукты питания, одежду). Окончание Первой мировой войны дало надежду на «светлое» будущее, оживление бизнеса. Дела можно обсудить во время *business lunch* (1926) или *cocktail party* (1928). Зарождается культура фастфуда: нам все больше нравятся *crisps* (1929) (чипсы); *pizza* (1935); разные виды бутербродов – *burger* (1939) (*nutburger* (бутерброд с орехами); *chickenburger* (бутерброд с курицей); *cheeseburger* (бутерброд с сыром); *porkburger* (бутерброд со свиной)); все это можно приобрести в *supermarket* (1933) (супермаркет) и хранить в *fridge* (1926) (холодильник). Во второй половине XX века темп жизни ускоряется, используются технические помощники на кухне, такие как *microwave oven* (1955) (микроволновая печь) и, соответственно, появляются *oven-ready* (1954) (полуфабрикаты, готовые к употреблению сразу после приобретения). Идет противостояние *junk food* (1973) (нездоровая, вредная пища) и *whole-food* (1960) (натуральная пища, продукты питания без искусственных добавок); появляются разбирающиеся в еде *foodie* (1982) (гурманы, любители готовить еду), для которых важна *sell-by date* (1973) (дата истечения срока годности, срок реализации).

Все анализируемые номинации можно разделить на следующие тематические группы:

- ингредиенты (*ice-cube* 1929);
- напитки (*Pepsi-Cola* 1903; *Coke* 1909; *espresso* 1945);
- состояние продукта (*fast-frozen*; *instant* 1912; *oven-ready* 1954);
- место, где можно купить продукты питания или перекусить (*supermarket* 1933; *coffee bar* 1956; *gastropub* 1996);
- названия блюд (*pizza* 1935; *muesli* 1939);
- устройство для хранения или обработки продуктов (*fridge* 1926; *cocktail cabinet* 1933; *microwave oven* 1955);
- названия приема пищи (*business lunch* 1926).

Группа «названия блюд» является самой многочисленной и включает 16 наименований, которые пополнили английский язык в XX веке. Стоит отметить, что она также характеризуется наибольшим количеством заимствований из французского (*quiche* 1949 (открытый пирог с сыром, овощами, колбасой, яйцами, фруктами, ягодами или вареньем)) и итальянского (*pizza* 1935) языков. Популярное *muesli* (1939) (хлопья, чаще овсяные, с сухофруктами и орехами) пришли из Швейцарии. Итальянский *espresso* (1945) (крепкий кофе) ассимилировался в английский вариант *expresso*. В целом количество заимствований составляет лишь 11%, то есть можно говорить о превалировании внутренних, а не внешних ресурсов английского языка в пополнении гастрономической лексики в XX веке.

Анализ морфологической структуры исследуемой лексики позволяет утверждать, что словосложение является доминирующим словообразовательным процессом в формировании данного пласта. 54% всех глуттонических номинаций английского языка, датируемых XX веком, – это сложные слова без соединительных элементов, для большинства из которых характерно подчиненное отношение первого элемента ко второму: *cocktail cabinet* (бар для напитков), *cornflakes* (кукурузные хлопья), *fast food* (фастфуд), *quick-frozen* (продукты, подвергнутые быстрой заморозке), *wholefood* (натуральная пища; продукты питания, не подвергшиеся консервированию). Соединительный элемент *-o-* используется при сложении усеченных основ: *alcopop* (слабоалкогольный напиток), *gastropub* (паб, где кормят качественно). Интересным является тот факт, что 91% анализируемых сложных слов функционируют в качестве существительных, остальные – прилагательные, и состоят они из простых основ (*chain store* (сетевой магазин), *coffee bar* (небольшое кафе, где продаются безалкогольные напитки и кондитерские изделия)). Структурная модель большинства сложных существительных может быть представлена следующим образом: $N^1 + N^2$, где N – это основа-существительное, N^1 – характеризующее атрибутивное существительное, N^2 – определяемое существительное, которые находятся в семантических отношениях цели (*business lunch = lunch for business*, *cocktail cabinet = a cabinet for alcohol*); состава (*cornflakes = flakes of corn*, *ice cube = a cube of ice*, *cheeseburger = a burger of cheese*). Итак, несмотря на значительное количество сложных слов среди глуттонической лексики, они не характеризуются широким разнообразием в функциональном аспекте и по структуре основ.

Другие словообразовательные способы (деривация, конверсия, аббревиация) не представлены широко среди «гастрономических» лексических единиц. На них приходится лишь 18% номинаций. Слова, преобразованные по конверсии, подчиняются процессам вербализации и субстантивации. Так, от прилагательных образованы существительное *crisp* (1929) (хрустящий картофель) и глагол *slim* (1930) (худеть, терять в весе, сидеть на диете). Аббревиация представлена примерами аферезиса: *burger* (1939) (бутерброд) является результатом усечения начальной части слова *hamburger*; смешанного типа: *fridge* или *frig* (1926) (холодильник) образовано от слова *refrigerator*, которое утратило начальную и финальную части, сохранив среднюю. Аффиксы *super-* и *-ie* являются достаточно продуктивными в английском языке. Например, *supermarket* (1933) и *foodie* (1982; любитель поесть, гурман) – примеры префиксации и суффиксации соответственно.

Помимо словообразовательной, семантическая деривация также способствовала пополнению «гастрономической» лексики в английском языке. М. Н. Лапшина выделяет два класса семантических преобразований на основе различия когнитивных механизмов: семантический сдвиг (сужение, расширение и смещение) и семантический перенос (метафора и метонимия). Семантический сдвиг включает изменения значения

внутри одной концептуальной сферы, а семантический перенос охватывает семантические инновации на основе взаимодействия разных понятийных сфер [3, с. 43-58]. В соответствии с данной классификацией можно говорить о действии как семантических сдвигов, так и переносов в рамках изучаемой тематики. Так, прилагательное *instant* (немедленный, мгновенный) уточняется в сфере гастрономии, и в 1912 году зафиксированы новые значения: быстрорастворимый (используется чаще в отношении кофе), в виде полуфабриката (о продуктах питания). Значение существительного *rationing* (нормирование), имеющего латинские корни, в годы Первой мировой войны подвергается спецификации: нормирование продуктов, политика ограничения продажи продуктов в одни руки. В настоящее время более узкое значение “the policy of limiting the amount of food, fuel, etc. that people are allowed to have when there is not enough for everyone to have as much as they want” [11, p. 1251] (политика ограничения продуктов питания, топлива и т.д., которые разрешены населению, когда не все могут иметь столько, сколько захотят) является основным (здесь и далее перевод Е. А. Мишутинской. – Е. М., Л. П.).

Примером семантического переноса являются следующие единицы: *spam* (1937) (консервированная свинина или консервы из других видов мяса). Первоначально *Spam* – название фирмы, зарегистрированной в США в 1937 году и занимавшейся производством мясных консервов, главным образом из свинины. Данное название является словом-слитком, образованным из *spices* + *ham*. В том же году семантическая структура слова пополняется новым значением на основе продуктивного метонимического переноса: название фирмы → продукт, производимый ею. Интересно дальнейшее расширение семантической структуры: в Великобритании этот продукт ассоциируется с бедным и весьма ограниченным питанием в годы Второй мировой войны и приобретает коннотативное значение «объект для высмеивания». Слишком навязчивая реклама продукта стимулирует все более отрицательное отношение к нему. Результатом таких ассоциаций является современное значение, зафиксированное в 1994 году, – “to flood the Internet with tedious or inane postings, especially sending the same message or advertisement to large numbers of newsgroups” [9, p. 242] (заполнить Интернет скучными или бессодержательными объявлениями, особенно отправка одного и того же сообщения или рекламы в большое количество новостных групп).

Приведем еще один пример метонимического переноса на основе модели «производитель – продукт»: основанная в 1940 году сеть ресторанов быстрого питания Макдоналдс известна своими бургерами и сэндвичами. *Big Mac* – название самого большого из бургеров, которые продаются в указанной сети, он появился в 1970 году. При формировании данной номинации сочетаются метонимический перенос, апокопа (усечение финальной части слова) и добавление характеризующего прилагательного.

Необходимо отметить, что на базе гастрономической метафоры, которая является одной из самых продуктивных семантических преобразований [5], идет формирование нескольких наименований. Так, в годы Первой мировой войны появилось выражение *mustard gas* (1917) (горчичный газ, иприт), который был применен германскими войсками в июле 1917 года в боях недалеко от бельгийского города Ипр. Метафора основана на цветовом сходстве газа и горчицы, которая используется в качестве приправы в кулинарии. Второе название *иприт* имеет топонимическое происхождение.

Интересным примером метафорического переосмысления значения в сочетании с преобразованным написанием слова является *phish* в значении “to perpetrate a fraud on the Internet in order to glean personal information (e.g. credit card details) about individuals, especially by impersonating a reputable company” [9, p. 241] (мошенничать в Интернете для выяснения конфиденциальной информации (например, данных по кредитной карте) о человеке, особенно представляя компанию, имеющую хорошую репутацию). Замена *f* на *ph* стала тенденцией в начале 90-х годов XX века. Метафорическое значение основано на ассоциативной связи «удить рыбу – выуживать, тщательно подбирать, собирать по мелочам информацию».

В 1921 году зафиксировано выражение *cold turkey* (холодная индейка, ломка, метод лечения наркоманов путем полного изолирования их от наркотиков). Это значение обусловлено процессом спецификации сферы употребления: более раннее значение «внезапно, без подготовки или предупреждения» используется в медицинском жаргоне. Еще одним примером действия гастрономической метафоры является использование слова *cheesecake* (чизкейк) для обозначения фотографий сексуально привлекательных, часто обнаженных, девушек. Данное сленговое выражение пришло в британский вариант английского языка из США в 1934 году. Типичное отождествление красивой женщины с «чем-то вкусеньким» своеобразно представлено в следующей градации *burger / double burger / triple burger with cheese* (1980 сексуальная / очень сексуальная / суперсексуально привлекательная женщина) [10, p. 174].

Продуктивная модель переноса «гастрономические продукт – человек» лежит в основе использования *cornflake* для обозначения эксцентричного человека. Данное значение появилось в американском сленге в семидесятые годы XX века и обусловлено стереотипным восприятием людей, которые «окружены кукурузными полями», то есть живут в сельской местности, как наивных, сентиментальных, неискушенных чудаков. Фразеологическое выражение *cornflakes in a can* (1990) – beer (пиво) базируется на ассоциативной связи производства пива из зерновых [Ibidem, p. 275]. Таким образом, можно утверждать, что семантическая структура исследуемых лексических единиц активно расширяется на основе семантических сдвигов и переносов, благодаря чему эти слова используются не только в глоттоническом контексте.

О значительном влиянии американского варианта на пополнение английского языка в целом гастрономической лексикой в XX веке говорит тот факт, что 26% исследуемых единиц пришли на Британские острова

из Северной Америки. Это не только сленговые выражения, о которых речь шла выше, но и нейтральная лексика, характеризующаяся высокой частотностью употребления. Так, названия магазинов *chain store* (1910) (сетевой магазин) и *supermarket* (1933) (супермаркет), а также *business lunch* (1926) (бизнес-ланч), в настоящее время вошедшие в состав интернациональной лексики, являются детищем американского варианта английского языка. США – это родина *Pepsi-Cola* (1903) (Пепси-Кола), *cornflakes* (1907) (кукурузные хлопья), *Coke* (1909) (Кока-Кола), *bubble-gum* (1937) (жевательная резинка), продуктов и соответственно лексических единиц, популярных и используемых во всем мире. Культура фастфуда проникла как в повседневную, так и в лингвистическую реальность (*fast food* 1951 или *junk food* 1973, то, что нравится многим, особенно подросткам, но характеризуется низкой питательной ценностью). Для выражения несогласия с политикой той или иной страны в периоды напряженных ситуаций или открытых конфликтов прибегают к переименованию традиционных блюд, которые являются символами определенной культуры. Так, во время Первой мировой войны всем известная немецкая *sauerkraut* (квашеная капуста) превратилась в США в *liberty cabbage* (капуста свободы). В современном мире тенденция переименования также жива: в 2003 году с целью выразить недоверие к отказу Франции поддержать военное вторжение США в Ирак представитель республиканцев Боб Ней предложил использовать выражение *freedom fries* вместо *French fries* (чипсы). За этим последовало переименование *French toast* (гренок, поджаренный в молоке с яйцом) в *freedom toast* [9, p. 235].

В заключение можно констатировать, что гастрономическая лексика в современном английском языке – это большой пласт, который постоянно пополняется, притом большинство рассмотренных номинаций являются интернациональными словами. В результате проведенного исследования было выяснено, что на протяжении всего XX века процесс пополнения не прерывался, даже в годы глобальных потрясений, таких как две мировые войны. Однако можно утверждать, что в тридцатые годы XX века рост гастрономического пласта в английском языке происходил наиболее активно. Данный процесс обеспечивался как внутренними возможностями языка – различными словообразовательными моделями, самой продуктивной из которых является словосложение, так и внешними ресурсами – заимствованиями из итальянского и французского языков, а также влиянием американского варианта английского языка. Глуттоническая лексика обладает большим семантическим потенциалом, поэтому можно прогнозировать ее дальнейшее проникновение в различные сферы употребления.

Список источников

1. Бочегова Н. Н. Национальная специфика концептов пищи (на материале английского языка) // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. 2004. Т. 4. № 7. С. 85-99.
2. Козько Н. А. Анализ концепта «Напитки» на материале лексикографических источников // Проблемы истории, филологии, культуры. 2014. № 3 (45). С. 201-203.
3. Лапшина М. Н. Семантическая эволюция английского слова (изучение лексики в когнитивном аспекте). СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 1998. 160 с.
4. Марушкина Н. С. «Гастрономические» фразеологические единицы как средство формирования концепта «Еда» // Преподаватель XXI век. 2012. № 2. С. 355-358.
5. Мишутинская Е. А., Злобина И. С., Свицова А. А. Семантическая деривация как один из основополагающих способов создания эвфемизмов // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2016. № 7 (61). Ч. 2. С. 141-144.
6. Никишкова М. С. Лингвокультурный гастрономический код в англоязычной потребностной коммуникации // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2014. № 12 (42). Ч. 2. С. 124-132.
7. Руфова Е. С. Лексико-семантические особенности японского гастрономического дискурса (на материале рецептов) // Вестник Вятского государственного университета. 2017. № 6. С. 53-56.
8. Ундрцова М. В. Глуттонический дискурс: лингвокультурологические, когнитивно-прагматические и переводческие аспекты (на материале русского, английского, французского и греческого языков): автореф. дисс. ... к. филол. н. М., 2015. 21 с.
9. Ayto J. A Century of New Words. Oxford: Oxford University Press, 2007. 250 p.
10. Green J. Cassel's Dictionary of Slang. L.: Cassel Wellington House, 2004. 1316 p.
11. Oxford Advanced Learner's Dictionary / ed. by S. Wehmeier. 7th ed. Oxford: Oxford University Press, 2006. 1780 p.

MEANS TO REPLENISH THE ENGLISH GLUTTONIC VOCABULARY IN THE XX CENTURY

Mishutinskaya Elena Alekseevna, Ph. D. in Philology, Associate Professor
 Ponomarenko Larisa Nikolaevna, Ph. D. in Pedagogy
 Vyatka State University
 elenamishutinskaya@yandex.ru; vsu_pon-ko@mail.ru

The article analyses the means to replenish the English “gastronomic” vocabulary in the XX century and linguo-culturological factors contributing to this process. It is shown that the modern English gluttonic vocabulary is a substantial stratum of vocabulary, which is constantly replenished. This process is mostly implemented by word-formative means, in particular stem composition, i.e. internal resources of the English language. Borrowing of gluttonic vocabulary occurs fragmentarily and does not play a dominant role in its replenishment.

Key words and phrases: vocabulary replenishing; gastronomic vocabulary; word-formative means; stem composition; gastronomic metaphor.