

RU

Актуализация англоязычной лексемы “food” как ключевой когнитивной единицы гастрономического дискурса в русском языковом цифровом пространстве интернет-коммуникации

Дедюхина А. Г.

Аннотация. Цель работы – выявить особенности англоязычной лексемы “food” и её словосочетаний как ключевой единицы гастрономического дискурса в языковом цифровом пространстве интернет-коммуникации современного русского языка. В статье рассмотрено многоуровневое вхождение англоязычной лексемы “food” и её словосочетаний в принимающем языке, описан структурно-образовательный аспект, предложена тематическая характеристика и приведены лингвопрагматические функции. Научная новизна работы заключается в комплексном исследовании особенностей англоязычной лексемы “food”, основываясь на русском языковом цифровом материале интернет-коммуникации. В результате исследования было обнаружено 128 англоязычных заимствованных единиц с ключевым компонентом “food” или «фуд», обозначены 13 тематических подгрупп англоязычных заимствований; определены такие тематические подгруппы, как «Инструменты, предметы, средства», «Профессии и должности», «Помещения», «Названия организаций», «Интернет», «Бизнес», «Разное», которые содержат наибольшее количество словосочетаний с ключевым компонентом “food” или «фуд» и отражают когнитивное усложнение мира, производственных процессов, изменения образа жизни людей в мировом масштабе.

EN

Actualization of the English lexeme “food” as a key cognitive unit of a gastronomic discourse in the Russian linguistic digital space of Internet communication

Dediukhina A. G.

Abstract. The aim of the work is to discover the peculiarities of the English lexeme “food” and its combinations as a key unit of a gastronomic discourse in the linguistic digital space of Internet communication in the modern Russian language. The article considers the multilevel entry of the English lexeme “food” and its combinations in the receiving language, describes the structural and word-formation aspect, suggests a thematic description and provides linguo-pragmatic functions. The scientific novelty of the work is expressed in a comprehensive study of the peculiarities of the English lexeme “food” based on the Russian linguistic digital material of Internet communication. As a result of the study, 128 English-language borrowed units with the key component “food” or “фуд” were detected, 13 thematic subgroups of the English borrowings were identified; such thematic subgroups as “Tools, objects, means”, “Professions and positions”, “Premises”, “Names of organizations”, “Internet”, “Business”, “Miscellanea” contain the largest number of combinations with the key component “food” and reflect the cognitive complication of the world and production processes, changes in the way of people’s life on a global scale.

Введение

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что третья декада третьего тысячелетия ознаменована активным процессом проникновения и функционирования англоязычной лексики в современном русском языке. Глобальная сеть Интернет и цифровизация изменили нашу жизнь и наше отношение к жизни, привели к образованию новой лексики, появлению новых дискурсов. Вызовы нового времени, связанные с социальными, политическими, экономическими изменениями в мире, дали новые импульсы развитию общества, а вместе с этим и образованию новых слов и реалий в языке. Появление новых платформ интернет-

коммуникации, развитие информационных технологий ускорили процессы ассимиляции англоязычных заимствований. Тема работы является также актуальной в силу того, что фудблоги набирают огромное количество подписчиков.

В настоящее время современные вызовы и возможности, связанные с инновационно-цифровой эпохой, нашли свое непосредственное отражение в цифровом пространстве интернет-коммуникации современного русского языка и продиктовали тему исследования. Столь возросший интерес к индустрии питания обусловил появление ключевых когнитивных единиц в гастрономическом дискурсе. Освещается изменяющаяся картина мира, появляются и активно употребляются новейшие англоязычные заимствования. Актуализируются и популяризируются англоязычные заимствования с ключевым компонентом “*food*” или «фуд» в языковом цифровом пространстве интернет-коммуникации.

Для достижения цели исследования необходимо решить следующие задачи:

- отобрать и изучить тексты гастрономического дискурса в русскоязычном цифровом пространстве сети Интернет, содержащие англоязычные заимствования с ключевым компонентом “*food*” или «фуд», в период 2020-2022 гг. и провести количественный подсчет отобранных лексических единиц;
- классифицировать тематические подгруппы англоязычных заимствований, содержащих ключевой компонент “*food*” или «фуд», на материале русского текстового цифрового пространства;
- проанализировать многоуровневое вхождение англоязычных заимствований, функционирующих в текстовом цифровом пространстве, на фонетическом, графическом, морфологическом и семантическом уровнях в принимающем языке;
- выявить структурно-организационную характеристику англоязычных заимствований с ключевым компонентом “*food*” или «фуд»;
- описать лингвопрагматические функции англоязычных заимствований с ключевым компонентом “*food*” или «фуд».

В данной работе были применены следующие методы исследования: метод контекстологического описания, метод лингвопрагматического анализа, описательный метод, метод целенаправленной выборки, семантический анализ.

Теоретической базой исследования послужили работы как отечественных лингвистов (Ахметшина, 2020; Тихонова, Яруллина, 2018), так и зарубежных (Fairclough, 2006; Piller, Zhang, Li, 2020; Мюллер, 2020) в области языкового заимствования.

При проведении исследования за основу принимались труды таких ученых, как А. В. Олянич (2003; 2015), М. В. Ундрицова (2012), А. Ю. Земскова (2009), Е. С. Смагина (2021), посвященные особенностям гастрономического дискурса. Кроме того, учитывались статьи Е. И. Головановой (2015), З. И. Минеевой (2015), указывающие на когнитивное усложнение мира и наименований; а также работы М. Н. Ляшевой (2019), А. В. Зориной (2018), описывающие специфические черты контента интернет-дискурса и интернет-лексики. Важным аспектом исследования явились публикации Ю. М. Алюниной (2019), О. Р. Бондаренко (2020), А. А. Дедюхина и А. Г. Дедюхиной (2020), Ю. И. Сигидова и В. П. Кочкиной (2019), Ф. Р. Хонимкуловой (2021), которые отражают особенности англоязычных заимствований в современном русском языке.

Источником для исследования послужили текстовые материалы разных жанров гастрономического дискурса сети Интернет путем целенаправленной выборки, содержащие англоязычную лексику “*food*” и её словосочетания. Рассматривались блоги, чаты, реклама, глянцево-журналы, электронные средства массовой информации в сети Интернет за период 2020-2022 гг. Было обнаружено 128 англоязычных заимствованных единиц, содержащих ключевой компонент “*food*” или «фуд». Использовались такие сайты, как Russian Foodie (URL: <https://web.archive.org/web/20230324034220/http://russianfoodie.ru/>), Хорошая кухня: форум (URL: <https://forum.good-cook.ru/>), Кухарка.ру (URL: <https://kuharka.ru/>), Дзен (URL: <https://dzen.ru/>). Также в работе были применены данные из следующих электронных словарей: Словарь англицизмов русского языка А. И. Дьякова. URL: <http://anglicismdictionary.ru/F/>; Русский орфографический словарь РАН В. В. Лопатина. URL: <https://web.archive.org/web/20220818204651/http://dict.t-mm.ru/lopatin/>; Oxford Dictionary URL: <https://web.archive.org/web/20161001182544/https://en.oxforddictionaries.com/>.

Практическая значимость исследования заключается в том, что отобранный материал и результаты исследования могут быть использованы в вузах гуманитарного направления при изучении, разработке лекционных и практических курсов по лексикологии, когнитивной лингвистике. Полученные данные также могут найти применение в процессе учебно-методической деятельности при создании учебников, учебно-методических пособий для студентов гуманитарных специальностей.

Обсуждение и результаты

Популяризация лексики “food” в современном русском языке

Столь возросший интерес к гастрономическому туризму, доказательством чего является большой спрос на гастрономические туры, привел к появлению новой заимствованной лексики в современном русском языке. Наблюдается усложнение наименований, свидетельствующих о когнитивном усложнении мира и стремлении носителей языка не только к краткости и ёмкости, но и содержательной точности наименований (Голованова, 2015, с. 68).

В настоящее время Интернет, телевидение, социальные сети, фудблоги уделяют большое внимание приготовлению различных блюд. Примечательно, что специфической чертой контента интернет-комментария является то, что его контент создаётся не только профессионалами, но и самыми обычными пользователями, что приводит к значительному увеличению читательской аудитории (Ляшева, 2019, с. 45-46).

Гастрономический дискурс представляет собой отдельный жанр медиадискурса, который обладает прямой взаимосвязью с состоянием пищевых ресурсов, а также всеми особенностями их обработки и последующего потребления (Олянич, 2015, с. 157). Безусловно, пища становится именно тем основанием, на котором выстраивается мировосприятие человека, следовательно, данная область может быть описана при помощи языковых средств (Олянич, 2003, с. 468). М. В. Ундрицова (2012, с. 86) описывает гастрономический дискурс как особый вид вербально-социального дискурса, целью которого является достижение определенного вида коммуникации, а именно глуттонической.

В своей работе А. Ю. Земскова (2009, с. 13) описывает гастрономический дискурс как знаковую систему, включающую в себя знаки национальной культуры, самоидентификации этноса, социальные и гендерные характеристики. Менталитет обобщенного носителя языка в потребностной сфере коммуникации может быть отражен через языковую глуттоническую личность, обладающую специфическими лингвосомиотическими параметрами (Олянич, 2015, с. 159). Разделяем мнение Е. С. Смагиной (2021, с. 134) о том, что в гастрономическом дискурсе цели и желания могут быть реализованы с помощью определенных грамматических, фонетических и лексических норм.

В интернет-пространстве и интернет-коммуникации один из основных акцентов ставится на интересы, связанные с глуттоническими предпочтениями, отражая основные черты массовой культуры. В связи с этим сегодня мы наблюдаем процесс активизации и популяризации англоязычной лексики “food” в языковом цифровом пространстве современного русского языка.

Для начала обратимся к исконному определению понятия англоязычной лексики “food”. **Food** – any nutritious substance that people or animals eat or drink or that plants absorb in order to maintain life and growth (Oxford Dictionary) / «любое питательное вещество, которое люди и животные принимают в пищу, а растения поглощают для поддержания жизни и роста» (здесь и далее – перевод автора статьи. – А. Д.).

В конце девяностых и начале нулевых годов в языке актуализируется понятие, номинирующее услугу приготовления «быстрой еды», в связи с популярным и массовым появлением в России точек быстрого питания. Таким образом, термин **fast food**, обозначающий данное понятие и услугу, входит в столь широкое употребление. **Fast food** – easily prepared processed food served in snack bars and restaurants as a quick meal or to be taken away (Oxford Dictionary) / букв. перев.: «легко приготовленная и обработанная еда, подаваемая в закусочных и ресторанах как быстрая еда или еда на вынос». Данная заимствованная единица употреблялась на нулевой стадии ассимиляции в своем исконно английском написании *fast food* в начале своего пути. Осваиваясь в языке, заимствованное слово испытывало колебания в графическом написании средствами уже принимающего языка: слитно – *фастфуд*, отдельно – *фаст фуд*, через дефис – *фаст-фуд*. Но в итоге, по данным Русского орфографического словаря РАН, слово зафиксировалось в слитном написании: *фастфуд*. После прохождения фонетико-графического уровня и приобретения фиксированной письменной формы англоязычное заимствование «*фастфуд*» вышло на морфологический уровень освоения в русском языке, о чем говорит его высокая вариативность употребления, соотносящаяся с грамматическими категориями русского языка. Данный англицизм приобрел грамматические категории неодушевленного существительного мужского рода второго склонения единственного и множественного числа с характерными окончаниями: *фастфуд*, *фастфудами*, *фастфудов*, *фастфудом*, *фастфуде* и т. д.

Завершающим этапом укоренения в языке англицизма «*фастфуд*» является расширение его семантического поля, о чем символизирует его более глубокое проникновение в принимающий язык: *фастфуд (для вашего телефона)* и т. д.

Также англицизм «*фудкорт*» уже давно принят и освоен русским языком.

Food court – an area in a shopping mall where fast-food outlets are located (Oxford Dictionary) / букв. перев.: «место в торговом центре, где располагаются точки быстрого питания». **Фудкорт** (от англ. food court) – ресторанный дворик, зона питания в торговом центре, гостинице, аэропорту, на вокзале или в некоторых случаях отдельном здании, где посетителям предлагают услуги сразу несколько предприятий питания, имеющих общий зал для питания. Оказываясь в любом торгово-развлекательном центре, почти каждый посетитель понимает, что фудкорт стал неотъемлемой частью данного заведения. Таким образом, эта заимствованная единица довольно прочно укоренилась в русском языке, о чем свидетельствует её соотносительность с фонетико-графическими и морфологическими свойствами: *фудкорты*, *фудкортами*, *фудкорте* и т. д.

Следующим актуальным производным словом от лексики “food” стало заимствование «*фудди*», которое впервые было зафиксировано в русском языке в 2011 г. и в настоящее время является одним из популярных слов в гастрономическом дискурсе.

Foodie – someone who enjoys eating or cooking different types of food and who talks a lot about food (Oxford Dictionary) / букв. перев.: «тот, кто наслаждается едой или приготовлением различных видов еды, и тот, кто говорит о еде много». В русском языке англицизм «*фудди*» (от англ. food – «еда») употребляется в следующих значениях: 1) человек, питающийся особым интересом к еде и напиткам, считающий их более значимыми, чем простое удовлетворение физических потребностей; 2) гурман или человек, который любит вкусно поесть;

3) целое движение или своего рода субкультура, объединяющая людей, отличающихся от других в своем отношении к еде и находящимся в постоянном поиске новых вкусовых ощущений. Заметим, что в исконном языке (английском) слово «фуди» употребляется как в единственном числе (foodie), так и во множественном (foodies). В принимающем языке (русском) данное заимствованное слово используется в единственной форме («фуди») для обозначения единственного и множественного чисел и имеет форму несклоняемого имени существительного. Но в большинстве примеров мы можем обнаружить англицизм «фуди», обозначающий группу лиц.

В ходе исследования были выявлены следующие композиты, имеющие в своей основе ключевой компонент «фуди»: *фуди-гороскоп, фуди-триллер, фуди-круги, фуди-энтузиаст, фуди-мир, фуди-поваренок, фуди-фотограф* и др. Также были зафиксированы случаи коннотативно-описательных элементов: *столичные фуди, настоящие фуди, истинные фуди* и т. д.

Русский язык отличается развитым словообразованием, поэтому многие англицизмы становятся производящими основами, от которых образуются неологизмы, также заслуживающие исследовательского внимания (Алюнина, 2019, с. 79).

Тематическая классификация лексемы “food” в принимающем языке

Проведенный анализ англоязычных заимствований с ключевым компонентом “food” или «фуд», извлеченных из текстовых материалов цифрового пространства интернет-коммуникации современного русского языка, позволил выделить следующие наиболее употребляемые тематические подгруппы:

- а) социальная сфера: *фуд-рынок, фудмаркет, фуд-индустрия, фуд сити, фуд-банк* и т. д.;
- б) инструменты, предметы, средства: *фуд-бокс, фуд-техника, фастфуд, фуд-сервис, фуд-процессор, фуд-рецепты, фуд-стемпы, фуд-трак* и т. д.;
- в) помещения: *фуд бар, фудворкинг, фуд-корнер, фуд-маркет, фуд-офис, фуд-холл, фуд-молл* и т. д.;
- г) названия организаций: “*Good Food*”, “*Grow Food*”, “*My Food*”, “*Foodmarket*”, “*Foodbox*”, “*Food Street*” и т. д.;
- д) виды искусства: *фудстайлинг, фуддизайн, фуд-арт* и т. д.;
- е) профессии и должности: *фуд-консультант, фуд-журналист, фуд-гид, фуд-блогер, фуд-стилист, фуд-эксперт, фуд-фотограф, фуд-дизайнер, фуд-раннер, стрит-фуд-фотограф* и т. д.;
- ё) покупки: *фуд-покупки, фуд-заказ, фуд-распродажа* и т. д.;
- ж) мероприятия: *фуд-мастер-класс, фуд-рейв, фуд-ритейл* и т. д.;
- з) телевидение: *фуд-ТВ, фуд-трансляция, фуд-эфир, фуд-съемка* и т. д.;
- и) Интернет: *фуд-блог, фудсервис, фуд-мастер-класс, фуд-трансляции, фуд-сленг, фуд-справочник, фуд-дискуссия* и т. д.;
- й) мобильные телефоны: *фастфуд (для мобильного телефона)* и т. д.;
- к) бизнес: *фуд-бизнес, фуд-офис, фуд-заказы, фуд-сфера, фуд-инвестиции* и т. д.;
- л) разное: *фуди, фуд-тренд, фудмания, фуд-привычка, фуд-рубрика, фуд-терапия, фуд-лайфхак, фуд-шпиргалка* и т. д.

Следует отметить, что, исходя из приведенной тематической классификации, некоторые словосочетания могут употребляться и относиться к нескольким тематическим группам одновременно. Итак, такие тематические подгруппы, как «Инструменты, предметы, средства», «Профессии и должности», «Помещения», «Названия организаций», «Интернет», «Бизнес», «Разное», содержат наибольшее количество словосочетаний с ключевым компонентом “food” или «фуд».

Многоуровневое вхождение и адаптация лексемы “food” в принимающем языке

Рассмотрим многоуровневое вхождение исследуемой англоязычной лексемы “food” и её составных образований, отобранных из текстовых материалов цифрового пространства интернет-коммуникации, исходя из различных уровней освоения иноязычных лексем в современном русском языке.

На графическом уровне заимствованная англоязычная лексема “food” может быть передана: с помощью средств своего исконного прототипа (английского алфавита), на что указывает нулевая степень адаптации в принимающем языке (лексема): *food*; с помощью средств принимающего языка (русского), что говорит о начальной стадии адаптационного периода данной заимствованной единицы (англицизм): *фуд*; с помощью средств исконного прототипа – английского языка (первая и вторая части сложного слова): *food court* и т. д.; с помощью средств исконного прототипа – английского языка (первая часть сложного слова) и принимающего языка – русского (вторая часть сложного слова): *фуд-принты* и т. д.; с помощью средств принимающего языка – русского (первая и вторая части сложного слова): *фуд-корты, фастфуд* и т. д.

Таким образом, фонетико-графические средства английского языка помогают достичь «емкости» или «компактности» сказанного, когда речь идет об экономии языковых средств. Заметим, что каждый англицизм несет в себе определенный информационный объём, позволяет автору сообщения избежать столь продолжительного описания характеристик объекта, отражая совокупность всех значений одним словом и при этом отграничивая его от других подобных лексических единиц (Дедюхин, Дедюхина, 2020, с. 36). Примечательным является тот факт, что в современном русском языке данный англицизм употребляется в большинстве случаев в составе сложного слова или выражения, переданный с помощью средств принимающего языка (*фуд-стилист, фуд-фотографы* и т. д.).

После прохождения графического уровня заимствованная лексическая единица “food” **на морфологическом уровне** не приобретает грамматические характеристики принимающего языка (русского) – падежные

окончания. В данном случае заимствованная лексическая единица в начале своего пути проникает в современный русский язык как несклоняемое существительное, далее выступает в роли коннотативного элемента, входящего в состав сложного слова. Отметим, что при образовании новых слов с доминирующим компонентом «фуд» был применен метод контаминации: *фудгазм* (*фуд* + *оргазм*), *фудстаграмминг* (*фуд* + *Инстаграм* (запрещенная на территории Российской Федерации организация) + *инг*) и т. д. З. И. Минеева (2015, с. 58) пишет об отличительной особенности контаминации как специфического способа деривации, выступающего объединением двух мотивирующих слов в рамках одной производной единицы, что способствует компрессии и «свертыванию» семантики словосочетания или предикативной единицы в одно слово.

На семантическом уровне наблюдается расширение первоначального значения слова, объёма информации и его употребления с различными коннотативными характеристиками: *фуд-бокс*, *фуддизайн*, *фуд-фотограф*, *фудмаркет*, *фастфуд* и т. д. Данные примеры иллюстрируют сопутствующие значения, дополнительные семантико-стилистические функции, устойчиво связанные с основным значением слов. Также полагаем, что уже ассимилировавшиеся заимствования, вошедшие в активное употребление в русском языке, утрачивают черты своего англоязычного прототипа и не воспринимаются носителями языка как иностранные. Стремительное развитие индустрии общественного питания обусловило вхождение и появление в русском языке слов, имеющих англоязычное происхождение и номинирующих не только продукты и места питания, но также специалистов и предметы, которые связаны с этой областью: *food-фотограф*, *фуд-стилист*, *фуд-принты* и т. д.

Англоязычное заимствование «фуд» было зафиксировано в электронном словаре англицизмов А. И. Дьякова. В данном словаре мы можем найти фиксацию таких словосочетаний с англицизмом «фуд», как *фуд-арт*, *фудбанк*, *фудгазм*, *фуди*, *фуд-корт*, *фудпорн*, *фуд-раннер*, *фуд-рейв*, *фуд-ритейл*, *фудстемпы*, *фудстилист*, *фуд-трак*, *фуд-холл*. Отметим, что все 13 англицизмов, зафиксированных словарем, переданы в ассимилированной форме (первая и вторая части сложного слова) с помощью средств русского языка.

Структурные характеристики лексемы “food” в русском языке

Далее проанализируем исследуемые англицизмы с ключевым компонентом “*food*” или «фуд», которые можно классифицировать по количеству компонентов, по структурному признаку: 1) однокомпонентный или однословный: *food*; 2) двухкомпонентные или двухсловные, образованные с помощью дефиса: *фуд-съемка*, *фуд-гид*, *фуд-корнер* и т. д.; 3) двухкомпонентные или двухсловные, образованные без дефиса: *фуд бар*, *фуд сити* и т. д.; 4) двухкомпонентные или двухсловные, переданные в слитном написании: *фудмания*, *фудворкинг* и т. д.; 5) трехкомпонентные или трехсловные, образованные с помощью дефиса: *фуд-мастер-класс*, *стрит-фуд-фотограф* и т. д.

Таким образом, приведенные примеры иллюстрируют активизацию «жизнеспособности» англоязычного заимствования “*food*” в русском языке. Примечательно, что одни и те же словосочетания, имеющие в своей основе англицизм «фуд», могут быть переданы как с помощью дефиса, так и без него: *фуд-сервис* и *фуд сервис*, *фуд-бар* и *фуд бар* и т. д.

Лингвопрагматические функции англоязычной лексемы “food” в современном русском языке

Англоязычная лексема “*food*” и её производные, извлеченные из текстовых материалов языкового цифрового пространства, выполняют многие лингвопрагматические функции в современном русском языке.

Исследование показало, что англоязычная лексема “*food*”, являясь одним из ключевых когнитивных языковых доминантов потребностной информации в современном русском языке, может одновременно выполнять следующие функции: *информативная* (наименование и ознакомление с нововведениями в данной сфере); *социальная* (отображение принадлежности к определенному социальному статусу и слою общества, благосостояния этого общества, соответствующих предпочтений и занятий); *терминологическая* (описывание термина, который является средством обозначения специального понятия); *профессионально-маркирующая* (идентификация принадлежности терминов, предметов к определенной профессиональной сфере); *детализирующая или синонимо-дифференцирующая* (отражение необходимости уточнения соответствующего значения, привнесения дополнительной информации о предмете, разграничения близких понятий, сравнения их смысловых оттенков); *компрессивная* (экономия языковых средств и языкового пространства, с помощью чего достигается сжатость, лаконичность, но и в то же время содержательность и экспрессивность); *эмоционально-оценочная* (реализация оценочной составляющей, презентация эмоций и оценочного отношения, произведение впечатления, дань моде); *экспрессивно-мотивная* (стремление говорящего/пишущего произвести впечатление на партнёра по коммуникации, удивить его, отображая яркие и значимые характеристики предмета или объекта); *аттрактивная или стимулирующая* (привлечение внимания читающего и стимул к дальнейшему прочтению, ознакомлению).

Заключение

Таким образом, результаты проведенного исследования приводят к следующим выводам.

Анализ текстов гастрономического дискурса в русскоязычном цифровом пространстве сети Интернет позволил выделить 128 англоязычных заимствований с ключевым компонентом “*food*” или «фуд», которые являются своего рода языковым кодом, многомерным ментальным образованием и актуализируются через различные языковые средства в гастрономическом дискурсе.

Приведенная классификация тематических подгрупп (13) англоязычных заимствований, содержащих ключевой компонент “food” или «фуд», на материале русского текстового цифрового пространства указывает на то, что англоязычная лексема “food” является ключевой когнитивной единицей гастрономического дискурса русского цифрового пространства интернет-коммуникации.

Многоуровневое вхождение англоязычных заимствований, функционирующих в русском текстовом цифровом пространстве, показало, что исследуемые англицизмы прочно вошли в жизненное пространство русского языка, о чем говорят их фонетико-графическая адаптация, морфологическая и семантическая вариативности, частотность употребления в принимающем языке.

Структурно-организационная характеристика англоязычных заимствований с ключевым компонентом “food” или «фуд» подчеркивает, что лексема “food” не употребляется самостоятельно, а служит составной частью сложного слова. Также она не является новейшей, но её составные образования представляют собой актуальную и популярную лексику текущего периода.

Ряд приведенных лингвопрагматических функций англоязычных заимствований с ключевым компонентом “food” или «фуд» позволяет прийти к выводу о том, что англоязычная лексема “food” в русском языке подчеркивает национально-культурную специфику современной эпохи, отображаясь в массово-информационном дискурсе как средство воздействия на общество, формируя при этом доминанты и потребностные предпочтения.

Перспективы дальнейшего исследования заключаются в привлечении новейшего и большего количества языкового материала, который будет отражать языковые реалии и тенденции мирового сообщества.

Источники | References

1. Алюнина Ю. М. Блог как источник новейших англицизмов: на материале текстов интернет-дискурса моды // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия «Лингвистика и межкультурная коммуникация». 2019. Т. 17. № 4. DOI: 10.25205/1818-7935-2019-17-4-78-91
2. Ахметшина Ю. В. Современные англоязычные заимствования и проблема межвариантности в свете общей теории заимствования // Мир науки, культуры, образования. 2020. № 1 (80).
3. Бондаренко О. Р. Современная дилемма. Овладение английским языком и сохранение русскоязычной идентичности? // Вестник Воронежского государственного университета. Серия «Лингвистика и межкультурная коммуникация». 2020. № 3. DOI: 10.17308/lic.2020.3/2925
4. Голованова Е. И. Новые названия лиц по профессии и должности в русском языке // Вестник Челябинского государственного университета. Филологические науки. 2015. № 27 (382). Вып. 98.
5. Дедюхин А. А., Дедюхина А. Г. Лингвопрагматические функции англоязычных заимствований в текстах рекламы // Междисциплинарные аспекты лингвистических исследований: сб. науч. тр. / под ред. В. И. Тхорика, В. В. Катерминой, А. М. Прима, А. В. Самойловой. Краснодар: Изд-во Кубанского государственного университета, 2020.
6. Земскова А. Ю. Лингвосомиотические характеристики англоязычного гастрономического дискурса: автореф. дисс. ... к. филол. н. Волгоград, 2009.
7. Зорина А. В. Англицизмы в современном русском языке (на примере интернет-лексики) // Казанский лингвистический журнал. 2018. Т. 1. № 2 (1).
8. Ляшева М. Н. Функционирование идеологем в современном развлекательном интернет-дискурсе: дисс. ... к. филол. н. Ростов н/Д, 2019.
9. Минеева З. И. Контаминация в образовании номинаций человека // Вестник Удмуртского университета. Серия «История и филология». 2015. Т. 25. Вып. 2.
10. Мюллер А. Об отражении пандемии в разнокультурных лингвистических ландшафтах (на примере элементов публичного пространства Минска, Нюрнберга и Варшавы) // Коммуникативные исследования. 2020. Т. 7. № 4. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(4).846-864
11. Олянич А. В. Гастрономический дискурс // Дискурс-Пи. 2015. № 2 (19).
12. Олянич А. В. Гастрономический дискурс в системе массовой коммуникации (семантико-семиотические характеристики) // Массовая культура на рубеже XX-XXI веков: человек и его дискурс: сб. науч. тр. М.: Азбуковник, 2003.
13. Сигидов Ю. И., Кочкина В. П. Англоязычное заимствование в русской экономической терминологии // Вестник Академии знаний. 2019. № 30 (1).
14. Смагина Е. С. Лингвистические особенности гастрономического дискурса // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2021. № 8-1 (59). DOI: 10.24412/2500-1000-2021-8-1-132-135
15. Тихонова А. Н., Яруллина А. Ш. Англоязычные заимствования в экономической лексике русского языка // Казанский вестник молодых ученых. Педагогические науки. Лингвопедагогика. 2018. Т. 2. № 3 (6).
16. Ундрицова М. В. Гастрономический дискурс: лингвокультурологические и переводческие аспекты // Вестник Московского университета. Серия 22 «Теория перевода». 2012. № 2.
17. Хонимкулова Ф. Р. Англицизмы в современном русском языке // Academic Research in Educational Science. 2021. Vol. 2. No. 5.
18. Fairclough N. Language and Globalization. L., 2006.
19. Piller I., Zhang J., Li J. Linguistic Diversity in a Time of Crises: Language Challenges of the COVID-19 Pandemic // Multilingua. 2020. Vol. 39. Iss. 5. DOI: 10.1515/multi-2020-0136

Информация об авторах | Author information

RU

Дедюхина Анна Геннадьевна¹, к. филол. н.

¹ Кубанский государственный университет, г. Краснодар

EN

Dediukhina Anna Gennadievna¹, PhD

¹ Kuban State University, Krasnodar

¹ anna_dedukhina@mail.ru

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 19.06.2023; опубликовано online (published online): 17.08.2023.

Ключевые слова (keywords): англоязычная лексема; многоуровневое вхождение; языковое цифровое пространство; ключевая когнитивная единица; гастрономический дискурс; English lexeme; multilevel entry; linguistic digital space; key cognitive unit; gastronomic discourse.