Цыгвинцева В. С.
V. S. Tsygvintseva

ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КОНЦЕПТА «НАПИТКИ» В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ КУЛЬТУРЕ

LINGUISTIC AND CULTURAL INTERPRETATION OF THE CONCEPT «DRINKS» IN ENGLISH-LANGUAGE CULTURE

Цыгвинцева Виктория Сергеевна – старший преподаватель кафедры лингвистики и межкультурной коммуникации Комсомольского-на-Амуре государственного университета (Россия, Комсомольск-на-Амуре); 681013, Хабаровский край, Комсомольск-на-Амуре, пр. Ленина, 27; тел. +7(4217)24-11-58. E-mail: TsygvintsevaVS@knastu.ru.
Victoria S. Tsygvintseva – Senior Lecturer, Linguistics and Intercultural Communication Department, Komsomolsk-na-Amure State University (Russia, Komsomolsk-on-Amur); 681013, Khabarovsk territory, Komsomolsk-on-Amur, 27 Lenin str.; tel. +7(4217)24-11-58. E-mail: TsygvintsevaVS@knastu.ru.

Аннотация. В данной работе рассмотрен термин «концепт» как главный понятийный аппарат в лингвокультурологических исследованиях, а также некоторые проблемы взаимоотношений английского языка и культуры в англоязычном обществе. В работе затронуты вопросы лингвокультурологии как самостоятельной научной дисциплины. Данная работа содержит примеры современной актуализации концепта «Напитки» в английском языке. Автор исследует языковую репрезентацию культуры питья, культурная маркированность которой определяет ценностные ориентации определённого социума и национальные особенности менталитета сообщества. Основным методом исследования является лингвокультурологический анализ.

Summary. The work examines the term «Concept» as the main conceptual unit in linguistic and cultural research, as well as some problems of the relationship between the English language and its culture in English-speaking society. The work addresses issues of linguoculturology as an independent scientific discipline. This work contains examples of the modern use of the concept of «Drinks» in English. The author presents a study of the linguistic representation of drinking culture, its cultural markedness determines value orientations of a certain society and the national features of the mentality. The linguistic and cultural analysis is the main method of the study.

Ключевые слова: лингвокультурологический анализ, язык, культура, концепт, концепт «напитки», англоязычная культура, английский язык, этнос, менталитет.

Key words: linguistic and cultural analysis, language, culture, concept, concept «Drinks», English-language culture, English language, ethnos, mentality.

УДК 94

В настоящее время в лингвистике большое значение приобретает лингвокультурология. Являясь молодой отраслью языкознания, она имеет своё научное направление и выступает самостоятельной дисциплиной. В своём составе лингвокультурология объединяет такие важные научные составляющие, как языкознание и культура.

Поскольку основным фактором в формировании любой человеческой культуры является народный язык, в лингвокультурологии ему отводится главная роль в изучении взаимоотношений соответствующих единиц языка со всеми представлениями о культурных ценностях определённого социального общества. При этом в качестве основы формирования культуры языка рассматривается необходимая связь: непосредственно языка, мысли и психических особенностей человека. Это и является, по мнению учёных, тем единым целым, что участвует в определении характеристики культуры нации и народа. В связи с этим здесь находит место известное утверждение Л. Ельмслева, что язык «может открыть дорогу как к пониманию стиля личности, так и к событиям жизни прошедших поколений» [8, 52].

Лингвокультурология как научное направление активно используется в лингвистике в течение последних трёх десятилетий. И благодаря трудам известных учёных имеет свой предмет и выполняет определённые задачи, основой которых является лингвокультурологический анализ. Исследовательские цели в выявлении особенностей взаимосвязи языка и культуры лингвокультурологический анализ достигает различными методами изучения и описания всего объёмного комплекса фактов проявления их взаимоотношений, от культуры языка этноса до особенности менталитета народа. В лингвокультурологическом анализе основой является определённый понятийный аппарат, являющийся связующим «звеном», который недавно приобрёл в науке своё название [3, 73].

В теме лингвокультурологического исследования термин «концепт» занимает главное место. Поэтому непосредственно на термине, его возникновении и развитии в языкознании необходимо остановиться более подробно.

В современной культурологической лингвистике уже объективно признано существование термина «концепт», он находит своё широкое распространение как инструмент в исследованиях различной тематики. В языкознании известна предыстория его современного возникновения. Впервые он упоминается, позаимствовав своё название из математики, в 1928 году в научных трудах С. А. Аскольдова (псевдоним С. А. Алексеев). К концу XX столетия в научной среде, благодаря разработкам и публикациям российских лингвистов, термин «концепт» приобретает необходимую популярность. Здесь в первую очередь необходимо назвать известные имена членов РАН, докторов филологических наук Д. С. Лихачева и Ю. С. Степанова, усилиями которых концепт включается в понятийный аппарат науки о языке и получает собственную интерпретацию. Темой концепта занимались и другие российские учёные. В частности, Е. С. Кубрякова, Н. Н. Болдырев и другие учёные значительно углубили понятийные определения и свойства концепта путём ввода его в качестве необходимого и недостающего составляющего в когнитивную лингвистику и в лингвокультурологию в том числе [3, 65]. Исследований концептов в настоящее время представлено достаточно много [9].

В настоящее время концепт используется также и в других разделах лингвистики. При этом в лингвокультурологии отечественными учёными, имеющими различные научные взгляды, сформировано множество направлений с использованием разной методологии развития концепций и аналитических методик. В связи с этим образовались разные научные школы. Из них известны основные четыре под руководством Ю. С. Степанова, Н. Д. Арутюновой, В. Н. Телии, В. В. Воробьева [16, 44].

Каждая научная школа в своих разработках на основе тематики лингвокультурологических исследований расширяет и углубляет используемое аналитическое связующее «звено» в виде термина «концепт». И, несмотря на разность научных характеристик, можно в качестве вывода и обобщив упомянутое выше о термине «концепт» сказать, что он является необходимым стержневым рабочим инструментом в лингвокультурологическом анализе, посредством которого и выявляется информация о возникновении и развитии связи и взаимоотношений культуры языка и культуры этноса, а также о понятии культурной национальной специфики народа, использующего этот язык на пути своего культурного развития.

В культурном отношении национальный язык всегда имеет свои специфические особенности, связанные с продолжением традиционных культурных достижений своего народа, это находит подтверждение в научном мире в общем процессе изучения вопросов их взаимодействия. В нашей теме их отражает семантика языка, а также его лексический, фразеологический уровень и другие компоненты, такие, например, как реалии, представляющие собой названия, используемые определёнными нациями, в нашем случае англоязычные, фактов истории или материальных предметов. Это состояние культуры языка во взаимосвязи с культурным уровнем жизни социума обусловлено прежде всего географическим расположением страны, так как часто природой обеспеченная территориальная изолированность в связи с разомкнутостью земляного пространства с другими национальными культурами оказывает влияние, особенно в глубокие времена этнического зарождения и становления, на сохранение традиций как на дальнейшую стабилизацию культуры языка этноса, так и на культуру развития всего социума [15, 226].

Учитывая вышесказанное по теме лингвокультурологического исследования национально-культурной специфики, можно предположить, что в случае данного исследования более приемлемыми являются лингвокультурные концепты, культурная маркированность которых определяет ценностные ориентации определённого социума и национальные особенности менталитета сообщества. «Полное отсутствие концепта в той или иной лингвокультуре – явление весьма редкое, чем отсутствие однословного выражения для определённого концепта», – отмечает В. И. Карасик. Далее, по мнению В. И. Карасика, концепты – это «ментальные образования, которые представляют собой хранящиеся в памяти человека значимые осознаваемые типизируемые фрагменты опыта» [5, 3].

Концепт «напитки» относится к таким лингвокультурным концептам.

В культуре англоязычного народа существуют определённые наименования напитков, которые можно заслуженно называть традиционными, они так давно присутствуют в жизни народа, что за счёт своего, можно сказать, ритуального употребления, стали частью его характера. В исследовании языковой репрезентации культуры питья такие наименования в качестве концептов могут выявить определённые стереотипы нации.

Рассмотрим, например, концепт «чай». Этот напиток настолько широко распространён в народе, что является материальным компонентом национальной англоязычной культуры, даже ставшим активным выразителем его жизненной философии. Во всём мире чай ассоциируется с Англией. Считается, что в связи с наибольшим удобством чаепития англичане усовершенствовали китайскую пиалу, придумав к ней ручку. Затем к чашке добавилось блюдце, затем стали обязательными молочник, заварной чайник, сахарница и другие атрибуты, и процедура чаепития превратилась в чайную церемонию. К национальной особенности прибавился вариант пития чая с молоком, уже определяемый как «английский», который называется *white tea*. Если же это чай без молока, но с лимоном и сахаром, то такой способ приготовления считается «русским» и называется *Russian tea* [7].

В английском языке существует множество фразеологических оборотов, связанных со словом *tea*. Вот некоторые из них:

- *The man with no tea in him*, в переводе – «Человек, в котором нет чая» [11]. Обычно этот оборот речи употребляется в английском просторечии о человеке чёрством, невосприимчивом к личной драме других людей.

- Даже в ритуале гадания, т.е. «предсказания будущего», англичане используют чай, в то время как другие народы используют кофе: *read something in tea-leaves*, то есть прочитать что-либо с помощью чайных листьев.

- *Ones cup of tea* – тот, кто нравится, в чьем-либо вкусе; то, что нравится.

- *High tea* (ранний ужин с чаем) [10].

Для британцев существуют и другие немаловажные компоненты национальной культуры, связанные с концептом «напитки».

Конкретизируя эту тему, невозможно пропустить, например, слово «паб» и тот смысл, который оно несёт в себе. Паб – это самое популярное место, где можно выпить пива, отдохнуть, пообщаться с друзьями. Отсюда пошло много выражений и идиом, раскрывающих нашу тему, и связаны они с подобным времяпрепровождением, например: «*Bar fly*» (досл. Пивная муха) – распространённое выражение, обозначающее конкретного человека, который много времени проводит в разных барах и пивных; *a Dutch feast* (пирушка, на которой хозяин напивается первым) и др. [6]. При этом в английском языке лексемы «вино» и «таверна» имеют очень мало фразеологических выражений. В основном, они связаны с производством и употреблением алкоголя: *to set (a cask) a broach* – откупоривать (бочку); *to be on tap* – продаваться в разлив; быть годным к немедленному употреблению и др. [2].

В сферу концепта «напитки» входит и «пиво» (*beer*), которое является самым популярным напитком в Англии. Пристрастие к этому распространённому хмельному имеет свою историю. Оно зародилось ещё в Средние века и имеет непосредственную связь с мореплаванием. Мужчины, подолгу находясь в море, для утоления жажды использовали пиво, которое как напиток могло

длительно храниться на борту, чего нельзя сказать о воде. В обиход людей вошли соответствующие выражения: «*Beer and skittles*» (досл. Пиво и кегли) – речь идёт о сплошных удовольствиях и потакании своим слабостям [13]. Интересное выражение «*Small beer*» (досл. Маленькое пиво) как что-то неважное. В связи с пивом невозможно не упомянуть ирландское пиво Guinness. О нём говорят, и это известно во всём мире, как о пиве-символе, пиве-легенде, являющемся национальной гордостью Ирландии, рождённом примерно три столетия назад. Этот напиток не называют пивом, он является брендом Guinness (Гиннесс). История бренда связана непосредственно с историей возникновения знаменитой «Книги рекордов Гиннесса», тоже ставшей символом англосаксов [12].

Следующим популярным напитком считается Шампанское (*Champagne*, разг. *Fizz*), также нашедшее своё отражение в культуре английского общества. В отличие от предыдущих напитков, шампанское в Британии изготовляют не так давно. Местный виноград был плохого качества, поэтому шампанское импортировали в основном из Франции. Оно считалось дорогим напитком и употреблялось только знатью и королевским двором. В него добавляли пряности с сахаром, настаивали его и даже пили как лекарство. Отсюда можно увидеть немало выражений, связанных со словом *champagne* либо со словом *fizz*:

- *Champagne taste on a beer budget* (досл. «Вкус на шампанское при бюджете на пиво») – о ком-то, кто живет не по средствам и любит вещи, которые не может себе позволить [14].

- С разговорным словом *fizz* (досл. перевод «шипеть», «свистеть») можно встретить следующее выражение: «*To fizz with the desire to learn the latest news*», т.е. сгорать от желания узнать что-либо [4].

К числу популярных напитков англичан также необходимо отнести и кофе (coffee). История его вхождения в жизнь Великобритании необычна, поскольку кофе изначально считался превосходным медицинским средством. Ведь многочисленные чопорные врачи считали, что молотые кофейные плоды безупречно помогают при лечении кишечных заболеваний и устраняют симптомы истерии. Кроме того, по мнению учёных, кофе стимулировал умственную деятельность и успокаивал душу.

Поэтому до сих пор существует немало идиом и выражений, связанных с данным напитком. Так, например, возникли выражения, которые закрепились в культуре и в народных традициях:

- *Let's talk over a cup of coffee* – болтать за чашечкой кофе.

- *Wake up and smell the coffee* – призыв «открыть глаза» на происходящее.

- *Coffee klatch* – встреча за чашкой кофе (для беседы); вечеринка, на которой подают кофе.

- *Coffee morning* – утреннее общественное собрание, на котором подаётся кофе, как правило, проходит в чьём-то доме с целью собрать деньги на благотворительность [14].

Таким образом, рассматриваемые выражения и идиомы, актуализирующие концепт «напитки» в англоязычном обществе, представляют собой целый список различных фраз, которые часто употребляются в англоязычной культуре. Данные идиомы по сей день употребляются в разнообразной жизни в Великобритании. Рассмотренный список выражений в англоязычном сознании относится к основным. Популярность напитков, приведённых в статье, в обществе служит доказательством признательности англичан до сих пор.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ангелова, М. М. «Концепт» в современной лингвокультурологии / М. М. Ангелова // Актуальные проблемы английской лингвистики и лингводидактики: сборник научных трудов. Вып. 3. – М.: Прометей, 2004. – С. 3-10.

2. Британская культура [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://shkolnaiapora.ru/geografiya/velikobritaniya/britanskaya-kultura.html (дата обращения: 06.12.2020).

3. Ельмслев, Л. Пролегомены к теории языка / Л. Ельмслев; пер. с англ. [В. А. Звегинцев и др.]. – М.: Ленанд, 2004. – 243 с.

4. Идиомы на английском языке [Электронный ресурс] / Курсы иностранных языков AKYLA TEC, 2021. – Режим доступа: https://akyla.net/idiomy-i-citaty-na-anglijskom (дата обращения: 19.09.2020).

5. Карасик, В. И. О категориях лингвокультурологии / В. И. Карасик // Языковая личность: проблемы коммуникативной деятельности: сб. науч. тр. – Волгоград: Перемена, 2001. – С. 3-16.

6. Кэмбриджский словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://dictionary.cambridge.org/ (дата обращения: 01.10.2020).
7. Longman Active Study Dictionary / Pearson Educated Limited. – Pearson ELT, 2010. – 1104 p.
8. Маслова, В. А. Лингвокультурология: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / В. А. Маслова. – М.: Академия, 2001. – 208 с.
9. Мусалитина, Е. А. Реализация концепта «власть» в современном кинематографе Китая / Е. А. Мусалитина // Учёные записки Комсомольского-на-Амуре государственного технического университета. Науки о человеке, обществе и культуре. – 2019. – № I-2 (37). – С. 54-59.
10. Новости Великобритании [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://sur.ly/i/theuk.one/ (дата обращения: 19.05.2020).
11. Oxford Guide to British and American Culture / Kathryn Kavanagh. – Oxford University Press, 2006. – 506 p.
12. Словарь «Макмиллан» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.macmillandictionary.com/ (дата обращения: 11.09.2020).
13. Словарь фраз и выражений [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://idioms.thefreedictionary.com/ (дата обращения: 03.11.2020).
14. Словарь фраз и выражений [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.dictionary.com/ (дата обращения: 17.12.2020).
15. Телия, В. Н. Первоочередные задачи и методологические проблемы исследования фразеологического состава языка в контексте культуры / В. Т. Телия // Фразеология в контексте культуры. – М.: Языки русской культуры, 1999. – С. 13-23.
16. Даль, В. Толковый словарь живого великорусского языка. В 4 т. / В. Даль. – Репр. воспроизв. изд. 1912-1914. – М.: Цитадель, 1998. – Т. 1-4.