

that rivers cannot quench, Nor ought but love from thee give recompense... (A. Bradstreet); *My love is like an ocean It goes down so deep My love is like a rose Whose beauty you want to keep...* (T. Shores); *My love is like a red, red rose That's newly sprung in June: My love is like a melody That's sweetly played in Tune* (Robert Burns).

Определение ненависти (hate/hatred) отражено в следующих строках: *Hate's human folly – A most tragic emotion, A sign of despair . . . It splits people asunder . . . Brings sadness and wounds the soul!* (G. Bateman);

Анализ функционирования имен *любовь* и *ненависть* в русской и английской лирике обнаруживает исключительное разнообразие образного осмысления данных концептов. В обоих языках любовь представляет собой светлое чувство, которое окрыляет, вдохновляет, превозносит и возвышает. Однако в некоторых случаях любовь для русского человека связана с негативными эмоциями, в первую очередь, со страданиями. Что касается концепта «ненависть», то основным его семантическим признаком в русском и английском языках является интенсивность ненависти как эмоции.

На основании проведенного исследования можно сказать, что, хотя народы русского и английского языков выражают свои индивидуально-специфические понятия о любви и ненависти, их чувства, отношения, переживания и эмоции идентичны. Данные концепты представляют собой бинарные оппозиции, они обладают рациональной, эмоциональной и оценочной характеристиками и являются культурно-значимыми как для русского, так и для английского языка.

Литература

1. Красавский Н.А. Эмоциональные концепты в немецкой и русской лингвокультурах. Волгоград: Перемена, 2001. 495 с.
2. Дорфман Л.Я. Эмоции в искусстве: теоретические подходы и эмпирические исследования. М.: Смысл, 1997. 424 с.
3. Шаховский В.И. Лингвистическая теория эмоций. М.: Гнозис, 2008. 416 с.
4. Булычев, И.И. О проблемах любви в гендерном формате // Вестник ТГУ. 2005. № 1. С. 23–31.
5. Ортега-и-Гассет Х. Эстетика. Философия культуры. М., 1991. 588 с.
6. Ожегов С.И. Словарь русского языка. М., 1990. 921 с.
7. Ушаков Д.Н. Толковый словарь русского языка: в 4 т. М., 1935–1940.
8. Даль В.И. Толковый словарь русского языка. М.: Эксмо, 2005. 735 с.
9. Oxford Advanced Learner's Dictionary [Электронный ресурс]. URL: <http://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/>.
10. Wordsmyth Dictionary Thesaurus [Электронный ресурс]. URL: <https://www.wordsmyth.net/>.
11. Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание: пер. с англ. / Отв. ред. М.А. Кронгауз; вступ. ст. Е.В. Падучевой. М.: Рус. словари, 1996. 416 с.

Т.О. Подьянова, И.Г. Темникова

Национальный исследовательский Томский государственный университет

ОБРАЗНОСТЬ КАК ИНСТРУМЕНТ К ПОНИМАНИЮ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ СРЕДЕ

Аннотация. В статье освещена сущность гастрономической метафоры, рассматриваются дефиниции «концепт» и «языковой образ» и устанавливаются концептуальные признаки лексико-семантического поля «Гастрономия», приводится классификация гастрометафор на основе их концептуальных признаков. Также проводится параллель между стилем и формой речи, в которых используются гастрономические метафоры, выделяются первичные и дополнительные функции, которые включает в себя данный языковой кластер.

Настоящая статья посвящена изучению гастрономической метафоры в рамках когнитивной парадигмы «язык-культура», выделенной на основе сравнительно-сопоставительного анализа лексических единиц в области гастрономии, а также ее влияния на формирование сознания представителей английского лингвокультурного сообщества. Гастрономические метафоры давно вошли в наш обиход, они имеют древние корни и расширяют свое концептуальное поле в современном узусе, привнося в английский язык все новые формы. Данная статья охватывает огромный пласт языка, раскрывает его лингвосоциальные характеристики и представляет собой многостороннюю работу в сфере когнитивной лингвистики, основанную на большом количестве языкового материала и разного рода текстах.

В статье были применены различные методы исследования, такие как сравнительно-сопоставительный анализ словарных дефиниций и лексических единиц, находящихся в узусе носителей английского языка, анализ когнитивной интерпретации, дискурс-анализ, метод сплошной выборки, структурно-семантический анализ, метод метафорического моделирования, метод частотно-семантического анализа на материалах объемом около 300 единиц. Ее составляют гастрономические метафоры, извлеченные из средств массовой информации, общественно-политических статей и художественных текстов. В качестве источников фактического материала использованы периодические печатные издания и стенограммы выступлений на пленарных заседаниях, размещенные на официальных интернет-порталах, а также тексты из Британского Национального Корпуса.

В работе мы говорим о концептуальном поле «Гастрономия», которое репрезентируется в языке в форме слов, устойчивых выражений и различного рода синтаксических конструкций. С точки зрения метаязыка нужно отметить, что гастрономические метафоры также часто образуются в речи коммуникантов посредством рефлексии в форме ассоциаций и толкований, в чем находит свое обогащение данный лексический пласт. Естественным образом гастрономические метафоры отражаются в культуре – текстах, символах, ритуалах, других знаковых системах. Гастрономическая метафора является показателем социокультурных отношений в среде носителей того или иного языка. Концептосфера еды является универсальной, поскольку, как показал проведенный анализ, на ее основе формируются другие важные и фундаментальные социальные понятия: жизнь, работа, деньги. Одним из путей их формирования стала метафоризация. Данная концептосфера ярко иллюстрирует метафорический перенос как таковой и отражается в обширном слое общеупотребительной лексики современного английского языка [1]. Для «общества потребления» характерно снижение планки духовных потребностей, приравнивание их в ценностном отношении к потребностям материального плана. К последним относится потребность в пище. Вследствие этого актуальной становится следующая метафорическая модель: сопоставление какого-либо культурного объекта с продуктом питания или блюдом. При этом утверждается принадлежность книги, фильма, музыкального произведения к явлениям «массовой культуры» [2].

Явление гастрономической метафоры прослеживается во многих культурно-массовых сферах: театр, музыка, публицистика, литература, СМИ, хозяйство, быт и т.д. К примеру, Бойчук А. С. в своей работе рассматривает гастрономические метафоры в полном собрании произведений А. П. Чехова [2], а в диссертации – телепередачу «Песня года – 2009», где шоу построено на образах звезд, сравниваемых с блюдами в новогоднем меню. Гастрономические метафоры, производные от исходной концептуальной метафоры «культурной» направленности, служат своего рода «семантическим каркасом», на котором строится целый текст или его фрагмент, что является основной структурной особенностью таких метафорических оборотов [3].

Гастрономические метафоры часто употребляются в разговорной речи, сленге или жаргоне. В кинематографе мы можем услышать фразу “His first high-budget movie was panned by the critics”. (Его первый крупнобюджетный фильм был подвергнут резкой критике – перевод автора). Слово «panned» дословно переводится «поджарен», но в данном случае в переводе использован эвфемизм, поскольку в русскоязычном сознании для этого примера словесного эквивалента не существует. Это указывает на различность мышления сообществ в рамках разных культур. В том же ключе была разработана гипотеза Сепира-Уорфа, которая гласит, что люди, говорящие на разных языках, по-разному воспринимают мир и по-разному мыслят [4].

Так, авторами были рассмотрены гастрометафоры в рамках различных функциональных стилей. Говоря о гастрометафорах в диалоге или в любой другой форме разговорного стиля речи, нужно отметить, что все нижеперечисленные признаки имеют непосредственную связь с процессом формирования таких метафор. Когнитивная наука открывает нам широкий обзор того, как те или иные лингвистические феномены ведут себя в речевом дискурсе. В данном случае сам диалог, который включает в себя признаки образности и имеет в своей основе социально-культурные факторы, подталкивает нас к использованию различных стилистических приемов, например, таких как гастрометафоры. Другими словами, форма речи, ее стиль, использование художественных элементов и приемов влияют на степень образности речи и на наличие ассоциативных связей в ней, из чего и формируется конечный текст. Культурная подоплека и языковой код также играют значительную роль в формировании речевого произведения. Так, все эти компоненты формируют определенное восприятие текста рецептором, а ключевым объектом рассмотрения в данном исследовании выступает гастрономическая метафора, наличие которой будет рассмотрено в нижеследующем примере.

Газетный стиль наряду с разговорным и художественным сочетает в себе яркость и красочность описания, но в то же время граничит с научно-популярной литературой и порой с официально-деловым стилем. Все эти черты определяют его уникальность и предоставляют читателям возможность почувствовать глубокую метафоричность текстов этого стиля. Характерной составляющей таких текстов являются заголовки, которые должны отражать не только смысл всего текста, но и быть оригинальными и образными, для того чтобы привлечь внимание читателей и отразить всю суть текста в лаконичной форме.

Публицистический стиль речи имеет ряд характерных особенностей. Лексика, употребляемая в таких текстах, не всегда представляется «удобоваримой» для общества, и поэтому зачастую пестрит разнообразием художественных средств и стилистических приемов. Метафоры, в частности гастрономические метафоры, являются краеугольным камнем в этом исследовании и часто выступают в качестве средства эвфемизации в публицистическом стиле. Ясно видно, что явление эвфемизма можно использовать в качестве ораторского инструмента, т.е. построить речь так, чтобы слушатель воспринимал её в нужном свете. Как следствие, публичные люди успешно пользуются этим инструментом, особенно в такой «скользкой» сфере, как политика, где каждое неверно употребленное слово чревато большими последствиями.

Гастрономическая метафора играет важную роль в жизни представителей английского лингвокультурного сообщества и выполняет значимую функцию в формировании языковой картины мира носителей английского языка и ее концептуализации.

1. Гастрометафоры основываются на образно-ассоциативном подобию, они проходят сквозь обыденный ритм жизни, касаясь всех сфер деятельности человека.

2. Концептосфера еды является универсальной, она формирует гастрономические метафоры и образует в когнитивном пространстве коммуникантов лексико-семантическое поле, условно названное «Гастрономия».

3. Концептуальное поле «Гастрономия» имеет ассоциативно-содержательные связи с другими концептуальными полями и отдельными концептами.

4. Концептуальные признаки лексико-семантического поля «Гастрономия» рассматриваются с различных точек зрения: объединение нескольких присущих тому или иному признаку черт или их противопоставление. В статье они также изучены как линейно, т.е. как совокупность признаков одного концептуального поля, так и иерархично, т.е. в сравнении с признаками других концептуальных полей.

5. В ходе исследования автором была разработана классификация гастрономических метафор в соответствии с наиболее общеупотребительными концептосферами в речи представителей английского языкового сообщества.

6. Гастрометафоры часто употребляются в таких функциональных стилях речи, отличительной чертой которых является эмоциональная окрашенность.

7. Широкое использование гастрономической метафоры в диалоге обусловлено тем, что диалог как часто используемая форма общения представляет собой многоплановый фрейм, который определяется не только его коммуникативной, но и прагматической сущностью. Гастрономические метафоры в диалоге выступают в качестве образной единицы, которая служит для создания эстетического эффекта.

8. Исследование показывает, что приблизительно десятая часть всех метафор газетного стиля имеет гастрономическую направленность. Это является значимым показателем для СМИ-индустрии и подтверждает предположение автора данной работы о широкой распространенности гастрометафор в таких текстах.

9. Гастрометафоры в языке общественно-политических текстов выступают как средство эвфемизации. Данный языковой кластер играет незаменимую роль эмоционального воздействия и даже императива для общества и средств массовой информации. К тому же гастрономические метафоры оказывают эстетический эффект на реципиентов.

10. Гастрономические метафоры берут свое начало еще с древности и имеют связь с настоящим. В современном отношении эта связь прослеживается в широкой семантике слов, в появлении и развитии все новых гастрометафор, которые обогащают английский язык и придают этому лексическому кластеру особое значение в лингвистике и дискурсе.

Гастрометафора не просто рассматривает в качестве своей цели передачу денотата с помощью языкового кода – коннотативная составляющая занимает в данном процессе не менее важную роль. В совокупности эти две составляющие формируют целостную метафору.

Литература

1. Рогова А.В. Концептосфера «еда» в метафорическом преломлении // Ярославс. пед. вестн. 2012. № 3. Т. 1.
2. Бойчук А.С. Гастрономическая метафора как показатель социокультурных отношений в среде носителей русского языка. Волгоград: Изд-во Волгоград. гос. соц-пед. ун-та, 2011.
3. Бойчук А.С. Гастрономическая метафора: структурный, семантический, стилистический аспекты : автореф. дис. ... канд. фил. наук. Волгоград, 2012. С. 5.
4. Whorf B. L. Language, thought and reality: Selected writings of Benjamin Lee Whorf / Ed. John B. Carroll. New York: Wiley, 1956.

В.А. Пономарёв, Е.С. Терентьев

*Юргинский технологический институт (филиал)
Национального исследовательского Томского политехнического университета*

ФИЛОСОФСКО-КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОЕ ОСМЫСЛЕНИЕ ФЕНОМЕНА РЕСЕНТИМЕНТА ТЕРРОРИСТИЧЕСКОЙ ИНДИВИДУАЛЬНОСТИ

Аннотация. В статье рассматриваются понятия «ресентимент», «агрессия», связанные с террористической индивидуальностью. Исследованы причины, вызывающие агрессию ресентимента. В философско-культурологическом аспекте осмысливается феномен ресентимента террористической индивидуальности.

Сегодня терроризм – это огромный клубок страстей, который направлен только на уничтожение – людей, памятников, строений и др. Культуры как таковой здесь не было и нет. Её здесь вообще не существует. Если бы у каждого террориста была культура, то это бы явно говорило о том, что у человека есть определённые ценности. У террористов же ценностью является убий-