УДК 811.161.1

DOI: 10.15593/2224-9389/2021.1.5

Е.В. Флянтикова

Получено: 23.11.2020

Принято: 28.12.2020

Опубликовано: 28.04.2021

Гродненский государственный медицинский
университет, Гродно, Беларусь

ИССЛЕДОВАНИЕ ТЕРМИНОЛОГИИ ТЕМАТИЧЕСКОЙ ГРУППЫ «ЕДА И НАПИТКИ» НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА ДЕФИНИЦИЙ

Интерес к сфере еды и напитков со стороны лингвистов приводит, с одной стороны, к большому количеству терминов, используемых для описания, дифференциации, систематизации явлений, процессов, единиц, присущих данной сфере, а с другой – к терминологическому разнообразию, которое не всегда оправданно. Целью данной статьи является выявление терминологии, используемой в лингвистических исследованиях, связанных со сферой еды и напитков, а также определение информационной емкости терминов на основе дефиниций, приводимых в текстах научных публикаций. Рассмотрены термины, используемые для обозначения картины мира, коммуникации и дискурса, которые связаны со сферой еды и напитков: *кулинарная картина мира, гастрономическая картина мира, глуттоническая картина мира, гастрономическая коммуникация, глуттоническая коммуникация, гастрономический дискурс, кулинарно-гастрономический дискурс, глуттонический дискурс, ресторанный дискурс, пищевой дискурс, фаст-фуд дискурс*. Абсолютное большинство производных составных терминов представляют собой атрибутивные конструкции, состоящие из терминопорождающих (*картина мира, коммуникация, дискурс*) и определяющих терминологических элементов-атрибутов (*кулинарный, гастрономический, кулинарно-гастрономический, глуттонический*). Выявлены терминологические гнезда с терминообразующими единицами *картина мира, коммуникация, дискурс*, выделены признаки для анализа понятий, номинированных составными терминами, производными от терминологического элемента *дискурс*: участники, хронотоп, цели, ценности, прецедентные тексты, стратегии. Предпринята попытка определения информационной емкости специальных номинаций и онтологических связей между терминами, имеющими совпадающие терминологические элементы. Для этого был проведен компонентный анализ терминов, образующих терминологические гнезда. Анализ дефиниций терминов, содержащих атрибуты *кулинарный, гастрономический, глуттонический*, позволил выделить следующие семы: еда / пища; вкусовые предпочтения; отношение к пище; приобретение, приготовление и потребление пищи; социальные и гендерные характеристики; национальная составляющая; традиционность; этические нормы. В результате компонентного анализа терминологические пары *гастрономическая картина мира / глуттоническая картина мира, гастрономическая коммуникация / глуттоническая коммуникация* были отнесены к понятийным синонимам, а терминологическая пара *гастрономический дискурс / глуттонический дискурс* – к терминологическим дуплетам.

Ключевые слова: *сфера еды и напитков, терминология, терминологические гнезда, специальные номинации, информационная емкость термина.*

E.V. Flyantikova

Grodno State Medical University,
Grodno, Belarus

Received: 23.11.2020

Accepted: 28.12.2020

Published: 28.04.2021

TERMINOLOGY USED IN LINGUISTIC PUBLICATIONS ON FOOD AND BEVERAGES

The linguists' interest to the field of food and beverages leads, on the one hand, to a large number of terms used to describe, differentiate and systematize the phenomena, processes and units specific to this area, and, on the other hand, to a terminological diversity that is not always reasonable. The present article aims to identify the terminology used in linguistic research related to the sphere of food and beverages, as well as to determine the informational capacity of terms based on the definitions given in academic publications. The article examines the terms used to define the picture of the world, communications and discourses related to the sphere of food and beverages: *culinary picture of the world, gastronomic picture of the world, gluttonic picture of the world, gastronomic communications, gluttonic communications, gastronomic discourse, culinary and gastronomic discourse, gluttonic discourse, restaurant discourse, food discourse, fast-food discourse*. The absolute majority of derivative compound terms is represented by attributive constructions, consisting of term-generating elements (*picture of the world, communications, discourse*) and defining term-attributes (*culinary, gastronomic, culinary-gastronomic, gluttonic*). The article highlights the terminological nests with the term-generating units related to *the picture of the world, communications and discourse*. It also identifies the signs for the analysis of concepts nominated by compound terms derived from the term element *discourse*: participants, chronotope, goals, values, precedent texts, and strategies. An attempt was also made to determine the informational capacity of special nominations, as well as to define the ontological connections between the terms with coinciding term elements. A component analysis of the terms (forming the terminological nests) was carried out for this purpose. The analysis of definitions of the terms containing the attributes *culinary, gastronomic, and gluttonic* made it possible to identify the following semes: food/nutrition; taste preferences; attitude to food; purchasing, preparation and consumption of food; social and gender characteristics; national component; traditionality; ethical standards. On the basis of the component analysis, the following terminological pairs – *gastronomic picture of the world/gluttonic picture of the world, gastronomic communication/gluttonic communication* – were attributed to notional synonyms, and the terminological pair – *gastronomic discourse/gluttonic discourse* – to terminological doublets.

Keywords: *food and beverage sphere, terminology, terminological nests, special nominations, informational capacity of a term.*

Введение

Еда и напитки являются жизненно важными компонентами существования человека. Одновременно еда и напитки представляют интерес с точки зрения изучения культуры и языка народа. Внимание, уделяемое лингвистами исследованиям, связанным с едой и напитками, порождает разнообразие терминов, используемых для номинации тех или иных явлений и процессов, характерных для данной сферы.

Цель данной статьи – выявить терминологию, используемую в лингвистических исследованиях, связанных со сферой еды и напитков, и определить информационную емкость терминов в основе на дефиниции, приводи-

мые в текстах научных публикаций. Материал в статье структурирован с учетом терминопорождающих элементов *картина мира*, *коммуникация*, *дискурс*, а также понятийных связей, существующих между производными терминами, содержащими совпадающие терминологические элементы-атрибуты.

Картина мира и коммуникация

Предпочтения в выборе еды и напитков, отношение к ним, ритуалы, обряды и табу, связанные с употреблением еды и напитков, культура питания – все это находит отражение в языке. Лингвисты, обращающиеся к сферам еды и напитков, культуры питания и т.д., говорят об особой части языковой картины мира, по отношению к которой ими используются различные термины (табл. 1).

Таблица 1

Термины для обозначения картины мира

Термины	Дефиниции
Гастрономическая картина мира [1–3]	«Концептуальная модель гастрономических пристрастий и глуттонических приоритетов, отражающаяся в специфике национальной номинации продуктов питания» [1]; «национальная картина гастрономических пристрастий и приоритетов, которая формируется под влиянием культурной картины мира и находит яркое воплощение в языке» [2, с. 69].
Глуттоническая картина мира [4]	«Картина мира, выражающая специфику человеческого бытия и его отношения к пище» [4, с. 7]; «представляет собой в широком социально-философском, лингвокультурологическом, когнитивно-прагматическом аспекте многоуровневый конструкт, отражающий взгляды различных этносов. Глуттоническую картину мира можно отнести к составляющей культурной картины мира. При этом прослеживается особая связь с языковой картиной мира» [4, с. 10].
Кулинарная картина мира [5]	Фрагмент языковой картины мира, который «выражает специфику человеческого бытия и его отношение к пище» [5, с. 157].

Термин *гастрономическая картина мира* соотносится с понятием *гастрономия* – «знание поваренного искусства и умение пользоваться его производными» [6, с. 168]. Тем не менее между понятиями *глuttonия* и *гастрономия* некоторые исследователи проводят параллели. Например, А.И. Державецкая глuttonию определяет как «лингвокультурную сферу гастрономии» [7, с. 469]. Также исследователи, использующие термин *гастрономическая картина мира*, связывают ее с «номинациями продуктов питания» [1] либо акцентируют внимание на «воплощении в языке» данной картины мира [2, с. 70]. При определении термина *глuttonическая картина мира* М.В. Удринцовой [4] делается акцент на многомерности данного явления, на его способности отражать взгляды этноса.

Также лингвистами отмечается наличие особой коммуникации, присущей сфере еды и напитков, их потребления и производства:

– гастрономическая коммуникация: «гастрономическая культура должна трактоваться как феномен коммуникации, и все элементы данного типа культуры следует рассматривать с точки зрения их наполненности коммуникативной информацией» [8, с. 117];

– глуттоническая коммуникация: «в массовой коммуникации одно из важнейших мест занимает коммуникация, связанная с состоянием пищевых ресурсов и процессами их обработки и потребления, обозначаемая нами глуттонической» [9, с. 158]; «коммуникация, связанная с состоянием пищевых ресурсов и процессами их обработки и потребления, обозначаемая нами глуттонической» [10, с. 12].

Таким образом, глуттоническая коммуникация рассматривается как один из видов коммуникации, обладающий специфической сферой функционирования, а гастрономическая коммуникация приравнивается к особому виду культуры (гастрономической). Следует отметить, что в работе, посвященной гастрономической коммуникации [8], наряду с данным термином используется термин *глуттоническая коммуникация*: «коды национальной глуттонической коммуникации» [8, с. 119].

Дискурс

Картина мира в процессе коммуникации находит отражение в дискурсе, под которым В.И. Карасик понимает «категорию лингвистики текста, тесно связанную с понятиями „речь“ и „текст“» [11 с. 198], включающую участников, условия, способы и материал общения [11, с. 200]. В лингвистических работах, посвященных сфере еды и напитков, особенностям питания, в номинации специфического для данной сферы дискурса также наблюдается значительное терминологическое разнообразие (табл. 2).

Таким образом, исследователями-лингвистами используются термины *гастрономический дискурс*, *глуттонический дискурс*, *кулинарный дискурс*, *кулинарно-гастрономический дискурс*, *пищевой дискурс*, *ресторанный дискурс*, *фастфуд дискурс*. Наиболее распространенным является термин *гастрономический дискурс*. К тому же ряд исследователей [4; 9; 16; 17; 18] рассматривают термины *гастрономический дискурс* и *глуттонический дискурс* как синонимичные: «гастрономический дискурс, иначе именуемый глуттоническим» [17, с. 125]; «под гастрономическим, или глуттоническим, дискурсом» [27, с. 86]; «особый вид вербально-социального дискурса – гастрономический (глуттонический)» [4, с. 3].

Таблица 2

Термины для обозначения дискурса

Термины	Дефиниции
Гастрономический дискурс [4, 9, 10, 12–15]	«Гастрономический дискурс представляет собой личностно-ориентированный тип так называемой глуттонической коммуникации (от лат. <i>gluttonare</i> – есть, питаться, пожирать, объедаться), носящей институциональный характер» [9, с. 157]; «личностно-ориентированный тип коммуникации, которая носит институциональный характер» [10, с. 5]; «смешанный тип коммуникации, личностно-ориентированный, проявляемый в бытовой (обиходной) сфере общения, и статусно-ориентированный, носящий институциональный характер» [10, с. 12]; «под гастрономическим, или глуттоническим, дискурсом мы понимаем особый вид вербально-социального дискурса, целью которого является достижение определенного вида коммуникации, а именно глуттонической» [4, с. 6]; «гастрономический дискурс личностно ориентирован и представляет собой знаковую систему, лингвосемиотическое пространство которой организовано в соответствии с такими параметрами, как специфические знаки национальной культуры и самоидентификации этноса, социальные и гендерные характеристики, а также прочие факторы, оказывающие воздействие на потребителя» [12, с. 14]; «это тип смешанной коммуникации, который может совершаться в процессе приобретения, приготовления и потребления пищевых продуктов, а главное – в оценке качества блюд, искусстве их подачи» [13, с. 26]; «особое использование языка, в данном случае русского, функционирующего в сфере «повседневной культуры» для выражения особой ментальности, что проявляется в названиях продуктов, национальных предпочтений в еде, специфических поведенческих сценариев [14, с. 118]; «гастрономический дискурс представляет собой систему, отражающую особенности национальной культуры, обладающую социальными и гендерными характеристиками, являющуюся особым видом общения, при котором используются определенные профессионально ориентированные знаки – терминология, устойчивые обороты, характерные морфосинтаксические структуры» [15, с. 8].
Глуттонический дискурс [4, 18–20]	«Глуттонический дискурс представляет особый вид социального дискурса, целью которого является достижение оптимальной коммуникации в гастрономической сфере, где учитываются участники, условия, способы общения, среда, в которой осуществляется коммуникация, место и время коммуникации, цели и мотивы, а также жанр и стиль речи» [4, с. 6]; «особый вид вербально-социального дискурса, целью которого является достижение определенного вида коммуникации, а именно глуттонической» [18, с. 46]; «особый тип дискурса, который непосредственно разворачивается вокруг концептосферы «еда, потребление пищи» [19, с. 161].

Окончание табл. 2

Термины	Дефиниции
Кулинарный дискурс [21, 22]	Это дискурс, в котором «контекстом или коммуникативным событием» являются блюда и кухни народов мира, а также способы их приготовления [21, с. 302]; «необходимым элементом кулинарного дискурса является культурный контекст, определяющий время приема пищи, застольный этикет, степень официальности и религиозность ритуалов» [22, с. 57].
Кулинарно-гастрономический дискурс [23]	—
Пищевой дискурс [24]	—
Ресторанный дискурс [23, 25]	«Ресторанный дискурс представляет собой наиболее институализированную разновидность кулинарно-гастрономического дискурса, и в нем реализуется дискурсивная практика специфического экспертно-профессионального сообщества (рестораторов, работников ресторанного бизнеса и ресторанных критиков)» [23, с. 117].
Фастфуд дискурс [25, 26]	«Фастфуд является гастрономическим дискурсом, неизбежно вовлекающим каждого человека и, в определенном смысле, неизбежно провоцирующим его на активное потребление» [26, с. 260].

Некоторые исследователи [4, 9, 10, 15], обращаясь к понятию *дискурс*, выделяют в нем специфические признаки: «общение + текст кулинарного рецепта + контекст» [15, с. 11]; «общение базовой пары – служащего заведения общественного питания и посетителя ..., время, закрепленное за кулинарным производственным процессом и обслуживанием посетителей ..., место, где происходит соответствующая работа по приготовлению пищи и обслуживание посетителей, ... тексты кулинарных рецептов» [10, с. 13]; «фрагмент текста или речи, связанный с процессом питания, при котором учитываются участники, условия, способы общения, среда, в которой протекает разговор, место и время коммуникации, цели и мотивы, а также жанр и стиль речи» [27, с. 87]; «конститутивными признаками англоязычного гастрономического дискурса, представляющего собой лично ориентированный тип общения, являются участники, хронотоп, цель и ценности англоязычных этносов» [12, с. 13]; «участники, хронотоп, структурные организаторы, цели» [21, с. 303]. Анализ лингвистических работ позволил нам выделить признаки, по которым могут различаться понятия, номинированные составными единицами, производными от терминологического элемента *дискурс*: участники, хронотоп, цели, ценности, прецедентные тексты, стратегии. Ниже каждый из видов дискурса описан в терминах значений названных выше признаков, выделенных на основе анализа научных источников.

I. Гастрономический дискурс:

1. Участники: «базовая пара – служащий заведения общественного питания и посетитель» [10, с. 13]; «служащий заведения общественного питания и посетитель, общение служащих и посетителей друг с другом и между собой, беседа официанта с посетителем, посетителей между собой; общение поваров, общение официантов, метрдотелей с поварами, подсобными работниками, поставщиками, общение домочадцев в момент приема ими пищи» [9, с. 158]; «агент, то есть человек, обладающий большим опытом, навыками, умениями, знаниями в области глuttonии, или служащий заведения общественного питания (например, waiter), и клиент, то есть человек, намеревающийся что-либо приготовить, или посетитель заведения общественного питания (client)» [12, с. 13]; «рестораторы, повара, сомелье, официанты, а также журналисты, редакторы путеводителей, инспекторы, пишущие отчеты, колумнисты, фуд-блоггеры и адресаты: читатели, потенциальные клиенты. Базовая пара общения: журналист (инспектор, критик) – клиент, читатель» [13, с. 26];

2. Хронотоп: «время, закрепленное за кулинарным производственным процессом и обслуживанием посетителей ..., место, где происходит соответствующая работа по приготовлению пищи и обслуживание посетителей» [10, с. 13]; «время, в течение которого осуществляется приготовление пищи (кулинарный производственный процесс); время, отведенное на обслуживание посетителей заведения общественного питания (дневное, вечернее, ночное, круглосуточное в зависимости от типа заведения; место, где происходит соответствующая работа по приготовлению пищи; место, где происходит обслуживание посетителей (локус общественного питания – столовая, бар, закусочная, кафе, ресторан, клуб, бистро, уличный вагончик стрит-вендора с «быстрой едой»); место, где принимают пищу резиденты (домашняя кухня, домашняя столовая» [9, с. 158]; «время (хронос), закрепленное за кулинарным производственным процессом и обслуживанием посетителей любого заведения общественного питания, и место (топос), где происходит соответствующая работа по приготовлению пищи и обслуживанию посетителей» [12, с. 13]; «ресторан, редакция (рабочее место журналиста), текстовое пространство, виртуальное пространство. Необходимо принимать во внимание субъективное видение хронотопа: интерьер ресторана, декор, столовые приборы, скатерти, саму атмосферу заведения, уровень обслуживания и внешний вид персонала» [13, с. 27];

3. Цели: «формирование как пищевых предпочтений потребителя, так и культурных доминант (столовый этикет, правила поведения за столом и т.д.), связанных с поддержанием жизни посредством потребления пищи» [10, с. 13]; «передача опыта или обучение, ознакомление с кулинарной культурой и традициями других народов, оценка какого-либо рецепта на основа-

нии своего опыта, формирование пищевых предпочтений и пищевых доминант (столовый этикет, правила поведения за столом и т.д.)» [12, с. 14]; «проинформировать потребителя о качестве предлагаемой заведением еды, сформировать здоровые гастрономические привычки, повысить культуру потребления, воздействовать на рестораторов, чтобы повысить качество еды» [13, с. 27];

4. Ценности: «воспитание этических и эстетических норм поведения потребителей» [10, с. 13]; «ценности гастрономического дискурса, сконцентрированные по отношению к процессу приготовления пищи (прагматическое, ритуальное, эстетическое), выражаются в воспитании этических и эстетических норм поведения потребителей, а также в классовых различиях потребителей пищи» [12, с. 14]; «изысканный вкус, приготовление еды, тонкости кулинарного искусства» [13, с. 27];

5. Прецедентные тексты: «тексты кулинарных рецептов» [10, с. 13]; «фрагмент текста или речи, связанный с процессом питания» [4, с. 6]; «путеводители и материалы ... журналов, книг, веб-страниц, посвященных кулинарной тематике, представляющие собой феномен лингвовизуальной коммуникации и выступающие средством отражения информации о самоидентификации народов» [12, с. 14];

6. Стратегии: «как можно более профессионально, с учетом всех требований обслужить участника коммуникации (клиента, посетителя)» [12, с. 14]; «информирования, критики, оценки, профессионализма, объективности» [13, с. 27].

II. Глуттонический дискурс:

1. Участники: «представители сферы питания – кулинары, повара, официанты, а также люди, изучающие гастрономию, зрители, читатели кулинарных передач, блогов, клиенты учреждений питания» [18, с. 48];

2. Хронотоп: «обстановки, типичные для гастрономического диалога, – кухня, ресторан» [18, с. 48];

3. Цели: «достижение оптимальной коммуникации в гастрономической сфере» [4, с. 6];

4. Ценности: «формирование норм морали, этикета, составление мировоззрения и даже вкусовых предпочтений у потребителя» [18, с. 48]; «формирование норм морали, этикета, составление мировоззрения и даже вкусовых предпочтений у потребителя» [20, с. 121];

5. Прецедентные тексты: «тексты меню, рецептов, кулинарных путеводителей (гидов), гастрономические фрагменты в художественных текстах, гастрономическая реклама, кулинарные теле- и радиопередачи, инструкции по приготовлению блюд на упаковках пищевых продуктов и т.д.» [4, с. 6]; «кулинарные книги, блоги, книги рецептов» [18, с. 48]; «меню, рецепты, кулинарные шоу, рекламные ролики продуктов» [19, с. 161];

6. Стратегии: значение признака не определено.

III. Кулинарный дискурс:

1. Участники: «автор – эксперт в кулинарии и повар-любитель» [21, с. 303];
2. Хронотоп: «время соответствует имеющимся в распорядке дня человека приемам пищи» [21, с. 303];
3. Цели: «передать кулинарный опыт, научить готовить правильно, возбуждать интерес к приготовлению незнакомых блюд, дать оценку полезности блюд и ингредиентов, познакомить с кулинарной культурой других народов» [21, с. 303];
4. Ценности: «преобладание оценочной шкалы по отношению к процессу приготовления пищи и самому блюду в целом» [21, с. 303];
5. Прецедентные тексты: «рецепты и статьи кулинарной тематики» [21, с. 303];
6. Стратегии: значение признака не определено.

IV. Кулинарно-гастрономический дискурс:

1. Участники: значение признака не определено;
2. Хронотоп: значение признака не определено;
3. Цели: «целью кулинарно-гастрономического дискурса является вербально-семиотическое описание процесса приготовления пищи» [4, с. 6];
4. Ценности: значение признака не определено;
5. Прецедентные тексты: значение признака не определено;
6. Стратегии: значение признака не определено.

V. Ресторанный дискурс:

1. Участники: значение признака не определено;
2. Хронотоп: «all-dayrestaurant (ресторан для повседневного посещения): также номинируется как bistro (французско-русская лексема-заимствование), gastro-pub» [25, с. 169];
3. Цели: значение признака не определено;
4. Ценности: значение признака не определено;
5. Прецедентные тексты: значение признака не определено;
6. Стратегии: значение признака не определено.

Анализ работ, посвященных пищевому дискурсу [24], фастфуд дискурсу [25; 26], кулинарно-гастрономическому дискурсу [23] и ресторанному дискурсу [23; 25], либо не позволил выделить признаки, соответствующие понятиям, номинированным данными терминами (пищевой и фастфуд дискурсы), либо позволил выделить частично (цели – для кулинарно-гастрономического дискурса; хронотоп – для ресторанного дискурса).

Понятийная соотнесенность терминов

Термины, отмеченные в проанализированных лингвистических работах, формируют терминологические гнезда, сравнение которых позволяет выявить сходство актуализирующих терминоэлементов у производных со-

ставных единиц, что обусловлено имманентной связью между понятиями, номинированными терминопорождающими элементами:

– *кулинарная* картина мира, *кулинарный* дискурс, *кулинарно-гастрономический* дискурс;

– *гастрономическая* картина мира, *гастрономическая* коммуникация, *гастрономический* дискурс, *кулинарно-гастрономический* дискурс;

– *глуттоническая* картина мира, *глуттоническая* коммуникация, *глуттонический* дискурс.

Абсолютное большинство производных составных терминов представляют собой атрибутивные конструкции, состоящие из терминопорождающих (картина мира, коммуникация, дискурс) и определяющих терминоэлементов – атрибутов (кулинарный, гастрономический, кулинарно-гастрономический, глуттонический). Атрибуты мотивированы следующими терминами: кулинарный – кулинария, гастрономический – гастрономия, глуттонический – глуттония. Однако наличие данных атрибутов в структуре составных терминов не дает однозначного понимания их информационной емкости. С целью выявления информационной емкости, а также отнологических связей между терминами, имеющими совпадающие терминоэлементы-атрибуты, была предпринята попытка компонентного анализа с использованием текстов лингвистических работ, содержащих такие термины.

Анализ дефиниций терминов, содержащих атрибуты *кулинарный*, *гастрономический*, *глуттонический*, позволил выделить следующие семы: еда / пища; вкусовые предпочтения; отношение к пище; приобретение, приготовление и потребление пищи; социальные и гендерные характеристики; национальная составляющая; традиционность; этические нормы. Далее в таблицах (табл. 3–5) представлено наличие / отсутствие той или иной выделенной семы в семной структуре терминов, объединенных общим атрибутом.

Таблица 3

Семная структура терминов с атрибутом *гастрономический*

Семы \ Термины	<i>Гастрономический(ая)</i>		
	картина мира	коммуникация	дискурс
Еда / пища	+	+	+
Вкусовые предпочтения	+	+	+
Отношение к пище	+	–	–
Приобретение, приготовление и потребление пищи	+	+	+
Социальные и гендерные характеристики	–	–	+
Национальная составляющая	+	+	+
Традиционность	+	–	+
Этические нормы	–	–	+

Интегральные семы: еда / пища; вкусовые предпочтения; приобретение, приготовление и потребление пищи; национальная составляющая.

Таблица 4

Семная структура терминов с атрибутом *глуттонический*

Семы \ Термины	Глуттонический(ая)		
	картина мира	коммуникация	дискурс
Еда / пища	+	+	+
Вкусовые предпочтения	–	–	+
Отношение к пище	+	–	–
Приобретение, приготовление и потребление пищи	+	+	+
Социальные и гендерные характеристики	–	–	+
Национальная составляющая	+	+	+
Традиционность	–	–	–
Этические нормы	–	–	+

Интегральные семы: еда / пища; приобретение, приготовление и потребление пищи; национальная составляющая.

Использование терминоэлемента *кулинарный* лишь символизирует отношение к сфере еды (интегральная сема *еда / пища*), но не выполняет функцию идентификации информационной емкости составных терминов, включающих этот атрибут. Наличие общих сем у терминов, содержащих атрибуты *гастрономический* или *глуттонический*, требует сопоставления для выявления отличий их информационной емкости.

В табл. 5 приведены интегральные и дифференциальные семы терминов *гастрономическая картина мира* – *глуттоническая картина мира*, *гастрономическая коммуникация* – *глуттоническая коммуникация*, *гастрономический дискурс* – *глуттонический дискурс*. В таблице наличие семы в семной структуре термина отмечено знаком «+», отсутствие семы – знаком «–».

Сопоставление данных таблиц показывает, что в паре *гастрономическая картина мира* / *глуттоническая картина мира* отмечено присутствие 4 интегральных сем из 8, в паре *гастрономическая коммуникация* / *глуттоническая коммуникация* – 3 интегральные семы из 8, в паре *гастрономический дискурс* / *глуттонический дискурс* – 6 интегральных сем из 8. Таким образом, можно сделать вывод о том, что термины, образующие пары *гастрономическая картина мира* / *глуттоническая картина мира* и *гастрономическая коммуникация* / *глуттоническая коммуникация*, целесообразно рассматривать как понятийные синонимы, а термины *гастрономический дискурс* / *глуттонический дискурс* – как терминологические дубликаты, что подтверждается рядом лингвистических работ, в которых эти термины взаимозаменяемы [4, 16–18, 27].

Таблица 5

Интегральные и дифференциальные семы

Семы \ Термины	Гастрономический(ая) / глуттонический(ая)		
	картина мира	коммуникация	дискурс
Еда / пища	+ / +	+ / +	+ / +
Вкусовые предпочтения	+ / –	+ / –	+ / +
Отношение к пище	+ / +	– / –	– / –
Приобретение, приготовление и потребление пищи	+ / +	+ / +	+ / +
Социальные и гендерные характеристики	– / –	– / –	+ / +
Национальная составляющая	+ / +	+ / +	+ / +
Традиционность	+ / –	– / –	+ / –
Этические нормы	– / –	– / –	+ / +

Заключение

Изучение сферы еды и напитков лингвистами приводит к появлению ряда терминов (*кулинарная картина мира, гастрономическая картина мира, глуттоническая картина мира, гастрономическая коммуникация, глуттоническая коммуникация, гастрономический дискурс, кулинарно-гастрономический дискурс, глуттонический дискурс, ресторанный дискурс, пищевой дискурс, фастфуд дискурс*), используемых для закрепления результатов познания в данной сфере.

Анализ признаков, приписываемых кулинарному, гастрономическому и глуттоническому дискурсам, позволил сделать следующие выводы:

– для кулинарного дискурса характерен более узкий круг участников, которые включены в круг участников гастрономического и глуттонического дискурсов; участники гастрономического и глуттонического дискурсов практически идентичны;

– наиболее полно в лингвистических трудах описан хронотоп гастрономического дискурса; хронотоп, характерный для кулинарного и глуттонического дискурсов, является составляющей хронотопа гастрономического дискурса;

– для гастрономического дискурса характерно большее количество целей, среди которых присутствуют цели, присущие кулинарному и глуттоническому дискурсам;

– ценности гастрономического и глуттонического дискурсов не только включают ценности, характерные для кулинарного дискурса, но и характеризуются более широким спектром (мораль, этикет, вкусовые предпочтения, мировоззрение (глуттонический дискурс));

– прецедентные тексты гастрономического и глуттонического дискурсов практически идентичны и включают в свой состав прецедентные тексты, характерные для кулинарного дискурса;

– стратегии были отмечены лишь в лингвистических работах, посвященных гастрономическому дискурсу [12, 13].

Используемые в лингвистических работах термины (*кулинарная картина мира*, *гастрономическая картина мира*, *глуттоническая картина мира*; *гастрономическая коммуникация*, *глуттоническая коммуникация*; *гастрономический дискурс*, *кулинарно-гастрономический дискурс*, *кулинарный дискурс*, *глуттонический дискурс*) входят в терминологические гнезда с терминообразующими единицами *картина мира*, *коммуникация*, *дискурс*. Производные составные термины представляют собой атрибутивные конструкции, причем ряд терминоэлементов-атрибутов совпадает во всех трех гнездах.

Компонентный анализ позволил определить, что использование терминоэлемента *кулинарный* лишь символизирует отношение к сфере еды, но не выполняет функцию идентификации информационной емкости составных терминов *кулинарная картина мира* и *кулинарный дискурс*. Было также установлено, что термины, образующие пары *гастрономическая картина мира* / *глуттоническая картина мира* и *гастрономическая коммуникация* / *глуттоническая коммуникация*, по своей информационной емкости находятся в отношении примерной эквивалентности, что соответствует понятийной синонимии. В то же время термины *гастрономический дискурс* / *глуттонический дискурс* целесообразно рассматривать как терминологические дублиеты.

Список литературы

1. Ермакова Л.Р. Глуттоническая номинация в этнокультурном аспекте [Электронный ресурс]. – URL: http://www.rusnauka.com/28_PRNT_2011/Philologia/9_94631.doc.htm (дата обращения: 14.05.2019).
2. Путова И.Н. Гастрономическая картина мира американского военнослужащего // Международный научно-исследовательский журнал. – 2016. – № 12-2 (54). – С. 69–71.
3. Катермина В.В. Гастрономическая картина мира в английской неологии: лингвокультурологический аспект // Лингвокультурология. – 2017. – Вып. 11. – С. 33–47.
4. Ундрицова М.В. Глуттонический дискурс: лингвокультурологические, когнитивно-прагматические и переводческие аспекты (на материале русского, английского, французского и греческого языков): автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 2015. – 21 с.
5. Добренко Е. Гастрономический коммунизм: вкусное vs здоровое // Неприкосновенный запас: дебаты о политике и культуре. – 2009. – № 2. – С. 155–173.
6. 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. / отв. ред. Ю.А. Сорокин, М.Р. Желтухина. – М.: Азбуковник, 2003. – С. 167–201.

7. Державецкая И.А. Глуттоническая лексика и проблемы ее перевода // Ученые записки Таврич. нац. ун-та им. В.И. Вернадского. – 2013. – Т. 26 (65). – С. 466–470.

8. Седых А.П. Гастрономическая коммуникация как диалог культур: русские и французы // Диалоги без границ: язык, культура, карьера: сб. материалов междунар. науч.-практ. конф. (Белгород, 10-11 нояб. 2016 г.). – Белгород, 2017. – С. 116–123.

9. Олянич А.В. Гастрономический дискурс // Дискурс-Пи. – 2015. – № 2 (19). – С. 157–160.

10. Головницкая Н.П. Лингвокультурные характеристики немецкоязычного гастрономического дискурса: автореф. дис. ... канд. фил. наук. – Волгоград, 2007. – 23 с.

11. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.

12. Земскова А.Ю. Лингвосемиотические характеристики англоязычного гастрономического дискурса: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Волгоград, 2009. – 22 с.

13. Косицкая Ф.Л., Зайцева И.Е. Французский гастрономический дискурс и его жанровая палитра // Вестник ТГПУ. – 2007. – № 2 (167). – С. 25–30.

14. Файзуллина И.И. Номинация гастрономического дискурса: отражение в языковом сознании жителей полиэтничного города // Вестник Нижегород. ун-та им. Н.И. Лобачевского. – 2012. – № 5 (3). – С. 118–125.

15. Буркова П.П. Кулинарный рецепт как особый тип текста (на материале русского и немецкого языков): автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Ставрополь, 2004. – 22 с.

16. Чередникова Е.А. Аксиологические характеристики гастрономического дискурса // Вестник МГОУ. Сер. Лингвистика. – 2011. – № 5. – С. 78–82.

17. Чередникова Е.А. Лингвоаксиологический аспект паремийного фонда гастрономического дискурса // Научная мысль Кавказа. – 2011. – № 3 (67). – С. 125–131.

18. Федорова К.М., Руфова Е.С. Глуттонический дискурс как объект лингвистического исследования // Наука, образование и культура. – 2016. – № 9 (12). – С. 45–48.

19. Гафиров Д.Д. Сложности перевода глуттонического дискурса (на примере перевода кулинарных рецептов) // Terralingua. – 2017. – № 81 (06). – С. 161–164.

20. Структурно-семантические особенности названий англоязычных блюд / С.Н. Иванова, Е.С. Мучкина, Н.В. Немчинова, С.Г. Селихова // Современные исследования социальных проблем. – 2019. – Т. 11, № 5-1. – С. 119–133.

21. Маркарян К.А., Данилова И.И. Особенности кулинарного дискурса (на материале англоязычных и немецкоязычных изданий) // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2015. – № 3-1. – С. 302–304.

22. Жарски В. Анализ кулинарного дискурса (методологические заметки) // Дискурс в академическом пространстве: материалы Междунар. круглого стола (Минск, 3–5 апр. 2009 г.). – Минск, 2010. – С. 55–60.

23. Павлова Е.Б. Жанрово-дискурсивные характеристики британского ресторанного интернет-дискурса // Научный диалог. – 2017. – № 8. – С. 116–130.

24. Китайгородская М.В., Розанова Н.Н. Тема пищи в повседневной разговорной речи: характеристики еды сквозь призму актуальных противопоставлений // Московский лингвистический журнал. – 2003. – Т. 6, № 2. – С. 7–48.

25. Козько Н.А., Пожидаева Е.В. Современный британский ресторанный дискурс: лингвокультура питания и питья // Вестник ЛГУ – Ленинград. гос. ун-та им. А.С. Пушкина. – 2012. – Т. 1, № 4. – С. 166–175.

26. Сохань И.В. Фаст-фуд как актуальная гастрономическая практика потребления // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2011. – Т. 4, № 5. – С. 260–269.

27. Удринцова М.В. Гастрономический дискурс: лингвокультурологические и переводческие аспекты // Вестник Моск. ун-та. Сер. 22. Теория перевода. – 2012. – № 2. – С. 86–91.

References

1. Ermakova L.R. Gliuttonicheskaia nominatsiia v etnokul'turnom aspekte [Gluttonic nomination in the ethnocultural aspect]. Available at http://www.rusnauka.com/28_PRNT_2011/Philologia/9_94631.doc.htm (accessed 14.05.19).

2. Putova I.N. Gastronomicheskaiia kartina mira amerikanskogo voennosluzhashchego [The gastronomical worldview of American soldier]. *Mezhdunarodnyi nauchno-issledovatel'skii zhurnal*, 2016, no. 12-2 (54), pp. 69–71.

3. Katermina V.V. Gastronomicheskaiia kartinamira v angliiskoi neologii: lingvokul'turologicheskii aspekt [Gastronomic picture of the world in English neology: Linguocultural aspect]. *Lingvokul'turologiia*, 2017, iss. 11, pp. 33–47.

4. Undritsova M.V. Gliuttonicheskii diskurs: lingvokul'turologicheskie, kognitivno-pragmaticheskie i perevodcheskie aspekty (namateriale russkogo, angliiskogo, frantsuzskogo i grecheskogo iazykov) [Gluttonic discourse: Linguocultural, cognitive-pragmatic and translation aspects (based on the material of Russian, English, French and Greek languages)]. Abstract of Ph.D. thesis. Moscow, 2015, 21 p.

5. Dobrenko E. Gastronomicheskii kommunizm: vkusnoe vs zdravoe [Gastronomic communism: Tasty vs healthy]. *Neprikosnovennyi zapas: debaty o politike i kul'ture*, 2009, no. 2, pp. 155–173.

6. Olianich A.V. Gastronomicheskii diskurs v sisteme massovoi kommunikatsii: semantiko-semiot. kharakteristiki [Gastronomic discourse in the system of mass communication: Semantic and semiotic characteristics]. *Massovaia kul'tura na rubezhe XX–XXI vekov: chelovek i ego diskurs*. Eds. Iu.A. Sorokin, M.R. Zheltukhina. Azbukovnik, 2003, pp. 167–201.

7. Derzhavetskaia I.A. Gliuttonicheskaia leksika i problemy ee perevoda [Gluttonic vocabulary and problems of its translation]. *Uchenye zapiski Tavricheskogo natsional'nogo universiteta imeni V.I. Vernadskogo*, 2013, vol. 26 (65), pp. 466–470.

8. Sedykh A.P. Gastronomicheskaiia kommunikatsiia kak dialog kul'tur: russkie i frantsuzy [Gastronomic communication as a dialogue of cultures: Russians and French]. *Dialogi bez granits: iazyk, kul'tura, kar'era*. Proc. Acad. Conf. (Belgorod, Nov.10–11, 2016). Belgorod, 2017, pp. 116–123.

9. Olianich A.V. Gastronomicheskii diskurs [Gastronomic discourse]. *Diskurs-Pi*, 2015, no. 2 (19), pp. 157–160.

10. Golovnitskaia N.P. Lingvokul'turnye kharakteristiki nemetskoiazychnogo gastronomicheskogo diskursa [Linguocultural characteristics of the German-speaking gastronomic discourse]. Abstract of Ph. D. thesis. Volgograd, 2007, 23 p.

11. Karasik V.I. Iazykovoi krug: lichnost', kontsepty, diskurs [Language circle: Personality, concepts, discourse]. Volgograd, Peremena, 2002, 477 p.
12. Zemskova A.Iu. Lingvosemioticheskie kharakteristiki angloiazыchnogo gastronomicheskogo diskursa [Semiotic linguistic characteristics of the English-speaking gastronomic discourse]. Abstract of Ph. D. thesis. Volgograd, 2009, 22 p.
13. Kositskaia F.L., Zaitseva I.E. Frantsuzskii gastronomicheskii diskurs i ego zhanrovaia palitra [French gastronomy discourse and its speech genre palette]. *Vestnik TGPU*, 2007, no. 2 (167), pp. 25–30.
14. Faizullina I.I. Nominatsiia gastronomicheskogo diskursa: otrazhenie v iazykovom soznanii zhitelei polietnichnogo goroda [Nominations in gastronomic discourse as a reflection of the language consciousness of a modern ufa townsman]. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N.I. Lobachevskogo*, 2012, no. 5, pp. 118–125.
15. Burkova P.P. Kulinarnyi retsept kak osobyi tip teksta (na material russkogo i nemetskogo iazykov) [Culinary recipe as a special type of text (based on the material of Russian and German languages)]. Abstract of Ph. D. thesis. Stavropol, 2004, 22 p.
16. Cherednikova E.A. Aksiologicheskie kharakteristiki gastronomicheskogo diskursa [Axiological characteristics of gastronomic discourse]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Ser. Lingvistika*, 2011, no. 5, pp. 78–82.
17. Cherednikova E.A. Lingvoaksiologicheskii aspekt paremiinogo fonda gastronomicheskogo diskursa [Linguoaxiological aspect of proverbial corpus in gastronomic discourse]. *Nauchnaia mys' Kavkaza*, 2011, no. 3 (67), pp. 125–131.
18. Fedorova K.M., Rufova E.S. Gliuttonicheskii diskurs kak ob"ekt lingvisticheskogo issledovaniia [Gluttonic discourse as an object of linguistic research]. *Nauka, obrazovanie i kul'tura*, 2016, no. 9 (12), pp. 45–48.
19. Gafirova D.D. Slozhnosti perevoda gliuttonicheskogo diskursa (na primere perevoda kulinarnykh retseptov) [Difficulties in translating gluttonic discourse (by the example of translating culinary recipes)]. *Terralinguage*, 2017, no. 81 (06), pp. 161–164.
20. Ivanova S.N., Muchkina E.S., Nemchinova N.V., Selikhova S.G. Strukturno-semanticheskie osobennosti nazvanii angloiazыchnykh bliud [Structural semantic features of the names of English dishes]. *Sovremennye issledovaniia sotsial'nykh problem*, 2019, vol. 11, no. 5-1, pp. 119–133.
21. Markarian K.A., Danilova I.I. Osobennosti kulinarnogo diskursa (na materiale angloiazыchnykh i nemetskoiiazыchnykh izdaniia) [Peculiarities of culinary discourse (based on material from English and German editions)]. *Aktual'nye problemy gumanitarnykh i estestvennykh nauk*, 2015, no. 3-1, pp. 302–304.
22. Zharski V. Analiz kulinarnogo diskursa (metodologicheskie zametki) [Culinary discourse analysis (methodological notes)]. *Diskurs v akademicheskoi prostranstve*. Proc. Int. Round-Table Discussion (Minsk, Apr. 3–5, 2009). Minsk, 2010, pp. 55–60.
23. Pavlova E.B. Zhanrovo-diskursivnye kharakteristiki britanskogo restorannogo internet-diskursa [Genre and discursive characteristics of British restaurant internet discourse]. *Nauchnyi dialog*, 2017, no. 8, pp. 116–130.
24. Kitaigorodskaiia M.V., Rozanova N.N. Tema pishchi v povsednevnoi razgovornoj rechi: kharakteristiki edy skvoz' prizmu aktual'nykh protivopostavlenii [The topic of food in everyday colloquial speech: Characteristics of food through the prism of actual oppositions]. *Moskovskii lingvisticheskii zhurnal*, 2003, vol. 6, no. 2, pp. 7–48.

25. Koz'ko N.A., Pozhidaeva E.V. Sovremennyi britanskii restorannyi diskurs: lingvokul'tura pitaniia i pitiia [Contemporary British restaurant discourse: Language of food and drinking culture]. *Vestnik Leningradsko gosudarstvennogo universiteta im. A.S. Pushkina*, 2012, vol. 1, no. 4, pp. 166–175.

26. Sokhan' I.V. Fast-fud kak aktual'naia gastronomicheskaia praktika potrebleniia [Fast food as actual gastronomic consumer practice]. *Zhurnal sotsiologii i sotsial'noi antropologii*, 2011, vol. 4, no. 5, pp. 260–269.

27. Udrintsova M.V. Gastronomicheskii diskurs: lingvokul'turologicheskie i perevodcheskie aspekty [Gastronomicdiscourse: Linguo-cultural and translation aspects]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 22. Teoriia perevoda*, 2012, no. 2, pp. 86–91.

Сведения об авторе

ФЛЯНТИКОВА Елена Викторовна

e-mail: alena-flint@mail.ru

Магистр, старший преподаватель кафедры русского и белорусского языков, Гродненский государственный медицинский университет (Гродно, Беларусь)

About the author

Elena V. FLYANTIKOVA

e-mail: alena-flint@mail.ru

Master, Senior Lecturer, Department of the Russian and Belarusian Languages, Grodno State Medical University (Grodno, Republic of Belarus)