

И.Н. Гребёнкина
Национальный исследовательский
Томский политехнический университет

Неологические тенденции в гастрономической лексике французского языка

В статье рассматриваются актуальные тенденции образования неологизмов во французской гастрономической лексике, среди которых можно выделить интернационализацию, англизацию, американизацию и контаминацию как основные способы образования новых гастрономических терминов интернационального характера.

Ключевые слова: французский язык; гастрономическая лексика; гастроним; неологические тенденции; англизация; интернационализация; контаминация.

Французская гастрономия, внесенная в ноябре 2010 года в список Всемирного культурного нематериального наследия ЮНЕСКО, считается одной из лучших в мире. Французская кухня имеет давнюю богатую историю. Именно французы превратили простой прием пищи в настоящий элитный ритуал, именно во Франции открылись первые рестораны, именно французские шеф-повара научились готовить из простой крестьянской еды изысканные блюда высокой кухни [2, с. 23]. Став законодательницей мирового кулинарного искусства, французская гастрономия по сей день сохраняет свой интернациональный характер и оказывает огромное влияние на гастрономию разных стран.

Поэтому именно французский язык обладает одним из самых объемных корпусов гастрономической лексики – гастронимов. Согласно Т.А. Тагановой, гастронимами называются все «концепты, относящиеся к сфере «еда» [1, с. 38].

Под влиянием французской культуры многие гастронимы французского языка прочно вошли в лексику разных языков, в том числе и русский, например: *круассан, пюре, бриошь, деликатес, льезон, майонез, фритюр, Бешамель* и многие другие.

Но и сам французский корпус гастрономической лексики под влиянием различных веяний и событий, происходящих в обществе и мире, постоянно изменяется, обновляется и пополняется новыми гастронимами.

Одним из способов неологизации гастрономической лексики французского языка является языковая интернационализация. Тенденция к интернационализации гастронимов французского языка обусловлена усилением международного взаимодействия, следованием веяниям кулинарной моды и новыми пищевыми предпочтениями. Так во французском языке появились *bretzel, schnaps, strudel, vermouth*, который пришли из немецкого языка; *pannacotta, tiramisu, spaghetti, pizza* – из итальянского;

fast-food, hamburger, hot-dog, ketchup – из английского; *couscous, falafel, taboulé, tajine* – из арабского; *boulgour, houmous, kébab* – из турецкого; *sushi, maki, teriyaki, wasabi* – из японского и многие другие. Эти гастрономии понятны без перевода и в других европейских языках, в том числе и в русском.

В настоящее время литературные языки Европы подвергаются активной англоизации и американизации, поскольку процессы глобализации проходят под эгидой англо-саксонской и американской культур и английского языка.

Англицизмы и американизмы, продвигаемые маркетингом, рекламой и интернетом, используются часто для обозначения новых модных явлений и тенденций в гастрономии. Так, например, *le batch cooking* (с англ. «готовить порциями», «впрок») используется для обозначения нового модного способа приготовления меню на неделю или даже на месяц за один раз, *le clean eating* (букв. с англ. «чистое питание») – для обозначения модной диеты, основанной на употреблении цельных продуктов и отказе от полуфабрикатов и других обработанных пищевых продуктов, а в меню ресторанов можно встретить новое модное и очень популярное блюдо *le bowl* или *le poke bowl* (*bowl* с англ. «чаша»), пришедшее из гавайской кухни, а также *les cookies* – песочное печенье, *l'apple pie* – яблочный пирог, *le banana split* – десерт из мороженого [3]. Хотя во французском языке для обозначения этих явлений вполне найдутся собственные французские более понятные слова и выражения: *le repas en lot* для *le batch cooking*, *manger propre* для *le clean eating*, *le bol* вместо *le bowl*, *les biscuits* вместо *les cookies*.

Иногда для того, чтобы сделать какое-то гастрономическое явление более модным и современным достаточно использовать только английский суффикс *-ing*. Так, вслед за пришедшим с английского *juicing* (модное явление приготовления и питания на основе свежесжатых соков), во французском языке появились *le souping* (суповая детокс диета), *le grecquing* (питание на основе кебабов), *le racletting* (дегустация *raclette* – блюдо с расплавленным сыром), *le tartifletting* (поедание *tartiflette* – французская картофельная запеканка).

Гастрономические неологизмы образуются также при помощи других суффиксов. Например, *un locavore* – тот, кто предпочитает питаться местными, локальными продуктами, *un crudivore* – сыроед, тот, кто питается сырыми продуктами, *un viandard* – мясоед, *Macdonaldisation* – популяризация и распространение фаст-фуда.

Самым распространенным способом образования неологизмов во французском языке является слияние или сокращение двух слов, словослияние или контаминация. Во французском языке такие слова называются термином *mot-valise* (букв. слово-чемодан). Среди французских

гастронимов можно найти достаточное количество терминов, образованных таким способом. Например, *restoroute* (*restaurant* + *route*) – ресторан, закусочная у дороги, *Macdolescence* (*McDonald's* + *adolescence*) – молодежь, не уважающая традиционную французскую кухню, *avolate* (*avocat* + *latte*) – кофе латте, которое подается в половинке авокадо.

В начале 2000-х годов появилось слово *bistronomie* (*bistrot* + *gastronomie*), обозначающее новое течение во французской гастрономии – слияние изысканной высокой кухни (гастрономической) и способов подачи блюд по демократическим ценам в легкой непринужденной атмосфере простого бистро [4].

В 2015 году вдохновленная таким опытом торговая марка *Leffe* во время своей рекламной кампании, вводит новый термин *apéronomie* (*apéritif* + *gastronomie*) для обозначения аперитива с изысканными качественными закусками [4].

Период коронавирусной инфекции стал очень плодотворным в образовании новых слов, в частности новых гастронимов. Во время самоизоляции, вызванной пандемией коронавируса, любимое времяпрепровождение французов – дружеское общение за бокальчиком вина – перешло в дистанционный режим «онлайн», благодаря различным гаджетам. Это способствовало появлению новых гастрономических терминов: *coronapéro* (*coronavirus* + *apéro/apéritif*), *skypéro* (*skype* + *apéro*), *whatsappéro* (*whatsapp* + *apéro*), *web-apéro*.

Увлечение французов традиционной китайской медициной, которая наделяет некоторые продукты питания целебными свойствами, отразилось в создании таких слов как *alicament* (*aliment* «продукт питания» + *médicament* «лекарство») и *médicaliment* (*médicament* + *aliment*), обозначающие натуральные или модифицированные продукты питания, безопасные для человека, способные поддерживать его хорошее самочувствие и в некоторых случаях даже лечить. Примерами таких целебных продуктов являются чеснок, йогурт, зеленый чай.

В заключении можно сделать вывод о том, что французская гастрономия продолжает оказывать огромное влияние на гастрономию разных стран, активно распространяя свои гастрономические термины. Но и сам французский корпус гастрономической лексики постоянно обогащается под влиянием таких неологических тенденций как интернационализация, англизация, американизация и контаминация.

Литература

1. Таганова, Т.А. Гастронимы современного английского языка: структурные и семантические особенности / Т.А. Таганова // Известия вузов. Серия «Гуманитарные науки». – 2016. – №7(1). – С. 38–41.

2. Boutaud, J.-J. L'Art de concocter des titres en cuisine / J.-J. Boutaud // *Protée* : [сайт]. – 2008. – Vol. 36. – No. 3. – P. 23–33.

3. Larousse cuisine : [сайт] – Париж. – URL: <https://cuisine.larousse.fr/> (дата обращения: 19.10.2023). – Текст : электронный.

4. Mouchotte, L. «Apéronomie», «Fooding», «Souping»... Quand le ridicule s'invite dans nos assiettes / L. Mouchotte // *Lefigaro.fr* : [сайт]. – 2022. – URL: <https://www.lefigaro.fr/langue-francaise/expressions-francaises/aperonomie-fooding-souping-quand-le-ridicule-s-invite-dans-nos-assiettes-20220603> (дата обращения: 17.10.2023). – Текст : электронный.

Науч. рук.: Кобенко Ю.В., д-р филол. н., проф.

С.В. Гричин

Новосибирский государственный технический университет

Эксплицитная и имплицитная и эвиденциальность в тексте

В работе рассматривается вопрос о соотношении эксплицитной и имплицитной форм эвиденциальности в тексте, анализируются логические и функциональные закономерности экспликации и импликации эвиденциальных показателей, указывающих на источник информации, раскрываются их основные причины.

Ключевые слова: текст; категория эвиденциальности; эвиденциальные показатели; имплицитность; эксплицитность.

Принято считать, что категорию эвиденциальности ввел в лингвистический оборот Франц Боас [6], впервые употребивший этот термин (*evidentiality*). Впоследствии Р.О. Якобсон, создавая классификацию глагольных категорий, использовал этот термин для обозначения вербальной категории, с помощью которой выражаются сообщаемое, речевое событие, а также сообщение о речевом событии [9]. Таким образом, Р.О. Якобсон, с одной стороны, закрепил за эвиденциальностью указание на источник информации, а с другой – соотнес ее с рядом других глагольных категорий. Впоследствии взгляды лингвистов, занимающихся разработкой категории эвиденциальности, разделились: одни стали рассматривать ее в узком смысле как грамматическую категорию [4,], другие – как семантическую [5]. Существует также мнение, что эвиденциальность может выражать прагматические смыслы [8].

Категория эвиденциальности выражена в языке набором грамматических или лексических значений, выражающих указание на источник сведений говорящего относительно сообщаемой им ситуации [2, с. 321].