

СТЕРЕОТИПНІ ОЗНАКИ АНГЛОМОВНОГО ГАСТРОНОМІЧНОГО ДИСКУРСУ (на матеріалі роману Джоан Гарріс «Шоколад»)

Стаття присвячена аналізу стереотипних ознак англомовного гастрономічного дискурсу, підкреслюється значимість цього дискурсу з точки зору лінгвокультурології. Актуальність даної теми обумовлена інтересом сучасної лінгвістики до вивчення різних типів дискурсу, серед яких гастрономічний дискурс є провідним лінгвокультурнозначимим феноменом.

Ключові слова: стереотип, гастрономічний дискурс, глютонічна комунікація.

Постановка проблеми. Однією з головних особливостей розвитку людства на сучасному етапі є етнічне відродження, що виражається в приналежності до певного етносу (народу, національної спільності) і включає в себе інтерес до свого коріння, традицій, звичаїв [1, с. 24]. Етноспецифічні особливості англомовних народів, що виражаються в їх прагненні зберегти свою самобутність, свої фундаментальні цінності, унікальність побутової культури, знаходять своє відображення і в системі глютонії, а також в її лінгвокультурному аспекті.

Британська національна кухня складалася століттями, і так історично склалося, що на території Британських островів утворилося кілька етносів і кілька абсолютно різних культур. На перший погляд, усі регіони Британських островів є єдиним культурним та мовним простором, але при менш поверхневому знайомстві стає очевидною колосальна різниця між Англією, Шотландією, Ірландією і Уельсом, що дає підґрунтя для різних досліджень, які можуть стосуватися як різниці темпераментів, так і відмінностей кулінарних традицій.

Ця стаття є спробою наблизитись до розкриття механізмів стереотипних ознак у романі сучасної англійської письменниці Джоан Гарріс «Шоколад» (*“Chocolat”*) [6].

Аналіз актуальних досліджень. Актуальність даної теми дослідження обумовлена інтересом сучасної лінгвістики до вивчення різних типів дискурсу, серед яких гастрономічний дискурс є провідним і лінгвокультурнозначимим феноменом. Гастрономічний дискурс представляється нам базовою формою комунікації: ми відносимо його до змішаного типу, а саме до особистісно-орієнтованого, що проявляється у побутовій (повсякденній) сфері спілкування, з одного боку, і з іншого, – до статусно-орієнтованого дискурсу, що носить інституційний характер.

Вивчення дискурсу як процесу комунікативної діяльності є важливим напрямом лінгвістичних досліджень, що бурхливо розвивається в останні десятиліття. Олянич А. В. в своїй монографії «Презентаційна теорія дискурсу» досліджує складність і багатогранність цього явища. Він виділяє кілька типів дискурсу, серед яких найбільш цікавим і менш дослідженим є гастрономічний дискурс, метою якого є особливий вид комунікації, пов'язаний зі станом харчових ресурсів і процесами їх обробки і споживання [3, с. 168]. Автор пропонує своє бачення презентаційної моделі глютонічної комунікації. Займаючись дослідженнями в області закономірностей масової комунікації, науковець зауважує, що семіотика і лінгвістика обійшли цю семіотичну середу своєю увагою: «Що може бути більш масовим, ніж інформація про їжу (їжі), харчування і способи (культуру) харчування? Харчування невід'ємно від суті і існування людини як виду» [4, с. 393].

«Їжа є не що інше, як 1) когнітивна система, що є конгломератом ціннісних і культурних домінантів, пов'язаних між собою загальною ідеєю глютонії, тобто споживання і підтримки життя *Homo Consummates* – людини, що споживає; 2) особлива знакова система, що складається з досить чітко ієрархізованих знаків, що мають свою особливу лінгвістичну інтерпретацію» [3, с. 168].

Лінгвістичні знаки гастрономічного дискурсу формують значення, що складаються в особливу семантичну систему, яка структурується у фрейми (кластери значимості). У свою чергу, ці фрейми розділяються у людській свідомості (в комунікативних цілях презентації) і зберігаються в ньому у вигляді директивних повідомлень (рецепти, меню, естетичні образи страв, правила поведінки за столом, ритуали споживання їжі тощо). «Лінгвістичні знаки їжі формують особливе когнітивне та інформативно-комунікативне середовище, в якому спілкування підпорядковане законам дискурсу, його особливого різновиду, що називається масово-інформаційним дискурсом» [3, с. 169].

У процес англомовної глютонічної комунікації, що є по суті цілою когнітивною системою, залучено значну кількість взаємоорганізованих знаків, зокрема і лінгвістичних, які, в свою чергу, утворюють велику лінгвосеміотичну систему англомовної глютонії [1, с. 221]. Засобом реалізації цих систем у масовій комунікації виступає масово-інформаційний дискурс, який представляється нами як гастрономічний або глютонічний дискурс, у завдання якого входить як вплив на споживача

в сенсі вибору його харчових переваг, так і формування самих переваг і культурних домінант, пов'язаних із підтриманням життя за допомогою споживання їжі.

Виклад основного матеріалу. Вивчення мовних стереотипів може бути одним з відправних моментів для дослідження гастрономічного дискурсу.

Стереотип існує у свідомості і підсвідомості людей, а також встановлюється у мові: у етимологічному і переносному значенні, в ідіомах, у синтаксичних конструкціях, тощо. Повна характеристика стереотипу складається з його змісту, ступеня подібності, оцінки (позитивної або негативної), інтенсивності оцінки. Емпірична реконструкція стереотипу опирається або на психологічні дослідження, або на аналіз словників і текстів.

Лінгвістичне розуміння стереотипу можна звести до трьох сторін:

1) стереотип – це репродукований зв'язок слів (стереотип лінгвальний);

2) стереотип – це специфічний ментальний конструкт (стереотип ментальний);

3) стереотип – це ментальний конструкт, який утверджується у свідомості через мовний знак (стереотип лінгво-ментальний) [3, с.167].

Стереотип є специфічною когнітивною структурою, тільки з погляду на ту специфіку, яка полягає у поєднанні пізнавального і емоційного чинника, отримуємо структуру прагматичну. Тому виділяють три аспекти стереотипу: когнітивний, емоційний і прагматичний.

Розглянемо стереотипні ознаки англomовного гастрономічного дискурсу на прикладі роману «Шоколад». Цей твір уналежнюють до творів магічного реалізму, де елементи чарівного зливаються з уявно реальним світом, формуючи двовимірну художню реальність, будується навколо намагань молодої жінки, Віанн Роше, яка разом із своєю шестирічною донькою Анук відкриває під час посту у невеличкому французькому містечку кондитерську, змінити затхлу атмосферу затиснутого католицькими традиціями містечка, розкривши його мешканцям смак і силу шоколаду ручної роботи як символу насолоди буттям, де діють не лише фізичні закони, а й своєрідна магія алхімії:

“There is a kind of alchemy in the transformation of base chocolate into this wise fool's gold; a layman's magic which even my mother might have relished” [6, с. 21].

Магічне у сюжеті пов'язано, передовсім, з сенсорикою – зі здібностями Віанн впливати на людей, зачаровуючи їх не лише смаком і ароматом гарячого шоколаду, а й власними чарами, котрі вона успадкувала від своєї матері, індіанської чаклунки, та з фантазіями Анук, поряд з якою, як їй здається, живе симпатичне уявне створіння на ім'я Пантуфль – кролик.

Роман, написаний на кшталт щоденника героїні та її доньки, що чергується з листами антагоніста Віанн, кюре Рейно, до свого батька, від самого початку інтимізує розповідь, акцентуючи індивідуальність сприйняття світу персонажами твору, і програмує, вже з першої сторінки, свою сенсорну матрицю – температурну (*warm, hot*), тактильну (*greasy*), ольфактивну (*hot greasy scents of frying pancakes and sausages and powdery-sweet waffles*), візуальну (*a special lustre*) та смакову (*powdery-sweet*), проте лише натякаючи на присутність шоколаду (*sweets*), як-от, наприклад, у наведеному нижче описі завершення лютневого карнавалу, на якому опинилися Віанн з донькою:

"February 11, Shrove Tuesday

We came on the wind of the carnival. A warm wind for February, laden with the hot greasy scents of frying pancakes and sausages and powdery-sweet waffles <...>. There is a febrile excitement in the crowds <...>. But at six the world retains a special lustre. <...> Her [Anouk's] hair is a candyfloss tangle in the wind.

<...> a squat Santa Claus <...> hurls sweets at the crowd with barely restrained aggression" [6, с. 1].

Якщо виходити з того, що механізми створення стереотипних уявлень в художній комунікації принципово схожі і спираються на взаємодію іконічності, конкретні вияви цих механізмів з огляду на магію смаку й аромату шоколаду, як показує аналіз, відрізняються очевидною специфікою.

Так, у змістовому плані стереотипність у романі актуалізується як сукупність семантичних опозицій, що вкладаються у ключову антиномію ПОЗИТИВНЕ :: НЕГАТИВНЕ. Наприклад, ці опозиції виражено ізотопіями різноманітних сенсорних позначень, пов'язаних зі смаком і ароматом шоколаду (*The mingled scents of chocolate, vanilla, heated copper and cinnamon are intoxicating and suggestive; The scent of chocolate, like that of my anger, made me light-headed, almost euphoric with rage*) [6, с. 21]; переліками "шокофактів" (*the chocolates, the pralines, Venus's nipples, truffles, mendiantes, candied fruits, hazelnut clusters, chocolate sea-shells, candied rose-petals* <...>

Aladdin's cave of sweet clichés) [6, с. 8]; описами галюцинаторних видінь, що переслідують героїню внаслідок магічної дії шоколаду (*in the vapours of the melting chocolate something begins to coalesce – a vision <...> a smoky finger of perception which points ... points*) [6, с. 21].

Гріховне зваблення шоколадом в романі метафтонімічно характеризується як «підморгування проти відмови, проти віри» (*a wink against denial, against faith*). Підсиленню емоційного резонансу сприяє і сенсорна пам'ять, що відтворює смакові відчуття, асоційовані з шоколадом і пов'язані з емоційно і соматично насиченою довгостроковою пам'яттю.

До цього часу не до кінця зрозуміло, чим викликана притягальна сила шоколаду у романі викликана поєднанням багатьох чинників: 1) чуттєвим сприйняттям його гіркувато-солодкого смаку, аромату і кремоподібної текстури? “*There is moisture on my face. Something, perhaps, the bittersweet aroma of the chocolate vapour, stings my eyes*” [6, с. 15]; 2) тим, що шоколад є надійним джерелом магнію і флавоноїдів (речовин, що містяться також у вині і винограді і є корисними для серця і судин), необхідних для життєдіяльності людини? *A bitter elixir of life*; 3) типовим для нього ефектом збадьорювання внаслідок дії теоброміну (основного алкалоїду у шоколаді, який дав йому другу назву «їжа богів») як стимулятора активності людини? “*We can at least have a drink to cheer ourselves up. <...> I drink mine hot and black, stronger than espresso* [6, с. 15]; *The food of the gods, bubbling and frothing in ceremonial goblets*” [6, с. 21]; 4) наркотичною дією на кшталт опіатного ефекту, внаслідок якого окремі інгредієнти шоколаду впливають на ті самі ділянки мозку, що на них спрямована дія героїну і морфіну: “*We close our eyes in the fragrant steam and see them coming – two; three, a dozen at a time ...*” [6, с. 15]; 5) біохімічною дією – продукуванням хімічних речовин, подібних до активних компонентів марихуани, що провокують фантазії Анук, спогади Віанн Роше про мати-чаклунку, подорожі героїні у часі, її власні чари – “*I can read their eyes, their mouths, so easily: this one with its hint of bitterness will relish my zesty orange twists; <...> this brisk, cheery woman the chocolate brazils*” [6, с. 18].

Важливим для аналізованого твору є й те, що смаки мають суб'єктивний характер і залежать від нашого попереднього досвіду і вкорінених у свідомості стереотипів. «Мозок, – як зазначає Т. В. Чернігівська, – не сума мільярдів нейронів і їх зв'язків, а сума плюс індивідуальний досвід, який сформував цей інструмент – наш мозок – і

налаштував його. Сприйняття – це активне вилучення знань і конструювання світу» [5, с. 4]. Іншими словами, під час сенсорного сприйняття відбувається підсвідомий акт інтерпретації, який значною мірою залежить від контекстуальних ключів. Тому смакові відчуття надзвичайно пластичні, вони можуть змінюватися під впливом нового досвіду, що, керуючись своєю інтуїцією, і використовувала Віанн Роше, займаючись своєрідною шокотерапією. У результаті такого напівмістичного впливу практично кожен з персонажів твору, включаючи саму Віанн, переживає певну метаморфозу, каталізатором якої став шоколад.

Висновки. Дослідження англомовного гастрономічного дискурсу невід'ємно пов'язане з вивченням його стереотипних особливостей. Мова, як частина національної культури, відображає всі її елементи, репрезентує умови життя народу і його культуру. В системі національних цінностей глютонічний дискурс, за нашими спостереженнями, займає одну з ключових позицій. Він не тільки виступає як певна страва (продукт, напій тощо), але є культурною складовою людської свідомості. Стереотипні ознаки гастрономічного дискурсу безсумнівно є перспективним напрямом подальших лінгвістичних досліджень.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гашимов Э. А. Структурно-семантические и прагматические характеристики английского лингвокультурного кода (на материале лексико-фразеологического поля «Продукты питания») : 10.02.04 / Э. А. Гашимов.– Волгоград, 2005. – 193 с.
2. Маковский М. М. Удивительный мир слов и значений : Иллюзии и парадоксы в лексике и семантике : учебное пособие / М. М. Маковский. – М. : КомКнига, 2005. – 200 с.
3. Олянич А. В. Гастрономический дискурс в системе массовой коммуникации (семантико-семиотические характеристики) / А. В. Олянич // Массовая культура на рубеже XX-XI веков : Человек и его дискурс. – М. : Азбуковник, 2003. – С. 167-201.
4. Олянич А. В. Презентационная теория дискурса : монография / А. В. Олянич. – Волгоград : Парадигма, 2004. – 507 с.
5. Черниговская Т. В. Нить Ариадны и пирожные мадлен : нейронная сеть и сознание / Т. В. Черниговская // В мире науки. – 2012. – № 4. – С. 1-9 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.sciam.ru.
6. Harris Joanne. Chocolat / Joanne Harris. – United Kingdom, 1999. – 125 с.

Фелипас Т. В. Стереотипные признаки англоязычного гастрономического дискурса.

Статья посвящена анализу стереотипных признаков англоязычного гастрономического дискурса, подчеркивается значимость этого дискурса с точки зрения лингвокультурологии. Актуальность данной темы обусловлена интересом

современной лингвистики к изучению различных типов дискурса, среди которых гастрономический дискурс является ведущим лингвокультурнозначимым феноменом.

Ключевые слова: стереотип, гастрономический дискурс, глуттоническая коммуникация.

Felipas T. Stereotypical peculiarities of the English gastronomic discourse.

The article is devoted to the analysis of stereotypical peculiarities of the English gastronomic discourse, emphasizing the significance of this discourse from the point of view of linguoculturology. The relevance of this topic is due to the interest of modern linguistics to the study of various types of discourse, among which gastronomic discourse is a leading and linguoculturally significant phenomenon.

Key words: stereotype, gastronomic discourse, gluttonic communication.

Н. І. Цапюк

**СКЛАДНЕ РЕЧЕННЯ У ПОЕТИЧНІЙ МОВОСИСТЕМІ
ОЛЕКСАНДРА ОЛЕСЯ**

У статті розглянуто питання використання складних речень у поетичній мовотворчості Олександра Олеся. Обґрунтовано стилістичний та виразально-художній потенціал синтаксичних одиниць. У публікації досліджено особливості складних речень як активно використовуваних компонентів у поетичному синтаксисі митця.

Ключові слова: мовосистема, складне речення, синтаксис, поетична мова, синтаксично-стилістична організація, стилістична функція.

Постановка проблеми. Найпомітнішою постаттю української культури взагалі та літератури зокрема по праву вважається Олександр Олесь. Його твори насичені яскравими художніми образами та закодованими посланнями. Але окремої уваги заслуговує поетична мова митця, її синтаксична організація. Олександр Олесь віртуозно використовував синтаксичні одиниці різних типів, збагачував свою мовну систему, виробляючи таким чином індивідуальний мовостиль.

Аналіз актуальних досліджень. Творчість Олександра Олеся привертала і привертає значну увагу як літературознавців, так і мовознавців. У літературознавчому аспекті вирізняються праці В. Петрова, К. Голобородька, Т. Гундорової. Активно працюють над скрупульозним вивченням та докладним аналізом поетичної мовотворчості Олександра Олеся й О. Москаленко, О. Таран, Св. Єрмоленко. Мовознавці О. Безпалько, А. Загнітко, А. Поповський, Г. Удовиченко, О. Грановська, В. Лобода