

УДК 811.111'42

НЕОЛОГІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СУЧАСНОЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ (НА МАТЕРІАЛІ НЕОЛОГІЗМІВ У СФЕРІ КУЛІНАРІЇ)

Карпова К.С.

Інститут філології

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Статтю присвячено аналізу неологічного потенціалу сучасної англійської мови у сфері кулінарії. Проаналізовано лексико-семантичні особливості вживання новостворених слів на прикладі кулінарних неологізмів. Окрім того, розглянуто мовні засоби, що відображають інноваційні реалії у сфері кулінарного мистецтва, приготування та споживання їжі. Досліджено лексичні новотвори для позначення незвичайних закладів громадського харчування.

Ключові слова: словниковий склад англійської мови, збагачення словникового складу англійської мови, неологізм, лексико-семантичні особливості, кулінарна лінгвістика, кулінарний термін.

Постановка проблеми. Загальноновизнаним є той факт, що оновлення та поповнення словникового складу будь-якої мови відбувається за рахунок нової лексики, яка постійно з'являється у мовленні її носіїв. Мовний вокабуляр перебуває в стані постійної зміни, оскільки одні слова та поняття виходять з ужитку, набуваючи статусу архаїзмів, натомість інші, виникаючи в мові, розширюють її неологічний арсенал. Збагачення словникового складу відбувається двома основними шляхами, а саме шляхом утворення нових слів та запозичення слів з інших мов. Питома вага запозичених слів є відносно невеликою у порівнянні з новою лексикою, яка утворилася за рахунок використання власних внутрішніх ресурсів мови.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Глобалізація світових процесів в економіці, науці, культурі, мистецтві, інформаційному просторі істотно впливає на словниковий склад мови, сприяє формуванню нових понять, появи нових термінів, швидкому проникненню їх до загальнолітературної мови [3, с. 3]. У зв'язку з цим постійний інтерес у сучасних мовознавців викликає пласт лексичних інновацій, що позначають нові реалії та поняття у певній сфері людського буття. Однією з таких невід'ємних царин існування людини, яка відносно нещодавно потрапила у коло лінгвістичних досліджень, є сфера дотична до приготування та споживання їжі. Людство не може жити без їжі, однак представники кожної нації мають власні смакові преференції, які знаходять своє відображення у відповідному мовному та текстовому матеріалі, а саме рецептах національних кухонь, меню, кулінарних статтях, глютонічній термінології [2].

Кулінарія є корисним, цікавим та дуже смачним захопленням, справжні ж цінителі якісної їжі вважають кулінарію надзвичайно творчим процесом. Окрім того, куховарство як хобі несе у собі пізнавальну функцію, оскільки відкриваючи власний кулінарний талант, відвідуючи кулінарні школи та кухарські майстер класи людина може не лише навчитися готувати різноманітні національні страви, але й дізнатися традиції певного народу та історію виникнення того чи іншого витвору кулінарного мистецтва. Не викликає заперечень той факт, що споживання їжі належить до базових повсякденних потреб людини, так

само як і необхідність у самоідентифікації та постійному спілкуванні. З огляду на це, слід згадати афоризм французького філософа, політичного діяча, кулінара, автора однієї з найбільш цитованих праць з гастрономії XIX століття Жана Антельма Брійя-Саварена «Фізіологія смаку»: «*Tell me what you eat and I will tell you what you are*» [13]. Відповідно до висловлювання сучасного соціолога Сари Деламонт їжа, мова та діалект є найбільш приватними характеристиками особистості (*if there is one issue as deeply personal as food it is language and dialect*) [5, с. 193]. На підтвердження вищезгаданих думок наведемо цитату з колективної монографії «Culinary Linguistics», що належить перу німецьких лінгвістів Корнелії Герхардт, Максимиліана Фробеніуса та Сюзанни Лей:

Eating and talking are universal human traits. Every healthy human being eats and talks; every society and group eats and talks. Both language and food are culturally dependent and vary according to factors such as gender, age, or situational context, or even lifestyle. There are vast differences both in the food-related behavior of different cultures as well as in the languages of the world [7, с. 3]. Отже, на думку провідних учених минулого та сучасності беззаперечним є факт існування певної кореляції між необхідністю повсякденного приготування та споживання їжі та спілкуванням.

Таким чином, **метою дослідження** є аналіз мовних засобів для відображення ідей, процесів чи понять, що мають відношення до кулінарного мистецтва (*culinary-related vocabulary*). **Об'єктом** дослідження є неологічний арсенал сучасної англійської мови. **Предметом** аналізу виступають лексичні новотвори, що вживаються у сфері кулінарії.

Виклад основного матеріалу дослідження. У наш час стрімко зростає кількість справжніх цінителів якісної їжі, для позначення яких в англійській мові вживаються такі лексеми: *foodie, foodinger, gastronote, gourmet, epicure*. У офіційному стилі мовлення для позначення кулінарного гурмана часто вживаюся лексична одиниця французького походження *bon vivant*. Сьогодні це романське запозичення настільки укорінилося в англійській мові, що стало використовуватися у назвах кафе, ресторанів, мануфактур, пов'язаних з харчуванням:

The backstory to Bon Vivant's success is no fluke. In August 2014, several like-minded «Bon vivants» teamed-up and decided to open a restaurant that would feel like home to everyone who walks through the door. Over the years, we managed to create a family spirit around the restaurant, not only with our staff, but also with our guests and the neighboring businesses, as everyone that comes in and dines with us becomes part of the Bon Vivant tribe [8].

Варто звернути увагу на те, що мода на здорове харчування, яка поступово захоплює людство, спричинила появу низки інновацій у харчовій промисловості. Так, відносно новою концепцією у зберіганні та транспортуванні їжі є ідея, що отримала назву *ambient food*:

«Since expanding in to ambient foods in 2009, MKG has gone on to provide an excellent, extensive range of ambient products. Our current Ambient Food Range includes essentials such as sauces, soups, preserves, confectionery, cereals, beverages and more, from a range of leading brands including Heinz, Kellogg's and McVitie's. Ambient products are extremely popular due to their long shelf life, which coupled with MKG's competitive pricing makes them a great value choice for any catering establishment» [11]. Окрім того, поширення у мові набувають кулінарні неологізми *ambient food range, ambient products*, які містять ключову сему «ambient». Це ноу-хау у харчовій промисловості полягає у тому, що завдяки новітнім харчовим технологіям їжа зберігається свіжою за кімнатної температури.

Несамовите прагнення людини досягнути бездоганної фігури шляхом здорового та збалансованого харчування сприяло появі цілої низки дієт, наприклад *DASH Diet, MIND Diet, Mediterranean Diet* та інші. У останні роки спостерігається поява абсолютно нових типів дієт, з чим пов'язано функціонування неологізмів *100-foot diet, are diet, bet diet, slow food diet, pollotarian diet* тощо. Відомо, що адепти певного раціону харчування чи дієти часто позбавляють себе смачної та поживної їжі, споживаючи лише корисну для здоров'я їжу та напої (*functional food, functional drink*). Відмова від смачної, але часто шкідливої для людини їжі відображена у кулінарному новотворі *deprivation cuisine*. Подібним за значенням є неологізм *orthorexia*, утворений по аналогії з *anorexia*, що позначає маніакальне бажання людини споживати виключно здорову їжу. Медики зараховують орторексію та анорексію до невротичних розладів, які потребують не лише медикаментозного лікування, але й психокорекції:

Orthorexia nervosa (also known as orthorexia) is a proposed distinct eating disorder characterized by extreme or excessive preoccupation with eating food believed to be healthy [14]. На думку нутриціоністів та дієтологів дуже важливим у процесі здорового харчування та травлення є наявність корисних бактерій в організмі людини, що відображено у новоствореній лексемі *good-for-you bacteria*. Не викликає заперечень той факт, що зміни у мові відображають появу нових реалій, концептів, ідей, технологій, процесів і товарів. У останні роки, зокрема, набув популярності так званий «повільний рух» (*slow movement*), що полягає у пропагуванні сповільненого тем-

пу життя та отриманні максимальної насолоди від нього. Сфера кулінарії не лишилася осторонь, що підтверджується появою поняття *slow food*, ключовими складниками якого є натуральність, традиційність та органічність: *slow food is an agricultural and gastronomic movement that emphasizes natural, traditional, organic growing methods and the appreciation of fine food and wine [15].* Міжнародний рух «слоу-фуд», що з'явився на знак протесту до фаст-фуду, передбачає створення закладів громадського харчування, які забезпечують здоровою їжею та зберігають традиції національних кухонь. Не випадково символом руху «повільної їжі» став равлик, який повільно, але впевнено рухається до своєї мети. Основними принципами *Slow Food* є наступні:

- їжа має бути смачною та приносити радість;
- вживайте екологічно чисті продукти місцевого походження;
- споживайте їжу повільно, невеликими порціями і обов'язково з позитивними емоціями [1].

Нажаль впровадження культури повільного харчування та культ здорової їжі все ще не здатні подолати залежність людини від швидкого та нездорового споживання їжі. Так, в англійській мові, услід за вже відомими узуальними метафорами *fast food* та *junk food* з'явився окаціоналізм *food swamp*, який має наступну дефініцію:

Food swamp is an area where there's an overabundance of high-energy, low nutrient foods (read: fast food) compared to healthy food options. Low-income communities are usually the swampiest, with nearly twice the number of fast food restaurants and convenience stores as wealthier neighborhoods [6]. У наведеному вище прикладі лексема *swamp* вживається не лише як детермінуючий іменник у словосполученні *food swamp*, але й як прикметник з ознаками найвищого ступеня інтенсифікації (*the swampiest*). Схожим за значенням до окаціоналізму *food swamp* є новотвір *food desert*. Слід звернути увагу на те, що у сучасному суспільстві надмірне захоплення фаст фудом призводить до проблеми глобального ожиріння (*globesity*):

At the other end of the malnutrition scale, obesity is one of today's most blatantly visible – yet most neglected – public health problems. Paradoxically coexisting with undernutrition, an escalating global epidemic of overweight and obesity – «globesity» – is taking over many parts of the world [4]. Неологізм *globesity* є яскравим відображенням ефекту глобальності проблеми надлишкової ваги завдяки залученню до свого складу двох твірних основ *global* та *obesity*. Окрім того, проблема зайвої ваги, від якої страждають все більше і більше дітей та підлітків, вербалізується у новотворах *generation XL* та *supersized generation*.

Варто зауважити, що прагнення людини не лише швидко перекусити або насолодитися смачною їжею, але й поспілкуватися чи розважитися призвело до зростання кількості незвичайних закладів громадського харчування. Так, услід за Москвою, у Лондоні відкрився новий тип кафе, що належать до типу закладів *smart café*, в якому можна «купити час» (*slow time café, pay-per-minute café, time is money cafe*). Останнім часом вільні простори, або так звані коворкінги стали надзвичайно популярними серед прогресивної

та інтелектуальної молоді. Молодих людей захопила мода на відвідування таких місць, у яких можна одночасно попрацювати, відпочити, зустрітися з друзями чи колегами, переглянути фільм, прийняти участь у обговоренні останнього бестселеру. Головний принцип їх роботи полягає у тому, що відвідувач оплачує лише час перебування у кафе:

Ever felt you've overstayed your welcome in a cafe, by reading, working or surfing the web while hugging the latte you bought two hours ago? Pay-per-minute cafes could be the answer. Ziferblat, the first UK branch of a Russian chain, has just opened in London, where «everything is free inside except the time you spend there». Ziferblat means clock face in Russian and German. The idea is guests take an alarm clock from the cupboard on arrival and note the time, then keep it with them, before, quite literally, clocking out at the end. There's no minimum time. Guests can also get stuck into the complimentary snacks or prepare their own food in the kitchen; they can help themselves to coffee from the professional machine, or have it made for them [9].

У останні роки намітилася тенденція до популяризації тематичних закладів харчування (*themed café, concept café*). Зокрема, значною популярністю користуються заклади з анімалістичною тематикою, до яких належать котяче кафе (*cat café*) та совіне кафе (*owl café*). Тематичне котяче кафе, що вперше відкрилося в Японії декілька років тому, сьогодні упевнено завойовує своїх прихильників по всьому світу. Відвідувачі мають прекрасну нагоду провести час у компанії пухнастих котів за філіжанкою запашної кави чи смачним десертом, зняти стрес, відновити сили, зробити фото на пам'ять, поспілкуватися з тваринами. Ось як описується атмосфера популярного зоозакладу у Токіо:

Lounge on a cozy sofa, drink in hand, and close your eyes to the sweet chorus of cats purring. No, this is not the memoir of a crazy cat lady – it's something just as riveting. Open your sheltered eyes to the happiness and magic that is a cat café. Japan holds the record for the most cat cafés in the world, with as many as 39 in Tokyo. These enchanting places allow people to eat, drink and lounge in the company of cats. From pure breeds to ex-strays, cat cafés house a variety of felines eager to play and cuddle with customers. The real beauty of these cafés lies with their support and promotion of cat adoptions. Most of these lovable balls of fur are open for adoption and entrance fees are used for the care of the cats. So, get your fix of fluffy love and help a whiskered friend at one of Japan's famed cat cafés!» [12].

Сьогодні котячі кафе можна відвідати також в європейських країнах, наприклад у Лондоні:

A craze that originated in Japan around ten years ago, the cat café is quickly rising to popularity all over the world. Promoting a range of causes, from rescuing and rehoming cats, to the simple therapeutic benefits of being around animals, cat cafés are definitely becoming commonplace [10].

Привертає увагу назва цієї статті, яка звучить наступним чином: *Making paw-sitive changes: the best cat café in the UK*. У заголовку okazionalizm *paw-sitive* з елементом, що позначає котячу лапу (*paw*) та вживається замість лексеми *positive*, фокусує увагу читача та потенційного відвідувача на анімалістичному характері закладу та підсилює загальний позитивний ефект від відвідування такого зоокафе. Популяризація закладів у форматі «котяче кафе» досягла також України, що підтверджується відкриттям подібного кафе у Львові у 2015 році. На відміну від котячих кафе, які вже стали мейнстрімом у Японії та Європі, менш популярним, але не менш привабливим закладом анімалістичного спрямування є совіне кафе (*owl café*). Концепція такого зоозакладу передбачає можливість смачно пообідати, випити кави та пройти сеанс антистресової пет-терапії лише потримавши у руках чи на голові птахів:

If cat cafés don't suit your liking, then perhaps a café filled with owls will. It's no surprise that Japan coined this concept too! Enjoy a cup of coffee and experience the healing therapy of surrounding yourself with owls. Customers can pet, hold and take pictures with the owls. Most of the owls were raised around humans, so they're quite friendly and easy-going. Hanging out with birds of prey does require certain precautions: no flash photography, sudden movements and of course, don't squeeze the birds. The owls at the cafés come with different names, perches and personalities. Visit an owl café and experience the heart-stealing, stress-healing magic from these majestic wide-eyed creatures [12].

Висновки з даного дослідження і перспективи подальшого дослідження в цьому напрямку. Безумовний взаємозв'язок між рутинним процесом приготування та споживання їжі, а також повсякденною комунікацією, знаходить своє безпосереднє відображення у новоствореній термінології, що вживається для позначення кулінарних реалій, інноваційних ідей у кулінарному мистецтві, незвичайних дієт, екзотичних закладів громадського харчування. Напрямами подальших досліджень у визначеній сфері можуть бути наступні: аналіз основних дериваційних способів та механізмів кулінарних неологізмів, дослідження універсальних та національно детермінованих властивостей текстів рецепту, вивчення особливостей мовленнєвих жанрів віртуальної комунікації (на прикладі кулінарної блогосфери, кулінарних форумів, професійних та аматорських сайтів з кулінарної тематики).

Список літератури:

1. Движение Slow Food и принципы здорового питания [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.natali.ua/beauty/diet/29018/>
2. Ермакова Л.Р. Глютогоническая номинация в этнокультурном аспекте [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/28_PRNT_2011/Philologia/9_94631.doc.htm
3. Клименко Н.Ф., Карпіловська С.А., Кислюк Л.П. Динамічні процеси в сучасному українському лексиконі: [монографія] / Н.Ф. Клименко, С.А. Карпіловська, Л.П. Кислюк. – К.: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2008. – 434 с.

4. Controlling the Global Obesity Epidemic [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.who.int/nutrition/topics/obesity/en/>
5. Delamont S. Appetites and Identities. An Introduction to the Social Anthropology of Western Europe. – Routledge. – 1994. – 254 p.
6. Food Deserts, Food Swamps, Food Access: The Primer [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.rebeccaryan.com/food-deserts-food-swamps-food-access-the-primer/>
7. Gerhardt C., Frobenius M., Ley S. Culinary Linguistics. The Chef's Special. – John Benjamins Publishing Company. – 2013. – 345 p.
8. Le Bon Vivant – Votre Garde Manger [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://lebv.ca/>
9. London's First Pay-per-minute Cafй: Will The Idea Catch On? [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.theguardian.com/travel/2014/jan/08/pay-per-minute-cafe-ziferblat-london-russia>
10. Making Paw-sitive Changes: The Best Cat Cafй In The UK [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://theculturetrip.com/europe/united-kingdom/articles/making-paw-sitive-changes-the-best-cat-cafes-in-the-uk/>
11. Sainsbury's 'J3 Meal Deal' Change Prompts Fury Among Customers [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.telegraph.co.uk/news/2016/09/06/changes-to-sainsburys-3-meal-deal-prompt-fury-among-customers/>
12. 10 of Tokyo's Weirdest Cafes (And Where To Find Them) [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.klook.com/blog/10-weirdest-cafes-in-tokyo-and-where-to-find-them/>
13. <http://www.bibliotekar.ru/rusKultZastoliya/46.htm>
14. https://en.wikipedia.org/wiki/Orthorexia_nervosa
15. <http://wordspy.com/index.php?word=slow-food>

Карпова Е.С.

Институт филологии

Киевского национального университета имени Тараса Шевченко

НЕОЛОГИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ СОВРЕМЕННОГО АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА (НА МАТЕРИАЛЕ НЕОЛОГИЗМОВ В СФЕРЕ КУЛИНАРИИ)

Аннотация

Статья посвящена анализу неологического потенциала современного английского языка в сфере кулинарии. Проанализированы лексико-семантические особенности употребления новообразований на примере кулинарных неологизмов. Кроме того, рассмотрены языковые средства, отражающие инновационные реалии в сфере кулинарного искусства, приготовления и употребления еды. Исследованы неологизмы, означающие необычные места общественного питания.

Ключевые слова: словарный состав английского языка, обогащение словарного состава английского языка, неологизм, лексико-семантические особенности, кулинарная лингвистика, кулинарный термин.

Karпова K.S.

Institute of Philology,

Kyiv National Taras Shevchenko University

NEOLOGICAL POTENTIAL OF THE PRESENT-DAY ENGLISH LANGUAGE (ON THE MATERIAL OF NEWLY-COINED WORDS IN THE CULINARY REALM)

Summary

The article aims to analyze neological potential of the present-day English language in the culinary realm. In addition lexical and semantic peculiarities of newly-coined words on the material of culinary-related terms are investigated. Moreover language means used to reflect innovations in the culinary art, the process of food preparation and consumption are studied. Neologisms denoting unusual cafйs are also considered.

Keywords: vocabulary of the English language, enrichment of vocabulary of the English language, newly-coined word, lexical and semantic peculiarities, culinary linguistics, culinary-related term.