ПРАВИТЕЛЬСТВО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

 «САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

на тему:

**Английские и русские дегустационные термины (на примере**

**безалкогольных напитков)**

основная образовательная программа бакалавриата по направлению подготовки 45.03.02 «Лингвистика»

Исполнитель:

Обучающийся 4 курса

Образовательной программы

«Теория перевода и межъязыковая коммуникация»

Профиль «Английский язык»

очной формы обучения

Николаева Анфиса Александровна

Научный руководитель:

к.ф.н., доц. Русецкая Н. Н.

Рецензент:

к.ф.н., ст. преп. Силинская Н. П.

Санкт-Петербург

2018

**Содержание**

Введение…………………………………………………………………...………3

Глава 1. Теоретический аспект изучения дегустационной терминологии.......5

* 1. Специфика гастрономического дискурса……………………………….5
		1. Понятия «глюттонический дискурс» и «глюттония»…………………....5
		2. Функции гастрономического дискурса………………………………....7
	2. Дегустационная терминология в глюттоническом дискурсе………...10

1.2.1 Лингвокультурная специфика дегустационных терминов…………...10

1.2.2 Лексические группы гастрометафор………………………………..….12

1.3. Способы номинации дегустационных терминов………………………..15

1.3.1 Первичная номинация дегустационных терминов……….…………...15

1.3.2 Вторичная номинация дегустационных терминов…………………....16

Выводы по главе 1……………………………………………………………..21

Глава 2. Лексико-семантический анализ системы глюттонической терминологии……….……………………………………………….………....23

2.1. Анализ английских дегустационных терминов…………………………23

2.1.1 Классификация терминов по тематическим группам………………....23

2.1.2. Классификация терминов по способам номинации……………….….26

2.2. Анализ русских дегустационных терминов…………………………….34

2.2.1 Классификация терминов по тематическим группам………………...34

2.2.2 Классификация терминов по способам номинации…………………..36

2.3. Сопоставление английских и русских дегустационных терминов…...43

Выводы по главе 2………………………………………………………….…50

Заключение………………………………………………………………….....52

Список использованной литературы……….………………………………..54

Приложение…………………………………………………………………….60

**Введение**

 В современном мире еда и напитки занимают важное место в жизни человека: они играют не только функцию удовлетворения физиологических потребностей людей, но в особой степени - эстетическую функцию и функцию удовольствия, что ярко проявляется в культуре общества. Именно поэтому сегодня гастрономия является неотъемлемым компонентом культуры и отражает лингвокультурные особенности языка какой-либо нации.

 **Актуальность** работы заключается в том, что в современном обществе у представителей различных наций присутствуют собственные комплексы вкусовых предпочтений, проявляющиеся в соответствующем материале, т.е. в гастрономической (глюттонической) терминологии. Каждый такой лексический материал даёт возможность выделить черты национального характера.

 **Научная новизна** сопоставления английских и русских дегустационных терминов определяется недостаточным изучением терминологии безалкогольных напитков в глюттоническом дискурсе и недостаточным теоретическим осмыслением данного феномена в современной науке. Кроме того, работа представляет интерес ввиду небольшого количества исследований в данной области и возрастающего интереса к изучению гастрономического дискурса, который является одним из важнейших типов коммуникации.

 **Объектом** изучения избраны гастрономические термины, используемые для описания безалкогольных напитков (чай, кофе, соки и т.д.)

 **Предметом** работы является лексико-семантический анализ глюттонической терминологии.

 **Теоретическую основу** исследования составляют работы лингвистов по лексикологии Багана Ж., Кравец Я Ю., Олянич А. В., Елисеевой В. В.,

Ивановой Е. В., Колшанского Г. В. и других.

 **Целью** представленной работы является лексико-семантическое сопоставление русских и английских дегустационных терминов.

 **Задачи**, необходимыедля реализации цели, заключаются в следующем:

1. Описать специфику глюттонического дискурса;
2. Изучить гастрономическую лексику в рамках глюттонического дискурса;
3. Рассмотреть лексический фонд гастрономического дискурса в английском и русском языках;
4. Определить языковые средства, используемые для обозначения гастрономической лексики в английском и русском языках.

 **Материал** выбран методом сплошной выборки из научно-популярных статей, посвящённых продуктам питания, и рекламы. Общий объём материала – 200 примеров.

 **Методами** представленной работы являются лексико-семантический анализ, сопоставительный анализ, количественный анализ.

 **Структура.** Представленная работа состоит из следующих частей: введение, две главы с выводами и заключение. Во введении обосновываются актуальность и научная новизна работы, формулируются её цели и задачи. В главе 1 «Теоретический аспект изучения дегустационной терминологии» рассматривается специфика гастрономического дискурса, особенности глюттонической терминологии и способы номинации дегустационных терминов в английском и русском языках. В главе 2 «Лексико-семантический анализ системы глюттонической терминологии» анализируются и сопоставляются английские и русские дегустационные термины. В заключении работы подводятся итоги исследования.

**Глава 1. Теоретический аспект изучения дегустационной терминологии**

* 1. **Специфика гастрономического дискурса**

**1.1.1 Понятия «глюттонический дискурс» и «глюттония»**

 Прежде чем дать определение понятию «глюттонический дискурс», обратимся к пояснению исследователей того, что такое дискурс вообще. Как утверждает В. З. Демьянков, дискурс – это текст в процессе становления в сознании говорящего. Дискурс состоит из предложений либо их фрагментов и концентрируется у определённого ключевого концепта (Демьянков 2002, с. 32). Н. Д. Арутюнова даёт следующее определение дискурса: «дискурс – это текст в событийном аспекте, речь, погружённая в жизнь» (Арутюнова 1990, с. 136). То есть, дискурс представляет собой взаимодействие текста и контекста, который включает в себя лингвистические и экстралингвистические параметры, например, физического носителя информации, его жесты, мимику, участников общения, со-текст (предшествующий или последующий текст того же дискурса). Т. А. Ван Дейк полагает, что дискурс представляет собой социальное явление. Исследователь понимает под дискурсом речевой поток, язык, находящийся в непрерывном движении и вбирающий как индивидуальные, так и социальные черты коммуниканта и коммуникативной ситуации (Ван Дейк 1989, с. 47). Кроме того, дискурс – это сложное когнитивное явление, которое возможно рассматривать как категорию: например, медицинский или политический дискурсы. В этой связи, дискурс заключает в себе понятие, которое близко понятию «функционального стиля» (Fairclough 1995, c. 36). Под дискурсом также понимают определённую цепь высказываний и «текст, больше чем предложение» (Harris 1952, c. 2).

 Исходя из вышеупомянутых определений, мы будем понимать под «дискурсом» текст в процессе речи, то есть текст в определённом контексте.

 Говоря о специфике глюттонической номинации, стоит отметить, что гастрономический дискурс представляет собой характерные для каждой культуры языковые средства, в которых ярко проявляется менталитет и отражается картина мира той или иной нации. В настоящее время глюттонический дискурс является одним из самых распространённых дискурсов в социальной коммуникации.

 А. В. Олянич, автор термина «глюттонический», поясняет, что глюттонический дискурс носит институциональный характер и напрямую связан с концептом «пища, еда» (Олянич 2015, с. 157). В знаковой системе глюттонической коммуникации сконцентрированы как национальная идентификация и национальные особенности, так и субъективное отношение конкретного человека, которое выражается при помощи описания вкуса пищи. Гастрономический дискурс определяется как особый вид коммуникации, который связан с характеристикой состояния пищевых продуктов и процессами их потребления. Кроме того, гастрономический вид коммуникации, который напрямую связан с культурой приготовления пищи и её употребления, заключается в «обосновании чувственно воспринимаемых ценностей в их прагматических, ритуальных и эстетических аспектах». (Писанова 2012, с. 120) Такие ценности важны не только в кулинарной практике, но также они играют значительную роль в познании мира.

 Что касается термина «глюттония» (от лат. gluttire – «глотать», «поглощать»), то, он подразумевает под собой весь пищевой процесс в целом, начиная от добычи и первичной обработки продуктов питания и заканчивая процессом потребления пищи (Державецкая 2013, с. 20). Кроме того, глюттонический дискурс основывается на гастрономической лексике, которая включает в себя ценностные и понятийные стороны какой-либо этнокультуры и обладает национально-культурной спецификой. Однако некоторые исследователи считают, что понятие «глюттония» заключает в себе именно процесс потребления пищи, а не процессы обработки и приготовления пищи и её оценивания (Коцунова 2012). Глюттонимы – это лингвистические знаки пищи и её компоненты, входящие в состав глюттонического дискурса (Боваева 2012, с. 10).

 Гастрономическая языковая картина мира трактуется и как «совокупность определённых компонентов, куда включаются как вкусовые представления, так и глюттонические понятия и гастрономические концепты» (Ермакова 2011). Более того, гастрономическая картина мира отражается в различных названиях, представленных в глюттоническом фонде, различными средствами языка, например, метафорами (Ундрицова 2015, с. 13).

**1.1.2 Функции гастрономического дискурса**

 Отдельно стоит сказать о цели глюттонического дискурса, которая заключается в создании и формировании не только пищевых предпочтений человека, но и культурных доминант, таких, как передачу опыта и ознакомление с кулинарными традициями разных народов (Земскова 2009). Гастрономический дискурс можно поставить в один ряд и с другими известными дискурсами в виду того, что питание играет важнейшую роль в жизнедеятельности людей. Несомненно, в настоящее время одним из основных видов деятельности человека является коммуникация, которая определённым образом связана с продуктами питания, её свойствами, процессами питания, способами приготовления пищи и её потреблением. В результате этого строится определённая система лингвокультурологических знаков, которые определяют систему глюттонии (Ундринцова 2015, с. 41).

 Само формирование гастрономического дискурса происходит благодаря языковой личности, которая стремится удовлетворить первостепенные потребности в еде. Глюттоническая номинация в русской и английской лингвокультурах выполняет ряд функций, которые связаны со способами идентификации, семиотическими моделями отражения гастрономической действительности и комплексом аксиологических характеристик (Ермакова 2013). На основании такого утверждения, выделяются основные коммуникативно-знаковые функции гастрономического дискурса, которые выполняются знаками глюттонии:

1. Денотативная (иконическая) функция. Она заключается в создании образа еды, её качественной характеристики, а также способа её приготовления в сознании субъекта действия;
2. Директивная функция. С помощью этой функции описывается процесс приготовления пищи, где учитываются, например, количественные и качественные характеристики. Директивная, или коммуникативная функция, закрепляется за директивными знаками-процессивами, и поэтому служит для описания приготовления пищи, комментирования самого процесса подготовки пищи, а также определения некоторых возможных вариантов, которые не влияют на ухудшения хода процесса. В гастрономической системе существуют следующие лингвистические знаки: знаки-дистипторы (варка, засолка), знаки-комментативы (в конце посолить), знаки-пермиссивы (рекомендуется), знаки-лимитаторы (крышкой не накрывать);
3. Квалификативно-оценочная функция. Благодаря этой функции отражается социальное отношение к процессу приготовления и потребления пищи, более того, у человека формируются культурные приоритеты в самом этом процессе. Семиотическая подсистема, за которой закреплена представленная функция, состоит из знаков-перцептивов, знаков-квалификаторов (объедение, пища богов), а также знаков-эмотивов. Знаками-перцептивами являются знаки, которые передают отношение субъекта глюттонического дискурса к самому процессу приготовления пищи и её употребления. Они также относятся к лексическому фонду знаков вторичной номинации. Все знаки имеют градуировку по качеству и количеству. Примерами знаков по количеству могут послужить следующие лексические единицы: щепотка, капля, немного. Что касается шкалы по качеству, то в эту группу включают такие лексические единицы, как «довольно вкусно», «сойдёт»;
4. Презентационная функция. Данная функция относится к «ритуализации» процесса глюттонической коммуникации (Головницкая 2007).

 Презентационная функция знаков глюттонии гастрономического дискурса реализуется в массово-информационном дискурсе в качестве средства воздействия на социум и, соответственно, формирует культурные доминанты, предпочтения и гастрономические стереотипы поведения (Земскова 2009).

 Гастрономическая языковая картина мира трактуется как совокупность определённых компонентов, куда включаются как вкусовые представления, так и глюттонические понятия и гастрономические концепты (Ермакова 2011). Кроме того, гастрономическая картина мира отражается в глюттоническом номинативном фонде различными средствами языка, например, метафорами (Ундрицова 2015, с. 13).

 Задачей глюттоничекого дискурса является достижение определенного вида коммуникации, и в данном случае - гастрономической. При этом гастрономическая коммуникация учитывает участников беседы, её цели и мотивы (Ундринцова 2015, с. 10).

 Гастрономический дискурс включает в себя различные тексты, связанные с процессом питания. Примером могут послужить ресторанные меню или рецепты приготовления блюд. Что касается вербального уровня гастрономической знаковой системы, то эта система непосредственно связана с названиями блюд, столовой атрибутики, а также с фразами, которыми сопровождается приём пищи (Бондаренко 2010). На основании такого заключения некоторые лингвисты делают вывод о том, что задачей глюттонического дискурса является воздействие на потребителя, а именно формирование его гастрономических предпочтений (Головницкая 2007).

 Гастрономический дискурс является определённой системой, которая заключает в себе характерные черты национальной культуры и собственную вкусовую оценку. В виду того, что оценка связана с выражением субъективного мнения, целью гастрономического дискурса является передача опыта и знакомство с кулинарными традициями той или иной нации, а также оценка блюд и напитков на основании личного опыта (Буркова 2004, с. 10).

**1.2.** **Дегустационная терминология в гастрономическом дискурсе**

**1.2.1 Лингвокультурная специфика дегустационных терминов**

 Языковые реалии с семантикой «пища» имеют особое значение в концептуализации мира представителей лингвокультуры, так как такие реалии отражают самобытность, традиции, мировосприятие и приоритеты того или иного народа. Институциональный глюттонический дискурс представляет собой один из самых важных в лингвокультурном плане феномен в виду того, что он существует, во-первых, в бытовом общении, а во-вторых, в институциональной сфере. Подобное проявление возможно благодаря тому, что в массовой коммуникации большую роль играет такая коммуникаций, которая отражает вариативную закреплённость пищевых продуктов за различными слоями населения, процессы обработки продуктов, а также их потребление (Захаров 2008).

 В гастрономическую коммуникацию включается большое число знаков, а именно лингвистических. Эти знаки формируют лингвосемиотическую систему воздействие на потребителя посредством образования пищевых предпочтений, а также культурных доминант, которые внедряются в разные слои общества.

 Тексты кулинарных рецептов являются важным элементом гастрономического дискурса. Такие тексты входят в число прецедентных тексов. По мнению лингвиста, межкультурная глюттоническая коммуникация подразумевает под собой преодоление как языкового, так и лингвокультурного барьера. В глюттоническом дискурсе, в котором отражаются черты национальной культуры, используются профессиональные знаки-термины, устойчивые выражения и соответствующие морфосинтаксические конструкции (Захаров 2008).

 Глюттонии составляют определённую совокупность, которая делится на фреймы. Фреймы в свою очередь существуют в человеческом сознании в виде ресторанных меню, кулинрных рецептов и правил поведения. Процессы потребления пищи национально обусловлены, в них отражаются культурные, этнические характерные черты народов. Существующая разница в принятых гастрономических нормах влечёт за собой трудности не только для межкультурной коммуникации, но и для перевода (Фёдорова, Руфова 2013).

 Гастрономическая картина мира заключает в себе совокупность определенных вкусовых представлений, различные гастрономические понятия и концепты (Ермакова 2013). В глюттоническом дискурсе, отражающем характерные особенности национальной культуры, используются профессионально ориентированные тер­мины, разнообразные устойчивые обороты и устойчивые морфосинтаксические структуры.

 В лингвокультурном пространстве гастрономического дискурса и в сфере наименований пищевых продуктов имеется значительное количество фразеологизмов, выполняющих важную коммуникативную функцию. Такие фразеологизмы представляют собой устойчивые словосочетания, которые обладают семантической самостоятельностью и в гастрономическом дискурсе обретают совер­шен­но иную семантическую экспликацию в виде глюттонического переосмысления (Головницкая 2007). Глюттонический дискурс базируется на том, что человек воспринимает в кулинарной практике и как он может об этом сказать в соответствии с «вкусовой компетенцией чувствовать и со способностью выразить свои ощущения в речи» (Писанова 2012, с. 120). Как было сказано ранее, важнейшей задачей гастрономического дискурса является передача информации о качестве и свойствах блюд и продуктов с целью формирования определённого образа употребляемой пищи. Таким образом, можно полагать, что гастрономическая языковая картина мира, а также глюттонический лексический состав языка формируются в процессе оценивания при освоении действительности. Что же касается этнокультурной специфики взаимодействия гастрономических терминов, то она напрямую зависит от базовых культурных особенностей русского и английского социумов. Кроме этого, для русской и английской лингвокультур характерной чертой является потребность в эмоционально-чувственном освоении мира (Ермакова 2011).

В различных наименованиях глюттонических явлений отражается отношение носителей языка к этим явлениям. Это подтверждает активное взаимодействие языковой картины мира и гастрономии, которые в свою очередь являются неотъемлемыми составляющими любой этнокультуры. Центральной фигурой гастрономической картины мира является непосредственно человек. Во-первых, именно он выступает в качестве источника глюттонического дискурса, а во-вторых, сам язык зачастую использует базовые признаки «человеческих» качеств для наименования вкусовых и композиционных свойств продуктов. Примером может послужить словосочетание *honest food* – букв. «честная еда», т.е. «простая, скромная пища» (Седых, Ермакова 2012, с. 90).

**1.2.2 Лексические группы гастрометафор**

 В современном обществе актуализируется изменение в ценностной шкале носителей того или иного языка, то есть уровень духовных ценностей доходит до уровня ценностей материальных, главной из которых является потребность в пище. В связи с этим в языке возникает всё больше и больше гастрометафор. Под гастрометафорами понимаются «образные обороты речи, выражения, относящиеся к процессу приготовления и потребления пищи» (Бойчук 2009). В современной речевой практике метафоры обладают особым значением, так как позволяют как можно лучше передать оценку, которой обладает пища определённой культурной среды.

 А. С. Бойчук также выделяет несколько групп гастрометафор: вкусовые ощущения, невкусовые характеризующие свойства пищи, наименования

блюд, испорченная пища, процесс приготовления пищи, процесс подачи пищи к столу, процесс приёма пищи, ограничения в еде. Подобная система гастрометафор даёт возможность увидеть, что каждый носитель языка владеет способностью переносить значения, которые в свою очередь создают базовую метафору (например, *глотать книги*). Кроме этого, гастрометафоры составляют лексико-семантическое поле, которые определяют следующие группы:

1. Ядро. Эту группу составляют «вкусовые» метафоры, то есть те метафоры, которые описывают вкус пищи и дают ей общую характеристику. Подобные метафоры являются стёртыми и образными узуальными.
2. Околоядерная. В эту группу входят метафоры, характеризующие процессы приготовления пищи.
3. Центральная зона. К данной группе относят «пищевые» метафоры, то есть выделяются различные наименования продуктов, ингредиентов, общие наименования и номинация блюда. Наименование блюд является наиболее развивающейся группой, которая характеризуется большим числом окказиональных метафор.
4. Зона ближней периферии. Представленную группу составляют наименования пищи быстрого приготовления, испорченная пища, а также заимствованные блюда, недавно вошедшие в употребление.
5. Зона дальней периферии. К этой группе относятся слова презентации продуктов к употреблению и самого процесса потребления пищи (Бойчук 2012, URL: http://cheloveknauka.com/gastronomicheskaya-metafora).

 В современной речевой практике наиболее активно используется один из типов гастрометафор – «вкусовые» метафоры. «Вкусовые» метафоры представляют собой лексическую группу, состав которой определяется тематической принадлежностью первоначального значения к сфере вкусовых характеристик. Кроме того, исследователь выделяет такую группу метафор, как «основные характеризующие свойства пищи». Представленная группа включает в себя описание характерных вкусовых качеств и пищевых свойств, например, консистенция, сочность и т.д. «Вкусовые» метафоры позволяют описывать сложные абстрактные категории в более понятных и доступных терминах.

 Помимо группы метафор «основные характеризующие свойства пищи» выделяют ещё несколько базовых групп: 1) группа номинативных единиц со значением «пища»; 2) номинация процесса приготовления; 3) номинации презентации пищи; 4) номинации процесса потребления пищи (Бойчук 2012, с. 373).

 Основу метафорических гастрономических смыслов составляют знания человека о соответствующей предметной области, которые базируются не только на чувственном восприятии, но и на рациональном осмыслении предметов конкретной области. Такое знание представляет собой ключевой элемент концептуализации мира посредством гастрономической метафоры. Гастрономической метафоре свойственен деривационный потенциал, то есть способность изменяться благодаря словообразовательному ресурсу. В данном случае деривационный потенциал проявляется на следующих уровнях:

1. Словообразовательная деривация, в результате которой словообразовательная цепочка получает метафорический смысл производящего слова, например, *хлеб – хлебное место*.
2. Развитие синонимии гастрономических фразеологических единиц посредством применения различных гастрономических источников с одинаковыми концептуальными характеристиками, например, *неопытный человек – мастер кислых щей*. Кроме этого, синонимия может возникать и в тех случаях, когда один элемент фразеологической единицы возможно заменить синонимичным эквивалентом, например, *отнимать/отбивать у кого-либо хлеб*.
3. Развитие гастрометафор в различных видах дискурса. При определённых дискурсивных условиях часто происходят различные трансформации глюттонических фразеологических единиц. На лексическом уровне такие изменения наблюдаются в расширении или сужении установленной конструкции или замене одного из элементов, например, *«Аппетит меняется во время еды»* (Дормидонтова 2011)*.*

 Процесс метафоризации включает в себя большое число понятий, связанных с областью гастрономии. Что касается вкусовых характеристик, то с их помощью носители того или иного языка в образной форме выражают всю многогранность ощущений и впечатлений в результате чувственного восприятия.

* 1. **Способы номинации дегустационных терминов**

 Основной культурный концепт глюттонической коммуникации (концепт «пища»)  выражается в процессе речи с помощью нескольких способов номинации (Земскова 2009). В настоящее время в теории номинации выделяют прямую (первичную) номинацию и косвенную (вторичную) номинацию.

**1.3.1 Первичная номинация дегустационных терминов**

 Под первичной номинацией понимается первообразное обозначение, которому характерно отношение, передающее элементы действительности. При первичной номинации человек осваивает объективную реальность, т.е. в процессе знакомства с каким-либо предметом или явлением осуществляется их мыслительная обработка, которая в свою очередь отражается в обозначении этих предметов и явлений.

 Первичная номинация возможна только в том случае, если есть возможность с помощью какого-либо элемента языка воссоздать в сознании человека какой-либо предмет в пространстве (Уфимцева 1977, с.25). В. Г. Гак говорит о том, что для обозначения определённого объекта в конкретной ситуации при первичной номинации языковая форма выражается в первичной функции (Гак 1998, с. 321). Первичная номинация является процессом создания нового немотивированного знака. При первичной номинации предмет или явление называются прямо, не зависимо от контекста и не требуя поддержки других элементов номинации (Телегин с. 425). Таким образом, мы делаем вывод о том, что прямая номинация – это контекстно свободное обозначение объектов, то, которое первым приходит на ум как базовое значение.

 Прямая номинация представляет собой этап лексической объективизации и является элементом ономасиологического порядка. Процесс первичной номинации характеризуется однократностью словопроизводства (Сметанина 2002). Процесс первичной номинации в языке встречается реже, чем вторичная номинация, в виду уровня развития общества (Чистяков 2009). Обозначение, которое является результатом прямой номинации, воссоздаёт представление о том или ином предмете. Качество или признак, лежащий в основе, является характеризующим и доминирующим среди признаков конкретного объекта или явления. Таким образом, можно утверждать, что результатом первичной номинации является категориальное понятие, которое первым возникает в сознании слушающего.

**1.3.2 Вторичная номинация дегустационных терминов**

 Процесс вторичной (косвенной) номинации представлен в языке в значительно большем объёме, т. к. благодаря использованию тех или иных лексических единиц обогащается речь, позволяя избежать её однообразности. Косвенная номинация подразумевает использование номинативных средств языка в новой для них функции (Багана, Кравец 2012, с. 117). То есть, при вторичной номинации новые реалии обозначаются переосмысленными языковыми единицами, которые выступают во вторичной функции. Явление образности возникает в результате сдвига значения слова, который возможен при сохранении не только существенных, но и второстепенных признаков при вторичной номинации (Колшанский 1977, с. 143). Кроме того, вторичная номинация является производной, поскольку она образуется путём изменения значения конкретных языковых средств, которые выполняют второстепенную функцию. В процессе вторичной номинации характеризующий признак перекладывается на другой предмет номинации, т. е. свойства первично названного предмета переносятся на предмет вторичной номинации.

 Вторичная номинация способствует выявлению и определению взаимодействия между языковыми данными и менталитетом нации. В основе различных видов вторичной номинации лежат ассоциативные образы, являющиеся результатом процесса человеческого мышления. В результате косвенной номинации возникают ассоциации по сходству или по смежности между определёнными свойствами внеязыковых элементов. Эти ассоциации в свою очередь отображаются в уже существующем значении наименования. Более того, возникает сравнение и между свойствами нового обозначаемого, называемого путём переосмысления конкретного значения. Таким образом, в современной теории номинации выделяют несколько способов: метафора, синэстезия, метонимия и др. В представленной работе будут рассматриваться эти три способа номинации.

 Метафора (от греч. *meta* – *«изменение»*, *phero* – *«несу»*) представляет собой семантический перенос наименования на основе сравнения двух сущностей (Arnold 1973, c. 130). Такой тип квалификационного переноса заключается в объединении нескольких денотатов, имеющих общий признак, под общим наименованием.

 Сравнение, на основе которого произошёл метафорический перенос, непосредственно не выражено. В связи с этим метафору называют скрытым сравнением (Иванова 2011, с. 60). Метафора является одним из важнейших средств образности языка и в профессиональном дискурсе выполняет объяснительную функцию (Максимова 2013, с. 176-177). То есть, метафора поясняет смысл того или иного явления. Как полагает исследователь, к числу профессиональных метафор относится гастрономическая метафора, которая является результатом образной номинации вкусовых качеств продуктов питания. Важно отметить признаковую метафору, суть которой заключается в сходстве денотата с каким-либо признаком.

 В конечном результате метафора стирается и закрепляется новый вариант значения в языковой системе (Елисеева 2015, с. 97). Более того, в пределах концептуальной метафоры суть переноса заключается в том, что понятие одного типа понимается и переживается в лексике понятия другого типа. Взаимодействие прямого и контекстуального значений представляет собой определённое скрытое сравнение. Так, подобное взаимодействие также воздействует на «значение-источник метафоры» по отношению к «значению-цели метафоры» (Ратникова 2007 с. 133). С помощью метафоры передаётся и отражается субъективное видение мира и представление действительности. Метафоризация представляет собой когнитивно-номинативный процесс. Он включает в себя не только интенцию того, кто применяет метафоризацию, но также и выбор фразы, которая будет соответствовать прагматической цели говорящего. Метафора находит проявление как в самом языке, так и в мышлении, в результате чего можно утверждать, что понятийная система, в которой мыслит человек, также является метафоричной (Lakoff, Johnsоn 2003, c. 7).

 Что касается синэстезии, то такой способ номинации является по своей сути разновидностью метафоры. Однако при синэстезии объединение денотатов происходит по сходству восприятия их органами чувств. Кроме того, новое значение слова начинает выполнять не только характеризующую функцию, но и назывную при закреплении за новым денотатом в качестве его наименования. Например, слуховые восприятия переосмысливаются в зрительные восприятия, а осязательные восприятия переосмысливаются во вкусовые. Синэстетическому переносу подвергаются в первую очередь наименования самых обыденных предметов. В результате синэстезии возникает экспрессивное наименование, которое обладает оценочным и эмотивным компонентами.

 При метонимическом переносе название явления замещается другим наименованием на основе существующих между этими явлениями реальных связей. То есть, метонимия как средство номинации представляет собой перенос наименования с одного предмета на другой по смежности их связей. Следует отметить, что суть метафоры заключается в присвоении обозначаемому «несобственного» для него признака, в то время как метонимия «извлекает» то или иное свойство из уже существующих отношений между явлениями. Ключевой функцией метонимии служит экспрессивная функция, которая реализуется благодаря привлечению внимания к определённым образам, ассоциирующимся с разными понятийными сферами (Елисеева 2015, с. 99, 102). Таким образом, основа метонимии – ассоциация по смежности, т. е. для обозначения конкретного предмета используется обозначение другого, которое связано с ним внешне или внутренне. Метонимия в предложении ориентирована на объект, а не на предикат. Это связано с функцией «идентификации через референцию имён» (Ван Несс 2007 с. 76).

 Отдельно стоит сказать о глагольной метонимии, которую обуславливают категориальные характеристики семантики глаголов. Среди таких особенностей выделяют «временные особенности и широкую валентностную структуру» (Агеева 1990). Метонимия глаголов в основном наблюдается в семантике способа действия. В процессе деривации значений сдвиг происходит именно в словах способа действия, в результате чего под метонимией понимают трансформацию в пределах конкретной концептуальной области (Ивашина, Руденко 2011).

 Помимо этого, глагольная метонимия основывается не только на причинно-следственных связях, но и такой связи, которая содержит обстоятельственный характер. Таким образом, при глагольной метонимии трансформация значения осуществляется по смежности действия (Трухановская 2009).

 В процессе присваивания нового значения старым предметам или явлениям реализуется прагматическая интенция говорящего, и речь становится более экспрессивной. Кроме того, использование слова с новой функцией способствует развитию полисемии.

**Выводы по главе 1**

1. Глюттоническая картина мира формируется под влиянием культурной картины мира и находит своё воплощение в языке, она является выразителем национального характера и сознания, в центре которого находится человек, осуществляющий гастрономический дискурс.
2. Глюттонический дискурс по своей форме и структуре заключает в себе большой набор экстралингвистических свойств. Он отражает культурные, языковые, этнические и идеологические фрагменты картины мира. Целью гастрономического дискурса является формирование вкусовых предпочтений человека, а также норм этикета и культурных ценностей.
3. Как универсальные, так и национально-культурные способы выражения глюттонических реалий соотносятся с определённым типом категоризации действительности. Гастрономическая картина мира представляет собой модель гастрономических пристрастий и приоритетов, которая в свою очередь отражается в специфике национальной номинации продуктов питания и их качеств. Языковая картина мира и национальная гастрономия тесно связаны между собой определённой системой категориальных связей, которые обусловлены мировоззрением той или иной нации.
4. Язык является неотъемлемой частью структуры национального сознания и коммуникации. Более того, потребление пищи выступает в качестве одного из видов коммуникативной деятельности. Глюттонический дискурс играет важную роль в коммуникации данного типа, так как в его рамках функционирует национальный характер.
5. Глюттоническая метафора, которая раскрывает существенные стороны национального менталитета, является важной оставляющей как языковой картины мира, так и гастрономической. Основной культурный концепт глюттонической коммуникации (концепт «пища») выражается в процессе речи с помощью нескольких способов номинации: первичная номинация и вторичная номинация, которая включает в себя процесс метафоризации, синэстезию и метонимию.
6. Первичная номинация представляет собой процесс создания нового наименования, немотивированного знака. Процесс вторичной номинации заключается в том, что номинативные средства языка выступают в новой функции.

**Глава 2 Лексико-семантический анализ системы глюттонической терминологии**

 В настоящей главе проводится классификация дегустационных терминов, а также лексико-семантический и количественный анализы глюттонической лексики таких безалкогольных напитков, как вода, сок, чай, кофе, коктейли и газированные напитки. В ходе исследования собранный материал в объёме 200 примеров был классифицирован на 2 группы как в английском языке, так и в русском. При изложении материала мы руководствовались принципом – от наиболее многочисленной группы к наименее многочисленной.

**2.1. Анализ английских дегустационных терминов**

 При анализе английской глюттонической лексики в общем объёме 100 примеров получилось несколько классификационных групп. Прежде всего, термины можно разделить по тематическим группам, а также по способам номинации.

**2.1.1. Классификация терминов по тематическим группам**

 Что касается классификации по категории оценки, то в данном случае термины делятся на следующие семь подгрупп:

1) описание вкуса (25 примеров: *delicious astringency, full flavor* и т.д.);

2) описание аромата (19 примеров: *light aroma, fresh bouquet* и т.д.);

3) описание консистенции (18 примеров: *body, velvety cream* и т.д.);

4) характеристика материала изготовления и способа обработки (14 примеров: *coffee blend, dark roast* и т.д.);

5) общая характеристика напитка (12 примеров: *no added sugar, calorie-reduced* и т.д.)

6) процесс дегустации (8 примера: *cupping, enzymatic smell* и т.д.);

1. воздействие на человека (4 примера: *excellently refreshing, thirst-quenching*).

 По собранному материалу мы видим, что группа лексических единиц, описывающих вкус напитков, является наиболее объёмной: в состав этой группы вошло 25 примеров. Сюда относятся именные словосочетания – «прилагательное + существительное». Они используются как для описания самого вкуса в целом, например, *vivid flavor*, *rich flavor*, *integrated flavor*, так и для описания различных вкусовых оттенков, например, *cool peppermint note, spicy thyme, mild creamy flavor*. Кроме того, широко используются и глагольные словосочетания, например, *to create an impeccable cup, go give expressiveness to the composition, to underline the original flavor.* Хотя в представленную группу вошло наибольшее количество терминов, анализ материала показал, что вкус описывается только у таких напитков, как чай и кофе. Такой факт можно объяснить тем, что эти два напитка играют особую роль в жизнедеятельности человека и им отдаётся особое значение. Кроме того, сформирована целая культура производства и потребления чая и кофе.

 Что касается группы лексических единиц, описывающих аромат, которая представлена 19 примерами, то можно сказать, что здесь так же представлены словосочетания «качественное прилагательное + существительное», например, *tender aroma, full-bodied aroma, robust flavor*. Помимо этого, стоит отметить и глагольные конструкции, например, *to produce charming bouquet, aroma intertwines with, rich bouquet opens up (in exciting aroma).* Однако среди преобладающего числа глагольных словосочетаний с активным залогом в речи употребляются и такие глагольные словосочетания, в которых использование пассивного залога так же возможно - *the strong aroma is developed by*. В процессе исследования дегустационных терминов представленной группы был сделан вывод о том, что аромат, как и вкус, описывается только у чая и кофе.

 В состав группы лексических единиц, которые используются для описания консистенции напитка, вошли 18 примеров. При анализе данной группы важно подчеркнуть, что консистенция чая, как правило, не подвергается описанию. Таким образом, к представленной группе относятся слова для описания консистенции кофе (*velvety cream, white coffee*), соков (*cloudy juice, clear juice*), коктейлей (*thick milkshake*) и воды (*lightly carbonated, still water*).Более того, в ходе работы было выявлено, что в эту группу вошли именные словосочетания, однако существуют и устойчивые выражения типа *no pulp*, но в меньшем объёме. Подобные выражения встречаются преимущественно в рекламе и на упаковках напитков.

 К группе лексических единиц, характеризующих материал изготовления и способа обработки, относятся только те лексические единицы, которые используются для описания кофейных зёрен - 14 примеров. В анализируемую группу вошли, во-первых, словосочетания, которые описывают качество зёрен, например, *instant coffee, selected coffee beans, ground coffee.* Во-вторых, в речи используются термины для обозначения различных способов обработки кофейного зерна, например, *dark roasting method, traditional caramelization roasting method, freeze-drying.* Представленную группу лексики составляют не только именные словосочетания (*light roast*), но и глагольные конструкции в форме пассивного залога (*to be exposed to heat*).

 Группа лексики, которая используется для обозначения общей характеристики напитка, представлена 12 примерами. К анализируемой группе относятся преимущественно словосочетания вида «прилагательное + существительное» (*cool drink, sports drink, fresh squeezed juice*). Для указания на отсутствие какого-либо компонента в составе напитка используются выражения с частицей “no”, например *no added sugar, no artificial flavors.* При исследовании данной группы дегустационных терминов было выявлено, что чаще всего подобные устойчивые словосочетания и выражения встречаются в рекламе таких напитков, как соки, воды, газированные лимонады.

 Глюттоническая лексика, которая используется в процессе дегустации безалкогольных напитков, представлена в английском языке такими словами и выражениями, как, например, *cupper, to take a sip, fine tea.* Общий объём анализируемой группы составили 8 примеров. Здесь также присутствуют именные словосочетания (*sober sipping*) и глагольные конструкции в форме активного залога (*to take a sip*).

 Проанализировав группу лексических единиц, которые описывают воздействие, оказываемое на человека, необходимо сказать, что эта группа является наименьшей по лексическому составу, так как она представлена 4 примерами. К таким лексическим единицам можно отнести следующие выражения: *excellently refreshing, thirst-quenching, to pack a punch* и *best served ice cold.* В состав представленной группы для описания воздействия вошли не только относительные прилагательные, но и глагольные выражения, которые могут быть в форме активного и пассивного залога.

**2.1.2. Классификация терминов по способам номинации**

 Что же касается анализа дегустационных терминов по способам номинации, то в ходе исследования мы классифицировали их по следующим способам номинации:

1) первичная номинация (46 примеров);

2) вторичная номинация:

1. метафора (34примера);
2. синэстезия (16 примеров);
3. метонимия (5 примера).

 Прежде всего, необходимо отметить лексический фонд терминов в английском языке, который возник в результате первичной номинации. Эта группа лексических единиц является наиболее многочисленной и представлена 45 примерами. Такие слова и словосочетания не воспринимаются и не осознаются как производные или мотивированные.

 Прямая номинация терминов встречается во всех тематических группах, а именно:

1. «Описание вкуса» (*grassy taste, delicious astringency*).

 Пример 1 относится к результату первичной номинации, так как прилагательные в представленных словосочетаниях используются в первом значении: *grassy - having a flavor or odor of grass, delicious - appealing to one of the bodily senses especially of taste*.

1. «Описание аромата» (*fruit-like aroma, floral aroma*).

 Пример 2 также содержит прилагательные в прямом значении: *fruit-like – to taste like a fruit;* *floral - of, relating to flower.*

1. «Описание консистенции» (*pulpy juice, carbonated water*).

 Первичная номинация в примере 3 не является преобладающей, но чаще всего используется для описания консистенции соков и воды: *pulpy - of, relating to, or containing pulp; carbonated - containing bubbles of carbon dioxide.*

1. «Характеристика материала изготовления и способа обратобки» (*dark roast, selected coffee beans*).

 К 4 примеру дегустационных терминов относится группа слов, характеризующих кофейные зёрна и способы их обработки: *dark roast - coffee roasted to a dark brown to almost black color; traditional caramelization roast method - the process that occurs during a certain stage of coffee roasting when simple sugars in the coffee beans are heated to a particular temperature, creating a caramel flavor and color*. Первичная номинация в анализируемой тематической группе является преобладающей.

1. «Общая характеристика напитка» (*vitamin-filled, fresh-squeezed juice*).

 Примеры 5 относятся к группе лексических единиц общей характеристики, в которой термины первичной номинации используются для обозначения содержания и отсутствия какого-либо компонента в составе напитка: *vitamin-filled – containing vitamins*, или для обозначения способа приготовления напитка: *fresh-squeezed - juice that has been recently pressed out of fruit.* Анализируемые дегустационные термины являются яркими примерами словосложения и относятся к сложному типу основы, т.к. содержит 2 корневые морфемы: *vitamin* и *fill;* *fresh* и *squeeze*.

1. «Процесс дегустации» (*cupper, to take a sip*).

 Термины в примере 6, которые используются в процессе дегустации, представляют собой лексические единицы, относящиеся к первичному способу номинации в виду того, что они употребляются в прямом значении: *cupper - a person who performs the procedure of cupping*. Важно заметить, что термин *cupper* образован с помощью линейной модели словообразования – аффиксации – то есть, он являются производным словам и образован с помощью суффикса процесса какой-либо деятельности –*ing*. Словосочетание *to take a sip* выступает в значении *to drink a little at a time.*

1. «Воздействие на человека» (*thirst-quenching, excellently refreshing*).

 В примере 7 так же, как и в примере 5, содержится термин, который относится к первичной номинации и образованный словосложением: *thirst-quenching - drink stops you feeling thirst.* Второй термин представляет собой пример адъективного словосочетания, т. к. ядром выступает прилагательное - *excellently refreshing* и имеет значение *making you feel less hot or tired.* В ходе анализа было также выявлено, что в большинстве случаев (3 примера из 4) к первичной номинации относятся выражения со значением «освежать, оказывать положительный эффект».

 В ходе работы также были проанализированы дегустационные термины, которые являются результатом вторичной номинации. Необходимо сказать, что в английском языке большинство составляет именно эта группа терминов (56 примеров), в частности словосочетания, возникшие в процессе метафорического переноса (34 примера), синэстезии (16 примеров) и метонимии (5 примеров).

 Группа выражений, которые являются результатом метафоризации, является самой многочисленной и представлена в каждой тематической группе терминов:

1. «Описание вкуса» (*vivid flavor, flavor is woven of*).

 Словосочетание *vivid flavor* представляет собой метафору, т.к. в данном случае слово *vivid (producing powerful feelings or strong images in the mind)* имеет переносное значение *bright*. Во втором словосочетании причастие прошедшего времени *woven* употребляется в значении «создавать, смешивая». Такое сходство прослеживается из прямого значения слова - *repeatedly crossing a single thread through two sets of long threads.*

1. «Описание аромата» (*unique bouquet, strong flavour*).

 Примером метафоры может послужить термин *bouquet* в словосочетании *unique bouquet*, который в данной сочетаемости имеет не прямое значение. Здесь прослеживается сходство по признаку, т.к. основное значение слова - *an attractively arranged bunch of flowers*. В глюттоническом дискурсе существительное *bouquet* выступает со значением *the characteristic scent*.

 В процессе анализа собранного материала данной тематической группы к метафоризации были отнесены не только существительные, но и прилагательные. Ярком примером может послужить словосочетание *strong flavour*, в котором слово *strong (powerful or having or using great force or control)* выступает в значении *very noticeable.*

1. «Описание консистенции» (*still water, cloudy juice*).

 В первом случае слово *still (staying in the same position and not moving)* в результате метафорического переноса выступает со значением *without bubbles that are constantly moving.* Чётко прослеживается сходство по признаку во втором случае. Прилагательное *cloudy (with clouds)* имеет значение *not transparent or clean.*

1. «Характеристика материала изготовления и способа обработки» (*instant coffee, delicate composition of the premium quality coffee*).

 В данную тематическую группу вошло всего 4 словосочетания, которые стали результатом метафоризации. Особым примером служит прилагательное *instant (happening immediately, without any delay),* которое в гастрономическом дискурсе употребляется в значении *can be prepared very quickly.* То есть, в данном случае наблюдается сходство по признаку и общему значению «быстро». Во втором примере слово *delicate* (*fine in texture, quality, construction, etc.)* приобретает значение *pleasantly soft or light.* Основными компонентами при переносе значения в данном случае являются *«fine», «light».*

1. «Общая характеристика» (*mild coffee*).

 Анализируемая тематическая группа представлена лишь одним примером метафоры. В представленном словосочетании прилагательное *mild,* которое имеет значение *not violent, severe, or extreme,* в процессе метафорического переноса обретает значение *not very strong.* Этому способствует общий компонент «*gentle*».

1. «Процесс дегустации» (*fine tea, bubbly*).

 В данную тематическую группу в ходе анализа вошло всего 2 примера. В первом случае в прямом значении слова *fine (excellent or much better than average)* и в значении, которое слово приобретает в процессе метафоризации - *of superior or best quality,* наблюдается сходство по признаку, где общим компонентом является *«very good».* Что касается прилагательного *bubbly* *(full of energy),* то в результате метафоризации этим словом стали называть шампанское, так как прослеживается сходство по признаку – «*constantly moving».* В данном случае необходимо отметить процесс субстантивации прилагательного, которое в гастрономическом дискурсе имеет форму существительного.

1. «Воздействие на человека» (*to pack a punch*)

 К представленной тематической группе терминов относится всего один пример метафоризации. Существительное *punch (a forceful hit with a fist)* обретает значение *to* *have a strong effect on people.* Общим компонентом между этими значениями является *forcefulness.*

 Кроме того, в процессе анализа были выявлены термины, образованные в результате синэстезии (16 примеров). Синэстетический перенос значения проявляется не во всех тематических группах, а лишь в 4 из 7:

1. «Описание вкуса» (*bright flavor, cool peppermint note*).

 Синэстетический перенос проявляется в словосочетании *bright flavor*, которое содержит прилагательное *bright (shining, full of light)* в значении *full of taste, having strong taste*. То есть, в рассматриваемом примере наблюдается перенос значения по сходству восприятия органами чувств. В словосочетании *cool peppermint note* так же представлен пример синэстезии. В данном случае термин *cool (slightly cold)* выступает со значением *soothing or refreshing.* Представленный пример демонстрирует перенос значения на новый денотат на основании общего признака, воспринимаемого осязанием. Стоит отметить, что, помимо синэстезии, в данном словосочетании прослеживается и наличие метафорического переноса в термине *note.* При анализе лексико-семантических вариантов существительного *note* выявляется сходство признака, который лежит в основе отношений между вариантами значения слова:

1. *a single sound in music;*
2. *a component of a fragrance or flavor.*

 Таким образом, можно утверждать, что в значении анализируемых дегустационных терминов прослеживается как метафорический, так и синэстетический перенос значения.

1. «Описание аромата» (*smooth flavor, light aroma of*).

 Основное значение прилагательного *smooth* (*surface or consisting of a substance that is perfectly regular and has no holes, lumps)* имеет общий компонент «*pleasant to contact with*» с переносным значением - *flavour that is not sour or bitter.* В данном случае проявляется сходство восприятия между осязанием и обонянием. Во втором случае в результате синэстетического переноса у слова *light* *(not weighing a lot)* появляется новое значение - *not strong in flavour.* Общим компонентом, обеспечивающим процесс переноса значения, является *«mild, not heavy».*

1. «Описание консистенции» *(velvety cream, thick milkshake).*

 Компонент *«smooth, pleasant»* прослеживается и во всех переносных значениях термина *velvety* в словосочетании *velvety cream:*

1. *having a smooth feel;*
2. *having a soft taste.*

 Механизм переноса в представленном примере описывает денотаты через восприятие органами чувств, подобно физическому восприятию: приятный на ощупь – приятный на вкус. Что касается словосочетания *thick milkshake,* в этом случае прослеживается сходство зрительного и вкусового восприятия. Процесс синэстезии проявляется в прилагательном *thick (difficult to see through).* Переносу значения в данном случае способствует общий компонент «*close together with little space between*», благодаря которому и возникает новое значение термина - *not flowing easily*. Таким образом, можно утверждать, что анализируемый дегустационный термин по способу номинации также относится к синэстезии.

1. «Общая характеристика» *(soft drink).*

 В анализируемую тематическую группу вошёл один пример синэстического переноса значения. Переносное значение прилагательного *soft (not hard or rough)* проявляется под влиянием общего признака «*feel pleasant, not harmful*». В результате обозначения нового денотата появляется значение «*containing no alcohol*». Другими словами, между значениями прослеживается сходство по ощущениям.

 При анализе собранного материала были получены и термины, относящиеся по способу номинации к метонимии. Однако таких терминов оказалось наименьшее количество (5 примеров), и они относятся к двум тематическим группам:

1. «Описание вкуса» (*to underline the original flavor, an impeccable cup*).

 Ярким примером глагольной метонимии может послужить глагол *to underline* в составе сочетания *to underline the original flavor.* Основное значение слова *to underline – to draw a line under a word to show its importance.* То есть, когда мы что-либо подчёркиваем, мы это выделяем. Следовательно, рассматривая деривацию слова *to underline* в анализируемом примере, в одном из лексико-семантических вариантов на первый план выходит компонент значения - *to give emphasis.* По смежности ситуации здесь происходит перенос значения, поэтому в данном случае прослеживается метонимия.

 Так же, как и в сочетании *to underline the original flavor*, метонимический перенос наблюдается в выражении *an impeccable cup*. В рассматриваемом примере проявляется такой тип отношений смежности, приводящих к метонимическому переносу, как отношение «вместилище - содержимое». Представленный дегустационный термин содержит существительное *cup (a small, round container, often with a handle, used for drinking tea, coffee, etc)*, которое нельзя воспринимать буквально. В данном случае имеется в виду не предмет посуды, а его содержимое. При метонимическом переносе возникает лексико-семантический вариант значения - *the contents of a cup.* То есть, речь здесь идёт о создании именно напитка.

1. «Процесс дегустации» *(sober sipping, cupping).*

 При анализе примеров из представленной тематической группы в первую очередь необходимо сказать о том, что оба существительных – *sipping* и *cupping* образованы с помощью линейной модели словообразования. И в первом, и во втором случае к основам прибавляется аффикс *–ing.* В результате такого процесса слово *sip (to drink a liquid slowly by taking in small amounts at a time)* обретает значение *process of drinking carbonated soft drinks.* То есть в данном случае прослеживается отношение между действиями, а именно связь «разовое действие - длительный процесс». Во втором примере проявляется тип отношений «ёмкость - содержимое». Метонимический перенос прямого значения существительного *cup (a small, round container, often with a handle, used for drinking tea, coffee, etc.)* создаёт вариант значения *tasting any drinks*. Другими словами, когда мы пьём или дегустируем какой-либо напиток, мы имеем в виду содержимое стакана, а не сам стакан.

 Таким образом, первичная номинация чаще всего является способом номинации терминов, которые относятся к описанию общей характеристики (10 примеров) и характеристика материала изготовления и способа обработки (9 примеров). Результатом вторичной номинации в большинстве случаев являются термины, которые употребляются при описании вкуса (18 примеров) или аромата напитка (14 примеров).

**2.2. Анализ русских дегустационных терминов.**

 По собранному материалу дегустационных терминов в общем объёме 100 примеров в русском языке так же, как и в английском языке, можно выделить две классификации: тематические группы и группы терминов по способам номинации.

* + 1. **Классификация терминов по тематическим группам**

 Первая классификация состоит из следующих 7 групп:

1. описание вкуса (24 примера: *вкус соткан из, прохладная нота мяты* и т.д.).

 В процессе анализа собранных дегустационных терминов по тематическим группам, можно прийти выводу о том, что группа лексических единиц, описывающих вкус, по количеству материала является наиболее объёмной, так как она представлена 24 примерами. В представленную группу входят термины для описания основной характеристики вкуса напитков, например, *лёгкий кисловато-сладкий вкус, многогранный вкус, яркий вкус.* Помимо этого, используются и термины для описания оттенков вкуса. Примерами могут послужить такие словосочетания, как *пряный оттенок чабреца, прохладная нота мяты, мягкий сливочный вкус.* Вышеперечисленные примеры представляют собой именные словосочетания, в состав которых входят качественные прилагательные и существительные. Однако в русском языке встречаются и глагольные конструкции в форме активного залога, например, *придавать выразительность вкусу, раскрывать интенсивный вкус, подчёркивать индивидуальность вкуса.*

1. Общая характеристика (20 примеров: *питьевая вода, без консервантов* и т.д.).

 При анализе представленной тематической группы было выявлено, что все термины, входящие в её состав, представляют собой результат первичной номинации. Примерами могут послужить следующие лексические единицы: *с добавлением ягод, без сахара*. Анализируемые термины в буквальном смысле описывают напиток, то есть в данном случае ему даётся указание на то, имеются ли в составе ягоды или сахар.

1. Описание аромата (17 примеров: *создавать неповторимый букет, притягательный аромат* и т.д.).

 В результате анализа терминов, описывающих аромат, можно так же выделить отдельно именные словосочетания (*нежный аромат, непревзойдённый аромат, лёгкий букет*) и глагольные конструкции (*придавать очарование букету, лёгкая кислинка дополняет аромат, букет раскрывается)*.

1. Описание консистенции (15 примеров: *сок с мякотью, желеобразная структура* и т.д.).

 Говоря о словах, описывающих консистенцию, важно сказать, что рассматриваемая группа в глюттоническом дискурсе относится в основном к процессу дегустации именно кофе. Примерами терминов являются такие выражения, как *тело кофе, придавать кофе особую крепкость, благородный золотисто-коричневый оттенок.* Кроме того, часто встречаются термины для описания консистенции сока, например, *неосветлённый сок, сок с мякотью*. В основном подобные выражения встречаются в рекламе напитка и указываются на упаковках.

1. Воздействие на человека (12 примеров: *хорошо освежает, утоляет жажду* и т.д.).

 Рассмотрев лексические единицы, описывающие воздействие, которое оказывают напитки на человека, можно утверждать, что эта группа терминов в русском языке представлена не только глагольными конструкциями (8 примеров), но и именными словосочетаниями (4 примера). Примерами подобных глагольных выражений в первом случае являются следующие: *хорошо освежает, утоляет жажду*. Что касается словосочетаний вида «прилагательное + существительное», то несмотря на небольшое количество, мы часто встречаем их на вывесках магазинов и на самих упаковках напитков, например, *прохладительный напиток, очищающий напиток*.

1. Характеристика материала изготовления и способа обработки (7 примеров: *отборные зёрна, сублимация* и т.д.).

 В русском языке, так же, как и в английском в относительно небольшом объёме – 7 примеров – представлена группа терминов характеристики только кофейных зёрен, например, *молотый кофе, отборные зёрна, кофе ультратонкого помола.* Помимо этого, используются специальные термины для обозначения способов обработки кофейных зёрен: *глубокая обжарка зёрен, сублимация, средняя степень обжарки зёрен.*

1. Процесс дегустации (5 примеров: *каппинг, низкий чай* и т.д.).

 Что касается терминов, используемых непосредственно в процессе дегустации кофе, то по объёму терминов, эта группа является наименее многочисленной. Можно привести такие примеры слов, как *каппинг* и *каппер*, которые обозначают процесс и участников процесса дегустации. В процессе чаепития используются такие термины, как *низкий чай, элитный чай* и т.д.

**2.2.2 Классификация терминов по способам номинации**

 В русском языке дегустационные термины можно разделить по следующим способам номинации:

1. первичная номинация (58 примеров: *молотый кофе, каппер*);
2. вторичная номинация:
	* 1. метафора (28 примеров: *живой вкус, глубокий аромат*);
		2. синэстезия (12 примеров: *мягкий сливочный вкус, нежный аромат*);
		3. метонимия (2 примера: *подчёркивать индивидуальность вкуса*).

 Что касается дегустационных терминов, которые относятся к первичному способу номинации, то необходимо заметить, что этой группе принадлежит наибольшее количество примеров – 58 лексических единиц. Производность подобных терминов может быть раскрыта только посредством этимологического анализа. В ходе работы было выявлено, что к первичной номинации относятся дегустационные термины из каждой тематической группы:

1. «Описание вкуса» *(неповторимый вкус)*.

 Прилагательное *неповторимый* в представленном примере имеет значение *единственный по своим качествам, свойствам, совершенно исключительный.* В данном случае говорится об уникальности вкусовых качеств напитка. Употребление слов в первом значении прослеживается и в следующем примере: *насыщенный кофе.* Слово *насыщенный* реализуется в прямом значении *содержащий в себе предельное количество ч.-либо.* Таким образом, анализируемый пример используется для описания яркого проявления вкусовых качеств напитка.

1. «Общая характеристика» *(безалкогольный напиток).*

 В ходе исследования и анализа терминов данной тематической группы был сделан вывод о том, что все словосочетания, которые составляют эту группу, являются результатом первичной номинации. Значение слова *безалкогольный* (*не содержащий алкоголя)* в толковом словаре является единственным и подразумевает то, что в конкретном напитке содержание алкоголя – нулевое. Слова и выражения из анализируемой группы встречаются в рекламе продуктов питания и на упаковках.

1. «Описание аромата» *(душистый аромат).*

 Прямое значение прилагательного *душистый* - *издающий сильный приятный запах.* Использование анализируемого слова в данном случае показывает, что речь идёт об описании насыщенности аромата. Подобная лексика помогает подчеркнуть особенности ароматического качества напитка.

1. «Описание консистенции» *(сок с мякотью).*

 Представленную тематическую группу преимущественно составляют слова и выражения, которые относятся по способу к первичной номинации (11 примеров из 15). Пример *сок с мякотью* указывает на то, что подобные гастрономические термины объясняют наличие или отсутствие какого-либо компонента в напитке. Такими примерами могут послужить следующие словосочетания: *негазированная вода, кофе с молоком.*

1. «Воздействие на человека» (*оказывает тонизирующее действие*).

 Вошедшие в состав данной тематической группы термины указывают на положительный эффект, оказываемый напитком. Представленный пример - *оказывает тонизирующее действие –* подразумевает, что напиток взбодрит человека и придаст силы. Подобные выражения встречаются в рекламах напитков.

1. «Характеристика материала изготовления и способа обработки» (*молотый кофе*).

 Прилагательное *молотый* в анализируемом примере имеет значение *подвергнутый размалыванию; размолотый.* Употребление этого словосочетания в прямом значении даёт характеристику кофейного зерна. Помимо этого, термины, обозначающие способы обработки кофе, можно также отнести к первичной номинации, например, *сублимация – процесс удаления влаги из замороженных зёрен с помощью вакуума*. То есть представленный термин обозначает *переход из одного состояния в другое*.

1. «Процесс дегустации» (*каппинг*).

 К первичной номинации в русском языке относятся слова, которые являются транслитерированными терминами английских лексем. Для номинации некоторых элементов процесса дегустации в русском языке транслитерация является наиболее распространённым способом образования слова, заимствованного из английского языка. Существительное *каппинг* в русском языке означает то же, что и в английском – *процесс дегустации.* Примером транслитерации так же может послужить и слово *каппер*, которым называют *участника дегустации*.

 В процессе исследования выражений, которые являются результатом вторичной номинации, было выявлено, что большинство дегустационных терминов (28 примеров) возникли при метафорическом переносе значения. Как и первичная номинация, метафоризация встречается во всех тематических группах, кроме группы терминов, которые употребляются для описания общей характеристики напитка. Рассмотрим примеры в остальных группах:

1. «Описание вкуса» (*богатый вкус*).

 В анализируемом примере словосочетание *богатый вкус* представляет собой метафору, т.к. прилагательное *богатый (владеющий большими материальными ценностями)* в данном случае выступает с переносным значением *имеющий что-либо в большом количестве.* Другими словами, в представленном примере прослеживается сравнение на основании общего признака «*имеющийся в изобилии»*. Стоит также сказать, что помимо именных словосочетаний, в данную тематическую группу вошли и глагольные конструкции, например, *оттенки вплетены.*

В сочетании с глаголом *вплетать* существительное *оттенок* сравнивается с чем-то материальным, что можно вплести или чем можно дополнить какую-либо вещь.

1. «Описание аромата» (*крепкий аромат*).

 Примером метафоры может послужить прилагательное *крепкий* в словосочетании *крепкий аромат.* Прямое значение слова - *плотный, твёрдый* - в процессе метафоризации обретает новое значение - *насыщенный, концентрированный.* Между этими двумя значениями прослеживается сходство по признаку, основным элементом которого является *«значительная степень проявления какого-либо свойства».*

1. «Описание консистенции» (*благородный золотисто-коричневый оттенок*).

 В данном примере процесс метафоризации наблюдается в сходстве признака прямого и переносного значения прилагательного *благородный.* Прямое значение слова - *отличающийся высокими моральными качествами.* В результате метафоризации возникает новое значение - *выделяющийся особыми качествами, исключительный.* То есть, такой перенос значения основан на общем компоненте «*обладающий положительным качеством*».

1. «Воздействие на человека» *(заряжает энергией).*

 Ярким примером метафоры в представленной тематической группе служит глагольное словосочетание *заряжает энергией,* в котором оба слова употребляются в переносном значении. Во-первых, глагол *заряжать (вкладывать заряд в огнестрельное оружие)* в процессе метафоризации обретает новое значение - *сообщать кому-либо бодрость.* В данном случае общим компонентом выступает «*приводить в действие*». Аналогия ситуации прослеживается в словосочетаниях *зарядить батарейку*, *зарядить аккумулятор,* в которых анализируемый глагол функционирует в переносном значении. Во-вторых, существительное *энергия (одно из основных свойств материи, способность производить работу)* имеет переносное значение - *способность активно действовать.* Между значениями прослеживается сходство по функции. Общий компонент *«интенсивность»* даёт основание утверждать, что анализируемое слово так же относится к метафоре.

1. «Характеристика материала изготовления и способа обработки» *(глубокая обжарка зёрен).*

 Примером термина, который возник при метафоризации, является прилагательное *глубокий.* Прямое значение слова - *имеющий большую глубину* - связано с переносным значением общим компонентом «*проникнутый или охваченный целиком*». В результате переноса значения слово *глубокий* значит *проникающий во внутреннюю сущность чего-либо.* В данном случае имеется в виду, что зёрна обжариваются максимально тщательно.

1. «Процесс дегустации» (*низкий чай).*

 Прилагательное *низкий (малый по высоте, находящийся на небольшой высоте)* в подобном сочетании имеет переносное значение в виду того, что процесс чаепития в XIX веке проходил не за обычными столами, а сидя за низкими столиками. Следовательно, на основании наличия общего компонента *«невысокий»* лексико-семантических вариантов слова *низкий* можно сделать вывод о том, что данный термин образован в результате метафорического переноса. Кроме того, стоит также отметить, что понятие «низкий чай» не имеет значение «некачественного чая», т.к. подобный процесс чаепития проходил в богатых слоях общества, где пили чай исключительно высокого качества.

 Противопоставлением *низкому чаю* служит термин *высокий чай.* Понятие *высокого чая* появилось в тот же период и означало обеденное время у рабочего класса. Такой процесс сопровождался более сытными блюдами и проходил стоя за высокими столами. При анализе прилагательного *высокий (большой по протяженности снизу вверх или далеко расположенный в таком направлении)* так же можно сделать вывод о том, что представленный термин был образован посредством метафоризации по сходству признака.

 Помимо метафоры, собранный в ходе работы материал также представлен примерами синэстезии. Синэстетический перенос значения прослеживается в терминах трёх тематических групп:

1. «Описание вкуса» (*яркий вкус*).

 Прослеживая сдвиг значения в прилагательном *яркий (дающий сильный свет, сияющий)*, можно прийти к выводу, что в переносном варианте значения – *отличающийся концентрированностью вкусовых качеств* возникает общий с прямым значением компонент «*заметный*». В данном случае сравнение денотатов происходит на основании признака, воспринимаемого на вкус, то есть зрительное восприятие перекладывается на вкусовое.

1. «Описание аромата» (*лёгкий букет*).

 При более подробном анализе словосочетания *лёгкий букет* можно выделить сразу два способа номинации. Во-первых, процесс синэстезии наблюдается в значении прилагательного *лёгкий*, который в сочетании со словом *букет* подвергается переносу значения. Синэстетический сдвиг значения происходит при сравнении денотатов, которые описываются через восприятие органами чувств. Так, в прилагательном *лёгкий (незначительный по весу, не отягощающий)* под влиянием слова, обозначающего ощущение, наблюдается перенос значения на основании общего признака, который воспринимается на вкус – «*малозаметный*». Следовательно, слово *лёгкий* выступает в представленном словосочетании со значением *мягкий, приятный на вкус.* Во-вторых, слово *букет (срезанные или сорванные цветы, подобранные друг к другу)* подвергается метафорическому переносу значения по сходству признака и общего компонента *«специально и правильно собранные вместе».*  В результате метафоризации анализируемое существительное обретает значение *совокупность ароматических или вкусовых свойств напитка.*

1. «Описание консистенции» *(бархатистая текстура).*

 В данном примере прилагательное *бархатистый (подобный бархату)* под влиянием компонента «*нежный*» обретает переносное значение *мягкий, приятный.* Сходство этих значений происходит по восприятию на ощупь и на вкус.

 Проведённый анализ материала также показал, что в русском языке существуют термины, образованные посредством метонимического переноса значения. Данная группа лексических единиц является наименее многочисленной (2 примера). Подобные словосочетания представлены в следующих тематических группах:

1. «Описание вкуса» (*подчёркивать индивидуальность вкуса*).

 Ярким примером метонимии глагола может послужить слово *подчёркивать* в словосочетании *подчёркивать индивидуальность вкуса.* Прямое значение представленного глагола - *выделять нужные слова, проводя под ними черту.* Иными словами, при подчёркивании чего-либо мы это выделяем, делаем заметным. Если рассматривать деривацию глагола *подчёркивать*, то компонент лексико-семантических вариантов значения слова - *«выделять»* - становится на первое место. На основании этого можно сделать вывод о том, что в данном случае анализируемое словосочетание является примером глагольной метонимии. Перенос значения осуществляется по смежности ситуации.

1. «Процесс дегустации» *(ароматная кружка).*

 Первое значение существительного *кружка* - *сосуд для питья в виде стакана с ручкой*. При употреблении представленного словосочетания в речи говорящий имеет в виду не саму ёмкость для напитка, а то, что содержится в ней. В отличие от примера 17, в данном случае прослеживается иной тип отношений схожести – «вместилище - содержимое».

 Таким образом, проанализировав 7 тематических групп по способу номинации дегустационных терминов, можно сказать, что к первичной номинации относится большинство терминов, которые используются для описания общей характеристики напитка (20 примеров), его консистенции (11 примеров) и материала изготовления и способа обработки (5 примеров). Результатом вторичной номинации преимущественно стали термины описания вкуса (19 примеров) и аромата напитка (11 примеров).

**2.3. Сопоставление английских и русских дегустационных терминов.**

 На основе собранного материала можно провести сопоставительный анализ лексического фонда глюттонического дискурса. В процессе анализа выявляются как схожие черты, так и некоторые различия.

 Прежде всего, стоит сказать, что материал в обоих языках представлен в достаточно большом объёме, что позволяет провести сравнительный анализ как можно тщательнее. Так, на основании собранного материала дегустационные термины в английском и русском языках можно разделить на две классификации.

 Во-первых, выделяются группы терминов по 7 тематическим группам. Сопоставление слов и выражений по этой классификации показало, что, как в английском языке, так и в русском, группа слов, описывающих вкус, является самой большой по объёму терминов: 25 и 24 примера соответственно. Наименьшее количество терминов в английском языке содержится в группе «воздействие на человека» - 4 примера, в русском языке – в группе «процесс дегустации», которая представлена 5 примерами. Для описания вкуса в анализируемых языках используются не только именные словосочетания, но и глагольные конструкции. Подобное сходство наблюдается и в такой группе терминов, как «описание аромата».

 Что касается лексических единиц, используемых для описания консистенции, то стоит подчеркнуть, что как в английском, так и в русском языке описанию подвергаются следующие напитки: вода, кофе, сок. Эта группа слов не представлена терминами для описания консистенции чая. Кроме того, достаточное количество слов и выражений (14 и 7 примеров в английском и русском языках соответственно) содержат группы терминов для характеристики материала изготовления и способ обработки.

 Группы слов, используемых для описания воздействия на человека, представлены ограниченным лексическим составом в английском языке - 4 примера; в русском языке эта тематическая группа более объёмна, т.к. представлена 12 примерами. Тем не менее, в результате анализа собранных терминов можно сделать вывод о грамматическом различии глюттонических терминов данной группы. Разница терминов заключается в том, что в английском языке они являются причастиями, например, *thirst-quenching*, а в русском – глаголами в форме 3 л. ед.ч., например, *обладает тонизирующим действием.*

 Более того, различие наблюдается и в терминах, относящихся к процессу дегустации кофе. В английском языке, например, термин *cupper* является исконно английским словом, образованным путём присоединения продуктивного суффикса –*er*. В русском же языке наименования профессионального дегустатора кофе не существует. В связи с этим, термин был заимствован из английского языка посредством транслитерации: *каппер*.

 Во-вторых, в результате анализа дегустационной терминологии можно выделить группы терминов по способам номинации (первичная, вторичная: метафора, синэстезия, метонимия). При сопоставлении глюттонической лексики можно отметить значительное различие терминологических составов английского и русского языков. В английском языке основная часть дегустационных терминов (58 примеров) представляет собой результат вторичной номинации, в то время как в русском языке в таком же объёме (58 лексических единиц) термины образованы посредством первичной номинации.

 Что касается сопоставления по вторичной номинации, то большое число лексики образовано в результате метафоризации (34 и 28 словосочетаний в английском и русском языках соответственно), например, *rich flavor, tender aroma* и *свежий букет, раскрывать интенсивный вкус*. Кроме того, в анализируемых языках глюттоническая терминология образована посредством синэстетического переноса (16 и 12 примеров в английском и русском языках соответственно). Примерами могут послужить следующие выражения: в английском языке - *light aroma, bright flavor* и в русском языке – *бархатистый вкус, нежный аромат.* Также в английском и русском языках существуют словосочетания, которые являются результатом метонимии. Например, в английском языке метонимический перенос прослеживается в следующих выражениях: *to underline the original flavor, to create an impeccable cup*. В отличие от английского языка, который представлен 5 примерами метонимии, в русском языке метонимический перенос как способ номинации глюттонической терминологии используется реже: на основе собранного материала удалось выявить 2 примера – *подчёркивать индивидуальность вкуса и ароматная кружка*. В то же время важно отметить, что в английском и русском языках не только метафорический перенос, но также синэстезия и метонимия являются способами номинации преимущественно групп терминов, описывающих вкус (18 и 19 примеров в английском и русском языках соответственно) и аромат (14 и 11 примеров в английском и русском языках соответственно). Для характеристики материала изготовления и способа обработки в анализируемых языках используются термины, представляющие собой результат первичной номинации: как в английском языке, так и в русском удалось выделить по 14 и 7 словосочетаний соответственно. Так, примерами могут послужить такие термины, как *ground coffee, dark roast* в английском языке и *сублимация, растворимый кофе* в русском языке. Кроме того, термины, которые относятся к процессу дегустации, в английском и русском языках являются первообразными, например: *cupper* и *каппинг.*

**Английские дегустационные термины**

**Русские дегустационные термины**

**Выводы по 2 главе**

 1. Проанализировав английские и русские дегустационные термины, можно утверждать, что лексический фонд рассматриваемых языков представлен относительно большим количеством дегустационной терминологии (общий объём – 200 примеров). Удалось провести сопоставление глюттонической лексики по двум классификациям: 1) по тематическим группам; 2) по способам номинации.

 2. При сопоставлении английских и русских дегустационных терминов были выявлены как схожие черты, так и незначительные различия. Прежде всего, можно сделать вывод о том, что в английском и русском языках группа терминов, описывающая вкус, обладает наибольшим количеством лексических единиц. В английском языке наименьшей по объёму является группа слов, используемых для описания воздействия, оказываемого на человека; в русском языке наименее многочисленной является группа терминов, которые относятся к процессу дегустации.

 3. Рассмотрев дегустационные термины с точки зрения способов их номинации, можно сказать, что в английском языке значительная часть лексики образована в процессе вторичной номинации. В русском языке, наоборот, преимущественно встречаются термины, образованные посредством первичной номинации.

 4. Примерами первичной номинации в английском языке большей частью являются слова и выражения, которые употребляются при характеристике продукта изготовления, в частности кофейных зёрен и описании общей характеристики напитков. В русском языке наблюдается иная тенденция номинации: самой объёмной группой терминов стала группа «общая характеристика напитков», а второй по объёму тематической группой стала группа «описание консистенции».

 5. При анализе терминов по вторичному способу номинации, отдельно стоит отметить метафорический перенос значения, так как чаще всего глюттонические термины представляют собой результат именно метафоризации. Результатом метонимии стало наименьшее количество глюттонических терминов.

 6. На основании проведённого сопоставления дегустационной терминологии английского и русского языка, можно прийти к выводу, что глюттоническая лексика анализируемых языков совпадает по объёму материала и лишь частично по способам номинации дегустационной терминологии.

**Заключение**

 В рамках представленной работы был проведён анализ английских и русских дегустационных терминов и их последующий сопоставительный анализ. В процессе исследования были выполнены следующие задачи:

1. Была описана специфика глюттонического дискурса, а именно были рассмотрены понятия «дискурс», «глюттонический дискурс», его принципы и особенности.
2. При изучении теории гастрономического дискурса, была исследована гастрономическая лексика.
3. Был рассмотрен лексический фонд гастрономического дискурса как английского, так и русского языков.
4. В ходе анализа были определены языковые средства, используемые для обозначения гастрономической лексики в английском и русском языках. Так, были определены следующие способы номинации глюттонической лексики: первичная номинация и вторичная номинация, которая включает в себя не только метафорический перенос, но также синэстетический и метонимический переносы значения.

 Выполнение вышеперечисленных задач позволило провести сопоставление лексического фонда глюттонического дискурса как в английском, так и в русском языках. На основании собранного материала в объёме 200 примеров был проведён лексико-семантический и количественный анализы английских и русских терминов. По результатам исследования удалось сопоставить дегустационные термины английского и русского языков. Сопоставление лексических единиц осуществлялось по двум классификациям: 1) по тематическим группам; 2) по способам номинации. В ходе работы было установлено, что как в английском языке, так и в русском большая часть дегустационной терминологии составляет группу слов, описывающих вкус. Наименее многочисленными стали следующие группы: в английском языке – «воздействие на человека», в русском языке – «процесс дегустации». Проанализировав слова и выражения по способам номинации, был сделан вывод о том, что вторичная номинация, является основным способом образования лексических единиц в английском языке, а в русском – первичная номинация.

 Подводя итог, необходимо сказать, что в ходе представленной работы были решены основные задачи, которые позволили реализовать поставленную цель исследования: провести лексико-семантическое сопоставление английских и русских дегустационных терминов.

**Список использованной литературы**

1. Агеева Н. Г. Типология и механизмы глагольной метонимии в современном английском языке: автореф. дис. – Киев, 1990. URL: http://cheloveknauka.com/tipologiya-i-mehanizmy-glagolnoy-metonimii-v-sovremennom-angliyskom-yazyke (дата обращения: 8. 05.2018)
2. Арутюнова Н.Д. // Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В.Н. Ярцева – М.: Сов. Энциклопедия, 1990 – 136с.
3. Багана Ж., Кравец Я Ю. Вторичная номинация тематической группы «хлебобулочные изделия» // Евразийский лингвистический институт в г. Иркутске – филиал ФГБОУ ВПО «МГЛУ» - Иркутск, 2012 – 117с.
4. Боваева Г. М. Лингвокультурная специфика этнических пищевых предпочтений: автореф. дис. - Казань, 2012 – 10с.
5. Бойчук А. С. Лингвостилистический анализ «вкусовых» метафор русского языка // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. – Тула, 2012 – 373с.
6. Бондаренко Е. В. Межкультурная семейная коммуникация как особый тип общения: автореф. дис. – Волгоград, 2010. URL: http://www.dissercat.com/content/mezhkulturnaya-semeinaya-kommunikatsiya-kak-osobyi-tip-obshcheniya (дата обращения: 17.11.2017).
7. Буркова П. П. Кулинарный рецепт как особый вид текста: автореф. дис. – Ставрополь, 2004 – 10с.
8. Ван Дейк Т. А. К определению дискурса – Л.: Сэйдж пабликейшн, 1998 – 47с.
9. Ван Несс С. Р. Использование вторичной номинации при создании прозвищных наименований // Вестник Башкирского университета – Уфа, 2007 – 76с.
10. Гак В. Г. Языковые преобразования – М.: Языки русской культуры, 1998 – 321с.
11. Головницкая Н. П. Лингвокультурные характеристики гастрономического дискурса: автореф. дис. – Волгоград, 2007 – 8-9с., 23с.
12. Демьянков В. З. Политический дискурс как предмет политологической филологии // Политическая наука. Политический дискурс: История и современные исследования. № 3. – М., 2002 – 32, 40с.
13. Державецкая И. А. Глюттоническая лексика в системе английского языка // Лингвистика. Лингвокультурология, 2013 - 20с.
14. Дормидонтова О. А. Гастрономическая метафора как средство концептуализации мира: автореф. дис. – Тамбов, 2011. URL: http://cheloveknauka.com/gastronomicheskaya-metafora-kak-sredstvo-kontseptualizatsii-mira (дата обращения 18.11.2017)
15. Елисеева В. В. Лексикология современного английского языка – СПб: Издательство Санкт-Петербургского Университета, 2015 – 97с., 99с., 102с.
16. Ермакова Л.Р. Глюттоническая номинация в этнокультурном аспекте // Национальный исследовательский университет «БелГУ» - Белгород, 2013. URL: http://www.rusnauka.com/28\_PRNT\_2011/Philologia/9\_94631.doc.htm (дата обращения: 18.11.2017)
17. Ермакова Л. Р. Глюттонические прагматонимы и национальный характер: автореф. дис. – Белгород, 2011. URL: http://www.dissercat.com/content/glyuttonicheskie-pragmatonimy-i-natsionalnyi-kharakter (дата обращения: 18.11.2017)
18. Захаров С. В. Лингвосемиотика англосаксонской институциональной глюттонии: автореф. дис. – Волгоград, 2008. URL: http://www.dissercat.com/content/lingvosemiotika-anglosaksonskoi-institutsionalnoi-glyuttonii (дата обращения 2.10.2017)
19. Земскова А. Ю. Лингвосемиотические характеристики англоязычного гастрономического дискурса: автореф. дис. – Волгоград, 2009 - 13с., 19с.
20. Иванова Е. В. Лексикология и фразеология современного английского языка – М.: Академия, 2011 – 60с.
21. Иванина Н., Руденко Е. Метонимия: аспекты исследования // Linguistica Brunensia, 2011. URL: https://digilib.phil.muni.cz/bitstream/handle/11222.digilib/115186/1\_LinguisticaBrunensia\_12-2011-1\_3.pdf?sequence=1 (дата обращения: 8. 05.2018)
22. Кацунова Н. Н. К вопросу о «синонимизации дискурсов» // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета – Ирутск, 2012. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-sinonimizatsii-diskursov (дата обращения 11.11.2017)
23. Колшанский Г. В. Лингво-гносеологические основы языковой номинации // Языковая номинация. Общие вопросы – М.: Наука, 1977 – 143с.
24. Максимова Т. В. Гастрономическая метафора в разных типах дискурса // Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина – СПб.: ГАОУ ВО Ленинградской области «ЛГУ им. А.С. Пушкина», 2013 – 176-177с.
25. Олянич А. В. Гастрономический дискурс // Дискурс Пи – Екатеринбург: ФГБУН Институт философии и права Уральского отделения РАН, 2015 – 157с.
26. Писанова Т. В. Глюттонический дискурс в жанровом пространстве постмодернистского романа // Вестник МГЛУ – М.: ФГБОУ ВОП Московский государственный лингвистический университет, 2012 - 120с.
27. Ратникова Г. В. Метафора как способ вторичной номинации в языке современной британской прессы // Вестник МГЛУ – М., 2007 – 133с.
28. Седых А. П., Ермакова Л. Р. Языковая картина мира и национальная гастрономия // Научные ведомости БелГУ. Серия: Гуманитарные науки – Белгород: ФГАОУ ВО «БелГНИУ», 2012 – 90с.
29. Сметанина А. В. Средства и способы номинации в современном русском языке: На материале наименований одежды, появившихся в современном русском языке во второй половине XX века: автореф. дис. – М., 2002. URL: http://www.dissercat.com/content/sredstva-i-sposoby-nominatsii-v-sovremennom-russkom-yazyke-na-materiale-naimenovanii-odezhdy (дата обращения 3.11.2017)
30. Телегин Л. А. Горизонты современной лингвистики: Традиции и новаторство – М., 2009 – 425с.
31. Трухановская Н. С. Метонимический сдвиг при концептуализации денотативной ситуации: автореф. дис. – М., 2009. URL: http://www.dissercat.com/content/metonimicheskii-sdvig-pri-kontseptualizatsii-denotativnoi-situatsii (дата обращения: 8. 05.2018)
32. Ундрицова М. В. Глюттонический дискурс: лингвокультурологические, когнитивно-прагматические и переводческие аспекты – М., 2015 – 10с., 13с., 41с. URL: http://esti.msu.ru/netcat\_files/userfiles/Files/science/diss/%D0%94%D0%B8%D1%81%D1%81%D0%B5%D1%80%D1%82%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F%20%D0%A3%D0%BD%D0%B4%D1%80%D0%B8%D1%86%D0%BE%D0%B2%D0%B0.pdf (дата обращения: 19.11.2016).
33. Уфимцева А.А. Лексическая номинация (первичная нейтральная) // Языковая номинация (виды наименований) – М.: Наука, 1977 – 25с.
34. Чистяков Д. В. Жаргонизмы как явление вторичной номинации: на материале современного немецкого языка: автореф. дис. – М., 2009. URL: http://www.dissercat.com/content/zhargonizmy-kak-yavlenie-vtorichnoi-nominatsii-na-materiale-sovremennogo-nemetskogo-yazyka (дата обращения 25.10.2017)
35. Arnold I. V. The English Word – М.: Высшая школа, 1973 – 130с.
36. Fairclough N. Media Discourse - L.: Arnold, 1995 – 36c.
37. Harris Z. Discourse analysis // Language – NYC: LSA, 1952 – 1-3c.
38. Lakoff G, Johnsоn M. Metaphors we live by. – L.: The university of Chicago press, 2003 – 7c.

**Источники примеров:**

1. Электронный ресурс: URL: http://greenfieldtea.co.uk/products/gerbalnaya-kollektsiya/spring-melody.html ( дата обращения 13.10.2017)
2. Электронный ресурс. URL: http://greenfieldtea.co.uk/products/gerbalnaya-kollektsiya/barberry-garden.html (дата обращения 4.11.2017)
3. Электронный ресурс. URL: http://www.tchibo-coffee.co.uk/brands/tchibo/ (дата обращения: 4.11.2017)
4. Электронный ресурс. URL: http://coffeeandhealth.org/all-about-coffee/ (дата обращения: 4.11.2017)
5. Электронный ресурс. URL: https://www.independent.co.uk/life-style/food-and-drink/features/alcohol-free-taste-test-which-soft-drinks-will-stand-up-to-an-evening-of-sober-sipping-6280791.html (дата обращения: 4.11.2017)
6. Электронный ресурс. URL: http://draftmag.com/tastingterms/ (дата обращения: 21.11.2017)
7. Электронный ресурс. URL: https://znaytovar.ru/new1778.html (дата обращения: 13.12.2017)
8. Электронный ресурс. URL: http://www.coca-colacompany.com/ (дата обращения 13.12.2017)

**Словари:**

1. Электронный словарь Толковый словарь Ожегова. URL: http://slovarozhegova.ru/ (дата обращения 19.04.2018)
2. Электронный словарь Толковый словарь Ушакова. URL: http://ushakovdictionary.ru/ (дата обращения 19.04.2018)
3. Электронный словарь Oxford Dictionaries. URL: https://en.oxforddictionaries.com/definition/note (дата обращения 13.02.2018)
4. Электронный словарь Cambridge English Dictionary. URL: https://dictionary.cambridge.org (дата обращения: 13.02.2018)
5. Электронный словарь Collins English Dictionary. URL: https://www.collinsdictionary.com (дата обращения: 13.02.2018)

**Приложение**

**Английские дегустационные термины**

**Описание вкуса:**

1. delicious astringency – первичная номинация
2. spicy thyme – первичная номинация
3. cool peppermint note – синэстезия; метафора
4. to underline the original flavor - метонимия
5. bright flavor – синэстезия
6. flavor is woven of - метафора
7. delicate sour and sweet flavor – метафора,
8. vivid flavor - метафора
9. to give expressiveness to the composition - метафора
10. full flavor - метафора
11. rich flavor- метафора
12. integrated flavor - метафора
13. full-flavored coffee – первичная номинация
14. mild creamy flavor - синэстезия
15. well-balanced coffee with pleasant aftertaste - метафора
16. incomparable flavor - метафора
17. slight nutty hints - метафора
18. mellow and elegant flavor – mellow -первичная номинация, elegant-синестезия
19. to create an impeccable cup – метонимия
20. subtle taste - синэстезия
21. refined coffee palate - метафора
22. well-exercised palate – первичная номинация
23. flavoured water – первичная номинация
24. palate is developing - метонимия
25. grassy taste –первичная номинация

**Описание аромата:**

1. to create unique bouquet - метафора
2. light, bright, fresh bouquet – синэстезия; метафора
3. tender aroma - метафора
4. fragrant grass odours – первичная номинация
5. light aroma of - синэстезия
6. aroma intertwines with - метафора
7. charming bouquet - метафора
8. light acidity completes aroma – синэстезия
9. rich bouquet opens up in exciting aroma - метафора
10. robust flavor of fresh-brewed coffee – метафора
11. full-bodied aroma – метафора
12. bitter aroma - синэстезия
13. strong flavour - метафора
14. floral aroma – первичная номинация
15. smell a little tart – первичная номинация
16. fruit-like aroma – первичная номинация
17. to create unique scent – первичная номинация
18. smooth flavor - синэстезия
19. the strong aroma is developed by - метафора

**Описание консистенции:**

1. white coffee – первичная номинация
2. a mild decaffeinated coffee - синэстезия
3. body – метафора
4. velvety cream - синэстезия
5. unique blend – первичная номинация
6. pulpy juice – первичная номинация
7. cloudy juice - метафора
8. clear juice - синэстезия
9. no pulp – первичная номинация
10. carbonated water – первичная номинация
11. still water - метафора
12. blended juices – первичная номинация
13. gently sparkling - синэстезия
14. fizzy water – первичная номинация
15. briny water – первичная номинация
16. strong carbonated beverages - метафора
17. lightly carbonated - метафора
18. thick milkshake - синэстезия

**Характеристика материала изготовления и способа обработки:**

1. instant coffee - метафора
2. selected coffee beans – первичная номинация
3. dark roast – первичная номинация
4. ground coffee – первичная номинация
5. Freeze-drying – первичная номинация
6. coffee blend – первичная номинация
7. delicate composition of the premium quality coffee – метафора
8. a composition of expressive Robusta - метафора
9. the dark roasting method - метафора
10. traditional caramelisation roasting method - первичная номинация
11. to be exposed to heat - метафора
12. dry distillation – первичная номинация
13. sugar browning – первичная номинация
14. light roast – первичная номинация

**Общая характеристика:**

1. no added sugar – первичная номинация
2. no artificial flavors – первичная номинация
3. soft drink - синэстезия
4. cool drink – первичная номинация
5. vitamin-filled – первичная номинация
6. calorie-reduced – первичная номинация
7. sports drinks – первичная номинация
8. brewed from – первичная номинация
9. mild coffee - метафора
10. enriched with vitamins – первичная номинация
11. fresh squeezed juice – первичная номинация
12. spring water – первичная номинация

**Воздействие на человека**:

1. excellently refreshing – первичная номинация
2. thirst-quenching – первичная номинация
3. to pack a punch - метафора
4. best served ice cold – первичная номинация

**Процесс дегустации:**

1. fine tea – метафора
2. cupper – первичная номинация
3. sober sipping - метонимия
4. bubbly - метафора
5. enzymatic smell – первичная номинация
6. take a sip – первичная номинация
7. cupping – метонимия
8. flavored milk – первичная номинация

**Русские дегустационные термины**

**Описание вкуса:**

1. приятная терпкость - синэстезия
2. пряный оттенок чабреца - метафора
3. прохладная нота мяты – синэстезия, метафора
4. подчёркивать индивидуальность вкуса - метонимия
5. яркий вкус - синэстезия
6. вкус соткан из - метафора
7. лёгкий кисловато-сладкий вкус - синестезия
8. живой вкус - метафора
9. придавать выразительность вкусу - метафора
10. насыщенный вкус - метафора
11. оттенки вплетены в грани сложного вкуса - метафора
12. богатый вкус - метафора
13. многогранный вкус - метафора
14. насыщенный кофе - первичная номинация
15. мягкий сливочный вкус - синэстезия
16. с мягким послевкусием – синэстезия
17. бархатистый вкус - синэстезия
18. раскрывать интенсивный вкус – метафора
19. приятная горечь - синэстезия
20. неповторимый вкус – первичная номинация
21. непревзойдённый вкусовой оттенок – первичная номинация
22. вкусовые качества напитка – первичная номинация
23. грубый вкус - синэстезия
24. добавляет сладкие тона – первичная номинация

**Описание аромата:**

1. создавать неповторимый букет - метафора
2. лёгкий, яркий, свежий букет – синэстезия, метафора
3. нежный аромат - синэстезия
4. благоухание душистых трав – первичная номинация
5. душистый аромат – первичная номинация
6. аромат переплетается с - метафора
7. придавать очарование букету - метафора
8. лёгкая кислинка дополняет аромат – синэстезия, метафора
9. букет раскрывается - метафора
10. притягательный аромат – первичная номинация
11. крепкий аромат – метафора
12. непревзойдённый аромат – первичная номинация
13. глубокий аромат – метафора
14. натуральная ароматическая композиция – первичная номинация
15. букет гармоничен и сбалансирован - метафора
16. тонкий аромат - метафора
17. натуральный аромат – первичная номинация

**Описание консистенции:**

1. кофе с молоком – первичная номинация
2. придавать кофе особую крепкость - метафора
3. исключительный купаж – первичная номинация
4. благородный золотисто-коричневый оттенок – метафора
5. тело кофе – метафора
6. сок с мякотью – первичная номинация
7. свежевыжатый сок - первичная номинация
8. неосветлённый сок - первичная номинация
9. осветлённый сок - первичная номинация
10. газированная вода - первичная номинация
11. негазированная вода - первичная номинация
12. купажированный сок - первичная номинация
13. желеобразная структура - первичная номинация
14. густой холодный коктейль - первичная номинация
15. бархатистая текстура - синэстезия

**Характеристика материала изготовления и способа обработки:**

1. растворимый кофе – первичная номинация
2. отборные зёрна – первичная номинация
3. глубокая обжарка зёрен – метафора
4. кофе ультратонкого помола - метафора
5. молотый кофе – первичная номинация
6. средняя степень обжарки зёрен – первичная номинация
7. сублимация – первичная номинация

**Воздействие на человека:**

1. хорошо освежает - метафора
2. обладать тонизирующим действием - первичная номинация
3. утоляет жажду – первичная номинация
4. очищающий напиток - метафора
5. способствует пищеварению - первичная номинация
6. бодрящий напиток - первичная номинация
7. оказывает тонизирующее действие - первичная номинация
8. лечебные свойства напитка - первичная номинация
9. заряжает энергией - метафора
10. пейте охлаждённым – первичная номинация
11. питательный напиток - первичная номинация
12. прохладительный напиток - первичная номинация

**Процесс дегустации:**

1. элитный чай – метафора
2. каппинг – первичная номинация
3. каппер – первичная номинация
4. ароматная кружка - метонимия
5. низкий чай - метафора

**Общая характеристика:**

1. безалкогольный напиток - первичная номинация
2. питьевая вода - первичная номинация
3. с натуральными красителями - первичная номинация
4. родниковая вода - первичная номинация
5. минеральная вода - первичная номинация
6. без консервантов - первичная номинация
7. молочный коктейль - первичная номинация
8. калорийный напиток - первичная номинация
9. низкокалорийный напиток - первичная номинация
10. очищенная вода - первичная номинация
11. с добавлением ягод - первичная номинация
12. сваренный на молоке - первичная номинация
13. консервированный напиток - первичная номинация
14. десертный напиток - первичная номинация
15. сильногазированный - первичная номинация
16. без сахара - первичная номинация
17. концентрированный сок - первичная номинация
18. кофе без кофеина - первичная номинация
19. обогащен витаминами - первичная номинация
20. приготовлен на основе - первичная номинация