

УДК 81-119

DOI: 10.18384/2310-712X-2016-5-76-89

ЛИНГВОСТРАНОВЕДЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ОТРАЖЕНИЯ КОНЦЕПТОВ EAST / ВОСТОК И WEST / ЗАПАД В ГЛЮТТОНИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ В СОПОСТАВИТЕЛЬНОМ АСПЕКТЕ

Петришина Е.Ю.¹, Антонова Ю.В.²

¹Московский государственный областной университет
105005, г. Москва, ул. Радио, д. 10а, Российская Федерация

²Международный институт менеджмента ЛИНК
140180, г. Жуковский, ул. Менделеева, д. 11/4, Российская Федерация

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению национальной специфики концептов East / Восток и West / Запад на материале глуттонического дискурса. Выявляются особенности глуттонического дискурса, ценностные признаки восточной и западной культур потребления пищи. Изучаемые аксиологические ценности концептов East / Восток и West / Запад представлены в пословицах и поговорках, которые помогают раскрыть глубинные ценности заявленных культур. Проведённый сопоставительный анализ свидетельствует о различиях западного и восточного подходов к культуре питания и восприятия мира в целом.

Ключевые слова: дискурс, глуттонический дискурс, концепт, пословицы и поговорки, картина мира, символизм, ценности, сопоставительный анализ.

COMPARATIVE ASPECT OF LINGUISTIC AND CULTURAL FEATURES OF CONCEPTS EAST AND WEST IN GLUTTONIC DISCOURSE

E. Petrishina¹, Yu. Antonova²

¹Moscow Region State University
105005, Moscow, Radio st., 10a, Russian Federation

²International Institute of Management LINK
140180, Zhukovsky, Mendeleeva st., 11/4, Russian Federation

Abstract. The article is devoted to the national nature of concepts East and West in gluttonic discourse. The peculiarities of gluttonic discourse, evaluative characteristics of eastern and western food traditions are defined. The analysed axiological values of concepts East and West are represented through idioms, which help to reveal the core values of presented cultures. The comparative analysis shows the differences between the Western and Eastern approaches to food culture and perception of the world as a whole.

Key words: discourse, gluttonic discourse, concept, idioms, worldview, symbolism, values, comparative analysis.

Целью представленной статьи является лингвострановедческий сопоставительный анализ концептов East / Восток и West / Запад с позиций глуттонического дискурса. Объектом исследования являются английские и русские поговорки, связанные с приёмом пищи и характеризующие особенности культуры питания в указанных языковых сообществах. Задачами исследования выступают выявление, систематизация и сравнение наиболее характерных признаков противопоставляемых концептов в глуттонической картине мира (далее – ГКМ). В процессе исследования применяются методы: 1) сопоставительный метод; 2) метод сплошной выборки; 3) контекстологический метод; 4) метод реконструкции концептов; 5) когнитивный метод; 6) описательный метод и 7) лингвокультурологический метод.

Актуальность предпринятого исследования не вызывает сомнений. Изучение культуры и культурных концептов невозможно без обращения к такой базовой сфере человеческого бытия, как приём пищи. Не зря поговорка гласит: *скажи, что ты ешь, и я скажу – кто ты*. А.В. Олянич, вслед за которым под глуттонией мы понимаем «цивилизационный компонент, детерминированный широким спектром человеческих потребностей и представляющий собой обширное дискурсивное пространство, порождающее тексты о пище и питании, в которых сконцентрирована вся семиотика человеческого существования» [13, с. 175], подчёркивает, что пища и питье являются интертекстами, сопряжёнными с этнокультурными феноменами [9, с. 28]. Обращение многочисленных учёных к проблемам

глуттонии с разных позиций (Бараташвили, 2012; Беленко, 2006; Головницкая, 2007; Гулинов, 2004; Земскова, 2009; Миронова, 2002; и др.) позволяет включить предпринятое исследование концептов Восток / Запад в условия глуттонического дискурса в число актуальных, поскольку целью глуттонического дискурса, по словам Н.П. Головницкой, является «формирование пищевых предпочтений и культурных доминант» [5, с. 25].

Глуттонический дискурс, как материал исследования, был выбран не случайно. Культура питания меняется вместе с тем, как происходят изменения в человеческой деятельности, и отражает особенности человеческого мировоззрения. С нашей точки зрения, изучение концептов в русле глуттонического дискурса поможет определить ценностные ориентиры представителей восточной и западной лингвокультур, так как в глуттоническом дискурсе как ни в каком другом наиболее ярко представлены культурно специфические, индивидуальные и общечеловеческие ценности. Данное утверждение отражено в английской поговорке *“Before you make a friend eat a bushel of salt with him”* (общепринятый перевод: Прежде чем с человеком подружиться, съешь с ним бушель соли). С нашей точки зрения, данная поговорка гласит, что *«нигде так не раскрывается человек, как во время еды»*. Сместем дополнить и расширить данную поговорку тем, что не только человек раскрывается, но и проявляется культура, носителем которой он является.

При изучении глуттонического дискурса особую роль играет поговорка, так как нет ни одной лингвокультуры, в которой не было бы поговорок и по-

говорок на тему «еда»: именно пословицы и поговорки репрезентируют ступки, аккумулирующие глубинные ценности носителей культуры.

В рамках данной статьи аксиологические ориентиры Запада и Востока представлены через призму паремии.

Согласно теории А.В. Олянича, легкой в основу представленного исследования, аксиологически глуттонический дискурс можно охарактеризовать относительно:

- 1) отношения к процессу приготовления и потребления пищи, в котором выделяются: а) прагматическое; б) ритуальное; с) эстетическое;
- 2) приоритетных продуктов питания в культуре;
- 3) гигиены приготовления пищи;
- 4) ритуалов процесса потребления пищи;
- 5) классовых различий в процессе приготовления и потребления пищи;
- 6) символизма пищи.

Алгоритм предпринятого исследования подразумевает пошаговое обращение к вышеуказанным фрагментам ГКМ изучаемых лингвокультур.

Остановимся на первом пункте и рассмотрим отношение представителей Запада и Востока¹ к процессу приготовления и потребления пищи.

По данным книги «Китайская, японская, тайская кухни» Н.А. Перепёлкиной, представители Востока относятся к потреблению пищи с пиететом:

¹ По результатам проведённого авторами статьи ассоциативного эксперимента, под представителями Востока принято считать жителей Ближнего Востока и Азии, а Запада – жителей Северной Америки и стран Европы. Подробные результаты ассоциативного эксперимента опубликованы в журнале «Учёные записки Ульяновского государственного университета» (находится в печати).

продукты питания приравниваются к религиозным атрибутам. Приём пищи должен осуществляться в определённом порядке, который именуют «фанкай» (по-китайски - 饭²). «Фан» означает главное блюдо из риса, а «кай» – овощи, рыба, птица, мясо. При приёме пищи на Востоке следует соблюдать равновесие между этими элементами, а именно чтобы продукты, входящие в состав блюда, гармонично сочетались между собой по вкусу, консистенции, цвету и аромату [16, с. 3–4].

Западное общество относится к еде более прагматично. Потребление еды, по словам А.В. Олянича, оправдывает национальный лозунг «Время – деньги», подчёркивающий предпочтение быстрому приготовлению и минимизации ингредиентов. В западной культуре распространены кафе и рестораны быстрого обслуживания, в которых можно заморить червячка на скорую руку, заказать еду с собой (take away) и поесть, не покидая автомобиля, или вовсе заказать еду по телефону. Напрашивается вывод, что еду в западном сообществе рассматривают, как услугу, в противовес восточному сакральному восприятию таковой.

Западный стиль пищевого консюмеризма называют *“life on the go”* – жизнь на ходу (пер. А.В. Олянича). В книге «Как едят французы, американцы и другие европейцы» (2008) авторы описывают, как быстро едят американцы на бегу, «занимаясь другими делами и не придавая процессу принятия пищи той важности, которую он заслуживает» [21]. Французский писатель и дипломат П. Моран (Paul Morand,

² На основе китайско-английского словаря при помощи Pinyin алфавита (Chinese English Pinyin Dictionary) [18].

1888–1976) уже в 30-е гг. XX в. отмечал, что американцы едят стоя, торопливо, не снимая верхней одежды и не общаясь друг с другом.

Ещё одной не менее значимой особенностью западной культуры питания является массовое увлечение всевозможными диетами. Как отмечает известный российский ученый В.И. Карасик в книге «Языковая спираль: ценности, знаки, мотивы» (2014), американские «состоятельные люди обычно худощавы, соблюдают здоровую диету, занимаются спортом. Лишний вес – индикатор низкого социального статуса» [10, с. 132]. Соответственно, в ГКМ выделяется такой параметр, как статусность пищи. Отметим, что цены в магазинах органической пищи, не содержащей ГМО и выращенной исключительно на экологически чистых фермерских хозяйствах, доступны далеко не каждому представителю среднего класса.

На Востоке в разрекламированную на Западе целительную силу диет не верят, но внимательно следят за тем, что употребляют в пищу, воспринимая своё тело как святилище. В блюдах практически нет столь популярных на Западе продуктов, как сахар и мука. Тем не менее, процесс глобализации влияет и изменяет стиль жизни людей Востока, но, как показывает практика, большинство из них предпочитает придерживаться устоявшихся веками традиций.

В восточных магазинах можно, как и на Западе, найти готовую, замороженную продукцию, но увидеть людей, покупающих такую еду, – настоящая редкость. Жители восточных стран предпочитают употреблять в пищу то, что даёт им земля. Китайцы считают,

что, чем дальше еда приобретена от места своего выращивания, тем меньше пользы она несёт. Похожее мнение можно найти в казахской поговорке: *и лук сладок как мёд, если на родине растёт* [17]; английский инвариант этой поговорки – *Dry dread at home is better than roast meat abroad* – дома и солома съедома (пер. наш – Е.П., Ю.А.). Напрашивается вывод, что для восточного лингвокультурного сообщества еда из собственноручно выращенных продуктов ценнее той, что приготовлена из купленных в супермаркете ингредиентов. Казалось бы, рецепт здоровой жизни прост и найден, но, тем не менее, в западном мире встречается много полных людей. С чем это связано?

Представители западного сообщества потребляют много пищи, содержащей пищевые красители и консерванты, заметно продлевающие срок годности. В настоящее время в США распространены так называемые TV dinners (телевизионные обеды, термин В.В. Ощепковой [15, с. 135]), что представляет собой готовую продукцию, которую нужно только разогреть и употребить перед голубым экраном – самым популярным времяпрепровождением на Западе.

Примечательно, что ТВ всё чаще заменяет членов семьи. Знаменитые фамильные застолья практически канули в лету, сохранившись лишь в описаниях книг как минимум вековой давности. Современные жители мегаполиса живут в несовпадающих ритмах, синхронизировать которые не представляется возможным, покуда ценностным ориентиром выступает всё тот же пресловутый лозунг «время – деньги».

Однако ритуальные фестивали в честь тех или иных продуктов питания

всё ещё живы и порой служат визитной карточкой многих туристических меэк. Вспомним знаменитый Октоберфэст в Мюнхене, Божоле-Нуво в пригороде Бюффаван, фестиваль сыра в итальянском Бра, как продолжение акций, устроенных международным движением Slow food, истинная цель которых – защитить принципы вкусной и здоровой пищи, отстоять права потребителя на качественные натуральные продукты питания. В Западном мире также распространены соревнования с участием еды в качестве неотъемлемого реквизита. Например, английские пудинговые соревнования, суть которых заключается в том, чтобы конкурсанты, держа подносы с пудингом перед собой, преодолели препятствия, не выронив лакомство. Похожим развлечением является американский забег с блинчиками или глостерширские сырные гонки.

Сопоставительное рассмотрение приоритетных продуктов питания для восточной и западной культур является следующим пунктом заявленного алгоритма настоящей статьи.

Как уже было указано, представители восточной культуры тщательно относятся к выбору продуктов питания. Китайская пословица учит, что *рыбу ешь свежую, рис ешь созревший* [13]. Как правило, при готовке стараются сохранить полезные качества продуктов, их цвет и вкус, поэтому продукты подвергаются минимальной термической обработке.

Основа пищи для жителей Востока – это рис и баранина. Китайская пословица подчёркивает важность риса в питании: *есть рис – можно сварить кашу* [4, с. 215]. Не характерно для восточной культуры приготовление супов:

вместо них подают наваристые, жирные по консистенции яства с обилием приправ, специй, пряностей. Использование пряностей и специй не случайно: жаркий климат и быстрая порча продуктов обусловили этот выбор. Любовь к специям отражена в пословицах разных народов мира. Приведём в пример русскую пословицу *посоли да поперчи, будут добрые харчи* [17].

Как отмечается в статье «Глуттоническая номинация в этнокультурном аспекте» Л.Р. Ермаковой, мясо занимает ключевое место в кухне западного сообщества [7]. Об этом свидетельствует наличие паремий в английском языке: *One's man's meat is another man's poison* (общепринятый пер.: что русскому хорошо, немцу – смерть); *be meat and drink to smb* (общепринятый пер.: доставлять огромное удовольствие кому-либо), *strong meat* (общепринятый пер.: что-либо трудное для понимания). Как видно из приведённых паремий, мясо используется в западной культуре для обозначения разных аспектов жизни.

Отметим, что результаты проведённого авторами ассоциативного эксперимента подтверждают любовь жителей Востока к пикантным блюдам. На слово-стимул *Восток* было получено 15 % ассоциаций (среди наиболее частотных *суши, ким-чи, рахат лукум, специи, приправы*), что определило подгруппу с ядром «еда», как весьма значимую в составе изучаемой концептосферы. В подтверждение полученных результатов авторами был проведён интернет-обзор на указанный предмет и оказалось, что в киберпространстве встречается более 2 миллионов словосочетаний *пряности востока* и *восточные пряности* [1, с. 432].

В западном рационе более распространены соусы и заправки, порой не подчёркивающие вкус продуктов питания, а напротив, забивающие их: *the sauce is better than fish* [17]. Представители западной культуры только сейчас открывают для себя вкус и ценность восточных специй. Вот почему практически каждый телевизионный канал имеет программу, посвящённую способам приготовления пищи. В виду столь ошеломительной востребованности таких телепередач и массовому характеру заинтересованности потребителей в качестве продуктов питания, можно судить о качественно изменяющемся в положительную сторону мировосприятии западного общества.

Говоря о приоритетных продуктах питания, нельзя обойти вниманием церемонию чаепития, которая нередко рассматривается, как медитативный ритуал. Так, в китайском языке есть поговорка *выпьешь чаю – прибавится силы* [17], подчёркивающая магические свойства чая. В киргизском фольклоре есть пословица: *чай не пьёшь – откуда силы берёшь?* В английском языке также есть фразеологизм, акцентирующий культурную и экономическую значимость чая: *not for all the tea in China* (общепринятый перевод: ни за какие коврижки) [17].

Не обошёл стороной терпкий листовый напиток и русский фразеологизм: *выпей чайку – забудешь тоску*. Отметим также статусность чая для русской лингвокультуры, поскольку первоначально чаепитие считалось символом зажиточной и благополучной жизни. Из-за своей дороговизны чай был по карману далеко не всем. Лишь в XIX в. чай стал более доступным и прочно вошёл в русский быт. Без него не обходи-

лись ни одна торжественная встреча, ни одно семейное застолье, не заключались брачные союзы и торговые сделки. Однако культура его употребления значительно отличается от западной и восточной. Как ни странно, в русской традиции принято пить чай с блюдца, закусывая баранками и прочей хлебо-булочной продукцией, что не раз становилось колоритным сюжетом различных художественных композиций. Вспомним знаменитые картины таких художников, как К. Маковский («За чаем», 1914); Б. Кустодиев («Купчиха за чаем», 1918); К. Петров-Водкин («За самоваром», 1926); В. Перов («Чаепитие в Мытищах, близ Москвы», 1862) и т.д.

Как и на Востоке, представители Запада готовят к чаепитию сладости. Например, одним из национальных блюд принято считать яблочный пирог, описанный во фразеологизме *as American as an apple pie*. Примечательно, что англичане и американцы до сих пор оспаривают право называть это блюдо исконно национальным.

В западной культуре питания еда воспринимается в первую очередь как гастрономическое, нежели эстетическое удовольствие. Здесь необходимо отметить, что подобного рода удовольствие нередко воспринимается, как напоминание о грядущем конце, в виде болезней или смерти. Эта идея отражена во многих языках мира. В тибетском языке говорится, что *даже кролик может умереть от обжорства* [17]. Немецкая пословица гласит, что *беда – когда желудок упрямей, чем рассудок* [17]. В армянском языке тоже встречается порицание обжорства: *дело не в рождении, а в питании и желудок обжоры – бездонное ущелье* [17]. В английской пословице *gluttony kills*

more than the sword обжорство метафоризируется и превращается в холодное оружие.

Ещё одним значимым аспектом глуттонического дискурса является гигиена приготовления пищи, которая разительно отличается в западной и восточной культурах. При приготовлении еды в западной культуре качество не всегда стоит на первом месте. Приведём отрывок из статьи индийского философа С. Вивекананда (Swami Vivekananda, 1863–1902) «Восток и Запад» (1898), который красочно иллюстрирует, насколько гигиена не важна в западной культуре: «западный повар редко когда моется, он пробует ложкой те блюда, которые готовит, и, нимало не задумываясь, опять кладет ложку в кастрюлю, в которой готовит. Вынимая носовой платок, он интенсивно сморкается и снова теми же руками замешивает тесто и печёт. Он никогда не подумает вымыть руки после того, как приходит с улицы, а тут же приступает к готовке. И в то же время он одет в белоснежную одежду и поварской колпак. Может быть, он даже танцует на тесте, возможно, таким образом он даже сможет лучше замесить его, используя собственный вес, а то, что его пот может смешаться с этим тестом, видимо, не имеет никакого значения» [18]. Значимость гигиены в восточной культуре находим и в русских пословицах таких, как «*кто аккуратен, тот людям приятен*»; «*вода все очищает*» или «*и платье чисто, и речь честна*».

Представители Востока относятся к еде как к великому благу, из-за этого им не знакомо такое распространенное на Западе понятие, как перекус – snack. Каждый приём пищи тщательно

продуман и организован как со стороны цветовой гаммы, так и со стороны сервировки стола.

При описании особенностей приёма пищи невозможно оставить в стороне этикетные нормы, под которыми вслед за Л.П. Ступиным и К.С. Игнатьевым понимаем «совокупность типовых высказываний, закреплённых национально-культурными и языковыми традициями в данном языковом коллективе для использования в конкретных социально-коммуникативных ситуациях» [19, с. 7]. В целях наибольшей иллюстративности приведём наиболее яркие примеры этикетных норм в виде таблицы (см. Таблица 1).

Ещё одним значимым аспектом глуттонического дискурса выступает символизм пищи. Будучи суеверными, представители восточного сообщества придают огромное значение знаковости еды, например, яблоко рассматривается как символ мира и красоты.

Для наглядности остальные символические продукты питания приведём в сводной таблице (Таблица 2).

Как видно из таблицы, есть совпадения в мировосприятии, но различия более разительны. Это может показаться странным, но даже в паремическом фонде ярко и ёмко отображается не раз упомянутый в статье слоган западного мироустройства «*время – деньги*». Скорость созревания, возможность быстрой реализации и окупаемости, отсутствие необходимости в упорном и кропотливом труде, как, например, при выращивании риса – вот ценности западного мира.

Восточный паремический фонд более имплицитен и вариативен – терпение, зрелость каждого фрукта и возможность проявления его лучших

Таблица 1

Этикетные нормы в восточной и западной культурах

Восточная культура	Западная культура
<i>Начало принятия пищи</i>	
Начинать есть не принято до тех пор, пока представители старшего поколения не приступили к приёму пищи.	Начинать кушать нужно одновременно со всеми, сидящими за столом
<i>Кухонные принадлежности</i>	
Плохим жестом считается указание палочками на человека, а также нельзя передавать еду с помощью палочек, так как палочки используются на похоронах.	Тарелку с супом нужно наклонять от себя.
<i>Разговоры во время еды</i>	
За столом не принято разговаривать и обсуждать насущные проблемы. За столом не принято говорить с отдельными людьми, говорить нужно громко, чтобы все слышали, и все должны слушать говорящего.	Важные решения принимаются за обеденным столом. Деловые приемы могут проходить в форме бизнес-завтрака, ланча, коктейля, обеда или ужина. Однако к обсуждению интересующего их вопроса они переходят не сразу, обсуждая разные нейтральные темы. На Западе не принято желать друг другу приятного аппетита.
<i>Правила поведения</i>	
Традиционно локти на столе считались признаком непростительного неуважения к принятию пищи.	Неприлично класть руки на стол, держать их нужно на коленях.

Источник: собственная разработка

качеств, приносящих человеку истинное удовольствие от смакования, долголетие. Авторы склонны видеть в восточном символизме проявление универсальных общечеловеческих категорий, а в западном паремическом фонде – вербализацию групповых ценностных ориентиров, свойственных конкретному социуму. Можно предположить, что подобное различие связано с духовным ростом и ступенью развития указанных лингвокультур. Восточная культура более древняя, её потребительские потребности отошли на второй план, в то время, как западное общество ещё находится на пути своего становления и потому ценно-

сти более приземлённые, направленные на решение задач уровня «здесь и сейчас», не уходящих помыслами в вечность.

Обычаи приёма пищи отражают не только культурные ценности, но и классовые различия. В истории известно много случаев, когда распространение того или иного блюда зависело от социального деления: *Poor men seek meat for their stomach, rich men stomach for their meat* (общепринятый пер.: бедняки ищут пищу для желудков, богачи – желудки для пищи). М. Оссовская в книге «Рыцарь и буржуа: исследования по истории морали» приводит пример классового влияния на обычаи приёма

Таблица 2

Символизм в еде

<i>Продукты/Блюда</i>	<i>Восток (значение и отражение в поговорках)</i>	<i>Запад (значение и отражение в поговорках)</i>
Виноград	<i>Упрямство</i> Чтобы стать прекрасной, лоза должна страдать (восточная поговорка)	<i>Пренебрежение</i> Мало-помалу и незрелый виноград станет мёдом на вкус (греческая поговорка); grapes of wrath – гроздь гнева
Вишня	<i>надежда, юность, процветание, богатство, нежность, доброе дело.</i> Как же это, друзья? Человек глядит на вишни в цвету, А на поясе длинный меч? (Басе 1644–1694)	<i>Процветание, удача</i> Bowl of cherries – жизнь хороша; A bite of the cherry – возможность что-то сделать; Red as a cherry – прекрасный как вишня;
Груша	<i>Терпение</i>	Спелая груша скорее упадёт в грязь, чем в чистую траву (немецкая поговорка) – приходится долго ждать, пока поспеет груша, проявляя терпение.
Мёд	<i>Блаженство</i> Где есть мёд, там найдутся и мухи (турецкая поговорка)	<i>Блаженство, доброта</i> Sweet as honey – сладкий как мёд; You can catch more flies with honey than with vinegar – доброжелательное отношение поможет добиться большего, нежели чем грубость; Land of milk and honey – благодатная земля;
Цитрус (апельсин)	<i>Непрерывность жизни</i> <i>Изобилие</i>	<i>Изобилие</i> Squeeze / suck an orange – использовать что-либо до последней капли
Хлеб	<i>Духовная пища</i> Нет ничего важнее хлеба (татарская поговорка); Без хлеба не обедают (русская поговорка); И пёс перед хлебом смиряется (русская поговорка); Рыба не хлеб, от неё сыт не будешь (чувашская поговорка);	<i>Доход, выгода</i> To earn one's bread – зарабатывать на жизнь; Bread and butter – доход; To know which side one's bread is buttered – знать, в чем выгода; <i>Благородство</i> To break bread with smb. – разделить еду кем-либо; To cast one's bread upon the waters – поступать благородно.

Источник: собственная разработка на основе словаря символов Дж. Трессидера [20], фразеологического словаря А.В. Кунина [11] и данных Интернет.

пищи: «в Средневековой Англии только бедняк пил эль, богач – вино» [14, с. 56]. Большое количество блюд (итальянская пицца, испанская паэлья, французские лягушачьи лапки и норвежская сельдь), которое мы употребляем сегодня, мог-

ли не стать известными, если бы они не перестали ассоциироваться с низшими слоями общества. В подтверждение слов можно приведём известную в Интернет-пространстве фразу «Национальные блюда – в прошлом пища для бедняков».

В заключение отметим, что в условиях глобализации мы становимся свидетелями взаимопроникновения восточной кухни на Запад и наоборот. Практически в каждом крупном городе Востока можно встретить рестораны быстрого питания типа Макдональдс, KFC, BURGER KING, SUBWAY, а на улицах западных городов – суши-бары, чайхану и другие восточные гастрономические оазисы. Подобная тенденция имеет двоякий характер. С одной стороны, жители Европы, не покидая своих городов, могут познакомиться с культурой питания Востока, перенять некоторые достойные подражания аспекты, связанные с эстетичностью, натуральностью, обрядовостью пищи. С другой стороны, коммерциализация и подражание западному жизненному ориентиру явно негативно сказываются на оригинальном качестве, оставляя истинное национальное гастрономическое достояние в укромных уголках Востока и Запада, не доступных широким массам туристов.

Итак, проведённый анализ полученных данных позволяет сделать следующие выводы:

1) Глуттонические паремические системы наиболее ярко репрезентируют оригинальную национальную специфику, поскольку обладают способностью воздействовать на формирование и развитие этнокультуры в целом.

2) Глуттоническая картина мира, которая представляет собой совокуп-

ность вкусовых представлений нации, глуттоническими понятиями и гастрономическими концептами, формируется в результате оценочной деятельности человека в процессе когнитивного освоения действительности и неуклонно расширяется за счёт взаимопроникновения культур в условиях глобализации.

3) Примечательной особенностью глуттонического дискурса является его проникновение в любые другие виды дискурсов, так как это глобальный инструмент воздействия на оценку масс, это универсальный код человеческой культуры.

4) Пища является древнейшим архетипом, корнями уходящим в принципы безопасности человеческого существования. Культурные коды потребления пищи формируют этикет современных культурных приоритетов.

5) Для восточной культуры питания ценностными признаками являются: эстетичность подачи и приёма пищи, ритуальность, религиозность, натуральность, личное участие в выращивании и приготовлении пищи, поскольку важна энергия, которую туда привносят манипуляции с пищей, семейственность, символика пищи, смакование пищи. Еда по своим свойствам приравнивается к медицине.

6) Для западной культуры питания ценностными признаками являются: время, затраченное на приготовление и употребление пищи, интенсивность вкуса пищи, массовое употребление пищи, пища как спортивный реквизит – что в восточной культуре немислимо, пища как дополнительное удовольствие к зрелищам, классовый характер пищевых пристрастий, пища как диета

с многочисленными ограничениями.

7) Сопоставительный анализ особенностей приёма пищи в изучаемых культурах свидетельствует о том, что западный подход, характеризующийся динамичностью образа жизни, ведёт своеобразную войну с пищей; либо на-

кладывая табу, либо страдая от последствий переизбытка. Восточная культура питания, напротив, наполнена глубоким смыслом, традициями и умеренностью. Таким образом, в вопросах культуры питания восточная система имеет массу преимуществ.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Антонова Ю.В., Петришина Е.Ю. Экспериментальное исследование концептов Восток и Запад // Военно-гуманитарный альманах «Язык. Коммуникация. Перевод»: материалы X Международной научной конференции по актуальным проблемам языка и коммуникации. Москва, Военный университет, 1 июля 2016. М.: ИД «Международные отношения», 2016. С. 431–439.
2. Бараташвили Э.Э. Лингвосомиотика глоттонической коммуникации: дисс. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2012. 228 с.
3. Беленко Е.В. Концептосфера «Продукты питания» в национальной языковой картине мира: автореф. дис. ... канд. фил. наук. Челябинск, 2006. С. 21–22.
4. Восточная мудрость. Изд-во Паритет, 2010. 320 с.
5. Головницкая Н.П. Лингвокультурные характеристики немецкоязычного гастрономического дискурса: автореф. дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.04. Волгоград, 2007. 25 с.
6. Гулинов Д.Ю. Национальная специфика французской лингвокультурной сферы «Гастрономия» (переводческий аспект): дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2004. 200 с.
7. Ермакова Л.Р. Глоттоническая номинация в этнокультурном аспекте [Электронный ресурс]. URL: http://www.rusnauka.com/28_PRNT_2011/Philologia/9_94631.doc.html (дата обращения: 9.08. 2016)
8. Земскова А.Ю. Лингвосомиотические характеристики англоязычного гастрономического дискурса: дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2009. 338 с.
9. Интертекстуальность и фигуры интертекста в дискурсах разных типов: коллективная монография / науч. ред Т.Н. Колокольцевой, В.П. Москвина. М.: ФЛИНТА: Наука, 2014. 352 с.
10. Карасик В.И. Языковая спираль: ценности, знаки, мотивы. Волгоград: Парадигма, 2015. 432 с.
11. Кунин А.В. Англо-русский фразеологический словарь / лит. ред. М.Д. Литвинова. 4-е изд., перераб. и доп. М.: Рус. яз., 1984. 944 с.
12. Миронова И.К. Концептосфера «еда» в русском национальном сознании: базовые когнитивно-пропозициональные структуры и их лексические репрезентации: автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2002. С. 18–19.
13. Олянич А.В. Презентационная теория дискурса: монография. Волгоград: Парадигма, 2004. 507 с.
14. Оссовская М. Рыцарь и буржуа: исследования по истории морали. М.: Прогресс, 1987. 528 с.
15. Ощепкова В.В. Язык и культура Великобритании, США, Канады, Австралии, Новой Зеландии. М.-СПб.: ГЛОССА / КАРО, 2004. С. 136–165.
16. Перепёлкина Н.А. Китайская, японская, тайская кухни. Изд-во «Эксмо», 2011. 512 с. [Электронный ресурс]. URL: http://www.e-reading.club/bookreader.php/1027098/Perpelkina_-_Kitayskaya,_yaponskaya,_tayskaya_kuhni.html (дата обращения: 5.08.2016)

17. Пословицы народов мира [Электронный ресурс]. URL: <http://www.poslovitza.ru> (дата обращения: 9.08.2016)
18. Свами Вивекананда. Восток и Запад [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kulichki.com/yoga/Vivekananda/EastAndWest/index.htm> (дата обращения: 9.08.2016)
19. Ступин Л.П., Игнатъев К.С. Современный английский речевой этикет. Л.: Изд-во ЛГУ, 1980. 142 с.
20. Тресиддер Дж. Словарь символов. М., 1999. 189 с.
21. Фишлер К., Мэсон Э. «Как едят французы, американцы и другие европейцы». [Электронный ресурс]. URL: <http://www.svoboda.org/content/transcript/435051.html> (дата обращения: 20.07.2016)
22. Chinese English Pinyin Dictionary [Электронный ресурс]. URL: <https://chinese.yabla.com/chinese-english-pinyin-dictionary.php> (дата обращения: 09.08.2016).

REFERENCES:

1. Antonova Yu.V., Petrishina E. Yu. Eksperimental'noe issledovanie kontseptov Vostok i Zapad [Experimental study of the concepts of East and West] Voенно-gumanitarnyi al'manakh «Yazyk. Kommunikatsiya. Perevod»: materialy X Mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii po aktual'nym problemam yazyka i kommunikatsii. Moskva, Voенnyi universitet, 1 iyulya 2016 [Military-humanitarian almanac "Language. Communication. Translation": materials of X International scientific conference on present-day problems of language and communication. Moscow, Military University, July 1, 2016]. М., ID «Mezhdunarodnye otnosheniya», 2016. pp. 431–439.
2. Baratashvili E.E. Lingvosemiotika glyuttonicheskoi kommunikatsii: dis. ... kand. filol. nauk [Lingvosemiotika of gluttonic communication: candidate thesis in Philology]. Volgograd, 2012. 228 p.
3. Belenko E.V. Kontseptosfera «Produkty pitaniya» v natsional'noi yazykovoii kartine mira: avtoref. dis. ... kand. fil. nauk [Conceptosphere "food" in the national language picture of the world: abstr. of candidate thesis in Philology] Chelyabinsk, 2006. pp. 21–22.
4. Vostochnaya mudrost' [Eastern wisdom]. Izd-vo Paritet, 2010. 320 p.
5. Golovnitskaya N.P. Lingvokul'turnye kharakteristiki nemetskoyazychnogo gastronomicheskogo diskursa: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk: 10.02.04 [Linguistic and cultural characteristics of German gastronomic discourse. Candidate thesis in Philology]. Volgograd, 2007. 25 p.
6. Gulinov D.Yu. Natsional'naya spetsifika frantsuzskoi lingvokul'turnoi sfery «Gastronomiya» (perevodcheskii aspekt): dis. ... kand. filol. nauk [The national specificity of French linguistic and cultural sphere "Gastronomy" (translation aspects): candidate thesis in Philology]. Volgograd, 2004. 200 p.
7. Ermakova L.R. Glyuttonicheskaya nominatsiya v etnokul'turnom aspekte [Elektronnyi resurs]. [Gluttonic nomination in the ethno-cultural aspect [E-source]]. URL: http://www.rusnauka.com/28_PRNT_2011/Philologia/9_94631.doc.html (request date 9.08.2016)
8. Zemskova A.Yu. Lingvosemioticheskie kharakteristiki angloyazychnogo gastronomicheskogo diskursa: dis. ... kand. filol. nauk [Linguistic and semiotic features of English gastronomic discourse: candidate thesis in Philology]. Volgograd, 2009. 338 p.
9. Intertekstual'nost' i figury interteksta v diskursakh raznykh tipov: kollektivnaya monografiya [Intertextuality and characteristics of intertextuality in different types of discourses: collective monograph]. М., FLINTA: Nauka, 2014. 352 p.
10. Karasik V.I. Yazykovaya spiral': tsennosti, znaki, motivy [Language spiral: values, symbols, and motifs]. Volgograd, Paradigma, 2015. 432 p.
11. Kunin A.V. Anglo-russkii frazeologicheskii slovar' [English-Russian phraseological dictionary]. 4th ed., rev. & enl. М., Rus. yaz., 1984. 944 p.

12. Mironova I.K. Kontseptosfera «yeda» v russkom natsional'nom soznanii: bazovye kognitivno-propozitsional'nye struktury i ikh leksicheskie reprezentatsii: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk [Conceptosphere "food" in the Russian national consciousness: basic cognitive-propositional structures and their lexical representations: abstr. of candidate thesis in Philology]. Ekaterinburg, 2002. pp. 18–19.
13. Olyanich A.V. Prezentatsionnaya teoriya diskursa: monografiya [Presentation theory of discourse: monograph]. Volgograd, Paradigma, 2004. 507 p.
14. Ossovskaya M. Rytsar' i burzhua: issledovaniya po istorii morali [Knight and bourgeois: studies in the history of morality]. M., Progress, 1987. 528 p.
15. Oshchepkova V.V. Yazyk i kul'tura Velikobritanii, SSHA, Kanady, Avstralii, Novoi Zelandii [The language and culture of UK, USA, Canada, Australia, New Zealand] M.-SPb., GLOSSA / KARO, 2004. pp. 136–165.
16. Perepelkina N.A. Kitaiskaya, yaponskaya, tayskaya kuhni. Izd-vo «Eksmo», 2011. 512 s. [Elektronnyi resurs]. [Chinese, Japanese, Thai cuisine. Publishing house "Eksmo", 2011. 512 p. [E-source]]. URL: http://www.e-reading.club/bookreader.php/1027098/Perepelkina_-_Kitayskaya,_yaponskaya,_tayskaya_kuhni.html (request date 5.08.2016)
17. Poslovitsy narodov mira [Elektronnyi resurs]. [Proverbs of the world [E-source]]. URL: <http://www.poslovitza.ru> (request date 9.08.2016)
18. Svami Vivekananda. Vostok i Zapad [Elektronnyi resurs]. [Swami Vivekananda. East and West [E-source]]. URL: <http://www.kulichki.com/yoga/Vivekananda/EastAndWest/index.htm> (request date 9.08.2016)
19. Stupin L.P., Ignat'ev K.S. Sovremenniy angliiskiy rechevoi etiket [Modern English speech etiquette]. L., Izd-vo LGU, 1980. 142 p.
20. Tresidder Dzh. Slovar' simvolov [Tresidder J. The dictionary of symbols]. M., 1999. 189 p.
21. Fishler K., Mason E. «Kak edyat frantsuzy, amerikantsy i drugie evropeitsy». [Elektronnyi resurs]. [Fischler, Claude. Mason Estelle. "The way French, Americans and other Europeans eat." [E-source]]. URL: <http://www.svoboda.org/content/transcript/435051.html> (request date 20.07.2016)
22. Chinese English Pinyin Dictionary [Elektronnyi resurs]. URL: <https://chinese.yabla.com/chinese-english-pinyin-dictionary.php> (request date: 9 августа 2016).

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Петришина Елена Юрьевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры английской филологии Института лингвистики и межкультурной коммуникации Московского государственного областного университета;
e-mail: elenapetrishina@mail.ru

Антонова Юлия Владимировна – преподаватель Международного института менеджмента ЛИНК;
e-mail: Julia007_9@mail.ru

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Elena Petrishina – candidate of Philology, associate professor at English Philology department of Institute of Linguistics and Intercultural Communication in Moscow State Regional University;
e-mail: elenapetrishina@mail.ru

Yuliya V. Antonova – teacher in International Institute of Management LINK;
e-mail: Julia007_9@mail.ru

БИБЛИОГРАФИЧЕСКАЯ ССЫЛКА

Петришина Е.Ю., Антонова Ю.В. Лингвострановедческие особенности отражения концептов East / Восток и West / Запад в глуттоническом дискурсе в сопоставительном аспекте // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2016. № 5. С. 76–89.

DOI: 10.18384/2310-712X-2016-5-76-89

BIBLIOGRAPHIC REFERENCE

E. Petrishina, Y. Antonova. Comparative aspect of linguistic and cultural features of concepts East and West in gluttonic discourse // Bulletin of Moscow State Regional University. Series: Linguistics. 2016. no. 5. Pp. 76–89.

DOI: 10.18384/2310-712X-2016-5-76-89