

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра теории германских и романских языков и прикладной лингвистики

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ О.В. Магировская
«_____» _____ 2023 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

45.03.02 Лингвистика

**ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ КОНЦЕПТ TAPAS В ЯЗЫКОВОМ
СОЗНАНИИ ИСПАНЦЕВ: ОПЫТ АССОЦИАТИВНОГО
ЭКСПЕРИМЕНТА**

Научный руководитель	_____	канд. филол. наук, доц. Ю.А. Горностаева
Выпускник	_____	У.С. Шестова
Нормоконтролер	_____	М.В. Аспатурян

Красноярск 2023

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ КОНЦЕПТ В ДИСКУРСИВНЫХ И ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ.....	7
1.1. Гастрономический дискурс как объект лингвистических исследований ..	7
1.2. Лингвокультурные концепты как неотъемлемая часть языкового сознания	11
1.3. Лингвокультурные гастрономические концепты в контексте лингвистических исследований.....	17
1.4. Методы анализа лингвокультурного концепта.....	20
1.4.1. Модели анализа лингвокультурного концепта по В.И. Карасику и Г.Г. Слышкину.....	23
1.5. Ассоциативный эксперимент как метод лингвистических исследований	24
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1.....	28
ГЛАВА 2. АССОЦИАТИВНАЯ МОДЕЛЬ ЛИНГВОКУЛЬТУРНОГО ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО КОНЦЕПТА TAPAS.....	30
2.1. Интразона лингвокультурного концепта TAPAS: анализ словарных дефиниций.....	30
2.2. Экстразона лингвокультурного концепта TAPAS.....	31
2.3. Сквозные ассоциации концепта TAPAS.....	36
2.4. Ассоциативный эксперимент: дизайн экспериментальной работы и результаты.....	41
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2.....	53
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	55
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	59
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА.....	65
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ СЛОВАРЕЙ.....	67

ВВЕДЕНИЕ

Неразрывная связь языка, культуры и народа давно известна, именно на стыке этих трех составляющих появляются лингвокультурные концепты. Гастрономия представляет собой важнейшую составляющую идентичности любого этноса, нередко является отражением особенностей национального характера и способов интерпретации реальности. Испанские тапас – это не только национальное блюдо, это гастрономический феномен, получивший широкое распространение за рубежом и отражающий образ жизни представителей испанской лингвокультуры.

Психо-нейрофизиологическая природа ассоциаций нередко попадала в фокус внимания лингвистов. Целым рядом лингвистических трудов доказано, что интерпретация действительности во многом обусловлена формируемым вокруг индивида ассоциативным полем – индивидуальным или коллективным – и не определяется исключительно лексическим, грамматическим, словообразовательным или стилистическим значениями слова. Так, языковое сознание может наиболее эффективно исследоваться через изучение семантической структуры слова в совокупности с формируемым вокруг него ассоциативным полем. В рамках данной работы предпринимается попытка рассмотреть специфику репрезентации гастрономического концепта TAPAS в языковом сознании испанцев путем проведения лингвокультурного анализа концепта и метода ассоциативного эксперимента с носителями испанской лингвокультуры.

Актуальность данной работы обусловлена общей тенденцией современной лингвистики к изучению лингвокультурных концептов, растущим интересом к исследованию когнитивных механизмов, которые связывают язык и сознание, а также к описанию психо-нейрофизиологической природы ассоциаций, которые во многом определяют специфику репрезентации ментальных единиц в языковом сознании определенного этноса.

Объектом исследования является испанский лингвокультурный гастрономический концепт TAPAS, **предметом** – ассоциативные признаки концепта TAPAS, находящие свое вербальное выражение в конкретных языковых единицах. **Цель** работы – провести анализ лингвокультурного гастрономического концепта TAPAS на материале испанских массмедийных текстов и выделить ассоциативные признаки данного концепта методом свободного ассоциативного эксперимента.

В качестве материала исследования взяты испаноязычные статьи из периодических-интернет изданий *El País*, *El Viajero*, *La Vanguardia*, посвященные национальным испанским закускам тапас. Общий объем исследуемого языкового материала составляет 70.000 знаков. В настоящем исследовании мы будем опираться на ассоциативную модель Г.Г. Слышкина, описывающую лингвокультурные концепты.

Цель исследования – описать специфику репрезентации гастрономического концепта TAPAS в языковом сознании испанцев с выделением его концептуальных признаков.

Так, в рамках данного исследования решаются следующие **задачи**:

- 1) охарактеризовать гастрономический дискурс как объект лингвистического исследования;
- 2) рассмотреть гастрономический концепт как разновидность лингвокультурного концепта, выявить его основные признаки;
- 3) рассмотреть и описать существующие модели анализа лингвокультурного концепта;
- 4) описать ассоциативный эксперимент как научный метод лингвистических исследований;
- 5) провести ассоциативный эксперимент с респондентами из Испании с предъявлением в качестве слов-стимулов *tapas*, *tapear* и *aperitivo nacional español*;

б) выявить ассоциативные признаки концепта TAPAS с выделением их интразоны и экстразоны и описать специфику репрезентации данного концепта в языковом сознании испанцев.

Теоретическую и методологическую базу исследования формируют **труды по гастрономическому дискурсу** А.В. Олянича, П.П. Бурковой, Н.Н. Кацуновой, М.В. Удринцовой, А.Ю. Земсковой, Ю.В. Реймера, Е.В. Пожидаевой, Н.А. Козько; **работы, рассматривающие лингвокультурный концепт как часть языкового сознания**, В.А. Масловой, В.И. Карасика, Г.Г. Слышкина, П.Г. Логиновой; **исследования лингвокультурного гастрономического концепта** Е.С. Кубряковой, Н.Д. Арутюновой, А.П. Бабушкина, А.В. Бастрикова, Е.М. Бастриковой, П.Г. Логиновой, Н.П. Головницкой, Е.С. Руфовой, Е.В. Пожидаевой, Н.А. Козько.

В рамках данного исследования использовались следующие **методы**: концептуальный анализ – анализ лингвокультурного концепта, лексико-семантический анализ, анализ словарных дефиниций, а также метод ассоциативного эксперимента с представителями испанской лингвокультуры.

Практическая значимость работы обусловлена возможностью использования полученных результатов в рамках курсов по лингвокультурологии, когнитивной лингвистике, дискурс-анализу, переводу испанского языка.

Структура работы: работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы, списка источников иллюстративного материала, списка использованных словарей.

Во **введении** представлена актуальность исследования, его объект, предмет, методы и материал, описываются цели и задачи исследования, излагается теоретическая и методологическая база, устанавливается структура работы, а также содержание первой и второй глав и заключения.

Первая глава посвящена обзору теоретического материала по исследуемой проблематике. Освещены основные подходы к определению

такого понятия, как «гастрономический дискурс». Рассмотрен «лингвокультурный концепт» как единица национального языкового сознания и определен «гастрономический концепт» как особый тип лингвокультурного концепта. Кроме того, описана методология исследования лингвокультурного гастрономического концепта, в т. ч. с применением метода ассоциативного эксперимента.

Во второй главе представлены практические результаты исследования, описаны ассоциативные признаки лингвокультурного гастрономического концепта TAPAS, которые, в свою очередь, соотнесены с интразоной и экстразоной концепта. 2 глава также описывает дизайн, ход и результаты ассоциативного эксперимента с представителями испанской лингвокультуры.

В заключении подводятся итоги исследования, делаются выводы о полученных результатах и очерчиваются дальнейшие перспективы.

Апробация работы: работа была представлена на 2 международных научных конференциях «Язык, дискурс, (интер)культура в коммуникативном пространстве человека» (Красноярск, 2022); «Язык, дискурс, (интер)культура в коммуникативном пространстве человека» (Красноярск, 2023).

ГЛАВА 1. ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ КОНЦЕПТ В ДИСКУРСИВНЫХ И ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

1.1. Гастрономический дискурс как объект лингвистических исследований

На сегодняшний день гастрономические традиции являются важнейшей составляющей национальной идентичности любого народа. Еще с древних времен пищевые ресурсы являлись одной из фундаментальных физиологических потребностей человека. Из поколения в поколение передавались различные рецепты и способы их приготовления.

В толковом словаре Ушакова под гастрономией понимается изощренный вкус в еде, понимание тонкостей кулинарного искусства [Толковый словарь Ушакова, 1940].

В начале XXI века дискурс становится одним из самых общеупотребительных терминов антропоцентрической парадигмы. В этом значении термин употреблялся Ф. де Соссюром, а затем широко использовался в лингвистике с 1960-х гг. До сих пор не существует общепринятого определения термина «дискурс», что, в свою очередь, привело к многозначности его употребления в ряду таких терминов, как: «речь», «текст», «функциональный стиль».

В лингвистическом словаре дается следующее определение данного термина: «связный текст в совокупности с экстралингвистическими – прагматическими, социокультурными, психологическими и др. факторами; текст, взятый в событийном аспекте; ... это речь, "погруженная в жизнь"» [Лингвистический энциклопедический словарь, 2002].

По мнению Т.А. ван Дейка, «дискурс – это существенная составляющая социокультурного взаимодействия, характерные черты которого – интересы, цели и стили» [Дейк, 1989: 53].

Отечественный лингвист В.И. Карасик понимает под дискурсом «единство текста и коммуникативной ситуации» [Карасик, 2002: 289].

В рамках нашего исследования среди немалого числа различных типов дискурса мы рассмотрим гастрономический дискурс. Данный тип дискурса считается одним из самых распространённых явлений повседневной жизни, представляющее жизненно-важную необходимость. Коммуникация занимает одно из важнейших мест, так или иначе она имеет отношение к пище, ее свойствам, процессу питания, способам приготовления и потребления. Таким образом, строится система лингвокультурогических знаков, определяющих систему глуттонии.

Изучение гастрономического дискурса началось сравнительно недавно. В XIX веке сфера питания рассматривается исключительно как культурный и языковой феномен в этнографической и лингвистических науках. В 1960-1970-х гг. исследователи стали уделять больше внимания гастрономической культуре, а также сфере питания. В трудах западных ученых Р. Барта и М. Дугласа сфера питания рассматривается как специфический культурный код.

А.В. Олянич в своей работе «Презентационная теория дискурса» был первым, кто дал определение термину «гастрономический дискурс»: «особый вид коммуникации, связанный с состоянием пищевых ресурсов и процессами их обработки и потребления» [Олянич, 2004а: 426].

По мнению П.П. Бурковой, гастрономический дискурс представляет собой особый вид коммуникации, который можно представить через формулу: «общение + текст кулинарного рецепта + контекст» [Буркова, 2004: 8]. Впоследствии Н.Н. Кацунова раскрывает данную формулу, добавляя, что участники коммуникации становятся профессионалами, наделенными бесценным опытом в сфере приготовления пищи [Кацунова, 2012].

Не менее важен тот факт, что данный вид коммуникации основывается на гастрономической лексике, что также подчеркивают некоторые исследователи: «это особый тип общения, включающий в себя

специализированную терминологию, устойчивые обороты речи» [Удринцова, 2012: 86]. Другими словами, гастрономические лексические единицы являются принципом гастрономического дискурса, а его основой может быть текст, связанный с процессом питания.

Пищевое поведение людей способствовало появлению личностно-ориентированного направления в гастрономической коммуникации. Данная коммуникация состоит из различных языковых знаков, ключевыми из них являются лингвистические знаки пищи. Лингвистические знаки пищи представляют собой основные действия, связанные с добычей, приготовлением и потреблением пищи, и формируют специфическую когнитивную коммуникативную среду. Люди общаются друг с другом и используют разные источники гастрономического содержания при употреблении пищи, ее подачи в местах общественного питания и во время приготовления. Каждый участник данной коммуникации будет пропускать полученную информацию сквозь призму собственной картины мира и адаптировать ее под себя. Сидя за одним столом, люди могут по-разному оценивать пищевые модели, которые можно соотнести с различными национальными кухнями и подачей блюд.

Рассматривая гастрономический дискурс, необходимо выявить его цели. А.Ю. Земскова и П.П. Буркова выделили такие цели гастрономического дискурса, как 1) передача опыта в процессе обучения кулинарного искусства, 2) погружение в кулинарную культуру и традиции другой нации и 3) оценивание рецепта с субъективной точки зрения [Буркова, 2004].

Наряду с термином «гастрономический дискурс» существуют также и такие смежные термины, как «глуттонический дискурс» и «вакхический дискурс» [Головницкая, 2007; Олянич, Никишкова, 2014; Ундринцова, 2012].

Согласно М.В. Ундринцовой, «под глуттоническим дискурсом понимается особый вид вербально-социального дискурса в совокупности с социально-культурными, религиозно-этическими, лингвофилософскими свойствами, целью которого является достижение глуттонической

коммуникации» [Ундринцова, 2012: 86]. Цель глоттонического дискурса можно определить как формирование вкусовых предпочтений потребителя и культурных доминант (столовый этикет, правила поведения за столом и т. д.).

А.В. Олянич в рамках глоттонического дискурса рассматривает личностно-ориентированный тип коммуникации институционального характера, напрямую ассоциированный с концептосферой «Пища, еда» [Олянич, Никишкова, 2014].

Л.Р. Ермакова добавляет, что глоттонический дискурс соотносится с «языковым отражением физиологических потребностей человеческого организма в области пищевых предпочтений» [Ермакова, 2011: 6].

При глоттонической коммуникации, формирование менталитета нации будет базироваться на глоттонической лексике, которая выявляет определенные признаки национального характера. На основе этого глоттонический дискурс представляет собой текстовую структуру, которая подразумевает некий процесс потребления пищи.

Гастрономический и глоттонический типы дискурса имеют непосредственное отношение к другому сложному социальному и этнокультурному феномену – вакхическому дискурсу, который представляет собой систему коммуникативных знаков, связанных с культурой питья. Вакхический дискурс описывает этнокультурный опыт применительно к производству и хранению спиртного, оценке качества, дегустации, застольным традициям, ритуалам и обычаям распития спиртных напитков [Олянич, 2015; Реймер, 2010].

Отечественные исследователи подчеркивают аксиологическую значимость гастрономической и вакхической концептосфер для характеристики национального менталитета, поскольку лингвокультуры питания и питья являются важнейшей частью общей национальной лингвокультуры [Пожидаева, Козько, 2017]. А.В. Олянич в своей монографии «Презентационная теория дискурса» определяет вакхический дискурс как сложное жанровое образование, которое включает в себя застольный,

производственный, ритуальный и другие дискурсивные жанры, взаимосвязанные друг с другом. Выдвигаются три основных аспекта обсуждаемого дискурса: вакхическая культура, вакхическая коммуникация, вакхическая номинация [Олянич, 2015].

Так, вакхическая культура – это сфера человеческой деятельности, при которой выявляются такие задачи, как производство и хранение алкоголя, оценка качества, дегустация, застольные традиции и т.д. Вакхическая культура является неотъемлемой частью национальной культуры в силу того, что она формирует питейное поведение любого этноса сквозь призму устоявшихся традиций и обычаев распития спиртного. Вакхические номинации – лингвистические знаки, которые формируют вакхическую лингвокультуру, которые отражают все явления концептосферы ПИТИЕ [Там же].

Таким образом, гастрономический дискурс охватывает все сферы жизни общества, связанные с приготовлением и употреблением пищи, находится в тесной взаимосвязи с глоттоническим и вакхическим типами дискурса и репрезентирован на языковом уровне в виде особых номинаций – гастрономических лексических единиц. Вслед за А.В. Оляничем, гастрономический дискурс в рамках настоящего исследования мы понимаем как один из основных видов коммуникации, охватывающий весь спектр процесса приготовления и потребления пищи разных этнокультур.

1.2. Лингвокультурные концепты как неотъемлемая часть языкового сознания

Лингвокультурные концепты рассматриваются в рамках особого междисциплинарного направления - лингвокультурологии, находящейся на стыке лингвистических и культурологических наук и активно разрабатываемой отечественными языковедами, в центре внимания которых находится взаимодействие языка и культуры.

Термин «лингвокультурология» может быть использован для обозначения общей области исследований взаимосвязи между языком и культурой, которая берет начало в XVIII веке. Тогда данный термин использовался в трудах таких влиятельных ученых, как Вильгельм фон Гумбольдт, Франц Боас, Эдвард Сапир и Бенджамин Уорф.

Лингвокультурология возникла на стыке двух наук – лингвистики и культурологии. Современная лингвокультурология изучает и описывает культурно-лингвистические особенности языка, которые определяются разнообразием народов и их культур.

Существует множество подходов к пониманию и определению культуры. Так, американский ученый Г.Б. Палмер является одним из первых, кто рассматривает лингвокультурологию как новое направление лингвистики и поднимает вопрос о более глубоком изучении особенностей взаимосвязи культуры народа и его языка [Palmer, 1996].

Австралийский лингвист Ф. Шарифиан во многом опирался на труды Г.Б. Палмера и определял лингвокультурологию как междисциплинарный раздел лингвистики, который исследует взаимосвязь между языком и культурными концептуализациями [Sharifian, 2011; 2015]. Автор также отмечал, что особенности человеческих языков и языковых разновидностей укоренились в культурных концептуализациях, таких как культурные схемы, культурные категории и культурно-концептуальные метафоры [Sharifian, 2015].

Кроме того, Ф. Шарифиан разграничивает когнитивную лингвистику и лингвокультурологию, отмечая, что когнитивная лингвистика часто принимает универсалистский тон, а лингвокультурология подчеркивает роль культуры в концептуализации различного рода человеческого опыта и взаимосвязи между языком, культурой и концептуализацией [Там же].

Среди отечественных исследователей В.А. Маслова дает следующее определение данной дисциплине: «Лингвокультурология – это наука, возникшая на стыке лингвистики и культурологии и исследующая проявления

культуры народа, которые отразились и закрепились в языке» [Маслова, 2001б: 29].

В настоящее время изучение концептов в языке является одним из перспективных направлений в лингвистической науке. Концепты изучаются в когнитивном [Стернин, 2001], культурологическом [Карасик, 2004; Слышкин, 2000; Степанов, 1997; Фрумкина, 1992] и других аспектах. Кроме того, рассматриваются различные интерпретации, классификации и методы изучения концепта.

Сама когнитивная лингвистика, пишут В.З. Демьянков и Е.С. Кубрякова, представляет собой «лингвистическое направление, в центре внимания которого находится язык как общий когнитивный механизм, как когнитивный инструмент – система знаков, играющих роль в репрезентации (кодировании) и трансформировании информации» [Кубрякова, Демьянков, 1996: 53]. В.А. Маслова считает, что главной проблемой когнитивной лингвистики является построение модели языковой коммуникации как основы обмена знаниями [Маслова, 2004]. Вследствие этого, в сознании человека формируется концептуальная система, в центре которой находится концепт.

О.В. Магировская в работе «Когнитивная сущность языковых категорий, определяющих концептуализатора», отмечает, что когнитивная лингвистика позволяет по-новому посмотреть на язык и его сущность [Магировская, 2005]. Кроме того, «Данное направление открывает возможность увидеть мир «живого» языка, неразрывно связанного с человеком и окружающей человека реальной действительностью...» [Там же: 22–23].

Изучая природу концепта в когнитивной лингвистике, ученые столкнулись с целым рядом смежных понятий и терминов. По этой причине на сегодняшний день существуют различные подходы к пониманию концепта. Мы рассмотрим такие подходы, как психологический, лингвокогнитивный и лингвокультурный.

Представителями психологического подхода являются С.А. Аскольдов-Алексеев и Д.С. Лихачев. С.А. Аскольдов-Алексеев был первым, кто определил концепт не в его первостепенном значении: «Концепт есть мысленное образование, которое замещает нам в процессе мысли неопределенное множество предметов одного и того же рода» [Аскольдов, 1997: 269]. Вслед за С.А. Аскольдовым, Д.С. Лихачев обращает внимание на то, что концепт не всегда является заместителем реальных предметов. Он делает акцент на том, что заместительная функция концепта облегчает наше языковое общение. Концепт возникает не непосредственно из значения слова, но путем столкновения его словарного значения с личным и народным опытом человека [Лихачев, 1997: 4].

Рассматривая концепт в рамках лингвокогнитивного подхода, М.В. Пименова дает следующее определение: «ментальное образование, своеобразный фокус знаний о мире, когнитивная структура, включающая разносубстратные единицы оперативного сознания» [Пименова, 2006: 45]. Мы видим схожую точку зрения в других работах таких лингвистов, как А.П. Бабушкин, Н.Н. Болдырев, Е.С. Кубрякова, З.Д. Попова, И.А. Стернин и др. Например, Е.С. Кубрякова разделяет точку зрения М.В. Пименовой, определяя концепт как «единицу ментальных или психических ресурсов нашего сознания и той информационной структуры, которая отражает знания и опыт человека» [Кубрякова, 2006: 328].

Представитель лингвокультурного подхода Ю.С. Степанов утверждает, что концепт формируют такие важные составляющие культуры, как ее этимология, история, современные ассоциации, оценки и т.д. Ученый понимает концепт как «общее представление культуры в сознании человека». [Степанов, 2007: 63].

В.И. Карасик в своей работе «Лингвокультурные концепты: подходы к изучению» отмечает, что «лингвокогнитивный и лингвокультурный подходы к пониманию концепта не являются взаимоисключающими. Эти подходы различаются векторами по отношению к индивиду: лингвокогнитивный

концепт – это направление от индивидуального сознания к культуре, а лингвокультурный концепт – это направление от культуры к индивидуальному сознанию» [Карасик, 2004: 133].

Лингвокультурный концепт, являющийся неотъемлемой частью языкового сознания, всегда находился в центре внимания ученых, исследователей и лингвистов, изучающих лингвокультурологию. С.Г. Воркачев полагал, что «язык, культура и этнос неразрывно между собой связаны и образуют средостение личности – место сопряжения ее физического, духовного и социального Я» [Воркачев, 2012: 24]. Иными словами, в лингвокультурологии значение обсуждаемых языковых единиц анализируется с помощью их образов и демонстрирует языковое сознание носителей того или иного языка.

В.И. Карасик определяет лингвокультурный концепт, как «условную ментальную единицу, направленную на комплексное изучение языка, сознания и культуры» [Карасик, Слышкин, 2003: 2]. Лингвист также отмечает, что лингвокультурный концепт имеет ценностную, образную и понятийную стороны [Карасик, 2002].

Согласно П.Г. Логиновой, лингвокультурный концепт представляет собой сложное многомерное ментальное образование, которое является важным источником культурной информации и выполняет такую функцию, как интерпретация действительности [Логинова, 2016]. В.А. Маслова разделяет точку зрения П.Г. Логиновой и в своей работе «Странник в русской лингвокультуре: ценность, концепт, образ» пишет: «...а концептом странничество становится потому, что это сложное и многомерное ментальное образование, ментальный способ репрезентации действительности в коллективном сознании; это как бы сгусток смысла, несущий важную культурную информацию и выраженный в виде знаков (в широком понимании знака): в языке, в искусстве и т.д.» [Маслова, 2015: 25].

В силу своей многофункциональности и многоаспектности, лингвокультурные концепты объединяются в разнообразные классификации,

в основе которых лежат различные принципы. Так, в работах Е.С. Кубряковой «Краткий словарь когнитивных терминов» [Кубрякова, 1996], Н.Д. Арутюновой «О стыде и совести. Логический анализ языка: Языки этики» [Арутюнова, 2000], А.П. Бабушкина «Когнитивная лингвистика и семасиология» [Бабушкин, 2008] выделяются предметные, знаковые и событийные лингвокультурные концепты, а также концепты-картинки, концепты-фреймы и концепты-гештальты. По мнению Бастриковых, по уровню абстракции лингвокультурных концептов следует выделять концепты-универсалии и концепты-символы [Бастриков, Бастрикова, 2012].

В.И. Карасик представляют классификацию лингвокультурных концептов по кванторно-социологическому признаку. Классификация представляет собой единичные, или индивидуально переживаемые, групповые, социоспецифические, этноспецифические и универсальные признаки [Карасик, 2009].

В зависимости от предмета наблюдения лингвокультурный концепт имеет следующие зоны:

- 1) образную составляющую;
- 2) понятийную, содержащую когнитивные признаки;
- 3) аксиологическую, связанную с общечеловеческими ценностями

[Там же].

Таким образом, лингвокультурный концепт является центральным понятием лингвокультурологии, стремящейся изучить язык и культуру в их тесной взаимосвязи. Изучая лингвокультурные концепты в динамике и во всем многообразии их проявлений, ученые описывают языковой менталитет народа посредством анализа их репрезентации в национальной картине мира, системе ценностей и моделей поведения представителей определенной лингвокультуры.

1.3. Лингвокультурные гастрономические концепты в контексте лингвистических исследований

В отечественной лингвистике есть ряд работ, посвященных анализу лингвокультурных гастрономических концептов. Так, Е.В. Пожидаева и Н.А. Козько утверждают, что «гастрономическая и вакхическая концептосферы рассматриваются как часть общей национальной лингвокультуры, которая обладает способностью оказывать влияние на формирование и развитие этнокультуры в целом» [Пожидаева, Козько, 2017: 350]. Следовательно, лингвокультурные гастрономические концепты также могут быть универсальными и могут стать уникальными для той или иной лингвокультуры.

Хотя гастрономические концепты уже становились объектом исследования отечественных и зарубежных лингвистов, в рассмотренных нами работах, посвящённых данной проблематике, мы не обнаружили определение данного феномена. Гастрономические концепты всегда приравниваются к лингвокультурным, однако, на наш взгляд, они являются особой разновидностью лингвокультурных концептов и обладают специфическими характеристиками.

Так, гастрономический концепт в рамках данного исследования мы будем понимать как разновидность лингвокультурного концепта, ментальное образование, связанное с процессом питания и являющееся неотъемлемой частью языкового сознания определенной лингвокультуры.

Гастрономические концепты уже попадали в фокус внимания отечественных исследователей. Так, рассматриваются следующие лингвокультурные гастрономические концепты: ВИНО [Логинова, 2016], ХЛЕБ [Гусева, 2020; Марушкина, 2012], МОЛОКО и МАСЛО [Марушкина, 2012], НАПИТКИ [Козько, 2014; Морель, 2012], СПИРТНЫЕ НАПИТКИ [Козько, 2012].

Лингвисты изучали специфику языковых номинаций, связанных с гастрономическими концептами различных лингвокультур. П.Г. Логинова пишет о лингвокультурном гастрономическом концепте ВИНО, рассматривая его как неотъемлемую часть французской лингвокультуры и описывая его в контексте фразеологических номинаций [Логинова, 2016]. Н.П. Головницкая изучает лингвокультурный концепт ПИЩА на примере семантики немецких глоттонических номинаций [Головницкая, 2007]. Е.С. Руфова исследует лексико-семантические особенности японского гастрономического дискурса [Руфова, 2017].

В своей работе Е.В. Пожидаева и Н.А. Козько прибегают к такому методу исследования, как концептуальный анализ. Для того, чтобы проанализировать лингвокультурные гастрономический и вакхический концепты, авторы выделяют несколько базовых инструментальных понятий: 1) языковая картина мира; 2) концепт, концептуальное поле (концептосфера), ядро и периферия концептосферы; 3) метафора; 4) заимствование, неологизм [Пожидаева, Козько, 2017]. Кроме того, исследователи обращаются к когнитивному дискурс-анализу, который позволяет им охарактеризовать членов лингвокультурного сообщества и изучить лингвокультурные реалии и универсалии в разных научных дисциплинах: «Специфика предлагаемого исследовательского метода состоит в ориентации на когнитивно-дискурсивную парадигму лингвистики, вступающую в диалогические научные связи с лингвокультурологией, когнитивной лингвистикой, социолингвистикой, семиотикой, лексической семантикой» [Там же: 353].

Индийские ученые С.Р. Амрута, Ш. Мина, К.С. Савита и К. Шанкар Рао в совместной статье «Гастрономические концепции в Аюрведе» сравнивают древние концепции Аюрведы и современную гастрономию, с целью выработать пищевые привычки для правильного питания и профилактики заболеваний. Исследователи утверждают, что система альтернативной медицины Аюрведа имеет свои собственные общепринятые принципы, методы и практики, вращающиеся вокруг концепции питания [Амрута, 2021].

Согласно авторам статьи, гастрономию как предмет разделяют на четыре основные области: практическую, теоретическую, техническую и гастрономию продуктов питания [Там же].

Одной из важных концепций в Аюрведе является «ритучарья», в котором описывается образ жизни, которого следует придерживаться во время смены сезонов в Индии. Ему отводится ключевая роль в гастрономической концепции каждого сезона. Например, во время летнего сезона рекомендуется употреблять сладкие, легкие, маслянистые и прохладные блюда с большим количеством жидкости. Кроме этого, Аюрведа описывает восемь факторов, которые определяют полезность различных видов пищи. Это незаменимая область гастрономических концепций в Аюрведе. Эти восемь факторов необходимо тщательно учитывать как при приготовлении, так и при приеме пищи [Там же].

Эдгар Рохас-Ривас и Фаундо Куффия в главе книги «Продукты будущего: глобальные тенденции, возможности и устойчивость» представляют новую концепцию гастрономии, основанную на эмпирических данных кросс-культурного исследования, проведенного среди потребителей из Мексики и Аргентины. Авторы определяют гастрономию как фундаментальную концепцию для описания социальной репрезентации продуктов питания на языке потребителя и для объяснения культурных особенностей общества и особенностей питания [Rajeev, 2021].

Исследователи утверждают, что благодаря глобальному значению, которое приобрела гастрономия в настоящее время, и интересу шеф-поваров, художников, академиков и ученых к этой дисциплине, появились такие новые концепции, как «молекулярная гастрономия», «нейрогастрономия», «гастрофизика». Данные концепции исследуют восприятие человеческой пищи с точки зрения психологии и сенсорного анализа [Там же].

Ученые также отмечают, что в последнее время исследуются аспекты, необходимые для определения гастрономии посредством изучения ее социальных репрезентаций. Такая концепция состоит из измерений,

связанных с «Культурой», «Продуктами питания и напитками», «Гедонизмом», «Сенсорными аспектами», «Ингредиентами, методами и техниками» [Там же].

Таким образом, исследуя лингвокультурный гастрономический концепт, ученые используют такие общенаучные методологические приемы, как концептуальный анализ, лексико-семантический анализ, дискурсивный анализ, анализ словарных дефиниций, метод контекстного анализа, сравнительно-сопоставительный анализа.

В рамках нашего исследования рассматривается лингвокультурный гастрономический концепт TAPAS посредством комплексного языкового инструментария, предусматривающего дискурсивный и лексико-семантический анализ, анализ лингвокультурного концепта и анализ словарных дефиниций. Кроме того, в рамках настоящей работы будет задействован метод ассоциативного эксперимента с носителями испанского языка. Более подробно о выбранной нами модели анализа лингвокультурного концепта мы напишем в параграфе 1.4.1.

1.4. Методы анализа лингвокультурного концепта

На данный момент современная лингвистика насчитывает большое количество различных подходов к описанию и исследованию концептов: историко-сопоставительный анализ, дистрибутивный анализ, методика контекстного и текстового анализа, концептуальный анализ, когнитивная интерпретация результатов описания семантики языковых средств, и т. д. Лингвокультурный концепт всегда изучался в контексте лингвокультурологии, а работающие в рамках этого направления исследователи предлагали разнообразные модели анализа данной ментальной единицы сознания.

На сегодняшний день существует несколько моделей описания лингвокультурного концепта. Все они основываются на положении о том, что

концепт представляет собой семантические структуры различного уровня сложности и абстрактности в лексической системе языка. Наиболее известные модели описания лингвокультурного концепта принадлежат таким авторам, как В.И. Карасик «Языковая личность: аспекты лингвистики и лингводидактики» [Карасик, 1999], И.А. Стернин и З.Д. Попова «Интерпретационное поле национального концепта и методы его изучения. Культура общения и ее формирование» [Стернин, Попова, 2001], Ю.С. Степанов «Константы: Словарь русской культуры» [Степанов, 2004], Г.В. Токарев «Концепт как объект лингвокультурологии» [Токарев, 2003], Г.Г. Слышкин «Лингвокультурные концепты и метаконцепты» [Слышкин, 2004].

В.И Карасик определяет процесс изучения концепта как специальные исследовательские процедуры толкования значения его имени и ближайших обозначений [Карасик, 2004]. Далее лингвист выделяет следующие специальные исследовательские процедуры для описания концепта:

- 1) дефинирование (выделение смысловых признаков);
- 2) контекстуальный анализ (выделение ассоциативно связанных смысловых признаков);
- 3) этимологический анализ;
- 4) паремиологический анализ;
- 5) интервьюирование, анкетирование, комментирование [Карасик, 2002: 57].

И.А. Стернин и З.Д. Попова предложили полевую модель изучения концепта. Исследуя значение слова, они пришли к выводу, что оно имеет полевую структуру (архисема в ядре, дифференциальные семы на ближней периферии, скрытые семы на дальней периферии). Ученые полагают, что концепт также имеет многослойную организацию, которая может быть выявлена через анализ языковых средств ее репрезентации [Попова, Стернин, 2001]. По мнению авторов данного подхода, концепт приобретает полевое описание – в терминах ядра и периферии. К ядру относятся прототипические

слои с наибольшей чувственно-наглядной конкретностью, первичные яркие образы, а более абстрактные признаки составляют периферию концепта [Там же].

Послойная структура концепта развилась в исследованиях Ю.С. Степанова и Г.В. Токарева. В своей модели Ю.С. Степанов выделяет три слоя концепта:

- этимологический слой (внутренняя форма);
- слой «пассивных» признаков, утративших свою актуальность;
- основной, или актуальный, слой [Степанов, 2007].

Г.В. Токарев поддерживал идею Ю.С. Степанова и также выделил три слоя в структуре концепта:

- общечеловеческий слой (универсальный);
- культурный слой (относится к конкретной культуре);
- субкультурный слой (относится к конкретному социуму) [Токарев, 2003].

Г.Г. Слышкин, автор оригинальной концепции структуры лингвокультурного концепта, полагал, что основные характеристики концепта в лингвокультурологическом исследовании могут быть установлены с помощью комплексного изучения концепта в рамках следующих моделей:

- 1) модель взаимодействующих способов познания;
- 2) модель ассоциативных связей языковых единиц и значений;
- 3) модель разноуровневого языкового воплощения [Слышкин, 2004].

Итак, каждый ученый-лингвист выделяет для себя различные исследовательские процедуры для описания концепта. Однако все эти модели описания лингвокультурного концепта показывают, что концепт является семантической структурой различного уровня сложности и абстрактности в лексической системе языка.

Далее будут рассмотрены модели В.И. Карасика и Г.Г. Слышкина, представляющие наибольший интерес для нашего исследования.

1.4.1. Модели анализа лингвокультурного концепта по В.И. Карасику и Г.Г. Слышкину

Модель, предложенная В.И. Карасиком, включает в себя фактуальные, образные, ценностные элементы, формирующие структуру концепта [Карасик, 1999]. Так, фактуальная составляющая, моделируемая как совокупность пропозиций, включает информационные совокупности трех видов:

- 1) повседневное знание, воплощенное в языковых дефинициях;
- 2) элементы научного знания и общей эрудиции;
- 3) стереотипные и прототипические структуры.

Образная составляющая подразумевает две группы элементов:

- 1) внутренние формы языковых единиц;
- 2) образы, закрепленные в авторских или фольклорных прецедентных текстах [Там же].

Ценностная составляющая включает в себя аспекты оценочности и актуальности. Аспект оценочности выражается в сочетаемости языковой единицы, являющейся именем концепта, и ее коннотаций с оценочными эпитетами. В рамках аспекта актуальности производится подсчет языковых единиц, частотность их употребления в реальной коммуникации, а также анализируется способность данных языковых единиц становиться источником метафорического переноса [Там же].

Вторая модель была предложена Г.Г. Слышкиным, который предлагает ассоциативную модель концепта, посредством которой устанавливаются ассоциативные связи между концептом и языковым знаком. Ученый утверждает, что лингвокультурный концепт является двусторонним ассоциативным феноменом, поэтому необходимо рассматривать как его номинативную плотность, так и номинативную диффузность [Слышкин, 2004].

В данной модели номинативная плотность концепта является основной характеристикой интразоны концепта (совокупности входящих в концепт ассоциаций), а метафорическая диффузность – его экстразоны (совокупности исходящих ассоциаций) [Там же]. Автор модели утверждает, что ядро концепта формируют ассоциации, закрепленные в виде кодифицированных (словарных) значений языковых единиц, а периферия концепта формируется совокупностью контекстуальных ассоциаций [Слышкин, 2004].

В настоящем исследовании мы будем опираться на ассоциативную модель Г.Г. Слышкина, которая подразумевает выделение интразоны и экстразоны признаков лингвокультурного концепта TAPAS и его ассоциативных связей. Однако во многом мы также будем основываться и на модели В.И. Карасика при описании повседневного знания о концепте и задействовать описанные им методы исследования концепта: дефинирование (выделение смысловых признаков), контекстуальный анализ (выделение ассоциативно связанных смысловых признаков), этимологический анализ, паремиологический анализ, интервьюирование, анкетирование, комментирование (анкетирование в форме ассоциативного эксперимента). На наш взгляд, подобный комплексный подход к изучению концепта TAPAS позволит получить наиболее полное представление о его когнитивных признаках и специфике его репрезентации в языковом сознании представителей испанской лингвокультуры.

1.5. Ассоциативный эксперимент как метод лингвистических исследований

Многие отечественные и зарубежные лингвисты считают ассоциативный эксперимент одним из наиболее эффективных методов изучения структуры национального языкового сознания в рамках ассоциативной лингвистики.

Филолог В.Е. Гольдин отмечает, что с помощью материала ассоциативных словарей возможно «установить предсказуемые направления ассоциативных связей между стимулами и реакциями и таким путем приблизиться к пониманию принципов организации образа мира в сознании носителей языка» [Гольдин, 2010: 97].

В Большом психологическом словаре ассоциативный эксперимент определяется как особый метод мотивации личности и как прием, направленный на ассоциации, возникающие у индивида в его предшествующем опыте. Кроме того, в данном словаре описывается ход проведения ассоциативного эксперимента. Так, сначала испытуемый отвечает на определенный набор слов-стимулов любым первым пришедшим ему в голову словом. Далее регистрируются тип возникающих ассоциаций, частота однотипных ассоциаций, величина латентных периодов (время между словом-стимулом и ответом испытуемого), поведенческие и физиологические реакции и др. [Большой психологический словарь онлайн, 2007].

Отечественный лингвист Ю.Н. Караулов утверждает, что все ассоциативные реакции следует трактовать «как следы текстов, которые проходили в разное время или проходят в данный момент через ассоциативно-вербальную сеть испытуемого» [Караулов, 1999: 14].

В лингвистике и психолингвистике в результате проведения такого эксперимента образуется ассоциативное поле слова-стимула, которое выявляет ментальные образы мира того или иного этноса, отраженного в языковом сознании носителя той или иной культуры. Ассоциативный эксперимент позволяет реконструировать различные связи языковых единиц в сознании и выявить характер их взаимодействия в различных процессах понимания, хранения и порождения речевых произведений.

Существует три вида ассоциативного эксперимента: 1) свободный, 2) направленный и 3) цепочечный, каждый из которых отличается спецификой процедуры проведения, однако важным остается одно универсальное условие – ассоциативная реакция-ответ должна следовать немедленно, поскольку в

этом и заключается психологическая сущность ассоциативного процесса [Фрумкина, 2007].

При свободном ассоциативном эксперименте испытуемому предлагается слово-стимул, на которое он должен ответить первой пришедшей в голову реакцией. В направленном ассоциативном эксперименте участнику ограничивают варианты ответа, накладывая определенные ограничения (например, отвечать только прилагательными). При проведении цепочечного ассоциативного эксперимента испытуемого не ограничивают количеством слов реакций, первыми пришедших в голову при предъявлении слова-стимула [Там же].

В данном исследовании мы опираемся на свободный ассоциативный эксперимент. В совместной монографии «Психолингвистическое значение слова и его описание» И.А. Стернин и А.В. Рудакова выделяют 4 этапа описания психолингвистического значения слова методом свободного ассоциативного эксперимента:

- 1) проведение свободного ассоциативного эксперимента;
- 2) обработка результатов эксперимента и построение ассоциативного поля слова-стимула;
- 3) семантическая интерпретация результатов эксперимента;
- 4) психолингвистическое описание значений слова-стимула и построение психологически реальной семантемы слова [Стернин, Рудакова, 2011: 129].

С.В. Архипова отмечает, что ассоциативный эксперимент дает возможность получить некие общие ассоциативные нормы-ориентиры для изучаемого объекта и определить набор понятий, ставших его символами [Архипова, 2011]. Другими словами, в результате проведения данного эксперимента образуется ассоциативное поле слова-стимула, которое выявляет ментальные образы мира того или иного этноса, отраженного в языковом сознании носителя той или иной культуры.

Метод ассоциативного эксперимента использовался лингвистами для решения следующих исследовательских задач:

- 1) для описания семантики слов [Виноградова, 2013; Коноваленко, 2011];
- 2) для описания речевой самоидентификации (образа «себя») [Романова, 2017; Харченко, 2014];
- 3) для изучения стереотипных представлений об определенном этносе [Эрдниева, Абеева, Бадмаева, 2018];
- 4) для описания образа государства [Алексеева, 2011)];
- 5) для исследования устойчивых словосочетаний [Лукашевич, Герасимова, 2018];
- 6) для определения влияния конкретных социально-значимых явлений на сознание русскоговорящих [Салькова, 2021];
- 7) для изучения связи между языком и ментальностью билингвов [Алексеева, 2016].

Так, можно сделать вывод, что к методу ассоциативного эксперимента прибегали исследователи для решения различных лингвистических задач, что, в свою очередь, доказывает его эффективность при исследовании взаимосвязи языка и сознания.

Таким образом, проведение ассоциативного эксперимента позволяет нам получить универсальные для определенной лингвокультуры характеристики объекта исследования, закрепленные в массовом сознании ее носителей. В данной работе предпринимается попытка путём свободного ассоциативного эксперимента определить ассоциации, к слову-стимулу, ТАРАС, что, в свою очередь, поможет углубить проводимый нами на первом этапе лингвокультурный анализ данного концепта и выявить ядро и периферию его ассоциативных признаков. Так, мы сумеем описать специфику репрезентации исследуемого концепта в языковом сознании испаноговорящих респондентов.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1

Первая глава посвящена обзору теоретического материала по исследуемой проблематике. Освещены основные подходы к определению таких понятий, как «гастрономический дискурс» и его смежных понятий – «глуттонический дискурс» (ассоциированный с концептосферой «Пища, еда» и соотносящийся с языковым отражением физиологических потребностей человеческого организма в области пищевых предпочтений) и «вакхический дискурс» (описывающий питейное поведение этноса). Гастрономический дискурс определяется как особый вид коммуникации, имеющий личностно-ориентированный характер и охватывающий весь процесс обработки и потребления пищи [Олянич, 2004]. Аксиологическая значимость гастрономической концептосферы не ставится под сомнение исследователями-лингвокультурологами.

С появлением такой дисциплины, как лингвокультурология сформировался лингвокультурный концепт, который широко исследуется в когнитивной лингвистике. Лингвокультурный концепт представляет собой сложное ментальное образование, которое отражает реальность в коллективном сознании людей [Логинова, 2016]. Рассмотрение лингвокультурных концептов в динамике и во всем многообразии их проявлений дает возможность описать языковой менталитет определенной лингвокультуры посредством анализа их репрезентации в национальной картине мира, системе ценностей и моделей поведения.

Разновидностью лингвокультурного концепта является гастрономический концепт, определяемый в рамках настоящего исследования как ментальное образование, связанное с процессом потребления пищи и отражающееся в языковом сознании представителей той или иной лингвокультуры. Гастрономическая концептосфера рассматривается как важная часть общей национальной лингвокультуры, которая обладает

способностью оказывать влияние на формирование и развитие этнокультуры в целом.

Описаны различные научные методологические подходы к изучению лингвокультурного гастрономического концепта, среди которых наиболее актуальны в рамках проводимого исследования следующие: анализ лингвокультурного концепта по моделям В.И. Карасика и Г.Г. Слышкина, лексико-семантический анализ, дискурсивный анализ, анализ словарных дефиниций, метод контекстного анализа, сравнительно-сопоставительный анализ, а также метод свободного ассоциативного эксперимента.

В главе 1 были рассмотрены ключевые модели анализа лингвокультурного концепта в рамках лингвокультурологии: 1) модель В.И. Карасика, предполагающая выделение фактуальных, образных и ценностных элементов, формирующих структуру концепта; 2) разработанная И.А. Стерниным и З.Д. Поповой модель описания полевой структуры концепта с выделением ядра и периферии; 3) предложенная Ю.С. Степановым и Г.В. Токаревым модель послойной структуры концепта; 4) ассоциативная модель Г.Г. Слышкина, устанавливающая ассоциативные связи между концептом и языковым знаком. Дальнейший анализ концепта TAPAS будет осуществлен с опорой на модель Г.Г. Слышкина.

Во второй главе будет представлен анализ лингвокультурного гастрономического концепта TAPAS на материале испанских массмедийных текстов и выделены ассоциативные признаки данного концепта методом концептуального анализа и свободного ассоциативного эксперимента.

ГЛАВА 2. АССОЦИАТИВНАЯ МОДЕЛЬ ЛИНГВОКУЛЬТУРНОГО ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО КОНЦЕПТА TAPAS

2.1. Интразона лингвокультурного концепта TAPAS: анализ словарных дефиниций

В качестве материала исследования взяты испаноязычные статьи из периодических-интернет изданий *El País*, *El Viajero*, *La Vanguardia*, посвященные национальным испанским закускам TAPAS. В настоящем исследовании мы будем опираться на ассоциативную модель Г.Г. Слышкина, описывающую лингвокультурные концепты.

Интразона лингвокультурного концепта сформирована признаками, отражающими собственные признаки денотата, поэтому интразону концепта TAPAS мы выделили с помощью анализа словарных дефиниций нескольких ведущих лексикографических источников на испанском языке. Так, например, в словаре Королевской академии испанского языка (DRAE) TAPAS определяется как: *pequeña porción de algún alimento que se sirve como acompañamiento de una bebida* (маленькая порция какого-либо продукта, которая подается в качестве дополнения к напитку) [Diccionario de la Real Academia Española, 2014].

Далее, мы обратились к испано-американскому техническому словарю, в котором предлагается следующее определение TAPAS: *un bocadito de fiambre que se da con cañas o vino en las tabernas* (холодная закуска, которая подается с пивом или вином в тавернах) [Diccionario Tecnológico Hispano-Americano, 2007].

В одном из словарей ведущей испанской газеты «Diccionarios en El País» мы нашли следующее определение данного феномена: *pequeña ración de comida que se sirve como aperitivo* (небольшая порция еды, которая подается в качестве закуски) [Diccionario de Español en El País, 1976]. В общем словаре испанского языка «Diccionario general de español» TAPAS описывается как

bocado ligero que se suele tomar con las bebidas (легкая закуска, обычно подается с напитками) [Diccionario General de Español, 1998].

Наименования TAPAS демонстрируют ассоциативные связи, в которые вовлечен данный концепт:

- размер → *pequeña porción* (маленькая порция), *tapas diminutas* (крошечные закуски), *minirraciones* (минипорции), *pequeñas cantidades de comida* (небольшое количество еды), *pequeños bocados* (маленькие бутерброды);

- потребность → *alimento* (продукт питания);

- пища → *un bocadito* (закуска), *bocado ligero* (легкая закуска), *aperitivo* (аперитив);

- добавление к напитку → *acompañamiento* (аккомпанемент), *con las bebidas* (с напитками), *comer junto a la bebida* (есть вместе с напитком), *exigir una bebida* (требуется к напитку).

Таким образом, представляется возможным заключить, что для представителей испанской лингвокультуры концепт TAPAS обладает достаточно обширной интразоной. Однако на первый план выдвигаются такие ассоциативные признаки концепта TAPAS, как «маленький размер» и «дополнение к напиткам».

2.2. Экстразона лингвокультурного концепта TAPAS

Как мы уже писали ранее, в экстразону концепта, согласно модели Г.Г. Слышкина, входят признаки, извлекаемые из паремий и переносных значений. Так, рассматривая экстразону концепта TAPAS, мы выделили ассоциации, представленные в ее вторичных, переносных значениях. Экстразона значительно расширяется за счет выявления дополнительных ассоциативных связей посредством дальнейшего контекстуального анализа. Далее будут рассмотрены ассоциативные признаки концепта TAPAS, выявленные с помощью синонимических языковых единиц.

В ходе анализа языкового материала было установлено, что в экстразону рассматриваемого концепта входят следующие ассоциативные признаки:

- 1) времяпрепровождение;
- 2) часть национальной культуры;
- 3) международный символ Испании.

1. «Времяпрепровождение». Данная ассоциация широко представлена в проанализированном материале и на языковом уровне выражена лексическими единицами соответствующей семантики с семей «общение, социализация» (примеры 1–6):

(1) *Ir de tapas, acto de acudir de bar en bar con el fin de consumir diferentes tapas, es una excusa ideal para comer de todo un poco, beber algunos tragos y **socializar** con amigos, extraños, familiares o parejas. (Lo que no sabías de las tapas españolas, El Universal, 13.03.2017).* – Отведать тапас – это переходить из бара в бар, чтобы попробовать разные тапас. Это отличный повод, чтобы попробовать все понемногу, выпить и **пообщаться** с друзьями, семьей или своей второй половинкой, познакомиться с кем-нибудь.

(2) *No vamos al bar solamente a consumir alcohol, vamos a beber y a **encontrarnos con otras personas**, vamos a **charlar**, a ponernos al día (Día Mundial de la tapa: 10 bares imprescindibles para disfrutar de las tapas, La Vanguardia, 17.06.2021).* – Мы идем в бар не только, чтобы выпить, но и для того, чтобы **встретиться с людьми, поболтать** и наверстать упущенное.

(3) *Tapear es un **acto social** que va más allá de lo que estás comiendo, es compartir con la gente que quieres (La tapa, ¿queremos cantidad o calidad?, El País, 17.01.2019).* – Тапас – это **социальное мероприятие**, которое выходит далеко за пределы того, что ты ешь, это разделить что-то с любимыми людьми.

(4) *La tapa, probablemente, hay que entenderla dentro del contexto mediterráneo. Y esto implica dos cosas: una manera de beber y, sobre todo, una **manera de socializar** (Día Mundial de la tapa: 10 bares imprescindibles para disfrutar de las tapas, La Vanguardia, 17.06.2021).* – Тапас, скорее, необходимо понимать в средиземноморском контексте. Тапас подразумевают в себе две вещи: выпивка и, прежде всего, **манера общения**.

(5) *En la actualidad, el tapeo es una **costumbre social** y gastronómica tan arraigada en España que nadie puede imaginar un futuro sin las tapas (La tapa española, cultura a bocados, Bon Viveur, 22.12.2020).* – В настоящее время тапас – это **социальный** и гастрономический **обычай**, настолько укоренившийся в Испании, что никто не может представить себе будущее без тапас.

(6) *Esta moda de tomar tapas derivó inevitablemente en una **nueva moda social**: tapear, es decir, **quedar con** los amigos para tomar tapas por la ciudad (La tapa española, cultura a bocados, Bon Viveur, 22.12.2020).* – Популярность тапас неизбежно привела к **новой социальной моде**: тапас – это повод **встретиться** с друзьями, чтобы поесть их в различных барах.

Так, в экстразону концепта, репрезентирующую ассоциацию «времяпрепровождение», входят единицы следующего синонимического ряда: *socializar* (социализироваться), *manera de hacer vida social* (образ общественной жизни), *una costumbre social* (общественная привычка), *algo social, sinónimo de salir con los amigos* (синоним для выражения «тусоваться с друзьями»), *ir de bar en bar con amigos* (переходить из бара в бар с друзьями), *quedar con los amigos* (собираться с друзьями), *conocer mejor al otro* (лучше узнать другого), *la costumbre de juntarse grupos de personas* (привычка собираться группами людей), *encontrarse con otras personas* (встречаться с друзьями).

2. Вторая ассоциация, формирующая экстразону концепта TAPAS: «тапас – это часть национальной культуры». Эти национальные испанские закуски позиционируются как неотъемлемый элемент культуры Испании, ее важная узнаваемая составляющая (примеры 7–11).

(7) *Tapear es una costumbre social que nos define desde el punto de vista gastronómico, pero también habla de un determinado estilo de vida. La tapa, por lo tanto, es **un acto intrínsecamente cultural** que nos representa en el mundo entero (La tapa española, cultura a bocados, Bon Viveur, 22.12.2020).* – Тапас – это социальный обычай, который не только определяет нас с гастрономической точки зрения, но также говорит и об определенном образе жизни.

Следовательно, тапас являются **неотъемлемым культурным актом**, который **представляет нас** во всем мире.

(8) *La tapa, en realidad, es un **hecho cultural**, es algo que define nuestra relación con la hostelería, con los demás y con una forma de vincular alimentación y ocio (Día Mundial de la tapa: 10 bares imprescindibles para disfrutar de las tapas, La Vanguardia, 17.06.2021).* – Тапас, на самом деле, являются **культурным феноменом**, который определяет наше гостеприимство. Это также способ объединить еду и досуг.

(9) *Por eso proponemos una ruta de tapas (y pintxos) en la que no están todos los que son, pero que pone en evidencia la riqueza y la diversidad de una forma de relacionarnos con la gastronomía que pide a gritos ser declarada **Patrimonio Inmaterial de la Humanidad** (Día Mundial de la tapa: 10 bares imprescindibles para disfrutar de las tapas, La Vanguardia, 17.06.2021).* – Вот почему мы предлагаем маршрут тапас (и пинчос), в котором перечислены далеко не все тапас бары, которые можно посетить. Это свидетельствует о богатстве и разнообразии способов знакомства с гастрономией, которая буквально кричит о необходимости объявить тапас нематериальным наследием человечества.

(10) *La RAG incide en este aspecto del tapeo cuando explica sus motivos para patrocinarlo como **Patrimonio Cultural Inmaterial de la Unesco** (La tapa española, cultura a bocados, Bon Viveur, 22.12.2020).* – RAG указывает на этот аспект тапас, объясняя, почему продвигает их как объект **нематериального культурного наследия ЮНЕСКО**.

(11) *Salir de bares es algo intrínsecamente **cultural** en este país, porque demuestra un estilo de vida que **nos define** (La tapa española, cultura a bocados, Bon Viveur, 22.12.2020).* – Ходить по барам – это по своей сути **культурный феномен** страны, потому что он отражает образ жизни, который определяет нас.

Выделяются следующие синонимические единицы, репрезентирующие ассоциацию «часть национальной культуры»: *Patrimonio Cultural Inmaterial de la Unesco* (нематериальное культурное наследия ЮНЕСКО), *una parte*

fundamental de la cultura española (неотъемлемая часть испанской культуры), *un aspecto cultural* (культурный аспект), *un signo distintivo de nuestra cultura* (отличительный признак нашей культуры), *la identidad cultural* (культурная идентичность), *nos define* (нас определяет), *nos representa* (нас представляет), *nuestra gran baza* (наша изюминка, козырь).

3. Тапас как национальное блюдо давно вышло за границы Испании, став самой экспортируемой испанской закуской. На сегодняшний день тапас можно попробовать в любой точке мира. Так, сформировалась еще одна ассоциация: «тапас – это международный символ Испании» (примеры 12–16).

(12) *Hace un par de años la Real Academia de la Gastronomía Española (RAG) inició los trámites para declarar la tapa Patrimonio Cultural Inmaterial de la Unesco. En el documento se recogía que tapear es un signo distintivo de nuestra cultura y un embajador de la misma fuera de nuestras fronteras (La tapa española, cultura a bocados, Bon Viveur, 22.12.2020).* – Пару лет назад Королевская академия испанской гастрономии (RAG) включила тапас в список нематериального культурного наследия ЮНЕСКО. В документе говорилось, что тапас являются определяющим символом нашей культуры, **послом за границей.**

(13) *Convertida en el icono indiscutible de la gastronomía española, la tapa viaja por el mundo como uno de los productos estrella de la marca España (La tapa, el invento que se come el mundo, El País, 26.11.2016).* – Превратившись в бесспорную икону испанской гастрономии, тапас **путешествует по миру** как один из **флагманских продуктов испанского бренда.**

(14) *Una vez reivindicado el tan amado tapeo - que hemos extendido más allá de nuestras fronteras -, volvamos al tema en cuestión (La infografía que recoge las tapas más populares de cada comunidad autónoma, Traveler, 14.08.2020).* – После того, как мы упомянули о столь любимых тапас, которые **уже давно распространились далеко за пределы наших границ**, давайте вернемся к рассматриваемому вопросу.

(15) "La tapa es lo más **exportable** que tenemos. Es nuestra gran baza", dice Albert Adrià (*Día Mundial de la Tapa: Locos por las tapas, El Viajero, 15.06.2017*).

– «Тапас – **самая экспортируемая вещь**, которую мы имеем. Это наша изюминка», – говорит Альберт Адриа.

(16) La tapa "es una **embajadora destacada de la gastronomía española** y de la Marca España", dice la Real Academia de Gastronomía (*La tapa, ¿queremos cantidad o calidad?, El País, 17.01.2019*). – Тапас «являются **выдающимся послом испанской гастрономии** и испанской марки», говорит Королевская академия гастрономии.

В экстразону концепта TAPAS, репрезентирующего ассоциацию «международный символ Испании», входят единицы следующего синонимического ряда: *nos define* (нас определяет), *viaja por el mundo* (путешествует по миру), *traspasó las fronteras* (пересек границы), *conocidas en todo el mundo* (известны всему миру), *gran elemento de proyección* (выдающийся элемент проецирования), *un embajador* (культурный посол), *exportable* (экспортируемый), *una embajadora destacada* (выдающийся посол), *reconocimiento internacional* (международное признание).

Таким образом, обнаруженные вторичные ассоциации – 1) времяпрепровождение; 2) часть национальной культуры; 3) международный символ Испании – формируют обширную экстразону концепта TAPAS, находящую отражение в языковом сознании испанцев и актуализируемую соответствующими языковыми единицами.

2.3. Сквозные ассоциации концепта TAPAS

Согласно модели Г.Г. Слышкина, существует еще одна группа ассоциаций – сквозные ассоциации лингвокультурного концепта, под которыми понимаются ассоциативные признаки, проникающие как в интразону, так и в экстразону концепта. Так, в контексте исследуемой

проблематики сквозными ассоциациями являются следующие: маленький размер, дополнение к напитку, бесплатные закуски.

Существует несколько теорий происхождения данного лингвокультурного феномена. Далее мы приведем краткий исторический обзор, в котором представим различные версии происхождения тапас, во многом определяющие сквозные ассоциативные признаки концепта TAPAS.

Согласно различным теориям, тапас зародились в Андалусии примерно в 1900 году в виде простых ломтиков ветчины, которые использовались в качестве быстрого перекуса в тавернах, но постепенно они эволюционировали, и сегодня можно найти тапас, которые представляют собой блюда современной изысканной кухни [Bon Viver, 2023].

История происхождения тапас восходит к тринадцатому веку. Во время болезни королю Альфонсо X рекомендовали пить вино несколько раз в день, чтобы скорее оправиться от болезни. Король пил вино маленькими глотками и закусывал небольшими бутербродами, чтобы избежать воздействия алкоголя. Ему настолько понравилась эта идея, что, восстановившись, он приказал, чтобы в кастильских тавернах воинам при заказе вина обязательно подавались бесплатные закуски, чтобы они излишне не пьянели. Трактирщики же ответили на этот указ тем, что стали делать порции бесплатных блюд маленькими ради экономии запасов продуктов [Там же].

Следующая версия переключается с предыдущей. Католические короли приказали подавать к кувшинам с вином холодные закуски (ветчина, сыр), чтобы возчики выходили из таверн как можно менее пьяными и тем самым предотвратили несчастные случаи на дорогах [Там же].

Этимологически тапас происходит от испанского глагола *tapar* (покрывать). Значение данного понятия также исходит из древнего обычая таверн покрывать бокалы и кувшины куском хлеба или ломтиком ветчины, чтобы предотвратить попадание пыли или мух в вино [Там же].

Кроме того, существует теория, что тапас был создан из экономических интересов владельцев таверн, которые предлагали соленые закуски (например,

ветчину), чтобы посетитель заказывал больше алкогольных напитков [Там же]. Мы можем предположить, что концепт TAPAS мог сформировать такие ассоциативные связи в сознании испанцев, как TAPAS → крышка. Другие считают, что тапас зародились с появлением баров, в которых данная закуска подавалась бесплатно в качестве комплимента посетителю [Там же].

Существует мнение, что в ходе эволюции тапас превратились в настоящий гастрономический феномен. В период всеобщего дефицита после Гражданской войны тапас подавались бесплатно небольшими порциями, что помогло побороть голод в стране [Там же].

Итак, вышеупомянутые первичные сквозные ассоциации формировали структуру лингвокультурного концепта TAPAS в исторический период зарождения данного феномена.

Следует отметить, что обнаруженные сквозные ассоциативные связи отражаются в сознании представителей испанской лингвокультуры и по сей день. Ниже будут представлены примеры следующих ассоциативных признаков данного концепта: маленький размер и дополнение к напиткам (примеры 1–5). Вербализациями данной ассоциации являются лексические единицы с семой «маленький», которые сформированы преимущественно прилагательными *pequeño* (маленький), *diminuto* (крошечный) и добавлением к существительным приставки *mini-* (мини-), а также лексемы с семой «сопровождать/ дополнять», в большинстве случаев включающие глагол *acompañar* (сопровождать) и наречие *junto* (вместе):

(1) *Pequeñas porciones de comida que acompañen a la bebida se han servido, si prescindimos del contexto, en cualquier momento de la historia y en cualquier lugar del mundo (Día Mundial de la tapa: 10 bares imprescindibles para disfrutar de las tapas, La Vanguardia, 17.06.2021).* – **Маленькие порции еды подавались в качестве дополнения** к напитку, не станем вдаваться в подробности, но эти закуски подавались в любой исторический период и в любой точке мира.

(2) *Un **pequeño** bocado que se sirve **junto** a la bebida. (Día Mundial de la tapa: 10 bares imprescindibles para disfrutar de las tapas, La Vanguardia, 17.06.2021).* – **Маленький бутерброд**, который **подается вместе** с напитком.

(3) *No volveríamos a un bar si no sirven la cerveza **acompañada** de una tapa (La tapa, ¿queremos cantidad o calidad?, El País, 17.01.2019).* – Мы не вернулись бы в бар, если бы они не подавали тапас **к пиву**.

(4) *Es decir, la tapa es ese **pequeño** bocado que nos ofrecen en el bar cuando tomamos una bebida (Día Mundial de la Tapa: Locos por las tapas, El Viajero, 15.06.2017).* – Тапас – это **маленький бутерброд**, который нам предлагают в баре вместе с выпивкой.

(5) *Las tapas son **pequeñas** cantidades de comida que se sirven en los bares para **acompañar una bebida** (Las tapas son un elemento esencial de la cultura española, El Cauce Tapas Bar, 26.04.2020).* – Тапас – это **небольшое количество еды**, которую подают в барах **вместе** с напитком.

Синонимический ряд, репрезентирующий ассоциации «маленький размер, дополнение к напиткам», включает в себе следующие лексические единицы: *una pequeña porción de alimento* (маленькая порция еды), *tapas diminutas* (крошечные закуски), *se come en dos o tres bocados* (два или три укуса), *minirraciones* (минипорции), *tomar pequeños bocados* (есть маленькие бутерброды), *pequeñas cantidades de comida* (небольшое количество еды), *exigía una bebida* (требуется напиток), *acompañamiento de una bebida* (дополнение к напитку), *comer junto a la bebida* (есть вместе с напитком).

Истоки сквозной ассоциации «бесплатные закуски» уходят далеко в прошлое. В наши дни сохраняется традиция подавать бесплатные закуски при заказе напитка в некоторых ресторанах и барах Испании. В отобранном нами языковом материале ассоциация концепта TAPAS «бесплатные закуски» вербализована лексическими единицами с семой «бесплатный» (примеры 6–11).

(6) *Este recorrido visita diez urbes donde el pincho es **gratis** en cada ronda de cañas o vinos, e incluso en algunas. (Día Mundial de la Tapa: Locos por las*

tapas, El Viajero, 15.06.2017). – Этот маршрут включает в себя десять городов, в которых тапас подаются **бесплатно** при заказе кружки пива или вина.

(7) *Hay bares de tapas para todos los gustos, donde no faltan productos gallegos de primera calidad a precios asequibles (pinchos a 2 y 3 euros) e incluso en algunos locales tapas **gratis** al pedir algo de beber (Día Mundial de la Tapa: Tapas para todos en A Coruña, El Viajero, 21.06.2018).* – Есть тапас-бары на любой вкус, которые не уступают высококачественным галисийским продуктам по доступным ценам (пинчос от 2 до 3 евро), а в некоторых местных тапас-барах при заказе напитка закуска подается **бесплатно**.

(8) *Y aquellos en los que “comes gratis” o “sales comido con tres cañas” entran directos a nuestro listado de bares favoritos (La tapa, ¿queremos cantidad o calidad?, El País, 17.01.2019).* – И те бары, где вы «едите **бесплатно**» или «едите бесплатно при заказе от 3 кружек пива», попадают прямо в наш список любимых баров.

(9) *Las tapas **gratis**, es norma generalizada en Asturias, al menos en Xixón, mi pueblo, pero, para "El Viajero" es más cómodo ir a lo de siempre: el País Vasco (Día Mundial de la Tapa: Locos por las tapas, El Viajero, 15.06.2017).* – **Бесплатные** тапас – это общепринятая практика в Астурии, по крайней мере, в моем городке Ксихон, но для вашего издания «Эль Виахеро» удобнее снова отправиться в привычное место – в Страну Басков.

(10) *Si quieres comer tapas **a coste 0**, buenas, muy buenas y con su cervecita fría a buen precio sin que este inflado por el turismo y "famoso" de Granada, Linares o Jaén es una de las mejores opciones que conozco (Día Mundial de la Tapa: Locos por las tapas, El Viajero, 15.06.2017).* – Если вы хотите отведать отличные тапас **по нулевой цене**, с холодным пивом по хорошей цене, не разрекламированные Гранадой, Линаресом или Хаэном, это один из лучших вариантов, которые я знаю.

(11) *Este recorrido visita diez urbes donde el pincho es **gratis** en cada ronda de cañas o vinos, e incluso en algunas, como Ávila, se deja a elección del cliente (Día Mundial de la Tapa: Locos por las tapas, El Viajero, 15.06.2017).* – Данный

тур включает в себя десять городов, где тапас подаются **бесплатно** при заказе пива или вина. В некоторых городах, таких как Авила, выбор тапас остается на усмотрение посетителя.

Таким образом, к лексемам, репрезентирующим когнитивный признак «бесплатные закуски», относятся: *de manera gratuita* (бесплатно), *gratis* (бесплатно/бесплатные), *a coste 0* (по нулевой цене).

Так, сквозными ассоциациями концепта TAPAS являются следующие: маленький размер, дополнение к напитку, бесплатные закуски. Представленные сквозные ассоциации сформировались в период зарождения данной гастрономической традиции и актуализируются в сознании представителей испанской лингвокультуры и в настоящее время.

2.4. Ассоциативный эксперимент: дизайн экспериментальной работы и результаты

На заключительном этапе анализа мы провели ассоциативный эксперимент с представителями испанской лингвокультуры, чтобы дополнить проводимый в рамках данного исследования анализ, а также верифицировать выявленные нами на предыдущих этапах работы ассоциативные признаки концепта TAPAS. Так, суть ассоциативного эксперимента заключалась в следующем: представителям испанской лингвокультуры предлагалось ответить первыми пришедшими в голову ассоциациями на следующие предъявляемые слова-стимулы: *tapas* (тапас), *tapear* (отведать тапас), *aperitivo nacional español* (национальная испанская закуска).

Исследование было проведено в 5 этапов:

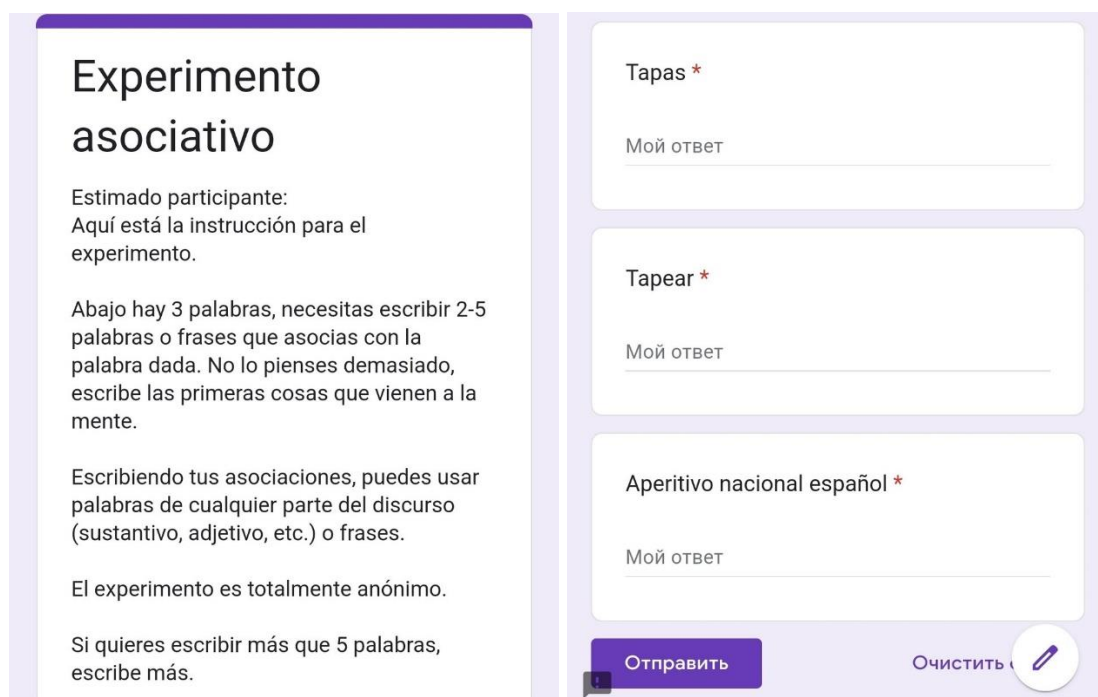
- 1) анализ текста на предмет выявления ассоциативных признаков концепта TAPAS;
- 2) проведение ассоциативного эксперимента с участием носителей испанского языка;

3) обработка результатов эксперимента и построение ассоциативного поля слов-стимулов *tapas, tapear, aperitivo nacional español*, согласно модели интерпретации И.А. Стернина и А.В. Рудаковой;

4) описание специфики репрезентации концепта TAPAS в языковом сознании испанцев;

5) интерпретация результатов ассоциативного эксперимента согласно ассоциативной модели Г.Г. Слышкина с выделением интразоны и экстразоны концепта TAPAS.

Ассоциативный эксперимент с участием носителей испанского языка проводился при помощи сервиса *Google Forms* (Рисунок 1).



The image shows a Google Form titled "Experimento asociativo" (Associative Experiment). The form is in Spanish and contains the following text:

Experimento asociativo

Estimado participante:
Aquí está la instrucción para el experimento.

Abajo hay 3 palabras, necesitas escribir 2-5 palabras o frases que asocias con la palabra dada. No lo pienses demasiado, escribe las primeras cosas que vienen a la mente.

Escribiendo tus asociaciones, puedes usar palabras de cualquier parte del discurso (sustantivo, adjetivo, etc.) o frases.

El experimento es totalmente anónimo.

Si quieres escribir más que 5 palabras, escribe más.

The form has three input fields for the stimuli: "Tapas *", "Tapear *", and "Aperitivo nacional español *". Each field has a "Мой ответ" (My answer) label and a text input area. At the bottom, there is a purple "Отправить" (Send) button and a "Очистить" (Clear) button with an eraser icon.

Рисунок 1. Электронная форма ассоциативного эксперимента.

Испытуемые: носители испанского языка в возрасте от 25 до 40 лет. Задействовано 42 респондентов. Респондентам предлагалось ответить первыми пришедшими в голову ассоциациями на предъявляемые слова-стимулы, в качестве которых выступали лексические единицы *tapas, tapear, aperitivo nacional español*.

Для описания результатов эксперимента была использована модель интерпретации И.А. Стернина и А.В. Рудаковой, с помощью которой мы

подсчитали частотность реакций и далее построили ассоциативное поле для каждого слова-стимула. В скобках указан перевод и количество повторов реакции на слово-стимул.

Ассоциативное поле слова-стимула *tapas* представлено следующими реакциями (в скобках указано число повторов в анкетах информантов): *amigos* (друзья) (8), *comida* (еда) (6), *cerveza* (пиво) (4), *cervezita* (пиво) (4), *bar* (бар) (4), *jamón* (хамон) (4), *patatas bravas* (жареная картошка) (3), *tortilla* (тортилья) (3), *croquetas* (котлеты) (3), *platos pequeños* (маленькие порции) (2), *gozo* (наслаждение) (2), *aperitivo rico* (вкусный аперитив) (2), *marinera* (маринера – народный танец) (2), *tradición* (традиция) (2), *pequeña entrada antes de cenar* (небольшая закуска перед ужином), *comida pequeña* (маленькая порция еды), *platos de comida pequeños* (блюда с небольшим количеством еды), *raciones* (порции), *pequeñas* (маленькие), *pincho* (закуска), *pequeña porción de comida* (маленькая порция еды), *comer acompañado de una bebida* (есть в дополнении с напитком), *comida que acompaña a una caña* (порция еды, которая подается вместе с кружкой пива), *vermú* (вермут), *fiesta* (вечеринка), *amistad* (дружба), *encuentro* (встреча), *familia* (семья), *risas* (смех), *agradable* (приятный), *divertido* (веселый), *alegría* (радость), *disfrutar* (наслаждаться), *placer* (наслаждение), *ensaladilla rusa* (оливье), *lomo con tomate* (вырезка с томатным соусом), *carne en salsa* (мясо в соусе), *tortilla de patatas* (картофельная запеканка), *zarangollo* (фриттата), *michirones* (тушеное мясо на основе сушеных бобов), *calamares* (кальмары), *caballitos* (морские коньки), *aceitunas* (оливки), *pan* (хлеб), *aperitivo* (аперитив), *alternar* (чередовать блюда), *comer* (есть), *ricas* (вкусные), *sabroso* (вкусный), *¡Qué rico!* (Как вкусно!), *sabor* (вкус), *barato* (дешевый), *gratis* (бесплатный), *cultura* (культура), *España* (Испания), *Granada* (Гранада), *Andalucía* (Андалусия), *relax* (отдыхать), *terrazas* (террасы), *verano* (лето), *sol* (солнце).

Ядро ассоциативного поля слова-стимула *tapas* представлено, в первую очередь, словами *amigos* (друзья) и *comida* (еда). В зоне ближней и дальней периферии располагаются наименования, связанные с напитками и

традиционными блюдами и закусками Испании: *cerveza* (пиво), *cervecita* (пиво), *vermú* (вермут), *bar* (бар), *jamón* (хамон), *patatas bravas* (жареная картошка), *tortilla* (тортилья), *croquetas* (котлеты), *aperitivo rico* (вкусный аперитив), *ensaladilla rusa* (оливье), *lomo con tomate* (вырезка с томатным соусом), *carne en salsa* (мясо в соусе), *tortilla de patatas* (картофельная запеканка), *zarangollo* (фриттата), *michirones* (тушеное мясо на основе сушеных бобов), *calamares* (кальмары), *caballitos* (морские коньки), *aceitunas* (оливки), *pan* (хлеб), аперитив (аперитив), *comer acompañado de una bebida* (есть в дополнении с напитком), *comida que acompaña a una caña* (порция еды, которая подается вместе с кружкой пива). **Зона крайней периферии** представлена описанием размера порции еды: *platos pequeños* (маленькие порции), *pequeña entrada antes de cenar* (небольшая закуска перед ужином), *comida pequeña* (маленькая порция еды), *platos de comida pequeños* (блюда с небольшим количеством еды), *raciones* (порции), *pequeñas* (маленькие), *pincho* (закуска), *pequeña porción de comida* (маленькая порция еды);

Ассоциативное поле слова-стимула *tapear* представлено следующими реакциями: *amigos* (друзья) (7), *comer* (есть) (5), *beber* (пить) (3), *terracea* (терраса) (3), *ir de bares* (ходить по барам) (2), *bar* (бар) (2), *salir* (выходить) (2), *amistad* (дружба) (2), *gente* (люди) (2), *ir de tapas* (отведать тапас) (2), *pasarlo bien* (хорошо провести время) (2), *buen rato* (хорошее время) (2), *picar algo* (перекусить чем-нибудь) (2), *cerveza* (пиво) (2), *barato* (дешевый) (2), *felicidad* (счастье) (2), *salir a comer* (есть вне дома), *cenar tapas* (отведать тапас на ужин), *diferentes lugares de las calle* (разные уличные заведения), *bares* (бары), *salir de bares* (ходить по барам), *quedarse por la tarde* (засиживаться вечером), *comer tapas* (отведать тапас), *paseo* (прогулка), *viernes por la tarde* (вечерние пятницы), *sábado* (суббота), *fin de semana* (выходные), *compartir* (делиться), *movimiento* (движение), *verse con amigos* (видеться с друзьями), *quedada con amigos* (встреча с друзьями), *salir con amigos* (проводить время с друзьями), *reunión con los amigos* (встреча с друзьями), *socializar* (общаться), *reunión* (встреча), *fiesta* (вечеринка), *bullicio* (шум), *ir de guays* (круто провести

время), *divertirse* (веселиться), *pasatiempo* (времяпрепровождение), *juventud* (молодость), *comer poquito y muy bien* (есть немного, но хорошо), *comer aperitivos en los bares acompañados de unas bebidas* (есть в дополнении с напитком), *aperitivo de algún restaurante* (аперитив в ресторане), *rapear* (есть), *tapas* (тапас), *emborracharse* (напиваться), *tomar el vermouth* (выпить вермут), *comer bien* (хорошо поесть), *disfrutar de comer* (наслаждаться едой), *rico* (вкусный), *variedad* (разнообразие), *improvisar* (импровизировать), *cultura* (культура), *tradición* (традиция), *costumbre* (обычай), *familia* (семья), *estar con la familia* (быть вместе с семьей), *diversión* (веселье).

Ядро ассоциативного поля слова-стимула *tapear* представлено однокоренными словами *amigos* (друзья) и *amistad* (дружба). **В зоне ближней и дальней периферии** располагаются наименования, связанные с хорошим времяпрепровождением: *pasarlo bien* (хорошо провести время), *buen rato* (хорошее время), *pasatiempo* (времяпрепровождение), *verse con amigos* (видеться с друзьями), *quedada con amigos* (встреча с друзьями), *salir con amigos* (проводить время с друзьями), *reunión con los amigos* (встреча с друзьями), *socializar* (общаться), *reunión* (встреча), *fiesta* (вечеринка), *bullicio* (шум), *ir de guays* (круто провести время), *divertirse* (веселиться), *ir de bares* (ходить по барам), *bar* (бар), *bares* (бары), *salir de bares* (ходить по барам), *quedarse por la tarde* (засиживаться вечером), *salir* (выходить), *familia* (семья), *estar con la familia* (быть вместе с семьей), *diversión* (веселье); а также наименования, описывающие прием пищи в дополнении с напитком: *comer* (есть), *beber* (пить), *ir de tapas* (отведать тапас), *cerveza* (пиво), *cenar tapas* (отведать тапас на ужин), *comer poquito y muy bien* (есть немного, но хорошо), *comer aperitivos en los bares acompañados de unas bebidas* (есть в дополнении с напитком), *aperitivo de algún restaurante* (аперитив в ресторане), *rapear* (есть), *tapas* (тапас), *emborracharse* (напиваться), *tomar el vermouth* (выпить вермут), *comer bien* (хорошо поесть), *disfrutar de comer* (наслаждаться едой), *rico* (вкусный). Зона крайней периферии представлена словами, связанными с

культурой и традицией: *cultura* (культура), *tradición* (традиция), *costumbre* (обычай).

Ассоциативное поле слова-стимула *aperitivo nacional español* (национальная испанская закуска) представлено следующими реакциями: *tortilla de patatas* (картофельная запеканка) (16), *tortilla* (тортилья) (6), *aceitunas* (оливки) (6), *croquetas* (котлеты) (5), *tapas* (тапас) (4), *patatas bravas* (жареная картошка) (4), *jamón serrano* (ветчина) (3), *queso* (сыр) (3), *ensaladilla rusa* (оливье) (2), *pescado frito* (жареная рыба) (2), *huevos rotos con jamón* (яйца с ветчиной) (2), *pincho de tortilla* (тортилья в виде закуски) (2), *patatas fritas* (жареная картошка), *paella* (паэлья), *carne en salsa* (мясо в соусе), *embutidos* (бутерброды), *ensaladilla* (салат), *oliva* (маслина), *hacer un recorrido de la gastronomía* (совершить гастрономический тур), *sangría* (сангррия), *vermú* (вермут), *una caña con un pincho de tortilla* (кружка пива с тортильей в виде закуски), *caña* (кружка пива), *pinta* (пинта).

Ядро ассоциативного поля слова-стимула *aperitivo nacional español* представлено номинациями традиционных блюд и закусок Испании: *tortilla de patatas* (картофельная запеканка), *tortilla* (тортилья), *aceitunas* (оливки), *croquetas* (котлеты), *tapas* (тапас), *patatas bravas* (жареная картошка), *jamón serrano* (ветчина), *queso* (сыр), *ensaladilla rusa* (оливье), *pescado frito* (жареная рыба), *huevos rotos con jamón* (яйца с ветчиной), *pincho de tortilla* (тортилья в виде закуски), *patatas fritas* (жареная картошка), *paella* (паэлья), *carne en salsa* (мясо в соусе), *embutidos* (бутерброды), *ensaladilla* (салат), *oliva* (маслина). **В зоне ближней и дальней периферии** располагаются слова, связанные с наименованиями алкогольных напитков: *sangría* (сангррия), *vermú* (вермут), *una caña con un pincho de tortilla* (кружка пива с тортильей в виде закуски), *caña* (кружка пива), *pinta* (пинта). Зона крайней периферии представлена выражением *hacer un recorrido de la gastronomía* (совершить гастрономический тур).

Следующий этап ассоциативного эксперимента: описание специфики репрезентации концепта TAPAS в языковом сознании испанцев.

1. Слово-стимул *tapas* (тапас)

Tapas в сознании испанцев ассоциируется с маленьким размером: *platos pequeños* (маленькие порции) (2), *pequeña entrada antes de cenar* (небольшая закуска перед ужином), *comida pequeña* (маленькая порция еды), *platos de comida pequeños* (блюда с небольшим количеством еды), *raciones* (порции), *pequeñas* (маленькие), *pincho* (закуска), *pequeña porción de comida* (маленькая порция еды); а также с дополнением к напиткам: *comer acompañado de una bebida* (есть в дополнении с напитком), *comida que acompaña a una caña* (порция еды, которая подается вместе с кружкой пива), *cerveza* (пиво) (4), *cervezita* (пиво) (4), *vermú* (вермут).

У многих респондентов возникают ассоциации с праздником: *fiesta* (вечеринка); со встречей с друзьями в баре: *amigos* (друзья) (8), *amistad* (дружба), *encuentro* (встреча), *bar* (бар) (4); с семьей: *familia* (семья); с положительными эмоциями: *risas* (смех), *agradable* (приятный), *divertido* (веселый), *alegría* (радость), *gozo* (наслаждение) (2), *disfrutar* (наслаждаться), *placer* (наслаждение).

Кроме того, у испанцев возникают ассоциации с традиционными блюдами и закусками Испании: *jamón* (хамон) (4), *patatas bravas* (жареная картошка) (3), *tortilla* (тортилья) (3), *croquetas* (котлеты) (3), *ensaladilla rusa* (оливье), *lomo con tomate* (вырезка с томатным соусом), *carne en salsa* (мясо в соусе), *tortilla de patatas* (картофельная запеканка), *zarangollo* (фриттата), *michirones* (тушеное мясо на основе сушеных бобов), *calamares* (кальмары), *caballitos* (морские коньки), *aceitunas* (оливки), *pan* (хлеб); а также с приемом пищи в целом: *comida* (еда) (6), *aperitivo rico* (вкусный аперитив) (2), *aperitivo* (аперитив), *alternar* (чередовать блюда), *comer* (есть), *ricas* (вкусные), *sabroso* (вкусный), *¡Qué rico!* (Как вкусно!), *sabor* (вкус).

У некоторых респондентов возникли следующие ассоциации: *barato* (дешевый), *gratis* (бесплатный), что подтверждает, что тапас либо стоят недорого, либо подаются бесплатно.

Tapas для испанцев – это культура: *marinera* (маринера – народный танец) (2), *cultura* (культура); и традиция: *tradición* (традиция) (2). Кроме того, у представителей испанской культуры возникают ассоциации:

- с родной страной: *España* (Испания);
- с городом Испании: *Granada* (Гранада);
- с автономным сообществом Испании: *Andalucía* (Андалусия).

Слово-стимул *tapas* в сознании испанцев ассоциируется также с отдыхом: *relax* (отдыхать), *terrazas* (террасы); с летом и солнцем: *verano* (лето), *sol* (солнце).

2. Слово-стимул *tapear* (отведать тапас)

Tapear в сознании испанцев, в первую очередь, связано с возможностью выйти из дома, чтобы отведать тапас в различных заведениях: *ir de bares* (ходить по барам) (2), *bar* (бар) (2), *salir* (выходить) (2), *salir a comer* (есть вне дома), *cenar tapas* (отведать тапас на ужин), *diferentes lugares de las calle* (разные уличные заведения), *bares* (бары), *ir de tapas* (отведать тапас) (2), *salir de bares* (ходить по барам), *quedarse por la tarde* (засиживаться вечером), *comer tapas* (отведать тапас), *paseo* (прогулка), *viernes por la tarde* (вечерние пятницы), *sábado* (суббота), *fin de semana* (выходные), *compartir* (делиться), *movimiento* (движение), *terrazza* (терраса) (3).

У многих респондентов возникают ассоциации, связанные с друзьями: *amigos* (друзья) (7), *amistad* (дружба) (2), *gente* (люди) (2), *verse con amigos* (видеться с друзьями), *quedada con amigos* (встреча с друзьями), *salir con amigos* (проводить время с друзьями), *reunión con los amigos* (встреча с друзьями), *socializar* (общаться), *reunión* (встреча), *fiesta* (вечеринка), *bullicio* (шум); а также с хорошим времяпрепровождением: *pasarlo bien* (хорошо провести время) (2), *buen rato* (хорошее время) (2), *ir de guays* (круто провести время), *divertirse* (веселиться), *pasatiempo* (времяпрепровождение), *juventud* (молодость).

Кроме того, описанные выше ассоциации, связанные с маленьким размером и дополнением к напиткам, также возникают в сознании испанцев

как реакция на слово-стимул *tapear: comer* (есть) (5), *beber* (пить) (3), *picar algo* (перекусить чем-нибудь) (2), *cerveza* (пиво) (2), *comer poquito y muy bien* (есть немного, но хорошо), *comer aperitivos en los bares acompañados de unas bebidas* (есть в дополнении с напитком), *aperitivo de algún restaurante* (аперитив в ресторане), *papear* (есть), *tapas* (тапас), *emborracharse* (напиваться), *tomar el vermouth* (выпить вермут).

Респонденты отмечают важность поесть вкусно, разнообразно и дешево: *comer bien* (хорошо поесть), *disfrutar de comer* (наслаждаться едой), *rico* (вкусный), *variedad* (разнообразие), *improvisar* (импровизировать), *barato* (дешевый) (2).

Некоторые представители испанской лингвокультуры выделяют среди ассоциаций культуру: *cultura* (культура); традиции и обычаи: *tradición* (традиция), *costumbre* (обычай); семью: *familia* (семья), *estar con la familia* (быть вместе с семьей); а также некоторые чувства: *felicidad* (счастье) (2), *diversión* (веселье).

3. Слово-стимул *aperitivo nacional español* (национальная испанская закуска)

В силу разнообразия испанской кухни основными ассоциациями на слово-стимул *aperitivo nacional español* стали следующие ассоциации, связанные с испанскими традиционными блюдами и закусками: *tortilla de patatas* (картофельная запеканка) (16), *tortilla* (тортилья) (6), *aceitunas* (оливки) (6), *croquetas* (котлеты) (5), *tapas* (тапас) (4), *patatas bravas* (жареная картошка) (4), *jamón serrano* (ветчина) (3), *queso* (сыр) (3), *ensaladilla rusa* (оливье) (2), *pescado frito* (жареная рыба) (2), *huevos rotos con jamón* (яйца с ветчиной) (2), *pincho de tortilla* (тортилья в виде закуски) (2), *patatas fritas* (жареная картошка), *paella* (паэлья), *carne en salsa* (мясо в соусе), *embutidos* (бутерброды), *ensaladilla* (салат), *oliva* (маслина), *hacer un recorrido de la gastronomía* (совершить гастрономический тур).

В отдельную группу мы объединили ассоциации, связанные с алкогольными напитками: *sangría* (сангрия), *vermú* (вермут), *una caña con un*

pincho de tortilla (кружка пива с тортильей в виде закуски), *caña* (кружка пива), *pinta* (пинта).

Проанализировав полученные в ходе эксперимента ассоциации носителей языка, мы пришли к следующим выводам: ответы-реакции носителей испанского языка на данные нами слова-стимулы во многом перекликаются с ассоциативными признаками, выявленными с помощью синонимических языковых единиц в испаноязычных статьях из периодических-интернет изданий *El País*, *El Viajero*, *La Vanguardia*. Многие ассоциации входят в интразону и экстразону концепта *TAPAS*, выделенных нами, согласно ассоциативной модели Г.Г. Слышкина. Сравнение производится в Таблице 1.

Таблица 1. Сравнение результатов эксперимента

Интразона концепта <i>TAPAS</i>	
Концепт <i>tapas</i> (ассоциативные признаки)	Слово-стимул <i>tapas</i> (ассоциации респондентов)
1. Ассоциативный признак «маленький размер»	
маленькая порция, небольшая порция еды, легкая закуска, минипорции, небольшое количество еды, маленькие бутерброды, крошечные закуски, есть в два или три укуса	маленькие порции, небольшая закуска перед ужином, маленькая порция еды, блюда с небольшим количеством еды, порции, маленькие, закуска, перекусить чем-нибудь, есть немного, но хорошо, тапас

2.Ассоциативный признак «дополнение к напиткам»	
<p>подается в качестве дополнения к напитку, подается с пивом или вином, подается с напитками, аккомпанемент, с напитками, есть вместе с напитком, требуется к напитку</p>	<p>есть, пить, есть в дополнении с напитком, порция еды, которая подается вместе с кружкой пива, пиво, аперитив, аперитив в ресторане, вкусный аперитив, напиваться, кружка пива, сангрия, вермут, выпить вермут</p>
Экстразона концепта TAPAS	
<p>Концепт <i>tapas</i> (ассоциативные признаки)</p>	<p>Слово-стимул <i>tapas</i> (ассоциации респондентов)</p>
1.Ассоциативный признак «времяпрепровождение»	
<p>общаться, образ жизни, общественная привычка, что-то с о ц и а л ь н о е , синоним для выражения «тусоваться</p>	<p>вечеринка, друзья, дружба, семья, смех, приятный, веселый, радость, наслаждение, наслаждаться, ходить по барам, бар, выходить, есть вне дома, отведать тапас на ужин, засиживаться вечером, прогулка, вечерние пятницы, суббота, выходные, движение, люди, видеться с друзьями, встреча с друзьями, проводить время с друзьями, общаться, встреча, хорошо провести время, хорошее время, круто провести время, веселиться, времяпрепровождение</p>

2.Ассоциативный признак «часть национальной культуры»	
нематериальное культурное наследия ЮНЕСКО, культурный	культура, традиция, обычай
а	
с	
п	
е	
3.Ассоциативный признак «международный символ Испании»	
нас определяет, путешествует по миру, пересек границы, известны всему миру, выдающийся элемент	Испания, Гранада, Андалусия
п	
р	
4.Ассоциативный признак «бесплатные закуски»	
п	дешевый, бесплатный
о	

В Таблице 1 представлено сходство семантики преобладающей части ассоциаций носителей испанского языка на данные им слова-стимулы и выделенных ассоциативных признаков. Так, выявленные ранее признаки являются синонимичными или совпадают с большинством ассоциаций носителей испанского языка на слова-стимулы, а значит, они были определены корректно. Следовательно, результаты исследования можно считать валидными.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2

Проведенный нами концептуальный анализ и ассоциативный эксперимент с представителями испанской лингвокультуры позволяют сделать следующие выводы:

1. В ходе исторического развития концепт TAPAS претерпел трансформацию, которая обусловила формирование различных ассоциативных связей, входящих в его интразону (маленький размер, дополнение к напиткам) и экстразону (времяпрепровождение, часть национальной культуры, международный символ Испании). Лингвокультурный гастрономический концепт TAPAS эволюционировал от простой формы закуски к настоящему национальному символу Испании, сохранив при этом свои первичные ассоциативные признаки (маленький размер, дополнение к напиткам, бесплатные закуски), именуемые (в терминологии Г.Г. Слышкина) сквозными.

2. Настоящее лингвокультурологическое исследование доказывает, что данный гастрономический феномен является не только национальным блюдом, но и значимым лингвокультурным концептом-символом, находящим свое отражение в языковом сознании испанцев в виде лексических единиц с семантикой «идентичность»/ «распространенность за пределами страны»: *Patrimonio Cultural Inmaterial de la Unesco* (нематериальное культурное наследия ЮНЕСКО), *una parte fundamental de la cultura española* (неотъемлемая часть испанской культуры), *un aspecto cultural* (культурный аспект), *un signo distintivo de nuestra cultura* (отличительный признак нашей культуры), *la identidad cultural* (культурная идентичность), *nos define* (нас определяет), *nos representa* (нас представляет), *nuestra gran baza* (наша изюминка, козырь), *nos define* (нас определяет), *viaja por el mundo* (путешествует по миру), *traspasó las fronteras* (пересек границы), *conocidas en todo el mundo* (известны всему миру), *gran elemento de proyección* (выдающийся элемент проецирования), *un embajador* (культурный посол),

exportable (экспортируемый), *una embajadora destacada* (выдающийся посол), *reconocimiento internacional* (международное признание).

3. Выявленные с помощью анализа лексикографических источников первичные ассоциации (маленький размер и дополнение к напиткам) постепенно отходят на второй план, а в сознании представителей испанской лингвокультуры закрепляются новые ассоциативные признаки концепта TAPAS (времяпрепровождение, часть национальной культуры, международный символ Испании), вербализованные как в анализируемом языковом материале, так и в ответах участников ассоциативного эксперимента.

4. Определив ассоциативные признаки концепта TAPAS в испаноязычных статьях из периодических интернет-изданий, мы провели ассоциативный эксперимент с участием 42 представителей испанской лингвокультуры, чтобы получить ассоциации к словам-стимулам *tapas* (тапас), *tapear* (отведать тапас) и *aperitivo nacional español* (национальная испанская закуска). Для описания результатов ассоциативного эксперимента была подсчитана частотность реакций респондентов, построено ассоциативное поле для каждого слова-стимула, а также описаны ядро и периферия ассоциативных признаков данных слов-стимулов.

5. Результаты ассоциативного эксперимента позволяют заключить, что выявленные ассоциативные признаки, входящие в интразону (маленький размер, дополнение к напиткам, бесплатные закуски) и экстразону (времяпрепровождение, часть национальной культуры, международный символ Испании) концепта TAPAS, соответствуют обнаруженным в ходе ассоциативного эксперимента ассоциациям. Таким образом, результаты настоящего исследования можно считать валидными.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Настоящее исследование посвящено изучению лингвокультурного гастрономического концепта TAPAS в языковом сознании испанцев. По результатам исследования можно сформулировать следующие ключевые положения данной выпускной квалификационной работы.

В современной лингвокультурологии родовое понятие «гастрономический дискурс» во многом пересекается с такими смежными терминами, как «глуттонический дискурс» и «вакхический дискурс» и определяется как особый вид коммуникации, имеющий личностно-ориентированный характер и охватывающий весь процесс обработки и потребления пищи (В.И. Олянич).

Лингвокультурный концепт как основная единица репрезентации культуры в языке представляет собой многомерную ментальную единицу, включающую в себя понятийную, ценностную и образную составляющие, изучение которых позволяет проникнуть в языковое сознание той или иной языковой общности (В.И. Карасик, Г.Г. Слышкин).

Анализ трудов отечественных авторов, работающих в русле лингвокультурологии, позволяет заключить, что понимание данного феномена и подходы к рассмотрению его сущностных характеристик неоднородны. Так, в настоящее время сосуществуют различные модели анализа лингвокультурного концепта, разработанные на основе существующих теоретических и методологических положений: 1) модель В.И. Карасика, предполагающая выделение фактуальных, образных и ценностных элементов, формирующих структуру концепта; 2) разработанная И.А. Стерниным и З.Д. Поповой модель описания полевой структуры концепта с выделением ядра и периферии; 3) предложенная Ю.С. Степановым и Г.В. Токаревым модель послойной структуры концепта; 4) ассоциативная модель Г.Г. Слышкина, устанавливающая ассоциативные связи между концептом и языковым знаком.

Гастрономический концепт, являющийся объектом настоящего исследования, представляет собой разновидность лингвокультурного концепта и определяется как ментальное образование, связанное с процессом потребления пищи.

Выделение ассоциативных связей лингвокультурного гастрономического концепта TAPAS позволило выявить высокую синонимическую плотность имени концепта, а также установить распространенность базы дериваций.

Посредством проведения комплексного языкового анализа испаноязычных текстов на основе ассоциативной модели Г.Г. Слышкина, выявлены следующие ассоциативные признаки концепта TAPAS: интразона (маленький размер, дополнение к напиткам, бесплатные закуски) и экстразона (времяпрепровождение, часть национальной культуры, международный символ Испании).

Ассоциации, обнаруженные в ходе свободного ассоциативного эксперимента с респондентами из Испании, подразумевающего предъявление им слов-стимулов *tapas*, *tapear* и *aperitivo nacional español*, совпадают с выявленными ранее в ходе языкового анализа признаками концепта TAPAS. Для интерпретации результатов ассоциативного эксперимента использована модель И.А. Стернина и А.В. Рудаковой, предполагающая подсчет частотности ассоциаций и выделение их ядра и периферии.

Так, представляется возможным сделать следующий вывод: обнаруженные в ходе языкового анализа первичные и вторичные ассоциативные признаки концепта TAPAS действительно закреплены в сознании представителей испанской лингвокультуры и вербализованы лексическими и морфологическими единицами с соответствующей семантикой: 1) маленький размер (прилагательные *pequeño*, *diminuto*, приставка *mini-*); 2) дополнение к напиткам (глагол *acompañar*, наречие *junto*); 3) часть национальной культуры (лексические единицы с семантикой «идентичность/культура» в сочетании с языковыми единицами,

указывающими на принадлежность – *una parte fundamental de la cultura española, un signo distintivo de nuestra cultura, la identidad cultural*); 4) времяпровождение (лексические единицы с семантикой «встречаться/собираться» – *ir de bar en bar con amigos, quedar con los amigos, verse con amigos, salir con amigos, quedar con los amigos*); 5) международный символ Испании (наличие существительного *mundo*, нередко в сочетании с прилагательным *todo*, а также языковых единиц, указывающих на распространение данного феномена за пределами Испании – *embajador, internacional, traspasar las fronteras*).

Кроме того, на основе полученных результатов можно утверждать, что в ходе исторического развития структура концепта TAPAS преобразовывалась, он приобретал новые ассоциативные признаки, при этом сохраняя свои первичные ассоциации (маленький размер, дополнение к напиткам), что позволяет отнести их к категории сквозных ассоциаций.

Таким образом, в настоящее время в языковом сознании испанцев концепт TAPAS закрепляет целый ряд вторичных ассоциативных признаков, что превращает стандартный процесс употребления данного блюда национальной кухни в возможность провести время с близкими, укрепить национальную идентичность и представить часть испанской культуры за рубежом.

Представленная нами модель комплексного междисциплинарного анализа универсальна и может быть применена в дальнейшем при исследовании других лингвокультурных концептов, а полученные результаты использованы в рамках курсов по лингвокультурологии, когнитивной лингвистике, дискурс-анализу, переводу испанского языка.

В качестве перспектив исследования отметим следующее: 1) выявление ассоциативных признаков других значимых испанских лингвокультурных гастрономических концептов (например, хамон, вино); 2) расширение языкового материала за счет анализа текстов на другом иностранном языке на

предмет описания интразоны и экстразоны гастрономических концептов
другой лингвокультуры.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алексеева А.А. Представления о России ее жителей (по данным ассоциативного эксперимента) // Сибирский филологический журнал. 2011. Вып. 2. С. 227–234.
2. Алексеева Е.М. Билингвальная репрезентация психических состояний на ассоциативном уровне // Ученые записки Казанского университета. Серия «Гуманитарные науки». 2016. Вып. 5. С. 1290–1299.
3. Архипова С.В. Ассоциативный эксперимент в психолингвистике // Вестник Бурятского государственного университета. 2011. Вып. 11. С. 6–9.
4. Аскольдов С.А. Концепт и слово // Русская словесность. От теории словесности к структуре текста. Антология. М., 1997. С. 267–279.
5. Астафурова Т.Н., Захаров С.В. Дискурс англосаксонской институциональной глоттонии // Дискурс-Пи. 2016. Вып. 1 (22). С. 122–125.
6. Бабенко Л.Г., Васильев И.Е., Казарин Ю.В. Лингвистический анализ художественного текста. Екатеринбург, 2000. 532 с.
7. Бастриков А.В., Бастрикова Е.М. Лингвокультурные концепты как основа языкового менталитета // Филология и культура. 2012. Вып. 3 (29). С. 15–19.
8. Болдырев Н.Н. Концепт и значение слова // Методологические проблемы когнитивной лингвистики: Научное издание / Под ред. д-ра филол. наук, проф. И.А. Стернина. Воронеж: Изд-во ВГУ, 2001. С. 25–36.
9. Буркова П.П. Кулинарный рецепт как особый тип текста (На материале русского и немецкого языков): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Ставрополь, 2004. 24 с.
10. Виноградова О.Е. Направленный ассоциативный эксперимент в описании семантики слова // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2013. Вып. 161. С. 66–73.
11. Воркачев С.Г. Счастье как лингвокультурный концепт. М.: ИТДГК «Гнозис», 2012. 192 с.

12. Головницкая Н.П. Лингвокультурные концепты «Пища» и «Das essen» в сопоставительном освещении (семантика русских и немецких глоттонических номинаций) // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2007. Вып. 2. С. 14–18.
13. Гольдин В.Е. Концептуальные переменные образа мира по данным ассоциативных словарей // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии: По материалам ежегодной Международной конференции «Диалог» (Бекасово, 26–30 мая 2010 г.). М.: Изд-во РГГУ, 2010. Вып. 9 (16). С. 97–101.
14. Гусева И.В. Репрезентация лингвокультурного концепта «хлеб» во фразеологии русского языка и пиренейского и мексиканского вариантов испанского языка // Филологические науки в МГИМО. 2020. Вып. 1 (21). С. 88–98.
15. Дейк Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. М., 1989. 312 с.
16. Ермакова Л.Р. Глоттонические прагматонимы и национальный характер: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. М., 2011. 236 с.
17. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Изд-во «Перемена», 2002. 477 с.
18. Карасик В.И. Лингвокультурные концепты: подходы к изучению // Социолингвистика вчера и сегодня: сб. науч. тр. Вып. 2. Москва: Центр гум. науч.-информ. исслед, 2008. С. 127–155.
19. Карасик В.И. Языковые ключи. М.: Гнозис, 2009. 406 с.
20. Карасик В.И., Слышкин Г.Г. Лингвокультурный концепт как элемент языкового сознания // Методология современной психолингвистики: сб. науч. ст. М.; Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2003. 204 с.
21. Караулов Ю.Н. Активная грамматика и ассоциативно-вербальная сеть. М.: ИРЯ РАН, 1999. 180 с.
22. Кацунова Н.Н. К вопросу о «Синонимизации» дискурсов // Вестник ИГЛУ, 2012. Т. 2. Вып. 19. С. 196–201.

23. Козько Н.А. Лингвокультурные особенности концепта «спиртные напитки» в английском языке // ПИФК. 2012. Вып. 1 (35). С. 334–343.
24. Козько Н.А. Анализ концепта «Напитки» на материале лексикографических источников // Проблемы истории, филологии, культуры. 2014. Вып. 3 (45). С. 201–203.
25. Коноваленко И.В. Структура концепта ВЛАСТЬ (по данным ассоциативного эксперимента) // Вестник Омского государственного университета. 2011. Вып. 3. С. 168–171.
26. Кубрякова Е.С. Память и ее роль в исследовании речевой деятельности // Текст в коммуникации. М., 1991. С. 4–21.
27. Кубрякова Е.С. О ментальном лексиконе: лексикон как компонент языковой способности человека // Актуальные проблемы современной лингвистики / сост. Л.Н. Чурилина. М.: Флинта: Наука, 2006. 416 с.
28. Кубрякова Е.С. и др. Краткий словарь когнитивных терминов / Под общ. ред. Е.С. Кубряковой. М.: Изд-во МГУ, 1996. 245 с.
29. Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В.Н. Ярцева. 2-е изд., доп. М.: Большая Рос. энцикл., 2002. 709 с
30. Лихачев Д.С. Концептосфера русского языка // Известия РАН. Сер. лит. и яз. М., 1993. Вып. 1. С. 3–9.
31. Логинова П.Г. Лингвокультурный концепт «Вино» в языковом сознании французов // Russian Journal of Linguistics. 2016. Т. 20. Вып. 2. С. 31–45.
32. Лукашевич Н.В., Герасимова А.А. Определение устойчивых словосочетаний методом ассоциативного эксперимента // Вестник Московского университета. Серия 9 «Филология». 2018. Вып. 1. С. 23–42.
33. Магировская О.В. Когнитивная сущность языковых категорий, определяющих концептуализатора // Вестник ТГУ. 2005. Вып. 4. С. 22–25.
34. Марушкина Н.С. «Гастрономические» фразеологические единицы как средство формирования концепта еда // Преподаватель XXI век. 2012. Вып. 2. С. 359–362.

35. Маслова В.А. Лингвокультурология: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. М.: Издательский центр «Академия», 2001а. 183 с.
36. Маслова В.А. Лингвокультурология. М.: Академия, 2001б. 208 с.
37. Маслова В.А. Введение в когнитивную лингвистику: учеб. пособие. М.: Флинта; Наука, 2004. 296 с.
38. Маслова В.А. Странник в русской лингвокультуре: ценность, концепт, образ // Вестник Российского университета дружбы народов. серия: Лингвистика. 2015. Вып. 3. С. 23–31.
39. Морель Морель Д.А. Концепт «Напитки» в современной российской картине мира: анализ интерпретационного поля // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2012. Вып. 2. С. 107–110.
40. Олянич А.В. Презентационная теория дискурса: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.19. М., 2004а. 602 с.
41. Олянич А.В. Потребности – дискурс – коммуникация. Волгоград: Парадигма, 2004б. 507 с.
42. Олянич А.В. Вакхический дискурс // Дискурс-Пи. 2015. Вып. 2. С. 155–157.
43. Олянич А.В., Никишкова М.С. Дискурсивная актуализация этнолингвокультурного кода в англоязычной глоттонии // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание. 2014. Вып. 4 (23). С. 70–83.
44. Петришина Е.Ю., Антонова Ю.В. Лингвострановедческие особенности отражения концептов EAST / ВОСТОК и WEST / ЗАПАД в глоттоническом дискурсе в сопоставительном аспекте // Вестник МГОУ. Серия: Лингвистика. 2016. Вып. 5. С. 76–89.
45. Пименова М.В., Кондратьева О.Н. Введение в концептуальные исследования: учеб. пособие, ГОУ ВПО «Кемер. гос. ун-т». Кемерово: Кузбассвузизд, 2006. 179 с.
46. Пожидаева Е.В., Козько Н.А. Гастрономическая и вакхическая концептосферы как зеркало национального менталитета

(лингвоконцептуальный подход) // Проблемы истории, филологии, культуры. 2017. Вып. 1. С. 348–356.

47. Попова З.Д., Стернин И.А. Интерпретационное поле национального концепта и методы его изучения // Культура общения и ее формирование. 2001. Вып. 8. С. 34–56.

48. Реймер Ю.В. Вакхические номинации в русской и немецкой лингвокультурах // Вестник Оренбургского государственного университета. 2010. Вып. 11 (117). С. 147–153.

49. Романова Т.В. Речевая самоидентификация по данным ассоциативного эксперимента // Политическая лингвистика. 2017. Вып. 6. С. 45–50.

50. Руфова Е.С. Лексико-семантические особенности японского гастрономического дискурса (на примере рецептов) // Вестник Вятского государственного университета. 2017. Вып. 6. С. 53–56.

51. Салькова В.В. Влияние пандемии COVID-19 на динамику ассоциативных рядов у носителей русского языка (по данным ассоциативного эксперимента) // Тульский научный вестник. Серия «История. Языкознание». 2021. Вып. 3 (7). С. 85–96.

52. Слышкин Г.Г. Ассоциативная модель лингвокультурного концепта // Изв. Самар. науч. центра Рос. акад. наук. Спец. вып. «Актуальные проблемы гуманитарных наук». 2004. Вып. 1. С. 158–163.

53. Степанов Ю.С. Концепты. Тонкая пленка цивилизации. М.: Языки славянских культур, 2007. 248 с.

54. Стернин И.А., Рудакова А.В. Психолингвистическое значение слова и его описание: монография. Саарбрюккен: Lambert Academic Publishing, 2011. 192 с.

55. Токарев Г.В. Концепт как объект лингвокультурологии (на материале репрезентаций концепта «Труд» в русском языке): монография. Волгоград: Перемена, 2003. 213 с.

56. Ундрицова М.В. Гастрономический дискурс: лингвокультурологические и переводческие аспекты // Вестник Московского университета. Серия 22. Теория перевода. 2012. Вып. 2. С. 86–91.
57. Фрумкина Р.М. Есть ли у современной лингвистики своя эпистемология? // Язык и наука конца XX века: сб. ст. М., 1995. С. 74–117.
58. Фрумкина Р.М. Психолингвистика. М.: Академия, 2001. 320 с.
59. Харченко Е.В. Я-идентификация современных студентов (на примере ассоциативного эксперимента) // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия «Лингвистика». 2014. Вып. 1. С. 53–56.
60. Эрдниева Э.В., Абеева О.Н., Бадмаева А.П. Стереотипные и индивидуальные сравнения (по результатам ассоциативного эксперимента) // Вестник Калмыцкого государственного университета. 2018. Вып. 4 (40). С. 125–131.
61. Amrutha C.R. et al. Gastronomical concepts in Ayurveda: An overview. J Pharm Sci Innov. 2021. 10 (2). P. 38–42.
62. Rajeev B. Future Foods: Global Trends, Opportunities, and Sustainability Challenges. Edition: 1st. Academic Press, 2021. P. 411–424.
63. Palmer G.B. Toward a theory of Cultural Linguistics. Austin, TX: University of Texas Press, 1996. 348 p.
64. Sharifian F. Cultural conceptualisations and language: Theoretical framework and applications. Amsterdam: John Benjamins, 2011. 238 p.
65. Sharifian F. Cultural Linguistics. In Farzad Sharifian (ed.), The Routledge handbook of language and culture. New York: Routledge, 2015. P. 473–492.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА

1. Día Mundial de la tapa: 10 bares imprescindibles para disfrutar de las tapas // La Vanguardia [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://www.lavanguardia.com/comer/sitios/20210617/7534820/10-bares-imprescindibles-entender-tapa-dia-mundial.html> (дата обращения: 29.05.2022).
2. Día Mundial de la Tapa: Locos por las tapas // El Viajero [Электронный ресурс]. 2017. URL: https://elpais.com/elviajero/2017/06/14/actualidad/1497451892_963244.html (дата обращения: 29.05.2022).
3. Día Mundial de la Tapa: Tapas para todos en A Coruña // El Viajero [Электронный ресурс]. 2018. URL: https://elpais.com/elviajero/2018/06/20/actualidad/1529495589_971566.html (дата обращения: 29.05.2022).
4. La infografía que recoge las tapas más populares de cada comunidad autónoma // Traveler [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://www.traveler.es/gastronomia/articulos/infografia-tapas-mas-populares-cual-pedir-en-cada-comunidad/18798> (дата обращения: 29.05.2022).
5. La tapa española, cultura a bocados // Bon Viveur [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://www.bonviveur.es/preguntas/la-tapa-espanola-cultura-a-bocados> (дата обращения: 29.05.2022).
6. La tapa, ¿queremos cantidad o calidad? // El País [Электронный ресурс]. 2019. URL: https://verne.elpais.com/verne/2019/01/16/articulo/1547653742_459601.html (дата обращения: 29.05.2022).
7. La tapa, el invento que se come el mundo // El País [Электронный ресурс]. 2016. URL: https://elpais.com/elpais/2016/11/26/eps/1480115116_148011.html (дата обращения: 29.05.2022).
8. Las tapas son un elemento esencial de la cultura española // El Cauce Tapas Bar [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://elcaucetapasbar.com/las-tapas-son-un-elemento-esencial-de-la-cultura-espanola/> (дата обращения: 30.05.2022).


9. Lo que no sabías de las tapas españolas // El Universal [Электронный ресурс]. 2017. URL: <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/menu/2017/03/13/1-o-que-no-sabias-de-las-tapas-espanolas/> (дата обращения: 28.05.2022).

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ СЛОВАРЕЙ

1. Большой психологический словарь онлайн [Электронный ресурс]. 2007. URL: <https://psychological.slovaronline.com/> (дата обращения: 20.11.22).
2. Толковый словарь Ушакова онлайн [Электронный ресурс]. 1940. URL: <https://ushakovdictionary.ru/> (дата обращения: 06.12.21).
3. Diccionario de Español en El País [Электронный ресурс]. 1976. URL: <https://servicios.elpais.com/diccionarios/> (дата обращения: 20.04.2022).
4. Diccionario de la Real Academia Española [Электронный ресурс]. 2014. URL: <https://dle.rae.es/> (дата обращения: 20.04.2022).
5. Diccionario General de Español [Электронный ресурс]. 1998. URL: <https://www.definiciones-de.com/Definicion/de/difinicion.php> (дата обращения: 20.04.2022).
6. Diccionario Tecnológico Hispano-Americano [Электронный ресурс]. 2007. URL: <https://e-torredebabel.com/diccionario-enciclopedico-hispano-americano-de-literatura-ciencias-y-artes/> (дата обращения: 21.04.22).

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра теории германских и романских языков и прикладной лингвистики

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
 О.В. Магировская
« 22 » июня 2023 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

45.03.02 Лингвистика

ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ КОНЦЕПТ TAPAS В ЯЗЫКОВОМ
СОЗНАНИИ ИСПАНЦЕВ: ОПЫТ АССОЦИАТИВНОГО
ЭКСПЕРИМЕНТА

Научный руководитель



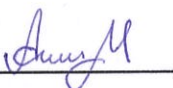
канд. филол. наук,
доц. Ю.А. Горностаева

Выпускник



У.С. Шестова

Нормоконтролер



М.В. Аспатуриян

Красноярск 2023