



Функционирование английских наименований питания в современном общественно-политическом дискурсе

Г. Г. Бондарчук¹, Г. В. Грачев²

^{1,2}Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия

¹bondarchuk.gal@yandex.ru

²georgegrachev@gmail.com

Аннотация. В статье рассматривается функционирование членов одной из базовых категорий предметно-бытовой лексики английского языка – лексической категории Food «Пища» – в общественно-политическом дискурсе современного английского языка. Основной целью исследования является изучение их роли в реализации как первичной номинативной функции, так и вторичной дополнительной семиотической функции. Материалом послужил лингвистический корпус новостных текстов CNN (37864 предложения или 982107 токенов), собранный во второй половине 2023 года и начале 2024 года с помощью авторского программного обеспечения «Генератор сбалансированного лингвистического корпуса и корпусный менеджер». В статье приводится также краткий обзор публикаций по изучению наименований из сферы питания и гастрономического дискурса на материале разных языков.

Ключевые слова: лингвистическая семиотика, семиотически маркированная ситуация, семиотически маркированный объект, лексическая категория, общественно-политический дискурс

Для цитирования: Бондарчук Г. Г., Грачев Г. В. Функционирование английских наименований питания в современном общественно-политическом дискурсе // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2024. Вып. 13 (894). С. 16–22.

Original article

Functioning of English Food Names in Modern Socio-Political Discourse

Galina G. Bondarchuk¹, Georgiy V. Grachev²

^{1,2}Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia

¹bondarchuk.gal@yandex.ru

²georgegrachev@gmail.com

Abstract. The article deals with the functioning of the members of one of the basic categories of English subject names – the lexical category “Food” – in the socio-political discourse of modern English. The main purpose of the study is to examine their role in the realization of both primary nominative function and secondary additional semiotic function. The material is a linguistic corpus of CNN news texts (37864 sentences or 982107 tokens) collected in the second half of 2023 and early 2024 with the help of the author’s software “Balanced Linguistic Corpus Generator and Corpus Manager”. The article also provides a brief review of publications on the study of food names and gastronomic discourse carried out on the material of different languages.

Keywords: linguistic semiotics, semiotically marked situation, semiotically marked object, lexical category, socio-political discourse

For citation: Bondarchuk, G. G., Grachev, G. V. (2024). Functioning of English food names in modern socio-political discourse. Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 13(894), 15–22. (In Russ.)

ВВЕДЕНИЕ

Не вызывает сомнения тот факт, что сфера питания (наряду со сферами жилища и одежды) представляет собой одну из основных категорий человеческого бытия, чрезвычайно важную в культурологическом и социальном отношении для каждого народа. Это объясняет непреходящий интерес к ее изучению у ученых, работающих в разных областях науки, и, в частности, к исследованию средств объективации данной сферы в языке. В настоящее время исследования категории питания (в более узком плане – еды / пищи) остаются по-прежнему актуальными в лингвистике и смежных с ней науках, в первую очередь таких, как лингвокультурология, этнолингвистика и лингвосомиотика.

Объектом настоящего исследования, выполненного в русле когнитивной лингвистики, является одна из базовых категорий предметно-бытовой лексики английского языка – лексическая категория «Food» («Пища»), формируемая в английском языке на основе одноименного концепта и объективирующая его в языке. Предметом исследования служит функционирование членов рассматриваемой категории в общественно-политическом дискурсе современного английского языка.

Сразу отметим, что среди всех существующих в настоящее время определений концепта «еда / пища» одним из наиболее всеобъемлющих и обоснованных нам представляется определение, предложенное Е. Е. Анисимовой: «... под концептом “еда” мы понимаем ментальную структуру, отражающую определенную часть действительности, связанную с гастрономией, и аккумулирующую знания человека о продуктах питания, блюдах, способах их приготовления, существующих пищевых традициях, которая актуализируется в языке посредством лингвистических знаков (номинаций, фразеологизмов, пословиц, поговорок, текстов и т. п.)» [Анисимова, 2018, с. 33].

ИСТОЧНИКИ МАТЕРИАЛА ИССЛЕДОВАНИЯ

Источником материала послужил предоставленный доктором филологических наук А. И. Горожановым для проведения данного исследования лингвистический корпус новостных текстов CNN (37864 предложения или 982107 токенов), собранный во второй половине 2023 года и начале 2024 года с помощью авторского программного обеспечения «Генератор сбалансированного лингвистического корпуса и корпусный менеджер»¹. С помощью поисковых запросов в корпусном

менеджере, разработанном в лаборатории фундаментальных и прикладных проблем виртуального образования Московского государственного лингвистического университета [Горожанов, Гусейнова, Степанова, 2024] были получены контексты употребления (предложения) наиболее частотных наименований питания из корпуса текстов CNN. Характер запросов вытекал из характера базы данных сбалансированного лингвистического корпуса, которая имеет ряд особенностей [Горожанов, 2022; Горожанов, 2023].

КРАТКИЙ ОБЗОР ИССЛЕДОВАНИЙ ПО ИЗУЧЕНИЮ КАТЕГОРИИ «FOOD» («ПИЩА»), ВЫПОЛНЕННЫХ ЗА ПОСЛЕДНИЕ 10 ЛЕТ

Проведенный анализ научных публикаций, выполненных на материале лексической категории питания за последние 10 лет, показал, что исследования проводятся на материале разных языков (русском, английском, французском, немецком, испанском) и затрагивают разнообразные вопросы формирования и функционирования данной категории в этих языках.

Ученых-англистов интересует как структура категории в ранние периоды развития английского языка, например в древнеанглийский период [Грачев, 2022], так и особенности развития категории английских наименований питания за последние полвека [Коваленская, 2020]. На материале современного английского языка изучается, в частности, аксиологический потенциал неологизмов-гастрономов [Катермина, Соловьева, 2022], их структурные и семантические особенности [Таганова, 2015; Таганова, 2016], на материале испанского языка Мексики – глагольные неогастронимы [Яковлева, 2018].

Ряд работ отличает междисциплинарный характер, поскольку они выполнены в русле одного из новых направлений научных исследований – в русле лингвокультурологии. Так, в них изучаются лингвокультурные характеристики немецкоязычного гастрономического дискурса [Головницкая, 2007]; глуттонический дискурс (его лингвокультурологические, когнитивно-прагматические и переводческие аспекты) на материале русского, английского, французского и греческого языков [Ундрицова, 2015]; гастрономическая картина мира в английской неологии [Катермина, 2017].

Обращает на себя внимание тот факт, что во многих работах исследуется функционирование членов категории питания в особом виде дискурса, получившего название «гастрономический дискурс» (в другой терминологии – кулинарный дискурс, глуттонический дискурс). Гастрономический дискурс изучается как особый вид коммуникации,

¹Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ № 2023683209, Роспатент.

связанный с состоянием пищевых ресурсов и процессами их обработки и потребления [Олянич, 2015], как вид институционального дискурса [Шохова, Жучкова, 2021]. Отдельно изучается французский гастрономический дискурс и его жанровая палитра [Косицкая, Зайцева, 2016].

Актуальным является и вопрос о так называемых гастрономических заимствованиях в других языках, например о неоминациях иноязычного характера в составе гастрономической лексики русского языка [Григоренко, 2016], в частности, наименованиях корейских продуктов питания и кулинарных блюд в русских художественных и нехудожественных текстах [Осетрова, 2020], англицизмах в статьях о гастрономии в современной французской прессе [Шумакова, 2019]. Изучаются и другие вопросы.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АНГЛИЙСКИХ НАИМЕНОВАНИЙ ПИТАНИЯ В СЕМИОТИЧЕСКИ МАРКИРОВАННЫХ СИТУАЦИЯХ

Для проводимого исследования важным является вопрос об английских наименованиях из сферы питания как носителях дополнительной семиотической информации. Ранее нами было установлено, что в группе предметных имен, относящихся к сфере питания, глубинные структуры общего знания играют исключительно важную семиотическую роль, будучи связаны с социальным статусом потребителя данного продукта, стилем его жизни, социальным поводом употребления данного продукта и т.д. [Бондарчук, Грачев, 2023]. В связи с этим в литературных произведениях авторы активно используют предметные имена данной группы для оценочной (часто имплицитной) характеристики персонажей и элементов сюжета.

Приведем лишь один пример. В своем романе «The Lost Symbol» («Утраченный символ») американский писатель Дэн Браун так описывает рождественский ужин принадлежащей к интеллектуальной элите семьи Соломон:

Even at seventy-five years of age Isabel Solomon was an exuberant cook, and tonight the mouthwatering smells of roast venison, parsnip gravy, and garlic mashed potatoes wafted through the house. (*Dan Brown. The Lost Symbol*) – Даже в свои семьдесят пять лет Изабель Соломон была превосходным поваром, и сегодня вечером по дому разносились аппетитные запахи жареной оленины, подливки из пастернака и картофельного пюре с чесноком.

Одной из задач настоящего исследования являлось определить, выполняют ли наименования из

сферы питания, столь важной для жизни любого общества, дополнительную (или вторичную) индексальную семиотическую функцию не только в языке художественной литературы, но и в других жанрах, например в общественно-политическом дискурсе.

В имеющихся к настоящему времени немногочисленных публикациях, посвященных использованию гастрономической лексики в языке СМИ (как правило, британских), однозначного ответа на данный вопрос не дается. При этом если и признается активная включенность концепта «food» в британский медиадискурс, то подчеркивается неоднородность контекста его употребления. К интересному выводу приходит Т. Г. Пашковская: исследуя контекстуальную реализацию концепта «food» в британской прессе и выявляя стереотипы поведения и пищевые практики, которые навязываются и популяризируются в современном обществе, автор утверждает, что, в отличие от традиционной для концепта «food» положительной коннотации, в постмодернистском медиадискурсе он часто фигурирует в негативном контексте и связан с болезнями, проблемами глобализации и социальной сегрегации [Пашковская, 2018, с. 81].

Как показали результаты проведенного нами исследования, в общественно-политическом дискурсе члены категории питания в большинстве случаев (свыше 80 %) выполняют лишь первичную номинативную функцию, т. е. не несут никакого дополнительного семиотического смысла. В итоге ситуации, в которых они употребляются, не являются семиотически маркированными (термин Е. С. Кубряковой), их можно назвать «семиотически нейтральными», поскольку наименования питания (нередко представляющие собой по структуре сложные слова) упоминаются автором статьи лишь для того, чтобы назвать определенный продукт питания или напиток. Типичными в этом плане можно считать следующие примеры таких ситуаций:

1. The local version, which is sometimes anglicized as *makaron*, is made with peanut flour instead of almond flour, and usually include traditional Japanese flavors like *green tea* or red bean. – Местный вариант, который иногда в английском языке называется словом *makaron*, готовится из арахисовой муки вместо миндальной и обычно включает традиционные японские добавки, такие как зеленый чай или красная фасоль. (Здесь и далее выделение в примерах и перевод наш. – Г.Б., Г.Г.)
2. One of these is *castella*, a Portuguese-inspired round *cake*. – Один из них – кастелла, фунтовый пирог в португальском стиле.

3. A shop where I used to take my children, to buy *juice* and *biscuits*, is in shambles. – Магазин, куда я обычно водила своих детей покупать сок и печенье, находится в руинах.
4. And 2023 marked a record-breaking year for the competition, with 4,502 *cheeses*, the highest number ever, arriving “by boat, truck, train and plane” to be judged by an esteemed panel of cheese experts. – А 2023 год стал рекордным для конкурса: 4502 вида сыра, самое большое количество за всю историю, были доставлены «на лодках, грузовиках, поездах и самолетах», чтобы их оценило авторитетное жюри экспертов по сырам.
5. Developed by Welsh co-operative South Caernarfon Creameries, the *cheddar cheese* is sent 152 meters (500 feet) down into the mine to mature for three months before being packaged and sold. – Сыр чеддер, разработанный валлийским кооперативом South Caernarfon Creameries, отправляется в шахту на глубину в 152 метра (500 футов) для созревания в течение трех месяцев, после чего упаковывается и продается.
6. In 2019, Sotheby's sold a bottle of The Macallan 1926 adorned with one of 14 Fine and Rare labels, for £1.5 million (\$1.9 million), at the time making it the most expensive bottle of *wine* or *spirit* ever auctioned. – В 2019 году Sotheby's продал бутылку Macallan 1926 года, украшенную одной из 14 этикеток Fine and Rare, за 1,5 миллиона фунтов стерлингов (1,9 миллиона долларов), что на тот момент делало ее самой дорогой бутылкой вина или крепкого алкоголя, когда-либо выставившейся на аукцион.
7. *Red wine* has a tenfold higher amount of phenolic compounds, especially flavonoids, than *white wine*, which makes the beverage a “primary contender responsible” for headaches, the authors said. – По словам авторов [исследования], красное вино содержит в десять раз больше фенольных соединений, особенно флавоноидов, чем белое, что делает этот напиток «главным виновником» головной боли.

Вместе с тем, как отмечалось выше, наименования питания в некоторых публицистических текстах выполняют всё же и вторичную индексальную семиотическую функцию, помогая автору статьи выразить дополнительный семиотический смысл (эксплицитно или имплицитно), который, однако, как показал анализ отобранного языкового материала, не отличается большим разнообразием.

Известно, что некоторые продукты питания, такие, например, как хлеб, вода, являются в разных культурах сакральными видами пищи и питья, символами средств к существованию, питания и жизни. В этой связи, когда в статьях описывается отсутствие данных продуктов у населения в тяжелой гуманитарной ситуации, это, естественно, ведет к усилению воздействия на читателя, поскольку такие наименования начинают выполнять дополнительную семиотическую функцию – они подчеркивают серьезность (а иногда и трагичность) сложившейся ситуации. При этом в проводимом исследовании данная вторичная функция выступает фактически основной (ср.: [Пашковская, 2018, с. 81]).

Приведем несколько примеров употребления в этом плане наиболее частотных лексем, представленных в выборке, таких как *food* (*еда*), *water* (*вода*), *bread* (*хлеб*).

В одном случае в новостном тексте описывается тяжелая экологическая ситуация, сложившаяся на французской территории острова Майотта¹ в результате небывалой засухи и полного отсутствия вложений в поддержание на должном уровне системы водоснабжения. CNN опубликовало интервью с одной из жительниц острова по имени Мусдикудин (Mousdikoudine), где та рассказывает о сложной ситуации на острове, в которой оказалась, в частности, и ее семья с двумя детьми. В данном интервью встречается ряд семиотически маркированных ситуаций, в которых наиболее часто в дополнительной семиотической функции употребляется существительное *water*, приведем некоторые из них:

1. Basic necessities to live such as electricity, *water*, and gas are irregularly supplied, which led to sustained small protests only a few months ago. – Предметы первой необходимости, такие как электричество, вода и газ, поставляются нерегулярно, что привело к продолжительным небольшим протестам всего несколько месяцев тому назад.
2. Residents only have access to *water* for around 18 hours at a time every couple of days, according to a schedule published by the Prefecture, the local subdivision of the French government. – Согласно графику, опубликованному префектурой, местным подразделением французского правительства, жители имеют доступ к воде только в течение примерно 18 часов раз в несколько дней.

¹ Майотта (фр. Mayotte) – остров с населением около 310 тыс. человек в Индийском океане у восточного побережья Африки, между Мозамбиком и островом Мадагаскар.

3. Many say what little *water* they have is often contaminated and undrinkable. – Многие говорят, что то небольшое количество воды, которое у них бывает, часто загрязненное и непригодное для питья.
4. I have to choose between going to look for *water* for my family and going to work. – Мне приходится выбирать между поиском воды для моей семьи и работой.
5. "The authorities seem absent in our daily suffering," she said, adding, "when we have no *water*, what are we actually going to do?" – «Власти, похоже, не обращают внимания на наши ежедневные страдания, – сказала она, добавив: – Когда у нас нет воды, что мы вообще собираемся делать?» И далее: "You cannot function without *water*." – «Без воды невозможно функционировать».
6. The simple acts of washing or pouring glasses of *water* for her daughters, ages 7 and 9, became such a huge challenge she and her husband decided to send the children to live with their grandmother in the French territory of La Réunion, about a two-hour flight from Mayotte. – Простые действия, такие как помыть посуду или налить воды дочерям 7 и 9 лет, стали настолько сложной задачей, что они с мужем решили отправить детей жить к их бабушке на французскую территорию Реюньон, примерно в двух часах полета от Майотта.

Естественно, что когда в природе складывается тяжелая экологическая ситуация, связанная, например, как в данном случае, с нехваткой воды, это отражается не только на людях, но и на животных:

The deaths took place as *food and water* resources dwindled during the dry season, forcing the elephants to travel increasing distances to look for water and to forage. – Гибель [слонов] произошла на фоне сокращения запасов пищи и воды в сухой сезон, что вынудило слонов преодолевать все большие расстояния в поисках воды и корма.

Как отмечалось выше, к наиболее частотным лексемам, вербализующим важные культурные концепты из сферы питания, относится, несомненно, существительное *bread*, с помощью которого в упомянутом интервью также описывается семиотически маркированная ситуация:

We struggle to sort out a small amount of *water* for the little children to drink ... we wait for five to seven hours at the bakery to buy some *bread* to eat. – Нам с трудом удается раздобыть хоть немного воды, чтобы напоить маленьких детей... Мы по пять–семь часов ждем у булочной, чтобы купить немного хлеба.

Примечательно, что в функции наименования основных продуктов питания в семиотически маркированных ситуациях выступают не только лексемы *food*, *water*, *bread*, но и *apple* (яблоко), *cheese* (сыр), *milk* (молоко), *egg* (яйцо). Представляется, что это неслучайно, поскольку каждый из называемых ими продуктов имеет свое символическое значение. Так, яблоко в европейской традиции – это не только плод с Древа познания добра и зла, символ грехопадения человека, но и символ здоровья и жизненной силы, который англичане чувствуют ежегодно в День яблока в октябре. Достаточно вспомнить широко известную английскую поговорку «An apple a day keeps the doctor away» и ее аналог в русском языке «Яблоко на обед – и всех болезней нет». Сыр, как известно, – не только продукт питания, но и символ изобилия, олицетворение счастья, праздника, положительных эмоций в целом. Неслучайно в 2010 году ЮНЕСКО внесло сыр в список нематериального культурного наследия человечества. А для Франции это еще и гастрономический национальный символ. Поэтому логично, что в своем интервью жительница французской территории острова Майотта использует номинации данных продуктов не только в их первичной номинативной функции, но и для того, чтобы подчеркнуть всю сложность ситуации, а читатель в ходе инференции может сделать и более далеко идущий вывод о том, например, что столь серьезная ситуация с основными продуктами питания может отрицательно сказаться на здоровье субъектов:

I haven't eaten a single *apple*, no *cheese*; there's nothing. – Я не съела ни единого яблока, ни кусочка сыра; нет ничего.

Дополнительное символическое значение при-
сущие и номинациям таких продуктов, как *milk* и *egg*. Оба слова, среди прочего, являются символами жизни, изобилия и плодородия. Можно вспомнить, как описывается изобилие библейской «земли обетованной», – там «течет молоко и мед».

For a whole month now, I have not had *milk* or *one egg*. – Вот уже целый месяц я не пила молока и не съела ни одного яйца.

Представляется, что сакральный смысл, заложенный в некоторых гастрономических концептах, служит одним из оснований для использования вербализующих их в языке лексических единиц в дополнительной семиотической функции. Это наиболее ярко проявляется, естественно, в религиозном и культурном контексте, как в следующем примере, где описывается один из обычаев, который соблюдают в Мексике в День мертвых (*исп.* Día de los Muertos, или *англ.* Day of the Dead). Мексиканцы верят, что в этот день души их умерших родственников, друзей, любимых людей возвращаются к ним ненадолго, и, чтобы почтить их память, мексиканцы оставляют на алтаре в церкви или на месте захоронения любимые продукты и напитки умершего, поскольку считается, что, когда души прилетают на землю, они часто бывают голодны и им нужно чем-нибудь подкрепиться перед возвращением на небо:

Families will also place a container of *water*, and sometimes *tequila*, on the altars, so souls can quench their thirst after their journey. – Семьи также ставят на алтарь сосуд с водой, а иногда и с текилой, чтобы души могли утолить жажду после путешествия.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Из всего вышесказанного можно сделать общий вывод о том, что наименования из категории Food «Пища» активно используются в английском общественно-политическом дискурсе, выполняя в большинстве случаев первичную номинативную функцию. Что касается вторичной семиотической функции, то, в отличие, например, от дискурса художественной литературы, где такие номинации часто выполняют дополнительную семиотическую роль, важную для характеристики героев и описания ситуаций, в общественно-политическом дискурсе названия из сферы питания в данной функции употребляются сравнительно редко, их дополнительная семиотическая нагрузка не отличается разнообразием и сводится обычно к тому, чтобы привлечь внимание читателей на какие-то сложные гуманитарные ситуации, например, на отсутствие у населения воды или базовых продуктов. Представляется, что одним из оснований для использования базовых наименований питания во вторичной семиотической функции служит символический религиозный смысл, который несут вербализуемые ими культурные концепты.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Анисимова Е. Е. О взаимодействии гастрономического и религиозного дискурсов (культурологический и лингвистический аспекты) // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2018. Вып. 2 (791). С. 31–44.
2. Горожанов А. И., Гусейнова И. А., Степанова Д. В. Обработка естественного языка и художественный текст: база для корпусного исследования // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2024. Т. 15. № 1. С. 195–210. DOI 10.22363/2313-2299-2024-15-1-195-210.
3. Горожанов А. И. Экспериментальное моделирование базы данных сбалансированного лингвистического корпуса // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2022. Т. 15. № 10. С. 3382–3386. DOI: 10.30853/phil20220563. EDN JHBAVG.
4. Горожанов А. И. Создание лингвистического корпуса на основе инструментов обработки естественного языка: планирование программных решений // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2023. Т. 16. № 5. С. 1616–1620. 10.30853/phil20230252. EDN BHZCSE.
5. Грачев Г. В. Структура категории продуктов питания в древнеанглийском языке // Когнитивные исследования языка. 2022. Вып. 4 (51). С. 309–312.
6. Коваленская Е. А. Особенности развития категории английских наименований питания за последние полвека // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2020. Вып. 10 (839). С. 109–116.
7. Катермина В. В., Соловьева Н. С. Аксиологический потенциал английских неологизмов-гастронимов // Crede Experto: транспорт, общество, образование, язык. 2022. № 2 (33). С. 123–135.
8. Таганова Т. А. Неологизмы современного английского языка: структурные и семантические особенности (на примере гастронимов) // Теория и практика иностранного языка в высшей школе. 2015. № 11. С. 132–136.
9. Яковлева С. А. Глагольные неогастронимы в испанском языке Мексики // Вестник Московского государственного областного университета. Серия «Лингвистика». 2018. № 6. С. 68–81.
10. Головницкая Н. П. Лингвокультурные характеристики немецкоязычного гастрономического дискурса: дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2007.

11. Ундрицова М. В. Глуттонический дискурс: лингвокультурологические, когнитивно-прагматические и переводческие аспекты (на материале русского, английского, французского и греческого языков): дис. ... канд. филол. наук. М., 2015.
12. Катермина В. В. Гастрономическая картина мира в англоязычной неологии: лингвокультурологический аспект // Лингвокультурология. 2017. Вып. 11. С. 33–47.
13. Олянич А. В. Гастрономический дискурс // Дискурс-Пи. 2015. № 2. С. 159–160.
14. Шорохова Е. А., Жучкова Е. В. Гастрономический дискурс как вид институционального дискурса // Молодой ученый. 2021. №5 (347). С. 162–165.
15. Косицкая Ф. Л., Зайцева Н. Е. Французский гастрономический дискурс и его жанровая палитра // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2016. № 2 (167). С. 25–30.
16. Григоренко О. В. Неонимации иноязычного характера в составе гастрономической лексики русского языка // Современные аспекты гуманитарного знания: сборник материалов международной заочной научно-практической конференции. 2016. С. 95–104.
17. Осетрова М. Е. Корейские продукты питания и кулинарные блюда в русских художественных и нехудожественных текстах // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2020. Вып. 10 (839). С. 273–284.
18. Шумакова А. Н. Англицизмы в статьях о гастрономии (на материале современной французской прессы) // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2019. Вып. 9 (825). С. 184–195.
19. Бондарчук Г. Г., Грачев Г. В. Предметные имена как носители дополнительной семиотической информации (на материале английской обиходной лексики) // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2023. Вып. 5 (873). С. 9–15.
20. Пашковская Т. Г. Концепт 'food' («еда») в медиадискурсе постмодерна (по материалам британской прессы) // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2018. № 2 (88). С. 81–85. DOI: 10.30853/manuscript.2018-2.20.

REFERENCES

1. Anisimova, E. E. (2018). On the interaction of gastronomical and religious discourse. Vestnik of Moscow State Linguistic University, 2(791), 31–44. (In Russ.)
2. Gorozhanov, A. I., Guseynova, I. A., Stepanova, D. V. (2024). Natural Language Processing and Fiction Text: Basis for Corpus Research. RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics, 15(1), 195–210. 10.22363/2313-2299-2024-15-1-195-210.
3. Gorozhanov, A. I. (2022). Experimental database modelling of a balanced linguistic corpus. Philology. Theory & Practice, 15(10), 3382–3386. 10.30853/phil20220563. EDN JHBAVG. (In Russ.)
4. Gorozhanov, A. I. (2023). Building a linguistic corpus on natural language processing tools: Planning software solutions. Philology. Theory & Practice, 16(5), 1616–1620. 10.30853/phil20230252. EDN BHZCSE. (In Russ.)
5. Grachev, G. V. (2022). The structure of the category FOOD in Old English. Cognitive Studies of Language, 4(51), 309–312. (In Russ.)
6. Kovalenskaya, E. A. (2020). Peculiarities of the development of the category of food names in the last half century. Vestnik of Moscow State Linguistic University, 10(839), 109–116. (In Russ.)
7. Katerrmina, V. V., Soloveva, N. S. (2022). Oxiological potential of English gastronym neologisms. International informational and analytical journal «Credo Experto: transport, society, education, language», 2(33), 123–135. (In Russ.)
8. Taganova, T. A. (2015). New words of the English language: structural and semantic peculiarities (analysis of words denoting food). Teoriya i praktika inostrannogo yazyka v vysshey shkole, 11, 132–136. (In Russ.)
9. Iakovleva, S. A. (2018). Verbal neogastronyms in Spanish of Mexico. Bulletin of Moscow state regional university. Series «Linguistics», 6, 68–81. (In Russ.)
10. Golovnitskaya, N. P. (2007). Lingvokul'turnyye kharakteristiki nemetskoyazychnogo gastronomicheskogo diskursa = Linguocultural characteristics of the German-language gastronomic discourse: PhD in Philology. Volgograd. (In Russ.)
11. Undritsova, M. V. (2015). Glyuttonicheskiy diskurs: lingvokul'turologicheskiye, kognitivno-pragmaticheskiye i perevodcheskiye aspekty (na materiale russkogo, angliyskogo, frantsuzskogo i grecheskogo yazykov) = Gluttonic

- discourse: linguocultural, cognitive-pragmatic and translation aspects (based on Russian, English, French and Greek): PhD in Philology. Moscow. (In Russ.)
12. Katermina, V. V. (2017). Gastronomic picture of the world in English neology. *Lingvokul'turologiya*, 11, 33–47. (In Russ.)
 13. Olyanich, A. V. (2015). Gastronomicheskiy diskurs = Gastronomic discourse. *Discourse-P*, 2, 159–160. (In Russ.)
 14. Shorokhova, Ye. A., Zhuchkova, Ye. V. (2021). Gastronomicheskiy diskurs kak vid institutsional'nogo diskursa = Gastronomic discourse as a type of institutional discourse. *Molodoy uchenyy*, 5(347), 162–165. (In Russ.)
 15. Kositskaya, F. L., Zaytseva, I. E. (2016). French gastronomy discourse and its speech genre palette. *Bulletin of Tomsk State Pedagogical University*, 2(167), 25–30. (In Russ.)
 16. Grigorenko, O. V. (2016). Foreign neonominations in Russian gastronomic lexicon. *Sovremennyye aspekty gumanitarnogo znaniya* (pp. 95–104): The digest of articles of an international conference. (In Russ.)
 17. Osetrova, M. E. (2020). Korean food products and dishes in Russian fiction and nonfiction texts. *Vestnik of Moscow State Linguistic University*, 10(839), 273–284. (In Russ.)
 18. Shumakova, A. N. (2019). On the use of anglicisms in articles about gastronomy (based on the present-day French periodicals). *Vestnik of Moscow State Linguistic University*, 9(825), 184–195. (In Russ.)
 19. Bondarchuk, G. G., Grachev, G. V. (2023). Object names as carriers of additional semiotic information (based on English everyday vocabulary). *Vestnik of Moscow State Linguistic University*, 5(873), 9–15. (In Russ.)
 20. Pashkovskaya, T. G. (2018). Concept «FOOD» in post-modernistic media-discourse (by the materials of the British press). *Historical, Philosophical, Political and Law Sciences, Culturology and Study of Art. Issues of Theory and Practice*. The Gramota Publishing, 2(88), 81–85. 10.30853/manuscript.2018-2.20. (In Russ.)

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Бондарчук Галина Григорьевна

доктор филологических наук, профессор
профессор кафедры лексикологии английского языка факультета английского языка
Московского государственного лингвистического университета

Грачев Георгий Валерьевич

кандидат филологических наук
доцент кафедры лексикологии английского языка факультета английского языка
Московского государственного лингвистического университета

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Bondarchuk Galina Grigorievna

Doctor of Philology (Dr. habil.), Professor
Professor at the Department of English Lexicology
Faculty of the English Language, Moscow State Linguistic University

Grachev Georgiy Valerevich

PhD (Philology)
Associate Professor at the Department of English Lexicology
Faculty of the English Language, Moscow State Linguistic University

Статья поступила в редакцию одобрена после рецензирования принята к публикации	14.09.2024	The article was submitted approved after reviewing accepted for publication
	16.10.2024	
	21.10.2024	