

УДК 81'373.221

РАСТИТЕЛЬНЫЙ КОД КУЛЬТУРЫ В НАИМЕНОВАНИЯХ КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ

© К.А.Власова

Статья посвящена анализу растительного кода культуры в наименованиях кондитерских изделий. Даются определения кода культуры, выявляются универсальные культурные коды. Рассматривается понятие коммерческой номинации. Автор выявляет роль растительных образов в наименованиях кондитерских изделий, национально-культурные предпочтения и мотивы их использования при создании прагматонимов, определяет наиболее частотные номинанты анализируемой группы.

Ключевые слова: код культуры, типовая семантика, базовое имя, интегральная сема, дифференциальная сема, отоъектное и отадресатное наименование, коммерческая номинация.

В последние десятилетия активизируется лингвокультурологическая проблематика, в связи с чем стало широко использоваться понятие кода культуры. Изучением кодов культуры занимаются многие современные исследователи, среди них В.Н.Телия, В.В.Красных, М.Л.Ковшова и др.

Так, В.Н.Телия понимает код культуры как совокупность представлений, пропущенных через культуру. Согласно мнению исследователя, «код культуры – это таксономический субстрат ее текстов. Этот субстрат представляет собой ту или иную совокупность окультуренных представлений о картине мира некоторого социума – о входящих в нее природных объектах, артефактах, явлениях, выделяемых в ней действиях и событиях, ментофактах и присущих этим сущностям их пространственно-временных или качественно-количественных измерений» [1: 20-21].

Широкое распространение получило понятие культурного кода «как “сетки”, которую культура “набрасывает” на окружающий мир, членит, категоризирует, структурирует и оценивает его» [2: 232]. По мнению Красных В.В., «коды культуры соотносятся с архетипическими представлениями человека, кодируют их» [3: 5].

Схоже с вышеуказанным определение кода культуры, предложенное М.В.Пименовой и В.В.Колесовым. Согласно их мнению, код культуры – «это макросистема характеристик объектов картины мира, объединенных общим категориальным свойством; это часть понятийной сетки, используя которую носитель языка категоризирует, структурирует и оценивает окружающий его и свой внутренний миры; это таксономия элементов картины мира, в которой объединены природные и созданные руками человека объекты (биофакты и артефакты), объекты внешнего и внутреннего мира (физические и психические явления)» [4: 101].

В понимании М.Л.Ковшовой коды культуры – это вторичные знаковые системы, использующие разные материальные и формальные средства для кодирования одного и того же культурного содержания, соединяющегося в целом в картине мира, в мировоззрении данного социума [5: 170].

В нашем понимании коды культуры рассматривают универсальные знаковые системы, которые определяют модель мира. В частности, это вегетативный код, антропоморфный, одористический, цветовой, цифровой, зооморфный и др.

Растительный код культуры является базовым и соотносится с архетипическими представлениями русской культуры, в нем фиксируются наивные представления о мироздании. Он связан с живыми существами, населяющими окружающий мир, отражает представления человека о мире растений.

Растительный мир дал нам богатую систему эталонов, важную роль в русской картине мира играют многие деревья: дуб (*крепкий как дуб, молодой дубок*), береза (*стройная как березка*), ива, верба. Не меньшее значение приобрели и цветы, травы: обжигаящая крапива, нежная и колючая роза, ромашка (*наивная «девочка-ромашка»*), василек (*васильковый цвет*), мак (*маков цвет*) и другие.

Материалом для исследования послужили прагматонимы – наименования кондитерских изделий, которые еще не становились предметом лингвокультурологического анализа, что обусловило актуальность и новизну нашего исследования.

Наименования кондитерских изделий имплицитно и эксплицитно содержат в себе сведения о культуре народа, его быте, вкусовых и цветовых предпочтениях, кроме того, наименования кондитерских изделий несут в себе и сведения о языковых и экстралингвистических тенденциях

выбора того или иного номинанта. Цель работы – рассмотреть роль растительных образов в продвижении кондитерских изделий, выяснить, почему именно эти номинанты используются в наименованиях кондитерских изделий.

Наименования кондитерских изделий являются частью коммерческой номинации, под которой понимается языковая номинация товара, которая преследует коммерческие цели и ориентирована на получение прибыли [6]. Действительно, любое наименование кондитерского изделия служит продвижению этого изделия, формирует представление о нем, дает ему определенную характеристику, оно является своего рода средством воздействия на потенциального покупателя.

Все собранные наименования могут быть разделены на две группы – **отобъектные** (содержат сведения о самом кондитерском изделии: составе, форме, вкусе, месте производства) и **отадресатные** (ориентированы на возраст и национально-культурные особенности потенциальных потребителей кондитерской продукции).

Базовой для всех наименований является лексема *растение* со следующим значением:

РАСТЕНИЕ, -я, ср. Организм, обычно развивающийся в неподвижном состоянии, получающий питание (в отличие от животных) из воздуха (путем фотосинтеза) и почвы [7: 665].

В соответствии с типовой семантикой все наименования могут быть разделены на несколько групп:

1. Лексемы, обозначающие **общие понятия**, связанные с растениями (*Фрукт, Цитрус, Ягода*).

Типовая семантика наименований данной группы – растения (по общим особенностям внешнего вида, характера произрастания, по свойствам и т.п.) и их плоды. Базовое имя (интегральная сема) – растение, плод.

2. Лексемы, обозначающие растения, плоды или части которых **употребляются человеком в пищу или используются при ее приготовлении**.

2.1. Лексемы, обозначающие **деревья и кустарники** (*Абрикос, Апельсин, Барбарис, Вишня, Груша, Инжир, Кизил, Кофе, Лимон, Малина, Мандарин, Миндаль, Орех, Персик, Смоковница, Смородина, Чай, Яблоня* и др.).

Типовая семантика наименований данной группы – многолетние растения с твердым стволом и/или ветвями, плоды (фрукты, ягоды, орехи и т.п.) и/или листья которых съедобны, используются как пряности или для приготовления напитков. Базовые имена (интегральная сема) – дерево, кустарник, полукустарник. Дифференци-

альными семами лексемы *дерево* выступают: по месту произрастания – «южное», «тропическое», «субтропическое»; по наличию плода – «фруктовое», «плодовое», «цитрусовое»; опадающие/неопадающие листья – «вечнозеленое», возделываемый человеком – «культивируемое».

Данная группа является наибольшей среди всех представленных, поскольку наименования, составляющие ее, являются прямой номинацией, это отобъектные наименования, которые указывают на вкус кондитерского изделия.

2.2. Лексемы, обозначающие **травянистые растения**.

2.2.1. Лексемы, обозначающие травянистые растения **со съедобными плодами или листьями** (*Мак, Мята*).

Типовая семантика данной группы наименований – многолетние или однолетние растения с невысоким мягким зеленым стеблем, плоды (корнеплоды, орехи, зерна) или листья которых съедобны или используются как пряности. Базовое имя (интегральная сема) – травянистое растение. Дифференциальными семами выступают: по времени произрастания – «многолетнее»; по аромату – «душистое».

2.2.2. Лексемы, обозначающие травянистые растения **с плодами в виде ягод, фруктов** (*Ананас, Дыня, Земляника, Клубника, Черника, Клюква*). Наименования данной группы также являются отобъектными, то есть указывают на вкус кондитерского изделия.

Типовая семантика данной группы наименований – многолетние или однолетние растения с невысоким мягким зеленым стеблем, плоды (фрукты, ягоды) которых съедобны. Базовое имя (интегральная сема) – травянистое растение». Дифференциальными семами лексемы *растение* являются: по месту произрастания – «тропическое», «бахчевое»; по времени произрастания – «многолетнее»; дифференциальные семы лексемы *кустарник*: по размеру – «мелкий»; по виду плодов – «ягодный»; по способу произрастания – «стелющийся», «дикорастущий».

3. Лексемы, обозначающие растения, плоды или части которых **не употребляются человеком в пищу**.

3.1. Лексемы, обозначающие **деревья и кустарники** (*Азалия, Ива, Магнолия*).

Типовая семантика данной группы – многолетние растения с твердым стволом и/или ветвями, используемые человеком в производстве или разводимые как декоративные. Базовые имена (интегральные семы) – дерево, кустарник, полукустарник. Дифференциальные семы: по месту произрастания – «южное»; опадающие/неопадающие листья – «вечнозеленое».

3.2. Лексемы, обозначающие **травянистые растения**.

3.2.1. Лексемы, обозначающие **декоративные** травянистые растения (*Василек, Камелия, Лилия, Орхидея, Ромашка*).

Типовая семантика данной группы – многолетние или однолетние растения с мягким зеленым стеблем и цветами, разводимые или используемые как декоративные. Базовое имя (интегральная сема) – травянистое растение. Дифференциальными семемами являются: по культивируемости – «сорняк»; по месту произрастания – «южное»; опадающие/неопадающие листья – «вечнозеленое», по виду корня – «луковичное», по области применения – «используемое в медицине и парфюмерии».

3.2.2. Лексемы, обозначающие **недекоративные** травянистые растения (*Одуванчик*).

Типовая семантика данной группы – многолетние или однолетние растения с невысоким мягким зеленым стеблем, с цветами или без них, сорные или используемые человеком для бытовых или технических нужд. Базовое имя (интегральная сема) – травянистое растение. Дифференциальные семемы: по культивируемости – «сорное»; по области применения – «используется в медицине».

4. Лексемы, обозначающие **совокупность растений** (*Роща, Сад, Букет*).

Типовая семантика – различные сочетания однородных растений (деревьев, кустарников, цветов), растущих дико или посаженных специально на определенных пространствах, а также расположенные на земле или собранные специально растения или части растений, составляющие единое целое. Базовое имя (интегральная сема) – совокупность.

5. Лексемы, обозначающие **части растений** (*Зерно, Лепесток*).

Типовая семантика данной группы – различные части растений, (деревьев, кустарников, цветов, грибов), надземные и подземные, наружные и внутренние. Базовое имя (интегральная сема) – часть растения.

Анализ собранного материала показал, что мотивировкой для использования растений в качестве номинанта кондитерских изделий являются внешние признаки или свойства растений, в частности, их вкусовые качества, внешняя форма и т.д. Чаще используются растения, за которыми стоит определенная культурная традиция, поэтому эти наименования имеют символический статус. Так, среди цветов особый статус имеют василек (*Васильки, Вася-василек, Васильковое поле*), мак (*Красный мак*), ромашка (*Ромашка, Ромашки, Ромашкино, Ромашковый букет*), под-

солнух (*Подсолнух к чаю*), одуванчик (*Одуванчик, Цветение одуванчика*), так как они широко распространены в России и знакомы каждому от мала до велика. Например, *ромашка* – полевой цветок, один из самых распространенных в средней полосе России. Ромашка растет повсюду: в лесу, в поле, вдоль дорог, в городе на газонах. Любители полевых цветов собирают букеты ромашек, дети плетут из ромашек венки. Летнее поле с ромашками и другими полевыми цветами часто становится темой русской пейзажной живописи. В стихах и песнях молодая, красивая и скромная девушка обычно сравнивается с ромашкой. У ромашки всегда разное количество лепестков: то четное, то нечетное, это свойство цветка лежит в основе старинного шуточного обычая – гадать по ромашкам, чтобы узнать, любят ли тебя, то есть отрывать у цветка лепесток за лепестком, говоря поочередно: «любит», «не любит» [8: 472-473]. *Василек* также является одним из самых распространенных полевых цветов России. Несмотря на то, что василек – сорняк, русские его очень любят. Ржаное поле с васильками, букет васильков являются типичными мотивами русской живописи [8: 88].

В «ягодной лавке» такой статус имеет малина (*Малина, Малиновые зори, Малина с йогуртом*), смородина (*Смородинка, Смородиновые зори, Черная смородина*) и клюква (*Клюква, Клюква в шоколаде*). В сознании русского человека *малина* ассоциируется со сладостью, сладкой жизнью в самом широком смысле слова. О малине поется в русских народных песнях, где она часто сравнивается с горькой ягодой – калиной, символизирующей жизнь тяжелую, трудную. Ассоциации малины со сладкой жизнью выражены поговоркой «Не жизнь, а малина» [8: 343-344]. *Смородина* – ароматная ягода, с чем связано и название этого растения, оно образовано от древнерусского слова *смородь* – “сильный запах”. Это один из самых распространенных ягодных кустарников русского сада, который растет практически по всей территории России, не боится морозов, не требует большого ухода и каждое лето дает урожай ягод [8: 525-526].

Среди фруктовых названий кондитерских изделий наиболее частотны цитрусовые: лимон (*Апельсинки и лимонки, Лимон, Лимончики, Лимондини*), апельсин (*Апельсин, Апельсин в шоколаде, Апельсиновые*), мандарин (*Мандаринки*). Несомненно, их нельзя отнести к типично русским фруктам, в России лимоны появились во времена Петра I, апельсины стал разводить фаворит Петра Александр Меншиков в 1714 году, а мандарины у нас прижились со времен кавказских войн XIX века. В советские времена эти

фрукты были доступны не каждой семье, широкое распространение они получили только в 90-е годы XX века. Поэтому нетрудно предположить, что эти фрукты стали номинантами кондитерских изделий совсем недавно, причин можно выделить несколько: во-первых, за уважительное отношение к этим фруктам, ведь все они содержат большое количество витаминов и полезны для нашего здоровья, во-вторых, за их яркий цвет, символизирующий радость и напоминающий нам о солнце. Мандарины имеют также особое значение для русских, так как являются одним из символов Нового года.

Проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что номинаторы кондитерских изделий в большинстве случаев тяготеют к культуре народа и используют образы, которые являются традиционными для русских, с целью продвижения своего товара, чтобы он стал легко узнаваемым и вызывал приятные ассоциации, что, в свою очередь, даст положительный коммерческий эффект. Исследование наименований кондитерских изделий предоставляет возможность для дальнейшего анализа ономастического материала в лингвокультурологическом аспекте.

1. *Телия В.Н.* Первоочередные задачи и методологические проблемы исследования фразеологическо-

го состава языка в контексте культуры // Фразеология в контексте культуры. – М.: Языки русской культуры, 1999. – С. 13–24.

2. *Красных В.В.* Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология. Лекционный курс. – М.: Гнозис, 2002. – 284 с.
3. *Красных В.В.* Коды и эталоны культуры (приглашение к разговору) // Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей / Отв. ред. В.В.Красных, А.И.Изотов. – М.: МАКС Пресс, 2001. – Вып. 19. – 164 с.
4. *Колесов В.В., Пименова М.В.* Языковые основы русской ментальности: учебное пособие; отв. ред. М.В.Пименова. – Изд 3-е, доп. – СПб.: СПбГУ, 2011. – 136 с.
5. *Ковшова М.Л.* Лингвокультурологический метод во фразеологии: Коды культуры.– М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2012. – 456 с.
6. *Новичихина М.Е.* Теоретические проблемы исследования эффективности коммерческой номинации: дис. ... докт. филол. наук. – Воронеж, 2004. – 351 с.
7. *Ожегов С.И., Шведова Н.Ю.* Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений / Российская академия наук, Институт русского языка им. В.В.Виноградова. – 4-е изд., дополненное. – М.: Изд-во «А ТЕМП», 2007. – 944 с.
8. Россия. Большой лингвострановедческий словарь / под общ. ред. Ю.Е.Прохорова. – М.: АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2009. – 736 с.

THE VEGETABLE CODE OF CULTURE IN THE NAMES OF CONFECTIONERY

К.А.Vlasova

The article analyzes the vegetable code in the names of confectionery. It defines the codes of culture, reveals universal codes of culture, and discusses the concept of commercial nomination. The author identifies the role of vegetable images in the names of confectionery, national and cultural preferences, the motives of their use in creation of pragmatonyms, and determines the most frequent nominants of the analyzed group.

Key words: code of culture, type semantics, basic name, integral seme, differential seme, name- from-object, name-from-addressee, commercial nomination.

1. *Telija V.N.* Pervoocherednye zadachi i metodologicheskie problemy issledovanija frazeologicheskogo sostava jazyka v kontekste kul'tury // Frazеologija v kontekste kul'tury. – М.: Jazyki russkoj kul'tury, 1999. – S. 13–24. (in Russian)
2. *Krasnyh V.V.* Jetnopsiholingvistika i lingvokul'turologija. Lekcionnyj kurs. – М.: Gnozis, 2002. – 284 s. (in Russian)
3. *Krasnyh V.V.* Kody i jetalony kul'tury (priglaszenie k razgovoru) // Jazyk, soznanie, kommunikacija: Sb. statej / Отв. ред. V.V.Krasnyh, A.I.Izotov. – М.: МАКС Press, 2001. – Vyp. 19. – 164 s. (in Russian)
4. *Kolesov V.V., Pimenova M.V.* Jazykovye osnovy russkoj mental'nosti: uchebnoe posobie; отв. ред. M.V. Pimenova. – Izd 3-е, dop. – SPb.: SPbGU, 2011. – 136 s. (in Russian)
5. *Kovshova M.L.* Lingvokul'turologicheskij metod vo frazeologii: Kody kul'tury. – М.: Knizhnyj dom «LIBROKOM», 2012. – 456 s. (in Russian)
6. *Novichihina M.E.* Teoreticheskie problemy issledovanija jeffektivnosti kommercheskoj nominacii: dis. ... dokt. filol. nauk. – Voronezh, 2004. – 351 s. (in Russian)
7. *Ozhegov S.I., Shvedova N.Ju.* Tolkovyj slovar' russkogo jazyka: 80000 slov i frazeologicheskij vy-

razhenij / Rossijskaja akademija nauk, Institut
russkogo jazyka im. V.V.Vinogradova. – 4-e izd.,
dopolnennoe. – M.: Izd-vo «A TEMP», 2007. – 944
s. (in Russian)

8. Rossiya. Bol'shoj lingvostranovedcheskij slovar' / pod
obshh. red. Ju.E.Prohorova. – M.: AST-PRESS
KNIGA, 2009. – 736 s. (in Russian)

* * * * *

Власова Ксения Анатольевна – аспирант кафедры русского языка и методики преподавания Института филологии и межкультурной коммуникации Казанского федерального университета.

420008, Россия, Казань, ул.Кремлевская, 18.
E-mail: vlasova-kseniya@mail.ru

Vlasova Kseniya Anatolevna – graduate student, Department of Russian Language and Instruction, Institute of Philology and Intercultural Communication, Kazan Federal University.

18 Kremlyovskaya Str., Kazan, 420008, Russia
E-mail: vlasova-kseniya@mail.ru

Поступила в редакцию 26.02.2015