

**Круглый стол**  
**«СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ**  
**ИССЛЕДОВАНИЯ ЛЕКСИЧЕСКОЙ СЕМАНТИКИ»**

**Н. А. Волковинская**

**НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА ЛЕКСЕМЫ ХЛЕБ**

В большинстве кухонь мира насущным продуктом на протяжении веков является хлеб. Будучи одним из наиболее употребляемых продуктов, он также обладает высоким символизмом, издревле ассоциируется с самой жизнью. В британской *гастрономической картине мира* особое место принадлежит хлебу и выпечке. Лексема *bread* ‘хлеб’ относится к старейшему пласту гастрономической лексики английского языка, а хлеб считается самым древним продуктом питания, появившимся в Англии. В числе наиболее популярных гастрономических номинаций хлеб занимает первое место. Не меньшую роль играет данное изделие и в русской пищевой культуре.

Материалом для исследования национально-культурной специфики лексемы *хлеб* в русском и английском языках послужили данные авторского свободного ассоциативного эксперимента с носителями английского языка и данные Русского ассоциативного тезауруса. На основании вербальных реакций, полученных от респондентов и извлеченных из словаря, были смоделированы ассоциативные поля (АП) “Bread” и “Хлеб”, проведено их сопоставление на уровне структуры и содержания.

В структуре АП “Bread” было выделено 13 семантических групп, объединивших полученные реакции на основании общности семантики: *Сопутствующие продукты, Цитатная, Изделия, Составные блюда, Компоненты изделий, Кухонные инструменты, Характеристики изделий, Действия, Место, Лица, Время, Психофизиологическое состояние, Диета*. Примечательно, что количество и наименования групп, включивших ответы носителей русского языка на стимул хлеб, идентично. Однако следует отметить, что их иерархия отличается. Так, ядерной группой в английском поле является группа *Сопутствующие продукты*. Номинации изделий, употребляющиеся вместе, обнаруживают наличие ассоциативной связи. Эта группа включает самую частотную реакцию *butter* ‘масло’. В то время, как в русском поле данная группа относится к периферии и за исключением встретившейся 5 раз реакции *молоко*, содержит лишь 5 единичных ответов (*вино, и сало, сало, сок, чай*).

Ядерной группой в русском АП является группа *Изделия*, включившая внушительный список разновидностей хлеба (*черный, белый, ржаной, булка батон, каравай, пшеничный, сдобный, булочка, лаваш, орловский, подовый* и др.) У носителей английского языка такого количества видов хлеба среди ответов зафиксированно не было.

Показательным является сопоставление группы *Цитатная*. Данные русскими респондентами реакции (*насущенный, соль, всему голова, жизнь, богатство, голова, и соль, золото, наше богатство, всему голова!, единый,*

*и вода, и зрелище, Христос, наш, свет*) указывают на совершенно особое благоговейное отношение к хлебу. Содержательное наполнение этой группы в английском поле отличается. Так, самая частотная реакция *butter* ‘масло’, отсылающая нас к идиоме *bread and butter* ‘средства к существованию’, и такие зафиксированные ответы, как *money* ‘деньги’, *water* ‘вода’, *life* ‘жизнь’, *daily* ‘насущенный’, *circuses* ‘зрелищ’, *winner* ‘добытчик’, не акцентируют внимание на сакральности этого продукта.

Группа *Характеристики изделий* в английском языке включает лишь 3 единицы (*smell* ‘запах’, *toasted* ‘поджаренный’ и *nice* ‘вкусный’), в то время как у носителей русского языка в сознании всплыли иные, более разнообразные описания исследуемого продукта (*черствый, свежий, мягкий, вкусный, теплый, горячий, душистый, дорогой, вкус, запах, ароматный, горький, густой, домашний, жесткий, общий, печеный, плохой, пышный, съедобный, хороший, черный мягкий с хрустящей корочкой*).

Семантические группы *Компоненты изделий* сходны наличием общих членов (*буханка* и *кусочек*), а отличаются фиксацией в английском поле таких единиц, как *wheat* ‘пшеница’, *starch* ‘крахмал’ и *dough* ‘тесто’, а в русском – *корка* и *кусочек*.

Группа *Действия* в русском поле представлена разнообразнее: если носители английского языка отреагировали двумя реакциями (*eat* ‘есть’ и *knead* ‘замешивать’), то в русском АП членов этой группы насчитывается уже 16 (*есть, купить, кушать, печь, труд, береги, берегите, беречь, жевать, жрать, испечь, не хочу, подорожал, резать, созрел, экономить*).

Семантическая группа *Кухонные инструменты*, помимо общей для обоих полей реакции *knife* ‘нож’, включает и такие единицы, как *oven* ‘духовка’, *basket* ‘корзинка’ и *bin* ‘контейнер’.

Таким образом, сопоставление ассоциативных полей «Хлеб» как моделей психолингвистического значения лексемы *хлеб* выявило сходства и различия на уровне структуры и содержания. Поля совпадают по наличию общих семантических групп и общих реакций, но отличаются их иерархией и содержательным наполнением.

Анализ полей показал, что хлеб занимает важное место в обеих культурах. В обоих полях зафиксировано присутствие хлеба как ежедневного продукта питания. В обеих культурах хлеб ассоциируется с формой, местом хранения и употребления, ингредиентами, а также продуктами питания, традиционно употребляемыми вместе. Носителей обоих языков отметили калорийность этого изделия, что отражает современную тенденцию избегания лишних калорий.

Содержательный анализ представленных реакций выявил отличия во вкусовых предпочтениях англичан и русских. Это подтверждается единицами, входящими в группу *Сопутствующие продукты* и *Изделия*. Высокочастотная реакция *черный* вербализует популярность этого вида хлеба у русского человека и является отражением национально-культурной специфики лексемы *хлеб*.

Сопоставительный анализ показал, что у русского народа укоренено особое и бережное отношение к хлебу. Хлеб трактуется как святыня, дар Божий, как нечто сакральное. Особое почитание хлеба отражают и встретившиеся фразеологические единицы. Реакция *хлеб-соль* обнажает национальную специфику русского гостеприимства.

В русском поле зафиксирован ряд абстрактных понятий, таких как *тепло, свет, радость, мир* и др., в то время как в английском поле преобладают ассоциации, связанные с материальными предметами и с сопутствующими продуктами.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что национально-культурная специфика лексемы *хлеб* проявляется в символично-обрядовой характеристике хлеба, отношении к нему как к святыне в русской культуре. В то время как у представителей английской культуры он предстает как важный продукт ежедневного употребления и ассоциируется прежде всего с продуктами, с которыми он традиционно употребляется.