

Беларусь – родина универсальных дизайнеров, создающих художественные концепции и технологии, соответствующие им практически в любых сферах. Органичность, соотнесенность с контекстом, культурой и временем. Дизайнеры работают в самых разных стилях – от плакатов до живописи, от промышленного дизайна до боди-арта.

Каждый из нас принадлежит конкретной национальной традиции, формирующей у нас своего рода бессознательные культурные коды, и одновременно неисчерпаемому Космосу мировой культуры. Реализуя свои цели и возможности в практике рекламы, графического дизайна или архитектуры, мы осознанно или бессознательно выбираем определенные темы, формы и приемы, благодаря которым выражаем собственное видение себя и мира. Несмотря на это, одно утверждение остается бесспорным: хороший дизайн всегда будет хорошим дизайном, невзирая на время или традицию, в которой он формируется.

Восприятие искусства существует вне культурных и географических границ; и это больше, чем сумма наших знаний и убеждений. Понимание дизайна – интернациональное и универсальное чувство, которое ощущают все, вне зависимости от цвета кожи или национальности.

### ***Омарова Ф. Т., Аллахвердиева Л. Г. Концепт «еда» как фрагмент национальной культуры в диалоге культур***

Еда составляет неотъемлемую часть национальной жизни народов мира. Эту тесную связь мы видим в поговорке «Dis-moi ce que tu manges - je te dirai qui tu es», «Скажи, что ты ешь, и я скажу, кто - ты». Французский лингвист Ж. Лакруа в своей статье, посвященной вопросу восприятия народа через призму его национальной кухни, пишет о том, что французы ассоциируются со словосочетаниями «vin rouge» и «rain blanc». Это является одним из немногих доказательств того, что большую ценность для французов представляют и вино, и хлеб — именно эти два продукта, которые приобрели символическое значение для французской культуры и являются визитными карточками Франции в мире. Речь идет о символизме в материальной культуре, а именно в лингвокультурологическом поле «еда».

Н.Д. Арутюнова полагает, что базой для образования концепта служат лишь те явления реальной действительности, которые становятся объектом оценки, а для того, чтобы оценить объект, человек должен «пропустить» его через себя. Именно этот момент «пропускания» и оценивания является моментом первичного образования того или иного концепта в сознании носителя культуры.

О понятии «еда» можно справедливо говорить как о культурном концепте. Согласно теории Ю.С. Степанова, в его составе можно выявить ряд признаков, позволяющих интерпретировать его как концепт культуры. Концепт, прежде всего, должен иметь значение, или денотат, и смысл. Согласно толковым словарям лексема «еда» имеет следующие значения: 1) собирательное значение всех пригодных для человека в пищу кушаний; все, что съедобно; 2) процесс приема пищи; 3) блюдо, кушанье.

Смыслы данного понятия можно разделить на биологические – насыщение организма человека питательными веществами, необходимыми для поддержания жизни; культурные – приобщение посредством питания к определенной традиции, принятой в той или иной национальной общности; философские – пища как феномен Бытия; психологические – получение чувства уверенности и защищенности, религиозные – связь с той или иной религией.

Поскольку еда является первоосновой физического существования человека, то практически в любой культуре она приобретает мистическое, обрядово-ритуальное и символическое значение, которое закрепилось также и на лексико-фразеологическом уровне языка.

Следует отметить, что невербальный «язык пищи» является одним из важнейших культурных кодов. Основной смысл, выражаемый этим языком, преломляется в различных религиозных системах. Символика пищи тесно связана с определенными религиозными мотивировками, центральными из которых являются посты.

Национальные особенности той или иной кухни ярко выражены в географически маркированных номинациях блюд и напитков, в которых производной основой выступает название города, района, области или страны.

Лексические единицы, номинирующие блюда и напитки, можно распределить по следующим тематико-когнитивным блокам:

1) Названия блюд и напитков по имени собственному: говядина по-строгановски, каша Гурьевская, Coquilles Saint Jacques (морские грешки), сыр Vjelke Blue (Бьелке Блю).

2) Названия блюд и напитков по географическому имени страны: пельмени по-китайски, paella à l'anglaise, Turkish delight («турецкий восторг», рахат-лукум), говядина по-голландски с маринованными грибами.

3) Названия блюд и напитков по названию городов, краёв, областей: Béarnaise sauce (беарнский соус), Vœuf bourguignon (говядина по-бургундски), pâtes au jambon de Parme, пончики московские, миланское пирожное, архангельские колобки, Devonshire cream (сливочный варенец).

4) Названия блюд и напитков по роду деятельности лица: Chasseur (соус охотничий), соус по-матросски, ploughman's lunch («завтрак пахаря»), shepherd's pie («пирог пастуха» — картофельная запеканка с молотым мясом) poulet fermière au riz (домашняя курица с рисом).

5) Названия блюд по социальному статусу потребителя: Croque madame (горячий бутерброд с сыром, ветчиной и яичницей), королевский пунш - Glassé, пасха царская, мясо по-боярски, жаркое по-купечески, картофель по-крестьянски.

6) Названия блюд по месту приготовления: картофель по-деревенски, сухари городские, щука по-сельски, колбаса домашняя.

7) Названия блюд и напитков по основному ингредиенту: Galette de Sarrasin (блины из гречневой муки), Chou farci (фаршированная капуста), Cuisses de grenouilles (лягушачьи лапки), щавельник, свекольник, макаронник, , apple pie (яблочный пирог).

8) Названия блюд и напитков по способу приготовления: Fruits confits (засахаренные фрукты), Lie flottante (взбитые сливки), вареники, заливное, mashed potatoes (букв. «размятый картофель», картофельное пюре), scrambled eggs (яичница-болтунья).

9) Названия блюд и напитков по цвету: Boudin noir (кровяная колбаса), Boudin blanc ( колбаса из белого мяса, куриного мяса), зелёный борщ, соусы красный, белый, коричневый (шофруа)\ golden syrup dumplings (клёцки в золотистом сиропе), red meat («красное мясо»), white coffee («белый» кофе, кофе с молоком).

10) Названия блюд и напитков по их основному качеству: *Carre au four* (карп, запеченный в тесте), *Fondant au chocolat* (тающий во рту шоколадный десерт), холодник (холодный суп), *warm crab and lemon dip* (тёплый соус с крабами и лимоном), соус кисло-сладкий.

11) Названия блюд по форме: *Tournedos* (маленькие прямоугольные вырезки поперек волокон и гриллированные), пирожное кольцо с орехами, пирожное корзиночка с желе и фруктами, ушки с грибным фаршем. *Thai chicken balls* (куриные шарики по-тайски).

12) Названия блюд по различным событиям, торжествам и праздникам: пасхальный кулич, поминальная кутья, свадебный каравай, *birthday cake* (именинный пирог), *Christmas cake* (рождественский пирог).

13) Названия сортов вин с использованием топонимов: бургонское (по имени французской провинции *Bourgogne*), кагор (по названию города *Sahors* во Франции), Лиссабон (*Lissabon* столица Португалии), хванчкара (по названию села в Амбролаурском районе Грузии).

14) «Названия коньяков с использованием топонимов»: *Chateau de Beaulon* (Шато де Болон), «Гурзуф» (посёлок городского типа в Крыму), «Арагат» (потухший вулкан на востоке Турции около границы с Арменией), «Ереван» (столица Армении);

15) Названия минеральных вод с использованием топонимов: виши — по городу Виши (Франция), эссенуки - лечебные солянощелевые минеральные воды разных свойств и температур, каждый из видов имеет собственный номер, названы по имени города-курорта Эссенуки на Северном Кавказе; дилижан — по городу Дилижан в Армении; сельтерская (зельтерская) — питьевая вода, источник которой находится в деревнях Нидерзельтерс и Оберзельтерс (Германия).

Таким образом, культурные смыслы продуктов питания различны в разных национальных культурах и разных мировых религиях. Однако всех их объединяет смысл культурной интеграции, осознания себя частью определенного общества с его устоями, традициями и моралью. Унификация процесса принятия пищи может негативно сказаться на выражении культурной идентичности, стирая границы «своего» и «чужого».

## Литературы

1. Арутюнова Н. Д. Образ человека в культуре и языке / Н. Д. Арутюнова. - М., 1999.

### **Самусева А., Дроздович О. М. Идеи Льва Гумилева в осмыслении процессов глобализации**

В.М. Межуев указывает на «усиливающуюся взаимозависимость национальных государств и регионов, образующих мировое сообщество, их постепенную интеграцию в единую систему с общими для всех правилами и нормами экономического, политического и культурного поведения»[1]. С. Панарин считает, что глобализацию «определяют как процесс ослабления традиционных территориальных, социокультурных и государственно-политических барьеров, некогда изолировавших народы друг от друга, но в то же время предохранявших от неупорядоченных внешних воздействий, и становление новой, беспротекционистской системы международного взаимодействия и взаимозависимости»[2]. Наиболее болезненно сегодня звучит проблема сохранения национального самосознания в связи с нарастающим миграционным кризисом.

Обратимся в данном контексте к идеям Л. Гумилева, его теории этногенеза. Л. Гумилев оригинально и нетрадиционно рассматривает процесс происхождения этносов и национальных конфликтов, образования национальных государств. За гумилевскими понятиями «этногенез», «пассионарность», «консорция», «этническая история» лежит путь к самопознанию человеком самого себя, к пониманию современных процессов, особенно драмы межнациональных отношений. Гумилев считает, что социальная и этническая история не подменяют друг друга, а дополняют представления о процессах, происходящих на Земле, и связанных с образованием этноса, нации. По Л. Гумилеву, человек есть часть биосферы и он находится под воздействием энергии солнца, космической энергии. Воздействие этой энергии на человека является причиной этногенеза, т. е. происхождения, развития и исчезновения этносов. Благодаря энергетическому импульсу - пассионарному толчку, старые этносы исчезают и появляются новые. Например, мы только из истории знаем, кто такие халдеи, шумеры, вятичи; что не было раньше англичан,