**Лингвоаксиологический анализ понятия English tea**

**Бухтоярова С.С.**

*Студент*

*Государственный университет просвещения, факультет романо-германских языков, Мытищи*

*Bukhtoyarovasonya@gmail.com*

Великобритания является одним из крупнейших потребителей чая в мире. Чай считается важной частью британской идентичности и является характерной чертой британской культуры и общества. Изначально чай был напитком элиты, но постепенно распространился и стал популярным среди всех классов. Он по-прежнему считается важной частью британской идентичности и характерной чертой британской культуры и общества. Чай явился идеологическим и финансовым инструментом строительства Британской империи: с одной стороны, британцы массово становились потребителями продукта из другой части света, с другой стороны, при расширении границ империи чай становился продуктом, производимых в том числе и в Британской империи. Пропаганда более полезного, безалкогольного напитка обусловила популярность напитка и формирование культуры и ритуалов его потребления [3]. Следовательно, чай лежит в основе британской идентичности, являясь ее ценностью. В трактате «Tea. Its Mystery and History» указывается, что чай улучшил характер нации, предпочетшей его алкогольным напиткам, и поэтому может быть сравним с ненаписанной английской конституцией и климатом [2].

А.В. Павловская в книге «*England and the English*» пишет, что чай — это не только важная часть культуры, но и сам по себе – акт социального взаимодействия, ценность которого состоит в восстановлении душевного спокойствия и приведении чувств в норму [5]. Чаепитие как аксиологический феномен является глубоко укоренившейся традицией, которая обросла ритуалами и атрибутами. Все содержащиеся в этой традиции аксиологические смыслы получили вербальную репрезентацию.

Считается, что создателем традиции *five o’clock tea* является Анна Бедфордская, которая ввела моду пить чай с сэндвичами между обедом и поздним ужином. Со временем традиция обросла лингвокультурными особенностями, которые вербализуются в выражениях *high tea/ meat tea* «ранняя вечерняя трапеза низших классов, которые усердно трудились от рассвета до заката», *low tea* «небольшой прием пищи между обедом и ужином у высших классов» [4], *afternoon tea*.   Хотя чайная традиция соблюдается не так строго, как раньше, во многих отелях и гостиницах сохраняется мода на проведение чайной церемонии как дань уважения традиции, имеющей ценность идентичности, и для демонстрации аутентичной чайной культуры иностранцам в качестве «достопримечательности».

Чаепитие как ценность оказывает влияние на английский язык, обусловив появление новых выражений. Одним из таких примеров является *tea dress* – платье свободного кроя из лёгкой ткани, с принтом в мелкий цветочек, не требующее ношения корсета в Викторианскую эпоху в Англии, его легко было надеть самостоятельно без помощи прислуги и спуститься в гостиную к чаю [1]. Идиомы *tempest in a teapot, storm in a teacup* «буря в стакане воды» обозначают небольшое событие, которому неправомерно придается большое внимание. Чайная чашка и чайник сопоставляются с небольшим замкнутым спокойным пространством. В выражении *tea and sympathy,* означающей проявление сострадания, сочувствия к тому, кто расстроен, ценность чая вербализируется через его соположение с сочувствием и состраданием, что подчеркивает положительную коннотацию напитка и ритуала. Идиома *it's (not) my cup of tea* «это не в моем вкусе» берет свое начало в Англии. Аксиологическое содержание идиомы заключается в том, что чай и связанные с ним ритуалы рассматриваются как ценность, сопоставимая с личностью человека, его интересами и пристрастиями. Идиома *not for all the tea in China* подчеркивает высокую стоимость чая, с которой сложно конкурировать, и, следовательно, его ценность. Выражение *to spill the tea* «обсуждать сплетни, скандалы или крайне интересные новости» ассоциируется с неформальными встречами, где люди делятся последними новостями. Чай выступает метафорой важной информации, которую следует скрывать, что указывает на положительную коннотацию чая. Подобную коннотацию находим и в идиоме *to take tea with somebody* «иметь с кем-либо отношения, вести дела», где чаепитие ассоциируется с сутью деловых взаимоотношений, в том числе с обладанием и обменом информацией.

В литературе XIX века чай является частью образа национального героя или национальной традиции, сопоставимой с национальной идентичностью. Так, в романе «*Sad Cypress*» медсестра говорит, что нет ничего лучше, чем чашка хорошего крепкого чая. «*Well, dear, I can always do with a cup of tea. I always say there’s nothing like a nice cup of tea — a strong cup*!». Главный герой повести Б. Джеймса «*Peter Pan and Wendy*» на вопрос: «*Would you like an adventure now … or would you like to have your tea first*?» – получает немедленный ответ: «Сначала чаю, пожалуйста». Сэр Томас из романа Дж. Остин «*Mansfield Park*» категорически отвергает суп, говоря: «*But indeed I would rather have nothing but tea*». Данные примеры подтверждают ценность чая в английской культуре как архетипа британской личности.

Таким образом, чай и чаепитие обладают аксиологической коннотацией в британской лингвокультуре и рассматриваются как ценность. Ритуалы и предметы, связанные с чаепитием, отражают историю Великобритании как крупной колониальной империи, ее взлеты и падения, ее идеологические доминанты. Также чай и чаепитие стали синонимом британской культуры для представителей других культур, хотя это представление является стереотипом, оно базируется на распространенных образцах поведения. Положительная коннотация чаепития, проявляющаяся в идиомах, включает следующие ценностные смыслы: чай – империя, чай – британская идентичность, чай – политическая и экономическая идеология, чай – британская консервативность и законность, чай – сочувствие, чай – неформальная домашняя ситуация, чай – небольшое спокойное пространство, чай – личность человека.

**Литература**

1. Балта М.В.  Англицизмы в русском фэшн-лексиконе // Лингвистика и профессиональная коммуникация: Сборник научных трудов по материалам II Всероссийской научно-практической студенческой конференции с международным участием. Ярославль: Изд-во ЯГТУ. C. 71-77.

2. Day S.P. Tea, Its Mystery and History. Simpkin, Marshall & Company, 1878. 92 p.

3. Fromer J.E. A Necessary Luxury: Tea in Victorian England. Ohio University Press, 2008. 393 p.

4. Gleason C. The Biography of Tea. Crabtree Publishing Company, 2007. 32 p.

5. Pavlovskaya A.V. England and the English. M.: Moscow University Press, 2005. 270 p.