

Внешность человека в отражении пищевой метафоры

Мужейко И.А.

Международный университет «МИТСО», Витебск

В статье рассматриваются адъективные устойчивые сравнения (АВС), транслирующие пищевую метафору с позиции лингвокультурологии и когнитивной лингвистики.

Цель статьи – выявить общие и этнокультурные кулинарные метафоры на примере адъективных устойчивых сравнений славянских, балтийских и германских языков.

Материал и методы. *Материалом настоящего исследования выступают адъективные устойчивые сравнения ряда славянских, балтийских, германских языков. При обработке фактического материала, полученного методом сплошной выборки из сопоставимых лексикографических источников, использовались описательный и сопоставительный методы.*

Результаты и их обсуждение. *В ходе работы составлено представление о том, как образно отражается человек в зеркале пищевой метафоры и какие гастрономические образы, закрепленные в адъективных устойчивых сравнениях, свойственны различным этнокультурам, а какие носят общий характер.*

Заключение. *Проведенное исследование показывает продуктивность пищевой метафоры во фразеологических единицах, в частности, АВС изучаемых языков, что свидетельствует о высокой степени значимости гастрономической сферы в жизнедеятельности человека. Приведенные примеры указывают не только на национально-специфические, но и общие образы, выстроенные на миропонимании пищи и ее компонентов.*

Ключевые слова: *пищевая/кулинарная метафора, устойчивое сравнение, эталон, этноэквивалент, национально-культурная специфика.*

(Ученые записки. – 2022. – Том 36. – С. 140–143)

Human appearance in the reflection of the food metaphor

Muzheyko I.A.

International University "MITSO", Vitebsk

The article deals with stable adjective similes (AS), which translate a food metaphor from the standpoint of linguistic culture and cognitive linguistics.

The aim of the article is to identify common as well as ethnic and cultural culinary metaphors on the example of adjective similes of Slavic, Baltic and Germanic languages.

Material and methods. *The material of this study is adjective stable comparisons of a number of Slavic, Baltic, Germanic languages. Descriptive and comparative methods were used while processing the factual material obtained by continuous sampling from comparable lexicographic sources.*

Findings and their discussion. *In the course of the study, an idea was made of how a person is figuratively reflected in the mirror of a food metaphor and which gastronomic images fixed in adjective similes are characteristic of various ethnic cultures, and which are of a general nature.*

Conclusion. *The conducted research shows the productivity of the food metaphor in phraseological units, in particular the AS of the studied languages, which indicates a high degree of importance of the gastronomic sphere in human life. The examples given indicate not only nationally specific but also general images built on the worldview of food and its components.*

Key words: *food/culinary metaphor, simile, standard, ethnic equivalent, national and cultural specificity.*

(Scientific notes. – 2022. – Vol. 36. – P. 140–143)

Картина мира, создаваемая языком, теснейшим образом связана с культурой народа, а ее лингвокультурологическое и когнитивное осмысление возможно посредством актуального в последние годы сопоставления представлений о человеке и окружающем его мире, отраженных во фразеологии того или иного языка. «Использование образных чувственно-наглядных конкретных эталонов объектов действительности дает носителю языка больше шансов глубже выразить идеи и избежать многословных пояснений» – утверждает Е.М. Маркова [1, с. 194], развивая мысль Е.В. Рахилиной: «Картина проще слов. Рисунок является пространственной моделью, отображающей то, как человек воспринимает окружающее его пространство» [2, с. 235].

Одним из способов чувственно-наглядного отражения действительности выступает метафора, постоянно подпитывающая исследования как лингвистов и литературоведов, так и психологов, социологов, философов, культурологов, а процесс метафоризации предстает умам ученых не только номинативным средством языка, но и способом миропонимания. Е.А. Юрина утверждает, что «современная когнитивная теория метафоры доказательно развивает тезис Дж. Лакоффа и М. Джонсона о том, что метафорическое моделирование является одним из основных познавательных процессов в ментальной деятельности человека. Мы познаем что-то новое по аналогии с уже известным, осмысливаем нечто абстрактное по образу и подобию чувственных и зримых феноменов» [3, с. 207]. Все это объясняет тот факт, что современное языкознание активно исследует метафорические средства языка в создании общей и национально-культурно окрашенной языковых картин мира.

В данной работе мы рассматриваем понятие пищевой метафоры, определяемой Е.А. Юриной как «концептуальной модели осмысления различных явлений окружающего мира и внутреннего мира человека в терминах еды и гастрономии» [4, с. 152]. В 2015 году в свет вышел первый том «Словаря русской пищевой метафоры» [5], в котором собраны языковые, речевые и авторские метафоры, устойчивые сравнения, идиомы, пословицы и поговорки, выражающие кулинарные образы русского языка.

Целью исследования является выявление общих и этнокультурных кулинарных метафор на примере адъективных устойчивых сравнений (АУС) русского, белорусского, чешского, болгарского, хорватского, латышского, английского и шведского языков.

Материал и методы. Материалом настоящего исследования выступают адъективные устойчивые сравнения ряда славянских, балтийских, германских языков. При обработке фактического материала, полученного методом сплошной выборки из сопоставимых лексикографических источников, использовались описательный и сопоставительный методы.

Результаты и их обсуждение. Адъективные устойчивые сравнения составляют особую группу фразеологических единиц, выделяемую в лексике любого языка, и посему являются универсалией. Они обладают всеми признаками фразеологизмов (устойчивостью, воспроиз-

водимостью, отдельнооформленностью, экспрессивностью) и наиболее важным для понимания – образностью. Процесс преобразования устойчивых сравнений из свободных словосочетаний сопряжен с метафоризацией последних, «формированием образа устойчивых сравнений на основе первичных значений слов в прототипной ситуации» [6, с. 126]. В связи с этим неслучайно использование в данных фразеологических единицах конкретных наименований будь то растения, блюда, продукты питания и многие другие, создающие у реципиента чувственно-наглядное представление, которое обеспечивает образность устойчивых сравнений.

В связи с тем, что образность и есть та картина, которая способствует лучшему восприятию окружающего мира, рассмотрим подробнее механизм ее достижения. «В структуре устойчивого сравнения степень признака второго элемента (образной основы, эталона) сравнения всегда оказывается объективно значительно выше степени признака, проявляющего в первом элементе (основании) сравнения. В результате отождествления признаку второго элемента признак первого элемента усиливается количественно до степени признака второго элемента» [6, с. 125]. Например, в устойчивом сравнении красный как говядина слово *говядина* является выразителем признака человека по цвету лица, но темно-красный, почти коричневый оттенок красного все же неестественен для цвета кожи людей. Очевидно, субъект может покраснеть, однако обрести такой оттенок здоровый с физиологической точки зрения человек не может. Как становится понятным из приведенного примера, такое усиление носит субъективный характер, поскольку объективно степень признака первого элемента остается, конечно, прежней.

Таким образом, сближение трудно сопоставимых понятий активизирует психическую деятельность реципиента (читателя и слушателя), создает эмоциональное напряжение, строит образ, делая высказывание экспрессивным. Принадлежность сравниваемых объектов к далеким сферам влечет за собой целый шлейф дополнительных ассоциаций, что не только дает информацию, но и усиливает экспрессивный эффект: чем дальше друг от друга в реальности сравниваемые объекты, тем ярче их экспрессия.

Рамки данной работы позволяют нам охватить лишь небольшую часть АУС русского, белорусского, чешского, болгарского, хорватского, латышского, английского и шведского языков, эталонами которых являются наименования различных продуктов питания, включая как готовые блюда, так и исходные ингредиенты, характеризующие человека.

Тематика фактического материала обусловлена целью составить представление о том, как образно отражается человек в зеркале пищевой метафоры и какие гастрономические образы, свойственные национальным культурам, закрепились в адъективных устойчивых сравнениях.

Еда – неотъемлемая часть жизни человека, так как является одним из условий его существования. Эволюция людей сопровождается эволюцией пищи, которая все больше претендует на звание «кулинарный шедевр», чем источник энергии и «строительного

материала» организма, и для жителей развитых стран еда становится источником удовольствия. Очевидно, такое сложившееся представление свойственно не всем народам, так как проблема голода остается актуальной даже в начале XXI века во многих районах Африки, Азии и Латинской Америки.

Рассмотрим подробнее сквозь призму пищевой метафоры внешность человека, в частности, форму, цвет кожи, характеристику органов с целью выявления общих и культурно-специфических фразеологических единиц и, как следствие, фрагментов языковых картин мира указанных народов.

Яйцо – как символ начала, происхождения, бытия, возникновения мира в первоначальной пустоте – зафиксировано в качестве образной основы ряда АУС, характеризующих внешний облик с разных сторон. В русской, латышской и английской лингвокультурах голова сопоставляется с этим продуктом, но основания и основы сравнения разные. Например, латышам интересна ее форма: *apals k̄a ola* ‘круглая как яйцо’, в то время как русским и англичанам – отсутствие волосяного покрова: русск. *лысая как яйцо* – англ. *as bald as an egg* ‘лысый как яйцо’. К слову, в американской культуре яйцеголовым насмешливо-пренебрежительно называют умника, интеллектуала, а в более узком смысле – сумасшедшего ученого. В 1980-х годах это понятие проникает и в русский язык. Изображали таких ученых обычно лысыми, благодаря чему особенно хорошо видна форма черепа, вытянутого кверху напоподобие яйца. Отличаются русское и английское сравнение субъектами, так как в русском характеризуется голова человека, а в английском – сам человек.

Яйцо также выступает эталоном белизны кожи в белорусском и хорватском языках: бел. *белы як яйцо* – хорв. *bijel kao jaje* ‘белый как яйцо’. Как известно, при термической обработке белок яйца становится насыщенного белого цвета, что, видимо, и легло в основу возникшей ассоциации.

Помимо цвета кожных покровов с *яйцом* сравнивают форму тела в белорусской культуре: *круглы як яйцо*, а красоту – в болгарской: *красив като писано яйце* ‘красивый как расписанное яйцо’. Прозрачна аналогия яйца и, как и пышнотелого, так и привлекательного человека, поскольку пасхальные яйца всегда отличались изящными орнаментами.

Одним из распространенных продуктов, используемых в качестве эталона АУС, выступает *молоко*. Это продукт вошел в рацион крестьян и скотоводов Западной Европы около 10 тысяч лет назад, что относительно недавно, если принять во внимание 300-тысячелетнюю историю человечества. Исследования показывают, что не все современные жители Земли потребляют молоко в равной мере: азиаты, многие африканцы и южноамериканцы пьют его меньше, так как обладают его непереносимостью из-за отсутствия лактазы – фермента, расщепляющего особый тип сахара (лактозу).

С 2000-х годов в Китае проводится государственная политика по поощрению потребления молока и молочных продуктов, так как они полезны для здоровья благо-

даря содержанию таких питательных веществ, как белки, жиры, кальций, витамин D. В связи с этим Республика Беларусь воспользовалась сложившейся ситуацией и занимается поставками данных товаров в дружественную страну с полутора миллиардным населением.

Таким образом, европейцы с *молоком* сравнивают цвет кожи: русск. *белый как молоко* – бел. *белы як малако* – хорв. *bijel kao mljeko* ‘белый как молоко’ – лат. *balts kā piens* ‘белый как молоко’ – англ. *as white as milk* ‘белый как молоко’, а чехи также характеризуют седовласых, используя АУС *білы jako mléko* ‘белый как молоко’.

Общеизвестно, что молоко является исходным материалом для производства других не менее полезных продуктов, таких как *сметана*, *творог*, *сыр*, *сливочное масло*. С эталоном *сметана* в русском и белорусском языках сравнивают белокожего человека: *белый как сметана* – бел. *белы як смятана*, в то время как побледневшего чехи сравнивают с *творогом*: *bledý jako tvaroh* ‘бледный как творог’. Ассоциации с молочными продуктами очевидны, так как будь то молоко, или сметана, или творог сами являются того или иного оттенка белого цвета. Но в белорусской культуре человека с белым лицом сравнивают с *сыром*: *белы як сыр*. Выскажем предположение, что так говорят о белокожих с легкой желтизной (вызванной, возможно, болезнью), потому что сыры бывают не только белые, но и различных оттенков желтого вплоть до оранжевого.

Еще один молочный продукт – *сливочное масло* – выступает эталоном характеристики человека только в английском языке, но не для описания тона кожных покровов, а для описания телосложения: *as fat as butter* ‘жирный как сливочное масло’. В данном случае аналогия прослеживается не по цвету, а по содержанию жира.

Продукты растительного происхождения также нашли свое отражение в АУС языков исследования. Самым частотным является *яблоко*, так как ареал этой плодовой культуры весьма широк и включает территории стран, языковые единицы которых мы анализируем. Данный фрукт в христианстве обладает рядом символических значений, как то плодородие, любовь, радость, а также обманчивость и смерть. Яблоко предстает эталоном красного цвета лица, румяного человека, а также качества его кожи. Обратимся к примерам. В русском, чешском, болгарском и латышском языках было зафиксировано соответствие устойчивых сравнений: русск. *румяный как яблоко* – чешск. *červený jako jablčko* ‘красный как яблоко’ – болг. *румен като ябълк* ‘румяный как яблоко’ – лат. *sārts kā ābols* ‘румяный как яблоко’.

При характеристике текстуры кожи славяне используют *яблоко* как образную основу в описании как пожилых, так и молодых людей. Выбор зависит от того, какой плод имеется в виду – подвергшийся термической обработке или свежий: русск. *морщинистый как печеное яблоко* – бел. *маршчыністы як печана яблыка* – чешск. *scvrklý jako křízala* ‘сморщенный как сушеное яблоко’ – болг. *набръчкан като печена киселица* ‘морщинистый как печеное яблоко’ и бел. *гладкі як яблычка*.

Уподобление предметов красного цвета и зардевшихся людей прослеживается на общих и национально-

маркированных примерах анализируемых лингвокультур. Изменение тона кожных покровов обусловлено приливом крови к капиллярам в верхних слоях дермы, но, очевидно, человек не может быть столь интенсивно красного цвета как помидор, свекла или различные ягоды. Так, к общим мы отнесли следующие цепочки АУС: русск. *красный как свекла* – бел. *чырвоны як бурак* – лат. *sarkans kā biete* ‘красный как свекла’ – англ. *as red as a beet* ‘красный как свекла’, русск. *красный как помидор* – бел. *чырвоны як памідор* – швед. *röd som en tomat* ‘красный как помидор’, русск. *красный как вишня* – англ. *as red as a cherry* ‘красный как вишня’, русск. *красный как клюква* – бел. *чырвоны як брусніка* – чешск. *červený jako malina* ‘красный как малина’. В последней цепочке все образные основы называют ягоды красного цвета, произрастающие на территории всех трех государств, но, видимо, значимость каждой из них для населения привела к фиксации в устойчивых сравнениях в качестве эталонов. К слову, брусника изображена на гербе Шарковщины, что подтверждает наше предположение, а чехи, хотя и празднуют урожай каждого фрукта и овоща отдельно, не обошли вниманием и малину. Отмечают его в конце лета и устраивают различного рода торжества.

К национально-специфическим мы отнесли: русск. *красный как говядина*, болг. *червен като ябълк* ‘красный как яблоко’, хорв. *crven kao paprika* ‘красный как стручковый перец’.

Еще одним эталоном красноты является продукт питания животного происхождения, распространенный в Европе, – *рак*. Небезызвестно, что эти членистоногие предпочитают чистую воду рек, а до бурного роста промышленного производства экологическая обстановка не вызывала опасений, что способствовало широкому ареалу их обитания. Этот факт объясняет возникновение АУС с этой образной основой во всех восьми языках исследования: русск. *красный как вареный рак* – бел. *чырвоны як рак вароны* – чешск. *červený jako rak* – хорв. *crven kao rak* – лат. *sarkans kā varīts vēzis* – англ. *as red as a boiled lobster* – швед. *röd som en kött kräfta*. Отметим, что только вареный рак приобретает красный цвет, хотя в чешском и хорватском языках существительное *рак* не пояснено прилагательным *вареный*, но, очевидно, оно подразумевается. В АУС чешского и болгарского языков закрепились названия продуктов животного происхождения для характеристики полноты/худобы и внешнего облика человека: чешск. *tlustý jako buřt* ‘толстый как сарделька’, болг. *слаб, мършав като пастърма* ‘худой, тощий как бастурма’, болг. *суха като пастърма* ‘худая как бастурма’ (о женщине) и чешск. *špinavý jako špek* ‘грязный как шпик (сало для смазывания сковороды)’ соответственно.

Незначительное количество сравнений с образной основой, называющей мясо и мясные продукты, обусловлено тем фактом, что они не входили в ежедневный рацион простых людей, хотя богатые сословия вполне могли себе это позволить. Неслучайно мясо считалось мерилом достатка, что связано с большими затратами времени и труда для его получения.

Мясо, как известно, ценный продукт, так как с ним в организм поступают незаменимые аминокислоты,

а также различные микроэлементы и витамины. Неслучайно вегетарианцы вынуждены принимать дополнительно ряд витаминных комплексов для восполнения недополучаемых веществ. Помимо прочего, современная биотехнология позволяет пусть и не в масштабах промышленного производства выращивать этот продукт «в пробирке». Однако, как и все новое, эта научная идея пока не вызывает доверия у населения.

Изделия из теста также нашли отражение в образных основах АУС, но общих фразеологических единиц не выявлено. Так, *колобок* в русской культуре ассоциируется с невысоким толстым человеком: *маленький, круглый как колобок*. Преимущественно к ребенку, девушке, молодой женщине применимо АУС *толстый(ая), круглый(ая) как пышка*. *Пряник* в белорусской культуре выступает эталоном розовощеких людей: *румяны як пернік*. Для чехов *лапша* стала мерилем худобы: *tenký, hubený jako nudle* ‘тонкий, худой как лапша’.

Заключение. Таким образом, рассмотренный материал – АУС русского, белорусского, чешского, болгарского, хорватского, латышского, английского и шведского языков – показывает продуктивность пищевой метафоры во фразеологических единицах исследуемых языков, что свидетельствует о высокой степени значимости гастрономической сферы в жизнедеятельности человека. Приведенные примеры указывают не только на национально-специфические, но и общие образы, выстроенные на миропонимании пищи и ее компонентов. Эти образы тесно связаны с физическим и психологическим состоянием человека посредством устойчивых ассоциаций, зафиксированных в сравнениях как модели познания окружающего мира и, в первую очередь, себя в нем. Безусловно, специфические АУС с кулинарной метафорой могут существенно обогатить иные лингвокультуры благодаря своей культурно-символической и культурно-ценностной значимости.

Литература

1. Маркова, Е.М. Внешность человека сквозь кулинарную метафору в русском и арабском языках / Е.М. Маркова, Эйсави Б.М. // Вестн. Моск. гос. обл. ун-та. – 2018. – № 3. – С. 193–204.
2. Рахилина, Е.В. Когнитивный анализ предметных имён: семантика и сочетаемость / Е.В. Рахилина. – М.: Русск. словари, 2000. – 416 с.
3. Юрина, Е.А. «Пищевая метафора»: объем и границы понятия / Е.А. Юрина // Вестн. Кемер. гос. ун-та. – 2015. – Т. 1, № 3(63). – С. 207–212.
4. Юрина, Е.А. Пищевая метафора в русском лингвокультурном дискурсе / Е.А. Юрина, А.В. Балдова // Язык и культура. – 2020. – № 50. – С. 152–169.
5. Словарь русской пищевой метафоры: Блюда и продукты питания / сост.: А.В. Боровкова [и др.]. – Томск: Изд-во Том. ун-та, 2015. – Т. 1. – 428 с.
6. Мужейко, И.А. Общее и национально-специфическое в адекватных устойчивых сравнениях славянских, балтийских, германских языках: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20 / И.А. Мужейко. – Витебск, 2019. – 212 л.

Поступила в редакцию 04.11.2022