

ФИЛОЛОГИЯ*(шифр научной специальности: 10.02.19)*

УДК 81

Н.Г. Склярова*Южный федеральный университет**г. Ростов-на-Дону, Россия*

panochka@bk.ru

Л.В. Косоножкина*Донской государственный**технический университет*

redaction-el@mail.ru

**ГАСТРОНОМИЧЕСКАЯ ФРАЗЕОЛОГИЯ:
ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ
И ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ
(НА МАТЕРИАЛЕ РУССКОГО И АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКОВ)**

[Natalia G. Sklyarova, Lyudmila V. Kosonozhkina

Gastronomic phraseology: the linguistic and cultural approaches

(on the material of the Russian and English languages]

It is carried out the comparative study of set expressions with gastronomic components in the Russian and English language and culture. The results of the research show that the gastronomic phraseological system includes fusions, unities and combinations, as well as proverbs and sayings of different etymology which may possess similar or opposite meanings and display certain variation of their elements. They reflect international features of Russian and English cultures due to the analogous associations caused by food products, the unity of cognitive processes of human mind and mutual penetration of cultures. Their national features are determined by extralinguistic factors, namely, peculiarities of material and spiritual culture and historical development of each nation.

Key words: linguistic study of culture, phraseological units, proverbs and sayings, gastronomic lexical component, world picture.

Первичной и основной областью появления и существования ценностей культуры является быт, где особое место как жизненно значимый феномен занимает гастрономия [4, с. 1]. Ежедневное употребление и приготовление пищи обуславливает тенденцию ценностного осмысления мира через га-

строномию, которая, будучи частью национально-культурного опыта, преломляется в языке, порождая фразеологизмы, несущие определенную образность, оценочность и экспрессивность, типичные для каждой конкретной лингвокультуры, что обусловлено различным отношением к тем или иным продуктам питания.

Анализ Фразеологического словаря русского литературного языка А.И. Федорова [3] и Словаря английских идиом Коллинза [6] свидетельствует о том, что в обоих языках в состав ФЕ входят следующие наименования продуктов питания «хлеб» / «bread», «пирог» / «pie», «блин» / «pancake», «каша» / «porridge», «молоко» / «milk», «сыр» / «cheese», «масло» / «butter», «сливки» / «cream», «соль» / «salt», «перец» / «pepper», «сахар» / «sugar», «суп» / «soup», «мёд» / «honey», «яблоко» / «apple», «лимон» / «lemon», «апельсин» / «orange», «орех» / «nut», «ягода» / «berry», «плод» / «fruit», «бобы» / «bean», «горох» / «peas», «картофель» / «potato», «огурец» / «cucumber», «лук» / «onion», «рыба» / «fish», «чай» / «tea», «вино» / «wine».

Некоторые фразеологизмы с перечисленными гастрономическими компонентами являются эквивалентными в обоих языках, что объясняется общностью событий мировой истории или культуры, лежащих в их основе. Так, например, существует несколько версий происхождения ФЕ *to rub salt in somebody's wound* – сыпать соль на рану. Согласно первой версии провинившегося моряка пороли по голой спине, а затем втирали ему соль в раны, что доставляло сильную боль, но способствовало более быстрому заживлению ран, так как соль является антисептиком. Согласно второй версии солдатам Римской империи платили частично солью, которую они могли втирать в раны после сражения для скорейшего их заживления.

Вместе с тем, одни и те же продукты питания в обеих лингвокультурах подвергаются различному образному переосмыслению, примером чему служат фразеологизмы с лексемой «ягода» / «berry». Так, английское устойчивое сравнение *as brown as a berry* характеризует сильно загоревшего человека и имеет нейтральную коннотацию, тогда как русская ФЕ *одного поля ягода*, указывающая на сходство, имеет отрицательную коннотацию, тогда как паремия *красна ягода, да на вкус горька*, указывающая на обманчивость внешности, эксплицитно передает негативный смысл.

Вместе с тем в перечне гастрономических компонентов, используемых во фразеологизмах сопоставляемых языков, помимо сходств наблюдаются различия. В частности, в русской фразеологии встречаются единицы с такими гастрономическими наименованиями, как: «калач», «каравай», «яйцо», «щи», «пряник», «клюква», «груша», «малина», «хрен», «редька», «мясо», «сало», «колбаса», «свинина», «рак», «квас», «кисель», «компот», «вода». В английской фразеологии выделяются единицы с такими гастрономическими наименованиями, как: «loaf», «toast», «bun», «cake», «dough», «cookie», «biscuit», «omelet», «mustard», «sauce», «sweet», «candy», «jam», «pudding», «banana», «peach», «cherry», «strawberry», «grape», «carrot», «lettuce», «beet», «bacon», «goose», «mincemeat», «sardines», «ale», «beer», «juice».

Семантическая классификация отобранного языкового материала позволила нам выделить в русском и английском языках фразеологизмы с гастрономическими компонентами, обозначающими мучные изделия, например: *калачом не заманишь хлеб – всему голова; have a finger in every pie; to sell like hot cakes*; молочные продукты, например: *плакать по пролитому молоку; как сыр в масле кататься; milk of human kindness; get the cheese*; вкусовые добавки, например: *сыпать соль на рану; задать перцу; take something with a grain of salt; as keen as mustard*; первые блюда, например: *попасть как кур во щи; as thick as pea soup*; сладости, например: *медом намазано; метод кнута и пряника; have a sweet tooth; like taking candy from a baby*; плоды и ягоды, например, например: *остаться на бобах; покраснеть как помидор; as cool as a cucumber; spill the beans*; мясо и мясные продукты, например: *вырвать с мясом; подложить свинью; bring home the bacon; make mincemeat out of someone*; рыбу и рыбные продукты, например: *рыба гниет с головы, как рыба на сковороде; have bigger fish to fry, packed in like sardines*; напитки, например: *седьмая вода на киселе, квасной патриотизм; not for all the tea in China, stew in one's own juice*.

По степени фразеологичности русские и английские устойчивые выражения с гастрономическим компонентом подразделяются на сращения, общий смысл которых не мотивирован значением составляющих элементов и не может быть из них выведен, например: *груши околачивают, to sit above the salt*; единства, которые отличаются переосмыслением одного из компонентов или всей ФЕ, основанном на метафоризации свободного сочетания

слов, например: *первый блин комом, a bun in the oven*; сочетания, общее значение которых мотивировано значением входящих в их состав слов, но не допускает ни подстановок, ни замен, например: *малиновый звон, high tea*. Фразеологический фонд русского и английского языков помимо ФЕ с гастрономическим компонентом, функционально приравниваемых к слову, включает и синтаксические фразеологизмы, а именно: паремии – краткие устойчивые в речевом обиходе, как правило, ритмически организованные изречения назидательного характера, имеющие форму законченного предложения, в которых зафиксирован многовековой опыт народа [2, с. 389]. Паремиологические единицы с гастрономическим компонентом подразделяются на пословицы, обладающие буквальным и переносным смыслом или только переносным, например: *не все коту творог, когда и мордой об порог, от осины не родятся апельсины; a tree is known by its fruit*, и поговорки, имеющие только буквальный смысл, например: *хлеб на стол, так и стол престол; а хлеба ни куска – и стол доска; good wine needs no bush*. Отдельные ФЕ возникли в результате усечения или иных преобразований пословиц и поговорок, например: *не мят, не терт, не будет и калач → тертый калач; a rotten apple spoils the barrel → a rotten apple*.

В английской и русской гастрономической фразеологической системе встречаются ФЕ, имеющие несколько вариантов, например: *eat / take bread and salt; пугало / чучело гороховое*; антонимы, например: *to sit above the salt; to sit below the salt*, синонимы, например: *the first pancake is always a flop; the first pancake always goes lumpy, на устах медок, а на сердце ледок / на устах мёд, а за пазухой нож*, а также многозначные ФЕ, например: *icing (frosting) on the cake*: 1) последний штрих, вишенка на торте; 2) дополнительный бонус; 3) финальный аккорд в череде счастливых, удачных событий; 4) лучше быть уже не может; *разделить под орех* 1) сильно ругать кого-либо; 2) полностью побеждать кого-либо в сражении, в борьбе, в драке; 3) делать что-то очень хорошо, безупречно.

С точки зрения структуры среди английских фразеологизмов с гастрономическими наименованиями можно выделить устойчивые компаративные обороты, основанные на таких качествах продуктов питания, как цвет, вкус, форма, консистенция и т.п., например: *be as nice as a pie; as easy as apple pie; as flat as a pancake; as warm as toast; as easy as duck soup; as thick as pea soup*;

as sweet as honey; as brown as a berry; as keen as mustard; as cool as a cucumber; red as a beetroot; as limp as last week's lettuce. Данный факт свидетельствует о том, что продукты питания в английской лингвокультуре служат основой образного сравнения, объектом которого может быть человек, а также различные фрагменты окружающего мира. В русском языке фразеологизмов такого типа значительно меньше, например: *богатый как мешок с перцем; как выжатый лимон; покраснеть как помидор; нем как рыба.* В то же время продукты питания как объект совершаемых с ними действий получают образное переосмысление в обеих лингвокультурах, что находит проявление в компаративных устойчивых сочетаниях, построенные по другой модели, и служащих для характеристики различных ситуаций действительности, например: *to sell like hotcakes; like swimming through porridge; like taking candy from a baby; drop (someone/something) like a hot potato; like a carrot to a donkey; packed in like sardines; go together like bacon and eggs; to mend like sour ale in summer; расти как на дрожжах; как сыр в масле кататься; идти как по маслу; как маслом по сердцу; смотреть, как кот на сметану; понасть как кур во щи; как мухи на мед; разбираться в ч.-л. как свинья в апельсинах; как об стенку горох.* Характерными для английского языка являются сочинительные фразеологические обороты с союзом «and», где один или оба сочиненных компонента являются гастрономическими наименованиями, например: *coffee and cakes; milk and honey; milk and roses; pepper and salt; sugar and honey; short and sweet; peaches and cream; meat and potatoes; carrot and stick; beer and skittles; cakes and ale.*

Этимологический состав фразеологизмов с гастрономическим компонентом в английском и русском языках отличается разнообразием. Среди английских идиом выделяются ФЕ, отличающиеся древним происхождением, такие как: библеизмы, например: *forbidden fruit*; мифологизмы, например: *an apple of discord*, которые противопоставляются американизмам, например: *buy a lemon; the best thing since sliced bread*, появившимся относительно недавно – в XX веке. Некоторые устойчивые сочетания обязаны своим возникновением известным английским писателям, в частности, У. Шекспиру, например: *cakes and ale*, Дж. Свифту, например: *jam tomorrow*. Русские идиомы включают библеизмы, например: *запретный плод*; латинизмы, например: *аттическая соль*; фольклоризмы, например: *встретить кого-л. хлебом-со-*

лю; историзмы, например: *крепкий орешек; заварить кашу*. Одни ФЕ имеют языческое происхождение, например: *первый блин комом*; тогда как другие устойчивые сочетания, например: *как сыр в масле, калачом не заманишь* появились намного позднее – в XVII в., а фразеологическая единица *метод кнута и пряника* возникла сравнительно недавно – на рубеже XIX-XX вв. Следует отметить авторские фразеологизмы *квасной патриотизм, буря в стакане воды*, введенные в обиход, соответственно, русским публицистом П.А. Вяземским и французским писателем Монтескье.

Фразеологизмы с гастрономическим компонентом являются своего рода языковой универсалией, поскольку имеются в любом языке, тогда как их лингвокультурологическая интерпретация помогает получить ценные сведения для реконструкции и понимания специфики языковой картины мира носителей соответствующих языков.

Фразеологическая картина мира отражает зафиксированное в устойчивых сочетаниях и выражениях представление людей об окружающей действительности. Будучи образной и экспрессивной, она отличается антропоцентричностью, т.е. ориентацией на человека, поскольку большинство фразеологизмов относятся к его внешнему виду, положению в обществе, эмоциональному состоянию, интеллекту и другим особенностям [5, с. 30].

Народ-носитель русского языка использует свои знания о свойствах различных продуктов питания для оценки и характеристики человека, его деятельности, поступков, отношения к людям. Этот накопленный веками опыт фиксируется во фразеологизмах с гастрономическими компонентами, которые создают обобщенный образ идеального русского человека, отражая такие положительные качества, как: находчивость: *проголодаешься, так хлеба достать догадаешься*; бережливость: *ешь пироги, а хлеб вперед береги*; умение хранить секреты: *нем как рыба*; гостеприимство: *не красна изба углами, а красна пирогами*; трудолюбие: *без хорошего труда – нет плода*; духовное богатство: *не хлебом единым жив человек*. В то же время, в русских ФЕ с гастрономическими компонентами осуждаются негативные качества, а именно: неблагодарность: *забыть хлеб-соль*; лень: *хочется пирожок съесть, да не хочется в подполье лезть*; лживость: *врет, что блины печет*; лицемерие на устах медок, а на сердце ледок; никчемность: *как от козла молока*; глупость: *как об*

стенку горох; посредственность: *ни рыба, ни мясо*; вороватость: *на чужой каравай рот не развевай*; пустословие: *толочь воду в ступе*; несоответствие внутреннего и внешнего облика: *красна ягода, да на вкус горька*; недовольство жизнью: *надутому, да сердитому и сахар не сладкий*.

Английские фразеологизмы с гастрономическими компонентами восхваляют такие положительные качества настоящего англичанина, как: стойкость: *take the bitter with the sweet*; энергичность: *full of beans*; бескорыстие: *cast one's bread upon the water*; а также осуждают отрицательные качества, как то: корысть: *know which side one's bread is buttered*; лень: *to eat the bread of idleness*; жестокость: *to take the bread out of smb.'s mouth*; зависть: *sour grapes*; нерешительность: *neither fish nor fowl*.

Фразеологизмы с гастрономическими компонентами в русском языке служат для обозначения различных типов людей, а именно: умудренных жизненным опытом: *тертый калач*; молодых и неискушенных в житейских делах: *молоко на губах не обсохло*; лучших представителей элиты: *сливки общества*; малограмотных: *профессор кислых щей*; молчаливых и немногословных: *набрать в рот воды*; вызывающих жалость и сострадание: *горе луковое*; служащих всеобщим посмешищем: *пугало гороховое*; уставших и обессиленных: *как выжатый лимон*; здоровых и полных жизненных сил: *кровь с молоком*; физически слабых и болезненных: *мало каши ел*; одинаковых или похожих в каком-либо негативном отношении: *одного поля ягоды*.

Фразеологизмы с гастрономическими компонентами в английском языке служат для обозначения следующих типов людей: полных энтузиазма: *as keen as mustard*; важных и значимых: *big cheese, a top banana*; лучших представителей элиты: *the cream of society*; ленивых: *a couch potato*; вялых и скучных: *as limp as last week's lettuce*; льстивых и слащавых: *all sugar and honey*; эгоистичных: *think one's the whole cheese*; являющихся любимцами или фаворитами: *toast of somebody*; странных: *off one's crust*; здоровых и полных жизненных сил: *milk and roses*; легко попадающих под влияние: *a cream puff*; склоняющих других к плохим поступкам: *a rotten apple spoils the barrel*.

Итак, в зависимости от семантики лексических компонентов в составе ФЕ во фразеологической картине мира можно выделить зоонимический, соматический, фитонимический, колоронимический, и другие участки, которые образуют единое целое, будучи тесно взаимосвязанными. Среди них

особое место занимает гастрономическая фразеология, поскольку ежедневное употребление и приготовление пищи обуславливает тенденцию ценностного осмысления реальности через гастрономию. ФЕ со словами, обозначающими продукты питания, репрезентируют важнейшие компоненты человеческого сознания, а именно: эстетический, нравственный, познавательный. Как «культурно-маркированные» [1, с. 56] единицы языка фразеологизмы с гастрономическим компонентом обладают не только универсальными свойствами, но и некой национальной уникальностью, благодаря которой они несут знания о народе, его обычаях и представлениях и передают эту информацию из поколения в поколение.

Л И Т Е Р А Т У Р А

1. *Верещагин Е.М., Костомаров В.Г.* Лингвострановедческая теория слова. М.: Русский язык, 1980.
2. *Жуков В.П.* Пословица // Языкознание. Большой энциклопедический словарь / Гл. ред. В.Н. Ярцева. М.: Большая Российская энциклопедия, 1998.
3. Фразеологический словарь русского литературного языка / Сост. А.И. Федоров. М.: АСТ, 2008.
4. *Чередникова Е.А.* Экспликация аксиологической картины мира в гастрономическом интернет-дискурсе (на материале русского и английского языков): Автореф. дис. канд. филол. наук. Майкоп, 2013.
5. *Яшина М.Г.* Анализ и семантизация культурно-маркированной лексики: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2009.
6. Collins Cobuild Dictionary of Idioms. L.: Harper Collins Publishers, 1997.

R E F E R E N C E S

1. *Vereshchagin E.M., Kostomarov V.G.* Linguistic theory of words. M.: Russian language, 1980.
2. *Zhukov V.P.* Proverb // Linguistics. Big Encyclopedic Dictionary / Ch. ed. V.N. Yartseva. M.: Great Russian Encyclopedia, 1998.

3. Phraseological dictionary of the Russian literary language / Comp. A.I. Fedorov. M.: AST, 2008.
4. *Cherednikova E.A.* Explication of the axiological picture of the world in gastronomic online discourse (on the material of Russian and English languages): thesis abstrat. Maykop, 2013.
5. *Yashin M.G.* Analysis and semantization of culturally-marked vocabulary: thesis abstrat. M., 2009.
6. Collins Cobuild Dictionary of Idioms. L.: Harper Collins Publishers, 1997.

19 февраля 2019 г.
