

КУЛЬТУРНЫЕ И ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ГАСТРОНОМИЧЕСКИХ
МЕТАФОР

Джураева Зарина Хасановна

Докторант

Национального университета Узбекистана имени Мирзо Улугбека

e-mail: khashimovazarina@gmail.com

+998 90 350 37 07

<https://doi.org/10.5281/zenodo.18159805>

Аннотация: Статья посвящена исследованию культурных и лексических особенностей гастрономических метафор в современном языкознании на материале французского и узбекского языков. Работа выполнена в русле когнитивной лингвистики и опирается на теорию концептуальной метафоры Дж. Лакоффа и М. Джонсона. В статье рассматривается гастрономическая метафора как результат многовекового культурного и телесного опыта человека, отражающий национальные традиции питания, ценностные ориентиры и способы концептуализации действительности. Особое внимание уделяется роли гастрометафор в художественных текстах, их экспрессивному и оценочному потенциалу, а также проблемам их перевода с учётом межкультурных различий. На основе сопоставительного анализа выявляются сходства и различия в функционировании гастрономических метафор во французском и узбекском языках, показывается их связь с мировоззрением, эмоциональной сферой и культурными кодами соответствующих языковых сообществ. Делается вывод о высокой лингвокультурной значимости гастрономических метафор и их важной роли в формировании национальной языковой картины мира.

Ключевые слова: гастрономическая метафора, концептуальная метафора, когнитивная лингвистика, лингвокультура, гастроллингвистика, метафора и метонимия, межкультурный анализ, французский язык, узбекский язык, художественный перевод

В последние десятилетия метафора и метонимия стали предметом многочисленных исследований в области когнитивной лингвистики, и учёные разработали ряд научных теорий в данном направлении. Известно, что метафора и метонимия представляют собой концептуальные механизмы, участвующие в формировании концептуальной системы человека. Особенно значительный вклад в развитие теорий метафоры и метонимии внесли Дж. Лакофф и М. Джонсон¹ (1980), Лакофф и Тёрнер² (1989), Кёвечеш³, а также Руис де Мендоса⁴, которые показали их важную роль в лингвистике.

Изучение гастрономических метафор в языкознании имеет большое значение для анализа мировоззрения, эмоциональной сферы и культуры человека. Это объясняется

¹ Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live By*. University of Chicago Press, 1980.

² Lakoff, G., & Turner, M. *More Than Cool Reason: A Field Guide to Poetic Metaphor*. University of Chicago Press. Lakoff, G., & Turner, M. (1989). *More Than Cool Reason: A Field Guide to Poetic Metaphor*. University of Chicago Press., 1989.

³ Kövecses, Z. *Metaphor: A Practical Introduction*. Oxford University Press, 2002.

⁴ Ruiz de Mendoza, F. J., & Pérez Hernández, L. *The Contemporary Theory of Metaphor: Myths, Development and Challenges*. *Metaphor and Symbol*, 2011. 26(3), 161–185.

тем, что образы, связанные с пищей, нередко используются для выражения чувств, социальных отношений, интеллекта и общественных явлений. Настоящее исследование направлено на анализ лингвистических особенностей гастрономических метафор, концептуальных систем, которые они отражают, а также межкультурных различий в их употреблении. Теоретической основой работы послужила концептуальная метафора Дж. Лакоффа и М. Джонсона.

Метафора является одним из важнейших средств выражения человеческого мышления и языка, которая не только отражает способы восприятия мира, но и тесно связана с культурными кодами, повседневным опытом и телесными ощущениями. В этом смысле **гастрономические метафоры** — то есть языковые единицы, связанные с едой, вкусом, процессом приготовления и потребления пищи, — формируются на основе одной из ключевых сфер человеческого опыта и служат средством выражения различных абстрактных понятий.

Гастрономическая метафора создана на основе многовекового человеческого опыта, исторической культуры и ценностей и является одним из самых богатых и выразительных художественных средств в языках мира. Гастрономические метафоры каждой нации опираются на её традиции, связанные с пищей и трапезой, символику и культурные ценности, формируя тем самым гастролингвистическую картину конкретного языка.

Особенно в художественных произведениях гастрометафоры обеспечивают высокую образность и экспрессивность. С их помощью авторы ярко и эмоционально передают внутренний мир персонажей, сферу отношений или их отношение к событиям. Например, любовь может быть описана как «сладкая, как мёд», а ненависть — как «вкус, вызывающий горечь во рту». Подобные выражения не только обогащают языковые образы, но и оказывают сильное эмоциональное воздействие на читателя.

При переводе художественных произведений на другие языки проблема сохранения гастрометафор или их адекватного воссоздания является одной из ключевых в теории и практике перевода. Это объясняется тем, что гастрономический опыт, вкусовые характеристики и культурные коды, связанные с пищей, в каждом языке и культуре различны. В данном параграфе рассматриваются вопросы перевода гастрометафор в художественных текстах на узбекский язык, а также трудности и возможности их адекватной передачи. Исследование основывается на теории концептуальной метафоры Дж. Лакоффа и М. Джонсона и проводится с учётом межкультурных различий.

В этом контексте Т. Писанова отмечает: *«В развитом обществе пища становится составным элементом большого числа ситуаций, передающим определённую информацию. Еда как универсальное лексикализованное понятие, существующее во всех этнокультурных областях, конкретизируется специфическим образом, приобретая национальные характеристики»*⁵. Действительно, гастрономические метафоры в каждом языке и культуре проявляются по-разному. Их формирование тесно связано с

⁵ Писанова Т.В. Ценностная система представлений о пище и традициях ее употребления в кулинарном тезаурусе испанского языка// Актуальные проблемы современного языкознания. -М.:Изд-во РУДН, 2009. -С.222.

образом жизни, ценностями и национальными традициями питания. В этом смысле анализ гастрономических метафор во французском и узбекском языках позволяет выявить не только лингвистические различия, но и различия в мировоззрении, пищевой культуре и духовных ценностях двух народов.

Российский учёный Мария Садыкова в своём исследовании «Семантика французской гастрономической метафоры» провела сравнительный анализ⁶ фразеологических выражений французского языка с гастрономическим компонентом. Е. В. Смирнова⁷ изучала фразеологизмы с гастрономическим компонентом в испанском языке. В. А. Желонкин занимался научным исследованием гастрономических метафор, выражающих в основном понятие «бедность» во французском фольклоре и идиомах⁸.

Исабель Негро в своей работе «*Metaphor and Metonymy in Food Idioms*» подробно рассмотрела роль названий продуктов питания и их потребления в формировании метафор и метонимий в английском и испанском языках, а также проанализировала идиомы, связанные с пищей.⁹ Учёная отмечает, что лексема *food* («пища, еда») в английском и испанском языках широко используется для характеристики внешнего и внутреннего облика человека. Для анализа исследователь применяет метод «25+25», сравнивая по 25 метафор и метонимий из английских и испанских словарей (*Diccionario de dichos y frases hechas*, Buitragi; *Oxford Dictionary of English Idioms*, Siefrig, 2004). Например, выражения: *top banana* — важная персона в группе или компании; *bad egg* — плохой, нечестный или ненадёжный человек; *tough cookie* — твёрдый, решительный человек; *smart cookie* — умный человек; *a big cheese* — очень влиятельная персона; *the cream / la flor y nata* — «сливки общества»; *un pedazo de pan* («кусочек хлеба») — очень добрый человек; *un bombón* — красивая женщина; *un coco* — непривлекательный человек. Основываясь на концепции «ЧЕЛОВЕК-ПИЩА», исследователь показывает, что внешний вид или вкус конкретного продукта (фрукта, овоща или блюда) переносится на описание характера и внешности человека. Так, слово *lemon* («лимон») соотносится с «глупым человеком», что связано с его терпким вкусом; *a peach* («персик») используется для обозначения «прекрасного человека», указывая на сладость и гладкость плода.¹⁰ Изучая подобные исследования, можно заметить, что в каждом языке продукты питания, вкус и процесс их употребления соотносятся с определёнными качествами, свойствами или формой овощей и фруктов. Например, в узбекском языке выражение «олма юзли» («лицо как яблоко») употребляется для обозначения красивого

⁶ Мария Садыкова. Семантика французской гастрономической метафоры. 2017

⁷ Smirnova E. B. и Л. В. Yliynisheva L. B. (РУДН). Cultural linguistics analysis of phraseological units with gastronomic component. Русский лингвистический журнал, 2013. -с.94-98.

⁸ Желонкин Я.В. Гастрономическая метафора в обозначении понятия 'нищета'('бедность') во французском языке // Лингвистика и методика преподавания иностранных языков. Периодический сборник научных трудов (электронное научное издание) // http://www.iling-ran.ru/library/sborniki/for_lang/2011_03/index.htm.

⁹ Isabel Negro. Metaphor and metonymy in Food Idioms.Languages. 2019, 4,47; doi:10.3390/languages4030047.

¹⁰ Isabel Negro. Metaphor and metonymy in Food Idioms.Languages. 2019, 4,47; doi:10.3390/languages4030047.

или округлого лица, тогда как «чакка каби нордон» («кислый как крыжовник») — для характеристики человека, который всегда всем недоволен.

В узбекском языке также встречаются метафоры: «олма юзли» («яблочнолицый»), «олмадек қизил» («красный как яблоко»), «асал лабли» («с мёдовыми губами»), «бодом юрак» («с миндальным сердцем»), «бодом қовоқ» («миндалевидные глаза»), «қовун калла» («дынная голова») — для описания внешности человека. А для характеристики характера используются выражения: «бир қоп ёнғоқ» («мешок орехов»), «ачимаган қаттиқ» («твёрдый как несозревший»), «ачиган қаттиқ» («скисший кефир»), «бемаза қовун» («невкусная дыня»).

Кроме того, гастрономические метафоры активно применяются и для выражения эмоционального состояния. Например, во французском языке *«Aujourd'hui, j'ai la pêche !»* дословно переводится как **«Сегодня у меня есть персик»**, но на самом деле означает **«Сегодня у меня отличное настроение»**.

Кроме того, во французском языке гастрономические метафоры используются и для описания различных ситуаций. Например, выражение *«J'ai travaillé tout le week-end pour des prunes»* дословно переводится как **«Я работал всё воскресенье ради слив»**, однако в метафорическом значении оно обозначает **«потратить время впустую»**.

В узбекском языке существующие гастрономические метафоры основаны на восточных традициях гостеприимства и формируются через категории вкуса, еды, приправ и других семантических компонентов. Примеры: **«ширин сўз билан ширин»** («сладкий как сладкое слово»), **«аччиқ сўз – бўйнига арқон»** («горькое слово — петля на шею»), **«тил заҳар»** («язык — яд»), **«тили ўткир»** («острый язык») и др. Их семантика может быть положительной («ширин сўз»), отрицательной («тили заҳар») или оценочно-эмоциональной.

Сравнительный анализ французских и узбекских гастрономических метафор показал наличие как сходств, так и различий. Сходства, как правило, проявляются в изображении, оценочной функции и культурных кодах. В французской культуре метафора широко используется для описания личных качеств, характера и эмоций человека. Так, метафорические компоненты французских гастрономических выражений (*сыр, колбаса, булочка*) часто служат для характеристики внешнего облика человека. Например: «толстый как колбаса», «располневший как булочка», «круглый как сыр».

Обратимся к примерам: французское выражение *«Être une crème»* означает «быть очень добрым, мягким, благородным человеком». В русском языке ему соответствует выражение «быть очень добрым, мягким, «золотым» человеком». Например: *«Elle est toujours là pour aider les autres, c'est vraiment une crème»* — «Она всегда готова помочь другим, это поистине благородный человек». В узбекском языке это можно передать как: «У ҳар доим бошқаларга ёрдам бериш учун у ерда, у ҳақиқатан ҳам ўта олийжаноб».

Примеры:

Французское выражение *«Avec toutes ces idées, j'ai la tête comme une pastèque»* имеет в узбекском языке метафорические эквиваленты: «Бошим шишиб кетди», что означает «голова болит, распухла от мыслей, информации, забот, усталости от раздумий». В узбекском языке аналогично используется выражение: «Бу қадар фикрдан бошим шишиб кетди!».

Être un chou в русском языке передаётся как «быть капустой», что в метафорическом значении означает «быть милым, любимым (чаще в уменьшительно-ласкательной форме)». Например: *Mon petit chou, tu es trop mignon!* — «Моя маленькая капусточка, ты такой милый!». *Avoir la banane / le sourire banane* означает «быть в хорошем настроении». Например: *Elle a toujours la banane le matin* — «Она всегда в хорошем настроении по утрам». *Être poire* — дословно «быть грушей», что метафорически обозначает «быть простым, скромным человеком».

Выражения «*Rester en chocolat*», «*Être chocolat*» дословно переводятся как «остаться в шоколаде», однако в метафорическом значении они обозначают «оказаться обманутым», «остаться ни с чем». Фраза «*Faire tout un fromage*» — «делать из сыра» в буквальном переводе, в переносном же значении соответствует русскому «делать из мухи слона». «*Retomber comme un soufflé*» переводится как «опасть, как суфле», то есть «внезапно потерять популярность или энтузиазм».

Подобные метафорические выражения во французском языке многочисленны и ярко отражают культурную и лингвистическую действительность. Гастрономические термины служат средством передачи эмоциональных состояний и социальных оценок.

В узбекском языке гастрономические метафоры чаще всего встречаются в пословицах и поговорках, выражающих моральные или эмоциональные состояния. Например: «Ширин сўз жон озиғи» («Сладкое слово — пища для души»), «Ҳақиқат аччиқ бўлади» («Правда бывает горькой»), «Қуруқ гап қулоққа ёқмайди» («Пустые слова не приятны слуху»). Подобные выражения отражают ценности гостеприимства, культуры и жизненных истин. На самом деле образы, связанные с пищей, выполняют функцию культурных и эмоциональных метафор: сладкое ассоциируется с положительной оценкой, горькое — с отрицательной.

Список Использованной Литературы:

1. Lakoff, G., & Johnson, M. *Metaphors We Live By*. Chicago: University of Chicago Press, 1980.
2. Lakoff, G., & Turner, M. *More Than Cool Reason: A Field Guide to Poetic Metaphor*. Chicago: University of Chicago Press, 1989.
3. Kövecses, Z. *Metaphor: A Practical Introduction*. Oxford: Oxford University Press, 2002.
4. Ruiz de Mendoza, F. J., & Pérez Hernández, L. The Contemporary Theory of Metaphor: Myths, Development and Challenges. *Metaphor and Symbol*, 2011, Vol. 26(3), pp. 161–185.
5. Писанова Т. В. Ценностная система представлений о пище и традициях её употребления в кулинарном тезаурусе испанского языка // *Актуальные проблемы современного языкознания*. М.: Изд-во РУДН, 2009. С. 222.
6. Садыкова М. Семантика французской гастрономической метафоры. 2017.
7. Смирнова Е. В., Шилищева Л. В. Лингвистический анализ фразеологических единиц с гастрономическим компонентом // *Русский лингвистический журнал*. 2013. С. 94–98.
8. Желонкин В. А. Гастрономическая метафора в обозначении понятия «нищета» во французском языке // *Лингвистика и методика преподавания иностранных языков*. Электронное научное издание. Режим доступа: http://www.ling-ran.ru/library/sbornik/for_lang/2011_03/index.htm

9. Negro, I. Metaphor and Metonymy in Food Idioms. *Languages*, 2019, 4(47).
doi:10.3390/languages4030047

