

**ОСОБЕННОСТИ МЕТАФОРЫ ВО ФРАЗЕОЛОГИЗМАХ
ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКОЙ ГРУППЫ «ГАСТРОНОМИЯ»
НА РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ**

*Цзюньвэнь Цзя*¹

*Российский университет дружбы народов
117198, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6
596222102@qq.com*

*Н. Ф. Михеева*²

*Российский университет дружбы народов
117198, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6
orcid.org/0000-0002-0764-2271*

Фразеологизмы являются квинтэссенцией языка и содержат богатую и разнообразную культурную информацию. Изучение фразеологизмов стало одной из трудностей в изучении русского и китайского языков. Фразеологизмы с компонентом пища являются важной частью фразеологической культуры, и большинство слов со значением «гастрономия» используются в метафорах для выражения переносного значения. Чтобы лучше овладеть фразеологическими единицами, нужно знать о культурной информации и особенностях использования метафоры во фразеологизмах в китайском и русском языках. На основе точки зрения Г. Лакоффа, в данной статье метафора рассматривается как часть когнитивного процесса для анализа взаимосвязи между характеристиками метафоры и культурной информацией. Посредством сопоставительного анализа различий метафоры в фразеологических единицах с семантикой «пища» в двух странах и обобщения специфик метафоры выявляются связь между метафорой, мышлением, фразеологизмами и культурой. Обращается внимание на определение

¹ Цзя Цзюньвэнь – аспирантка, институт иностранных языков, Филология, Российский университет дружбы народов, Москва, Россия.

² Михеева Наталья Федоровна – доктор филологических наук, профессор кафедры теории и практики иностранных языков института иностранных языков Российского университета дружбы народов, Москва, Россия.

понятия метафоры и анализируются особенности метафоры на материалах фразеологизмов с лексической семантикой «хлеб», «пирог», «рыба». Доказывается, что метафора выступает как приём мышления, фиксируемый в языках, включая фразеологизмы, и находится под влиянием культурой. Изучая фразеологизмы с компонентом «рис», «пирог» и «рыба», мы обнаруживаем различия китайских и русских пищевых обычаев и концептов об одном и том же. За этими культурными различиями стоят и различия в географии, сельском хозяйстве, экономике и т. д. Существует много исследований по изучению фразеологизмов, но исследования взаимосвязи фразеологизмов с культурой и метафорами в китайских и русских языках еще недостаточны. Уточнение специфики метафоры помогает лучше понимать и правильно употреблять фразеологизмы и способствует преодолению препятствий в культурной коммуникации между разными странами, особенно между Китаем и Россией.

Ключевые слова: метафора, фразеологизм, гастрономия, китайский и русский языки, культура

Введение

Актуальность. Культура питания – это одна из важных частей национальной культуры. Фразеологизмы с семантикой «пища» напрямую связаны с носителями культуры и передаются из поколения в поколение. А метафора совмещает в себя характеристики лингвистики, когнитивистики и философии. Итак, изучение метафоры в гастрономических фразеологизмах ориентировано на выявление сложных отношений между метафорой, языком, мышлением, фразеологизмами и культурой и улучшение уровня коммуникации между Китаем и Россией.

Теоретическая база работы опирается на фундаментальные исследования российских и зарубежных учёных, таких, как Aristotle (1954), M. Black, G. Fauconnier (1985), R. P. Honeck (1980), G. Lakoff (1987), A. Ortony (1979), I. A. Richards (1965), Н. Д. Арутюнова (1990, 1998). М. В. Никитин (2001), Линь Шуву (1997), Ху Жуаньлинь (1997), Су Динфан (1995, 1996, 1998) и т. д.

Практическим языковым материалом исследования послужили более 100 лексем и словосочетаний с семантикой «пища», извлеченных из таких работ, как «Пословицы русского народа» В. И. Даля; «Фразеологический словарь современного русского литературного языка» А. Н. Тихонова; «Фразеологический словарь современного русского языка» Ю. А. Ларионовы; «Русско-китайский словарь пословиц и поговорок» Е. Фанлая; «Большой словарь

крылатых слов русского языка» П. Н. Беркова; «Китайско-русский словарь» Б. Г. Мудрова; «Словарь современных употребительных русских фразеологизмов с толкованием на русском и китайском языках» Суй Сюэбэни; «Толковый словарь современного китайского языка» (2005).

Научная новизна данной работы заключается в том, что впервые была рассмотрена, обобщена и описана специфика метафоры в фразеологизмах с семантикой «пища» на русском и китайском языках, была выявлена связь между мышлением, метафорой, фразеологизмами и культурой, с точки зрения метафоры анализировались различия китайских и русских фразеологических единиц на примере конкретных фразеологизмов с семантикой «хлеб», «пирог» и «рыба».

Основная часть ***Понятие метафоры***

Никто иной, как Аристотель, сказал в «Поэтике»: «Самое великое дело – владеть метафорой» [4, 89]. Каким бы ни было определение метафоры и какой бы ни была оценка её функции, никто не может игнорировать новые перспективы, которые метафора открывает для анализа мышления и языка.

О. С. Ахманова в своём словаре лингвистических терминов даёт следующее определение: «метафора (перенос значения). Троп, состоящие в употреблении слов и выражений в переносном смысле на основании сходства, аналогии и т. п.» [6, 231]. В Лингвистическом энциклопедическом словаре находим следующее определение: «Метафора (от греч. *metaphor* – перенос) – троп, или механизм речи, состоящий в употреблении слова, обозначающего некоторый класс предметов, явлений и т. п. для характеристики или наименования объекта, входящего в другой класс, либо наименования другого класса объектов, аналогичных данному в каком-либо отношении...» [7, 296]. Что касается мнений зарубежных учёных, то, например, Г. Лакофф утверждает, «метафора для большинства людей является приемом поэтического воображения и риторическим излишеством, средством скорее необычного языка, чем приемом, связанным со сферой обычного общения <...> Напротив, мы обнаружили, что метафора широко распространена в повседневной жизни, причем не только в языке, но и в мыслях и действиях. Наша обычная концептуальная система, в рамках которой мы мыслим и действуем, в основе метафорична. Наша концептуальная понятийная система в значительной степени метафорична, поэтому то, как мы мыслим, что мы переживаем и что мы делаем каждый день, в значительной

степени является вопросом метафоры» [1, 3]. По мнению Г. Лакоффа, метафора является не только проблемой лингвистики, но и когнитивистика, она связана с мышлением и оказывает влияние на действия. Метафора тесно связана с концептуальной системой. А. Ортони в своём исследовании использовал широкое определение метафоры как описания, в котором один объект или событие заменяет другой. Это определение является широким, поскольку оно позволяет метафоре включать в себя нечто большее, чем просто фигуру речи [3, 578]. По определению Аристотеля: «Метафора – это перенос обычного значения термина либо с общего на конкретное, либо с конкретного на общее, либо с одного конкретного на другое, либо по аналогии» [2, 85]. Все эти учёные с разных сторон доказывали тесную связь метафоры с мышлением и жизнью.

С другой стороны, некоторые считают, что метафора относится к разряду поэзии и риторики и имеет мало значения для философии, логики и т. д. «На протяжении всей истории риторики метафора рассматривалась как своего рода дополнительный трюк со словами, возможность использовать случайности их многообразия, что-то иногда имеющее место, но требующее необычайного мастерства и осторожности. Короче говоря, изящество, или украшение, или дополнительная сила языка, а не его конститутивная форма» [4, 90].

Обобщая сказанное, можно утверждать, что существуют узкие и широкие определения метафоры. В узком смысле метафора – это особый прием поэзии и риторики. В широком смысле метафора служит способом мышления и направляет практику.

2. Связь между метафорой, мышлением, языком, фразеологизмами и культурой

Понятие метафоры в широком смысле расширяет ее изначальную функцию и дает новый взгляд на когнитивную лингвистику, что определяет формирование связи между метафорой, когнитивной лингвистикой и языком. Анализ метафоры в фразеологических единицах, которые являются квинтэссенцией речи и несут национально-культурную информацию, помогает прояснить отношения между метафорой, языком (фразеологизмы), мышлением и культурой.



Рис. 1

2.1 Метафора и мышление

Метафора впервые появилась в лингвистике, в которой рассматриваются метафора как один из модифицирующих компонентов. Так, Г. Лакофф отметил, что «большинство людей думают, что прекрасно могут обойтись без метафоры. Наоборот, мы обнаружили, что метафора широко распространена в повседневной жизни не только в языке, но и в мыслях и действиях. Наша обычная концептуальная система, в рамках которой мы мыслим и действуем, по своей сути метафорична» [1, 3].

Метафора стала мостом между мыслью и языком. Метафора, выраженная в языке, несет информацию о мышлении и реальности. Реальности внешнего мира и мышления характеризуются нестатичностью, неустойчивостью, но посредством выражения метафоры в речи, выявлением связи между мыслью и реальностью метафоры оказываются зафиксированными, а потому поддаются изучению.

2.2 Метафора, фразеологизмы и культура

Педагогический психолог А. Ортони дает более четкое описание: «Метафоры необходимы как коммуникативное средство, потому что они позволяют переносить связанные фрагменты характеристик – перцептивных, когнитивных, эмоциональных и эмпирических – с известного носителя на менее понятную тему. Таким образом, они обходят проблему указания по одной каждой из часто неназываемых и бесчисленных характеристик, избегают дискретизации воспринимаемой непрерывности опыта и, таким образом, становятся ближе к опыту и, следовательно, более яркими и запоминающимися» [5, 852-863].

Приемы метафоры в разных языках разные. Что привело к такому явлению? Разнообразие мышления или концептов у разных наций оказывают влияние на приемы метафоры. Например, россияне

рассматривают хлеб как основной продукт питания, так, есть выражение «хлеб всему голова», а в Китае большинство людей едят рис, отличаясь от российского выражения, появился китайский фразеологизм «**柴米油盐**» («букв.: *дрова, рис, масло и соль*; предметы повседневного пользования»). В этих двух выражений слова «хлеб» и «рис» используются в переносном значении. Метафора стала средством переноса значения слов, которые используются во фразеологизмах.

3. Анализ метафоры во фразеологизмах с семантикой «пища» на русском и китайском языках

В большинстве фразеологизмов наблюдаются перенос значения слова, что также является характеристикой фразеологизмов.

«Пища выступает фундаментальной областью культуры, формирующей наше представление о мире. Особенности питания оказывают существенное влияние как на физиологию, так и на психологию человека, а становление алиментарного кода каждой нации зависит от целого ряда экстралингвистических факторов» [8, 89-105]. Фразеологизмы с семантикой «пища» носят национально-культурные особенности, и гастрономические слова из них содержат многие переносные значения. Фразеологизмы с семантикой «пища» становятся материалами для исследования связи между метафорой, культурой и языком (особенно фразеологизмы).

По метафорам из фразеологизмов на китайском и русском языках изучаются концепты и культура двух стран. Так как фразеологизмы «гастрономия» включают в себя многие слова, в этом исследовании выбраны фразеологизмы только со словами «хлеб», «пирог» и «рыба».

3.1 Во фразеологизмах с семантикой «хлеб»

В русском языке можно выделить ряд фразеологизмов с использованием слова «хлеб»:

«зарабатывать свой хлеб» (добывать своим трудом средства для существования); «на своих хлебах» (на свою зарплату, независимо от кого-либо); «есть хлеб недаром» (много, усиленно работать, приносить пользу); «перебиваться с хлеба на воду» (жить очень бедно, терпеть нужду, лишения); «воздавать честь хлебу-соли» (не отказываться от угощения, с аппетитом есть); «хлеб-соль есть» (быть близкими приятелями). В переносном значении слово «хлеб» означает «средства к существованию», «заработок», «признак доброты», «пропитание».

В основном значении слова «хлеб» и переносном («средства для существованию») есть общее:

Люди работают для получения средств к существованию;

Хлеб кормит людей и создает условия для существования.

В китайском фразеологизмах слово «рис» имеет схожие характеристики: «*鱼米之乡*» (край, изобилующий рыбой и рисом; благодатный край) (a region, where the cultivation of rice and the breeding of fish flourish); «*粒米狼戾*» (Зерна разбросаны по всей земле. обилие зерна) (The grains are scattered all over the ground. Describe the abundance of grain); «*为五斗米折腰*» (кланяться за пять доу риса, терпеть унижения) (bow to the superior in order to get the scanty pay); «*巧妇难为无米之炊*» (даже самая хорошая хозяйка не сварит кашу без крупы; из ничего ничего и не сделаешь) (The cleverest housewife cannot cook without rice (idiom); You won't get anywhere without equipment.) ; «*三茶六饭*» (три сорта чая и шесть сортов риса (обр. в знач.: богатый приём гостей, щедрое угощение)

Отмечено, что в Китае и России метафора «основной продукт питания» – «средства к существованию». Исходя из этого, наблюдаются различия в гастрономической культуре и сельском хозяйстве двух стран.

3.2 Фразеологизмы с семантикой «пирог»

Среди основных русских фразеологизмов с семантикой «пирог» можно выделить следующие: «изба красна углами, обед – пирогами», «беда, коль пироги начнет печи сапожник, а сапоги тачать пирожник (о непрофессионализме – каждый должен делать только то, что он действительно умеет делать); «лучше хлеб с водой, чем пирог с бедой». «Пирог» в переносном значении связано с вкусными блюдами и высоким поварским искусством. В русском «пирог» более привлекательное чем «хлеб», и готовка пирога требует профессиональных знаний готовки.

А в Китае существуют «*画饼充饥*» (утолять голод нарисованной лепёшкой (обр. в знач.: тешить себя иллюзиями; обманывать самого себя; принимать желаемое за действительное); «*一浆十饼*» (похлёбка да десяток лепёшек (обр. в знач.: мизерная выгода); «*热熬翻饼*» (легко добиться); «*宝珠市饼*» (возьмите жемчужину для пирога. Перев. Остановить жадность). Пирог является основным продуктом питания

и легко доступен для всех. Пирог представляет собой готовый продукт, в отличие от риса, который нуждается в обработке, что делает его популярным для быстрого перекуса, когда хочется есть.

3.3 Во фразеологизмах с семантикой «рыба»

Известны такие русские фразеологизмы: «ловить рыбу в мутной воде» (извлекать для себя пользу из чужих проблем); «ловить рыбу на сухом берегу (красть, воровать); «молчать как рыба» (упорно ничего не отвечать); «нем как рыба» (ничего не скажет); «как рыба об лёд биться» (о безрезультатных усилиях); «рыба ищет, где глубже, а человек, где лучше» (о желании изменить условия жизни); «ни рыба ни мясо» (посредственный человек); «золотая рыбка» (мнимая, призрачная удача)

А в Китае существуют «鱼龙混杂» (перемешались рыбы и драконы. обр. в знач.: пестрая смесь, всевозможные, всяческие; попадают всякие люди, попадают сомнительные личности); «鲤鱼跳龙门» (камп перепрыгнул ворота дракона. обр. сдать государственный экзамен, получить повышение и сделать стремительную карьеру); «人为刀俎, 我为鱼肉» (люди – нож и кухонная доска, а я – рыба и мясо; другие с ножом, а я под ножом; быть жертвой, быть в чьей-л. Власти)如鱼得水(обр. как рыба в воде); «鱼米之乡» (край, изобилующий рыбой и рисом; благодатный край); «浑水摸鱼» (ловить рыбу в мутной воде в знач. воспользоваться всеобщей суматохой ради получения выгоды); «放长线钓大鱼» (забросить удочку подальше, чтобы поймать рыбу покрупнее; обр. строить отдаленные планы, думать вперед); «瞎子摸鱼» (как слепой ощупью ловит рыбу (обр. в знач.: действовать вслепую, делать наугад); «肥鱼大肉» (Относится к роскошному блюду из рыбы и мяса) и т.д..

Пришли к выводу, что слово «рыба» в русских фразеологизмов имеет в виду аферу, молчание, посредственность, невезение и др. Сходство между основным значением (живущее в воде позвоночное животное с конечностями, в виде плавников) и метафорическим значением – физические и физиологические характеристики рыбы (рыба не может разговаривать, рыбу в воде относительно трудно поймать, рыба принимается в качестве пищи). В китайских фразеологизмах рыба – символ богатства и удачи, цель действия. Сходство между ними находится в среде, где существует рыба. В истории в Китае только состоятельные семьи могли есть рыбу, а рыбалка являлась традиционным китайским занятием.

Из приведенного выше анализа ясно, что метафора и культура тесно связаны между собой.

Заключение

Выше представленный анализ позволяет сделать следующие выводы:

1) Существует различие между широким и узким значением метафоры. Метафора в широком смысле является не только риторическим приемом в лингвистике, но и имеет отношение к человеческому мышлению. Использование метафору в широком смысле позволяет изучать другие дисциплины.

2) Метафоры тесно связаны с мышлением, языком и культурой. Метафора – это образ мышления, который может быть выражен в речи и несет за собой культурное информацию.

3) В фразеологизмах часто используется метафора, в них культурные специфически может выявить взаимосвязь между языком, метафорой, мышлением и культурой. Метафора – это выразительное средство для переноса значения фразеологических единиц, она связана с концептом разных народов и отражает культурное разнообразие.

Литература

1. Lakoff G.&M. Johnson. *Metaphors We Live by*. Chicago: The University of Chicago Press, 1980. 256 p.
2. Levin Samuel R. *The Semantics of Metaphor*. Johns Hopkins University Press, 2019. 85 p.
3. Ortony A. (ed). *Metaphor and thought*. Cambridge University Press, 1979. 578 p.
4. Richards I. A. *The Philosophy of Rhetoric*. Oxford University Press, 1965. 89 p.
5. Thibodeau P H, Hendricks R K, Boroditsky L. How linguistic metaphor scaffolds reasoning // *Trends in cognitive sciences*. 2017. 21 (11). P. 852-863.
6. Ахманова О. С. *Словарь лингвистических терминов*. Москва: Советская энциклопедия, 1966. 231 с.
7. *Лингвистический энциклопедический словарь* / под ред. В. Н. Ярцева. Москва: Советская энциклопедия, 1990. 296 с.
8. Михеева Н. Ф., Попова Е. А., Игнашина З. Н. Межвариантные языковые явления в семантическом поле «выпечка» (на материале национальных вариантов испанского языка) // *Научный диалог*. 2022. № 6. С. 89-105.

REFERENCES

1. Lakoff G.&M. Johnson. 1980. *Metaphors We Live By*. Chicago: The University of Chicago Press. 256 p. (In Eng.)
2. Levin Samuel R. *The Semantics of Metaphor*. Johns Hopkins University Press, 2019. 85 p. (In Eng.)
3. Ortony A.(ed). *Metaphor and thought*. Cambridge University Press, 1979. 578 p. (In Eng.)
4. Richards I. A. *The Philosophy of Rhetoric*. Oxford University Press, 1965. p. 89. (In Eng.)
5. Thibodeau P H, Hendricks R K, Boroditsky L. How linguistic metaphor scaffolds reasoning // *Trends in cognitive sciences*. 2017. № 21 (11). P. 852-863. (In Eng.)
6. Akhmanova O. C. *Dictionary of Linguistic Terms*. Moscow: Soviet Encyclopedia, 1966. 231 p. (In Russ.)
7. Linguistic Encyclopedic Dictionary / ed. by V. N. Yartsev. Moscow: Sovetskaya Encyclopedia, 1990. 296 p. (In Russ.)
8. Mikheeva N. F., Popova E A, Ignashina Z. N. Intervariant linguistic phenomena in the semantic field «baking» (on the material of national variants of Spanish) // *Scientific Dialogue*. 2022. № 6. C. 89-105. (In Russ.)

METAPHOR PECULIARITIES IN LEXICAL-SEMANTIC PHRASES
OF THE GROUP "GASTRONOMY" IN RUSSIAN AND CHINESE

Jia Junwen

Graduate student, Institute of Foreign Languages Philology
Peoples Friendship University of Russia
(Moscow, Russia)

Mikheeva Natalia Fedorovna

Doctor of Philology, Professor of the Department of Theory and
Practice of Foreign Languages of the Institute of Foreign Languages,
Peoples' Friendship University of Russia

Abstract

Phraseological expressions are the quintessence of language and contain rich and diverse cultural information. Therefore, the study of phraseological units has become one of the difficulties in the study of Russian and Chinese languages. Phraseological expressions with a food component are an important part of the phraseological culture, and most of the words with the meaning of "gastronomy" use metaphors to express their figurative meaning. To master the phraseological units better, it is necessary to know about the cultural information and features

of metaphor in phraseological units in Chinese and Russian. Based on G. Lakoff's point of view, this paper considers metaphor as part of the cognitive process to analyze the relationship between the characteristics of metaphor and cultural information. Through a comparative analysis of metaphor differences in phraseological units with "food" semantics in two countries and generalization of metaphor specifics, the relationship between metaphor, thinking, phraseological units and culture is revealed. Attention is paid to the definition of the concept of metaphor and the features of metaphor are analyzed on the materials of phraseological semantics "bread", "pie", "fish". It is proved that metaphor acts as a method of thinking, is fixed in languages, including phraseological units, and is influenced by culture. In the phraseological expressions with the component "rice", "pie" and "fish" we see the differences of the Chinese and Russian food customs and concepts about the same thing. Behind these cultural differences there are differences in geography, agriculture, economy, etc. There are lot of works on the study of phraseology, but research on the relationship of phraseology with culture and metaphors in the Chinese and Russian languages is still insufficient. Clarifying the specificity of metaphor helps not only to understand and use phraseological expressions better but also to overcome the obstacles of cultural communication between different countries, especially between China and Russia.

Keywords: metaphor, phraseology, gastronomy, Chinese and Russian, culture

Для цитирования: Цзя Цзюньвэнь, Михеева Н. Ф. Особенности метафоры во фразеологизмах лексико-семантикой группы «гастрономия» на русском и китайском языках // Libri Magistri. 2023. № 1 (23). С. 90–100.

Поступила в редакцию 31.01.2023