

УДК 81'367

**КУЛИНАРНЫЙ КОД КУЛЬТУРЫ
КАК СПОСОБ СОЗДАНИЯ ОБРАЗА ЧЕЛОВЕКА
(НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ)**

Макаренко Е. А., Хохлова Н. В.

*Гуманитарный институт филиала Северного арктического федерального университета
имени М. В. Ломоносова, г. Северодвинск*

Статья посвящена лингвокультурологическому описанию английских и русских фразеологических единиц с компонентом-кулинаронимом. Рассматриваются кулинарные образы, участвующие в процессах моделирования и характеристики различных сфер жизнедеятельности человека: физиологической, эмоциональной, нравственной, ментально-речевой, социальной. Проведенное исследование позволяет представить взгляд на человека сквозь призму кулинарного кода двух сопоставляемых культур: англоязычной и русскоязычной.

Ключевые слова: кулинарный код культуры; фразеологическая единица; языковой образ человека.

Постановка проблемы. Пища является одним из самых важных и древних компонентов материальной культуры, выступая необходимым условием существования человека. Кулинарные традиции, формирующиеся на протяжении длительного времени, дают богатый материал для анализа мифологических, религиозных представлений нации, социально-исторического, духовно-нравственного и бытового жизненного опыта народа. По мнению многих исследователей, пищевой код культуры является одним из базовых (О. А. Дормидонтова, Е. В. Капелюшник, М. В. Капкан, М. Л. Ковшова, Н. А. Устинова, Е. А. Юрина).

Цель статьи – исследовать английские и русские устойчивые единицы, внутренняя форма которых содержит кулинарные образы, а значение характеризует человека в его различных проявлениях. Избранный аспект анализа нацелен на то, чтобы установить сходства и различия кулинарных образов в выражении представлений о человеке в русском и английском языках.

Как и всякий материальный объект, человек обладает рядом физических характеристик. Устойчивые выражения фиксируют впечатления от восприятия внешности человека на основе уподобления физическим характеристикам предметов и процессов, составляющих концептуальную сферу «Еда». Положительная эмоциональная оценка внешности пышущего здоровьем человека запечатлена в значении фразеологической единицы *кровь с молоком* ‘румяный, цветущий, крепкий’ и его английском эквиваленте *milk and roses*. Значение фразеологизмов мотивировано представлением о молоке как питательном источнике, дающем человеку здоровье и жизненные силы. В русской культуре краснощекий, здоровый человек ассоциируется также с яблоком, в английской – с вишней: *as red as a cherry*. Высокая питатель-

ная ценность сливочного масла служит основанием для уподобления ему полного человека в английской лингвокультуре: *fat as butter* ‘пухлый, упитанный’.

Устойчивые сравнения фиксируют отклонения от принятой эстетической и параметрической нормы (по признакам формы и величины) в оценке деталей внешности человека. Так, слишком большая, несоразмерная с туловищем голова ассоциируется с *пивным котлом*, с *тыквой*; большая и круглая – с *арбузом*; совершенно лысая голова мужчины – с *яйцом* (аналогично – в английском языке: *as bald as an egg*). Устойчивые сравнения с компонентом-кулинаронимом используются для описания цвета кожных покровов человека, отличающегося от сложившейся в национальном образе нормы в ту или иную сторону: слишком белый, бледный цвет лица – *как мука*; нездоровый желтый цвет – *как лимон*, *как шафран*; красный – *как бурлак*, *как <вареный> рак*, *как морковь*, *как помидор*, *как свёкла* (в английском языке – *as red as a beetroot*). В русской лингвокультуре цвет кожи загорелого человека (прежде всего – женщины) сравнивается с цветом шоколада – *как шоколадка*, в английской – с цветом спелой ягоды: *as brown as a berry*. Выражение *dark meat* является грубым и оскорбительным именованием человека с черным цветом кожи. Плоское лицо в обеих лингвокультурах уподобляется блину: *как блин*, *as flat as a pancake*; покрытое морщинами лицо старого человека ассоциируется с *печеным яблоком*. Представление о неправильной форме и величине носа по отношению к эталонным параметрам, сложившимся в русском национальном образе внешности (прямой нос, средней величины), закрепляется во внутренней форме фразеологизма через сравнение с картофелем: *нос картошкой*.

Кулинарные образы фиксируют представления о физическом и эмоциональном состоянии человека, его возрасте. Так, выражения *in one's salad days* и *у кого-л. молоко на губах не обсохло* характеризуют период незрелости, юности. Во фразеологизмах *a squeezed / sucked orange* ‘ненужный больше человек’ плод, лишенный соков, уподобляется человеку, у которого иссякли моральные или физические силы. В русском языке ему соответствует фразеологизм *выжатый лимон* ‘1. сильно уставший, измотанный человек; 2. человек, утративший духовные силы, творческие способности’. Противоположное физическое состояние – бодрости, свежести – в русском языке описывается устойчивым сравнением *как огурчик*. Некомфортное психоэмоциональное состояние человека, находящегося в непривычной обстановке, характеризуется фразеологизмом *быть не в своей тарелке*.

Явления гастрономической культуры широко представлены во фразеологической номинации особенностей интеллектуальной сферы. Выражение *мало каши ел* означает ‘недостаточно сведущ в чем-л., молод еще, чтобы братья за какое-л. серьезное дело’ и отражает значение *каши* как одного из основных блюд на Руси, которое дает силу и способствует росту. В русской лингвокультуре *каша* обладает значением ‘что-л. бесформенное, перемешанное в беспорядке’, ‘путаница’, которое послужило основой для появления фразеологизма *каша в голове* ‘кто-л. путано мыслит, у кого-л. нет ясности в понимании, осознании чего-л.’. Интеллектуальная деятельность уподобляется процессу приготовления пищи: *голова варит* ‘хорошо соображает’, *несварение мозгов* ‘о неспособности кого-л. продуктивно мыслить’; ср. также: *заварить кашу* ‘создать проблему’, *пицца для размышле-*

ния 'данные, на основе которых можно делать выводы, рассуждать' (аналогично: *food for thought*).

Представление о голове как вместилище ума, сосуде, где происходит мыслительный процесс – «варятся» идеи, ассоциируется с образами кухонных принадлежностей: *котелок варит, голова как котелок, голова (горячая) как чайник*. Это же представление о голове как вместилище ума – и в основе внутренней формы фразеологизма *как об стенку / стену горох* 'о человеке, не понимающем и / или не принимающем объяснения': доводы, аргументы 'отскакивают' от головы человека как горох от стены. Образ решета – емкость для просеивания муки, которая в силу своего строения, функциональной принадлежности не может надолго задерживать вещества внутри себя – ассоциативно связывается с представлением о человеке, не способном удерживать информацию в голове, имеющем плохую память: *голова как решето* (аналогично: *have a head like a sieve, have a memory like a sieve*). Способность быстро воспринимать и усваивать новую информацию ассоциируется с процессом раскалывания орехов: *щелкать как орешки* 'выполнять какую-нибудь работу так же легко, как щелкать мелкие орехи'.

В английской лингвокультуре компонент *nuts* также устойчиво связывается с интеллектуальными и психическими качествами человека, однако выражает иное значение – 'сумасшедший'. Предположительно, такой смысл слово приобрело из-за метафорического употребления *nut* в значении 'голова'. Это прослеживается, например, в выражении *to be off one's nut* 'быть душевнобольным'. Кроме того, глагол *nut* имеет переносное значение 'быть сильно увлеченным': *be nuts on somebody / something* 'очень интересоваться чем-л. / кем-л., очень любить кого-л. или что-л., «помешаться» на ком-л. или чем-л.'. Ср. также: *nutty as a fruitcake* 'быть сумасшедшим, выжившим из ума', *be nuts* 'быть ненормальным; сойти с ума'. Представления о сумасшедшем человеке выражаются и другими кулинарными образами: *go bananas* 'сойти с ума, разнервничаться', *out to lunch* 'сумасшедший'. В русском языке можно привести лишь одно соответствие с компонентом-кулинаронимом: *белены объелся* (грубо-прост.) 'потерял рассудок, ведет себя как безумный' (белена – ядовитое растение; человек, съевший ягоды белены, на время теряет рассудок).

Кулинарные образы кодируют и другие смыслы, связанные с интеллектуальной сферой: незнание, неспособность разобраться в чем-л. элементарном: *not know beans about smth.*; *know as much about smth. as a pig about pineapples* (в русском языке: *разбираться в чем-л., как свинья в апельсинах*); быть осведомленным, опытным: *know beans, know chalk from cheese* (ср. в русском языке: *собаку съест* 'знать и уметь что-л. хорошо, иметь большой опыт'); очень глупый человек уподобляется рыбе: *dumb as a fish*.

Представлены устойчивые выражения, образно характеризующие речь человека. Нечленораздельность, невнятность речи, получающие отрицательную оценку, ассоциативно связываются с образом каши в русском языке и с образом салата – в английском: *каша во рту, word salad*. Представления о говорящем много, невнятно и бессмысленно человеке уподобляются процессу поглощения пищи: *жевать мочалку (мочало)* (аналогично: *mince (one's) words*). Отрицательную оценку получают праздные, пустые, бессодержательные разговоры: *бобы разводить*. В русской куль-

туре *бобы* связываются с гаданиями (рассыпание бобов кучками с дальнейшим пересчитыванием, раскладывание на столе по определенной системе и т. п.) – делом ненужным и бессмысленным. Кулинаронимы характеризуют льстивую манеру речи: *to butter up* ‘говорить кому-то приятные вещи, чтобы этот человек помог тебе или дал что-то’; *lay the butter on* ‘грубо льстить, усиленно хвалить’. На преувеличении построены фразеологизмы, описывающие не только манеру речи, но и качества характера человека: *all sugar and honey*; *sweet as sugar*; *сахар медович* – ‘о слащавом, неискреннем человеке’. В основе фразеологического образа – метафорическая номинация качества речи по аналогии с представлением о сладком продукте.

Кулинарные образы используются при описании черт характера и нравственных качеств человека. Ничем не выдающегося человека характеризуют фразеологизмы *выеденного яйца не стоит, дырка от бублика, ни рыба ни мясо*. В основе последнего – представления о рыбе и мясе как о продуктах, которые в русской кухне значительно различаются по своим вкусовым и прочим качествам: их практически невозможно перепутать. В английском языке этому фразеологизму соответствуют выражения с иной образной структурой: *neither fish nor fowl*; *neither fish, flesh nor fowl*; *neither fish nor flesh*; *neither fish nor good red herring*. Red herring – копченая селедка, которая считалась пищей бедных; рыбой (fish) питалось духовенство, а мясом (flesh, fowl) – богатые. Этот перечень продуктов, потребляемых разными классами общества, стал метафорой «перечня всех возможных вариантов»; эта метафора и легла в основу фразеологизмов. В значении ‘никудашный, несостоятельный’ также используется фразеологизм *not worth a hill of beans*.

Метафорой чего-либо приятного в составе фразеологизмов выступает компонент *sugar*: *sugar daddy* ‘мужчина, который намного старше своей девушки; дает ей деньги, дарит подарки и т. д.’, то есть покровительствует ей и устраивает «сладкую» жизнь. Эталонном духовного благополучия, лучших душевных качеств в английском языке предстает компонент *milk*, имеющий мифологическое значение напитка жизни и часто применяющийся при инициации и в погребальных обрядах как символ райской пищи. Описанное значение реализуется во фразеологизмах *the milk of human kindness* ‘сострадание, доброта, сердечность’, *bring somebody to his milk* ‘пробудить в ком-л. чувство долга, ответственности, образумить кого-л.; привести кого-л. в чувство’, *as mild as milk* ‘кроткий, мягкий, спокойный’.

К общему библейскому источнику восходят выражения с компонентами *соль* и *salt*. Благодаря своим очищающим свойствам и способности сохранять и сохраняться, соль – распространенный символ нравственных достоинств. В нагорной проповеди Христос называет своих учеников *солью земли*. *Соль земли* ‘самое главное, самое ценное, самое важное. О людях’. Аналогично: *the salt of the earth* ‘хороший и честный человек, на которого всегда можно положиться’.

Человек с нечистыми помыслами ассоциируется с только что выкопанной, «грязной» картофелиной: *not quite the clean potato* ‘подозрительная, темная личность; непорядочный, бессовестный человек’; человек, умеющий держать себя в руках – с огурцом: *cool as a cucumber* ‘хладнокровный, выдержанный человек’. Интересны ассоциативные связи между качествами человека и качеством выпечки: *nice as a pie* ‘добрый, дружелюбный’, *sweetie pie* ‘милый, любимый’, *take the cake* ‘превзойти са-

мого себя (в лучшую или худшую сторону)'. В Великобритании пироги, разнообразная выпечка были основными продуктами питания еще в Средние века. Слова *pie*, *cake* стали использоваться для обозначения чего-либо приятного и легкого и с этим значением закрепились во внутренней форме устойчивых выражений.

Отметим английские устойчивые выражения, характеризующие эксцентричных людей или людей, отличающихся манерой поведения от принятой, одобряемой национальным языковым коллективом: *odd fish*, *queer fish*, *strange fish* 'странный человек; человек с причудами, со странностями'; *cold fish* 'бесчувственный человек'; *as soft as butter* 'мягкотелый, слабохарактерный', *full of beans* 'излишне бодрый; энергичный; с зарядом бодрости'; *as keen as mustard* 'полный энтузиазма, горящий желанием'.

В русской культуре кулинарные образы кодируют иные черты характера. Представления о безынициативном и слабовольном человеке уподобляются продуктам питания, имеющим жидкую консистенцию: (как) *тюрю*, *размазня*, *кисель*; характеризующимся отсутствием четкой структуры, формы: (как) *квашня* (*рассиживаться как квашня*), *студень*; *лапша лапшой*. С образами сухого хлеба – *черствый*, *как сухарь* – ассоциируется представление о человеке, лишенном эмоций и сопереживания, способности радоваться жизни; с ним трудно общаться, подобно тому как сухой хлеб трудно раскусить и проглотить. С *тертым калачом* ассоциируются представления об опытном человеке, которого трудно обмануть; тертый калач выпекался из крутого теста, которое долго мяли и терли. Слишком делового, серьезного человека, поглощенного делом, иронично назовут *деловая колбаса* (эта устойчивая единица, вероятно, отражает советские годы дефицита, когда колбасу было трудно купить, а сама она воспринималась как символ достатка, власти).

Разные кулинарные образы представлены в устойчивых именовании людей высокого социального статуса и / или богатых, материально обеспеченных людей: *in the chips* '(быть) состоятельным', *have jam on it* 'жить в достатке, преуспевать', *cream of the crop* 'люди, занимающие высокое социальное положение'; *big cheese* 'важная персона, начальник'; *big fish* 'важный и / или богатый человек'; *butter and egg man* 'богатый деревенский житель, приехавший в город в надежде выиграть в казино, ночном клубе'; *born with a silver spoon in one's mouth* 'о том, кто родился в обеспеченной семье, имеет высокий социальный статус'. Другой полюс – бедность, низкое социальное положение – ассоциируется с такими продуктами питания, как *bean*, *bread*, которые во фразеологизмах приобретают образное значение минимально необходимого для жизни: *not have a bean* 'быть совсем без денег' *your daily bread* 'деньги и пропитание, необходимые для жизни'; *your daily bread and butter* 'работа, которая обеспечивает кого-то средствами, достаточными для проживания', *earn one's bread* 'зарабатывать на пропитание'.

Русские народные представления о социальном положении человека, уровне его жизни напрямую связаны с изобилием пищи. Ощущение достатка ассоциируется с обилием молочных продуктов: *как сыр в масле (кататься)*; наполненным сосудом для питья: *полная чаша*; о том, кто живет бедно, впроголодь, скажут: *лаптем щи хлебает*, *сидит / живет на хлебе и воде*, *перебивается с хлеба на воду / квас*. Переносное значение достатка, богатства в русских фразеологизмах обретает ком-

понент *жир*: *больно жирно будет* ‘слишком хорошо, много для кого-л.’, *с жиру беситься* ‘привередничать, капризничать от пресыщения или безделья’ В образах сладкого выражается радость и довольство, представление о привольной жизни: *сладкая жизнь; не жизнь, а малина*. Тяжелые испытания в жизни уподобляются процессу питья чего-либо горького, неприятного: *испить (горькую) чашу, хлебнуть (горя)*.

Образные выражения, моделируя межличностные отношения, фиксируют такие особенности поведения человека в обществе, как вранье: *вешать лапшу на уши* (в английском языке *hand smb. a lemon* ‘надуть, обмануть кого-л.’); необязательность: *кормить завтраками*; стремление выслужиться: *polish the apple* ‘стараться заслужить чье-либо расположение’; разрыв отношений: *drop someone like a hot potato* ‘спешно прекратить знакомство с кем-то, спешно бросить кого-то’; стремление силой заставить человека сделать что-либо в собственных интересах: *milk (someone) for (something)*. Кулинарные образы выражают представления об иждивенчестве, желании жить за чужой счет, о бесполезном, бездарном существовании: *пожизниться от общего пирога, даром хлеб есть, есть чужой хлеб* (аналогично: *eat somebody's bread*). Положительно оценивается радушие и щедрость, что отразилось в употреблении образа хлеба и соли как символов гостеприимства: *забывать хлеб-соль* ‘проявлять неблагодарность по отношению к тому, кто оказывал гостеприимство’, *водит хлеб-соль* ‘находиться в приятельских, дружеских отношениях’ и др.

Культурно-исторически маркирован фразеологизм *eat no fish* ‘быть благонадежным’: во времена королевы Елизаветы I посты соблюдали только католики, которых считали, в отличие от протестантов, людьми политически неблагонадежными. Протестанты постов не соблюдали. Но в доказательство своей преданности государству протестанты перестали есть рыбу по пятницам.

Межличностные отношения – одна из важных сфер жизни человека. В русском языке разные формы развития межличностных отношений уподобляются процессу приготовления каши – ритуально-обрядового блюда. Совместное приготовление обрядовой еды свидетельствовало о желании участвовать в делах всей общины, вкладывать свою долю в общий «котел». Во фразеологизме *каши не сварить* отражается осуждение человека, не желающего участвовать в общем обрядовом действе. Такой человек считается чужим и ненадежным. В английской культуре соответствующее значение выражает компонент *pie*: *to have a finger in the pie* ‘участвовать в каком-то деле, разделять ответственность за его результат’; *have one's finger in too many pies* ‘иметь долю во многих делах, участвовать во многих мероприятиях’.

В кулинарных образах отразились представления об утрате или ослаблении близко родственных отношений. Образным основанием уподобления служит разрушение целостности, вкусовых качеств продуктов: образ разбавленного до неузнаваемости киселя: *седьмая вода на киселе*; образ отрезанного куса хлеба: *отрезанный ломоть*; шутивное присловье *муж объелся груш* ‘о муже, которого нет, о бросившем жену супруге’. Процесс узнавания другого человека и оценки его личностных качеств ассоциативно связывается с процессом очистки яйца от скорлупы: *знать как облупленного*; в английском языке – *like two peas in a pod* ‘кто-л. хорошо

знакомый, очень близкий'. Представление о том, что совместная трапеза сближает людей, лежит в основе образных единиц *пуд соли съест, есть из общего котла*.

Межличностные отношения переосмысливаются в образах приготовления и поглощения пищи: *вариться в собственном соку* 'не иметь возможности общаться с кем-то извне'; *поедом съедать* 'изводить попреками, бранью', *съесть с потрохами* 'лишить кого-л. имущества, должности, жизни', *бросить на съедение* 'отдать в полную власть кому-л., дав возможность распоряжаться кем / чем-л.', *отбивать хлеб* 'лишать кого-либо заработка или возможности заработка, берясь за ту же работу, дело, занятие и т. п.', *посадить на хлеб и воду* – 'наказывать голодом, лишением пищи, ограничением в еде'. Если *кашу маслом не испортишь*, то при избыточном количестве соли или перца пища становится непригодной для потребления: *сыпать соль на рану* 'затрагивать тему, причиняющую душевную боль' (аналогично в английском языке: *rub salt in (someone's) wound*). Присутствие перца в пище, делающее ее острой, ассоциируется с остротой, эмоциональной напряженностью в отношениях между людьми: *задавать перцу* 'наказывать, бранить кого-нибудь, давая почувствовать свою силу, власть и т. д.'

Таким образом, проведенное исследование позволяет сделать ряд **выводов**:

1) кулинарная лексика активно используется в качестве источника образных наименований и образных характеристик человека и его свойств в обеих сопоставляемых лингвокультурах; 2) активность вовлечения кулинарной образной лексики в процессы фразеологического моделирования антропосферы является различной на разных ее участках: например, в русском языке кулинарные образы активнее представлены в отражении межличностных отношений, в английском языке – в описании эксцентричных людей, чудаков; 3) один и тот же кулинарный образ может выражать разные значения в сопоставляемых языках.

Список литературы

1. Дормидонтова О. А. Коды культуры и их участие в создании языковой картины мира (на примере гастрономического кода в русской и французской лингвокультурах) / О. А. Дормидонтова // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки, 2009. – № 9. – С. 201–205.
2. Капелюшник Е. В. «СЛАДКОЕ» в кулинарном коде культуры (на материале лексики образного семантического поля ЕДА/ПИЩА) / Е. В. Капелюшник // Язык – Текст – Дискурс: традиции и новации. – Самара, 2009. – С. 107–114.
3. Капкан М. В. Гастрономическая культура: понятие, функции, факторы формирования / М. В. Капкан, Л. С. Лихачева // Известия Уральского государственного университета, 2008. – № 55. – С. 34–43.
4. Ковшова М. Л. Лингвокультурологический метод во фразеологии: коды культуры : [монография] / Мария Львовна Ковшова. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2012. – 456 с.
5. Устинова Н. А. Пищевой код как символизация пищевой традиции (на материале говоров Среднего Приобья) / Н. А. Устинова // Вестник Томского государственного университета, 2010. – № 333. – С. 28–31.
6. Юрина Е. А. Лексико-фразеологическое поле кулинарных образов в русском и итальянском языках / Е. А. Юрина // Язык и культура. – 2008. – № 3. – С. 83–93.

Макаренко О. О. Кулінарний код культури як спосіб створення образу людини (на матеріалі англійської і російської мов) / О. О. Макаренко, Н. В. Хохлова // Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія «Філологія. Соціальні комунікації». – 2012. – Т. 25 (64), № 4, ч. 2. – С. 277–284.

Стаття присвячена лінгвокультурологічному опису англійських і російських одиниць-фразеологізмів з компонентом-кулінаронімом. Розглядаються кулінарні образи, що беруть участь в процесах моделювання і характеризації різних сфер життєдіяльності людини: фізіологічної, емоційної, етичної, ментально-мовної, соціальної. Проведене дослідження дозволяє представити погляд на людину крізь призму кулінарного коду двох культур, що зіставляються: англомовного і російськомовного.

Ключові слова: кулінарний код культури; одиниця фразеологізму; мовний образ людини.

Makarenko E. The culinary culture code as a way of creating an image of a person (on the material of english and russian languages) / E. Makarenko, N. Khokhlova // Scientific Notes of Taurida V. I. Vernadsky National University. – Series: Philology. Social communications. – 2012. – Vol. 25 (64), No 4, part 2. – P. 277–284.

The authors elaborate a culture-oriented linguistics concept of phraseological units, which have cuisine words in their structure. Phraseological units of two languages – Russian and English – are compared. They are analysed as means of creating a model of a person in physiological, emotional, moral, mental, speech, social spheres of life. The results of the research show a linguistic image of a person under cuisine code of two cultures – Russian and English.

Key words: cuisine code of culture; phraseological unit; linguistic image of a person.

Поступила в редакцію 19.10.2012 г.