

ИНТЕРПРЕТИРУЮЩИЙ ПОТЕНЦИАЛ КОМПОНЕНТОВ-НАИМЕНОВАНИЙ ПИЩИ В СОСТАВЕ АНГЛИЙСКИХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ¹

Долгова Елена Владимировна

к. филол. наук, младший научный сотрудник
Сетевого научно-образовательного центра когнитивных
исследований ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный
университет имени Г.Р. Державина»
lenochka5dol@yandex.ru

INTERPRETIVE POTENTIAL OF COMPONENTS-FOOD NAMES IN ENGLISH PHRASEOLOGICAL UNITS²

E. Dolgova

Summary: The article deals with phraseological units (hereinafter referred to as PUs) of the English language including food names that convey knowledge about people. In the course of the work, the features of the PUs semantics formation by using information from the conceptual domain FOOD are investigated, as well as the structural and content features of this mental entity are considered. It is established that the conceptual domain FOOD attracted during the secondary interpretation has a matrix structure, its cognitive contexts are revealed. Cognitive models involved in the re-comprehension of knowledge about food are noted.

Keywords: phraseological unit, food, human being, secondary interpretation, cognitive matrix, cognitive model.

Аннотация: В статье рассматриваются фразеологические единицы (далее – ФЕ) английского языка, включающие наименования пищи, передающие знания о людях. В ходе работы исследуются особенности формирования семантики ФЕ за счет привлечения информации из концептуальной области FOOD, а также рассматриваются структурно-содержательные особенности данного ментального образования. Устанавливается, что привлекаемая в ходе вторичной интерпретации концептуальная область FOOD обладает матричной структурой, выявляются ее когнитивные контексты. Отмечаются когнитивные модели, задействуемые в ходе повторного осмысления знаний о пище.

Ключевые слова: фразеологическая единица, пища, человек, вторичная интерпретация, когнитивная матрица, когнитивная модель.

Пища является неотъемлемой частью жизни человека, выступая необходимым условием его существования. Вполне закономерно, что информация о еде зачастую привлекается в качестве образной основы при передаче сведений об окружающей действительности. По мнению ряда исследователей, концептуальная область ПИЩА служит важнейшим источником для интерпретации сведений из различных сфер действительности, экспрессивным источником для характеристики человека и его свойств, будучи преломленной во фразеологии [1–5].

Данная работа посвящена исследованию ФЕ английского языка, включающих наименования пищи, передающих различную информацию о человеке. В качестве иллюстративного языкового материала изучено около 250 фразеологизмов, отобранных из ресурсов англоязычного онлайн-словаря The Free Dictionary by Farlex [6]. Целью работы является рассмотрение особенностей формирования семантики ФЕ относительно концептуальной области FOOD, а также установление роли компонентов-наименований пищи в этом процессе. В ходе

работы над обозначенной целью рассматриваются ФЕ, в которых вторичное осмысление наименований пищи позволяет репрезентировать знания о человеке; изучаются структурно-содержательные особенности концептуальной области FOOD, которая выступает в качестве образной основы для ассоциирования с информацией о человеке; выявляются характеристики, за счет которых данное ассоциирование осуществляется.

Данное исследование опирается на теоретическую установку о том, что ФЕ представляют собой результат вторичной интерпретации. Как отмечает Н.Н. Болдырев, объектом вторичной интерпретации являются уже существующие в языке коллективные знания о мире, а, собственно, результатом выступают новые знания об объектах и явлениях мира, в том числе оценочного характера. Таким образом, вторичная интерпретация являет собой интерпретацию знаний о мире в языке [7: 259–263].

Кроме того, при отборе и анализе языкового материала, данное исследование ориентируется на следующее определение фразеологизмов: ФЕ – это семантически

1 Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект № 20-18-00372).

2 The research is financially supported by the Russian Science Foundation grant (project No. 20-18-00372).

целостные сочетания слов, построенные по образцу сочинительных или подчинительных словосочетаний непредикативного или предикативного характера, с частично или полностью переосмысленной семантикой, создаваемой по определенным когнитивным моделям [8]. Речь, прежде всего, идет о метафорических, метонимических и метафтонимических моделях, а также когнитивных моделях сравнения, которые привлекаются для вторичного осмысления информации об окружающей действительности. В ходе рассмотрения особенностей семантики ФЕ применяются дефиниционный, этимологический и концептуальный анализ, а также когнитивное моделирование.

Важно отметить, что то, какие сведения и за счет каких когнитивных моделей привлекаются из концептуальной области FOOD, напрямую определяет интерпретирующий потенциал наименований пищи в составе ФЕ. Обратим внимание, что согласно словарному определению, *'Food – 1) any nourishing substance that is eaten, drunk, or otherwise taken into the body to sustain life, provide energy, promote growth, etc.; 2) more or less solid nourishment, as distinguished from liquids; 3) a particular kind of solid nourishment; 4) whatever supplies nourishment to organisms; 5) anything serving for consumption or use'* [9]. Рассмотрим также дефиниции некоторых синонимов лексемы *'food'*, к которым согласно словарю синонимов можно отнести следующие: *'Nutrition – the act or process of nourishing or of being nourished; the use of food for life, health, and growth; the act or process of nourishing or of being nourished'; 'Cooking – the act of a person or thing that cooks; the art or practice of preparing food, cookery'; 'Cuisine – a style or quality of cooking, cookery'; 'Meal – the food served and eaten especially at one of the customary, regular occasions for taking food during the day, as breakfast, lunch, or supper; one of these regular occasions or times for eating food'* [9].

Как показывают рассмотренные определения, концептуальная область FOOD в целом может быть охарактеризована наличием следующих смысловых составляющих: питательное вещество, употребляемое человеком и обеспечивающее питание живых организмов; вещество, обладающее определенной консистенцией; пища, приготовленная определенным образом, потребляемая в определенное время и т.д. Таким образом, информация о еде может быть представлена разнопланово. Можно предположить, что знания о пище многоаспектны по своей природе, и информацию о продуктах питания возможно представить в виде взаимосвязанных когнитивных контекстов общей когнитивной матрицы FOOD.

Отметим, что под когнитивной матрицей (термин Н.Н. Болдырева [7]) понимается система взаимосвязанных когнитивных контекстов или областей концептуализации объекта, интегрированных вербально в единый комплекс. При этом общая когнитивная матрица пред-

ставляет собой многоаспектное знание. Обратим внимание, что выделяют также частную когнитивную матрицу, для которой характерна возможность многоаспектности осмысления репрезентирующих ее единиц [7: 89-96].

В данной работе рассматриваются когнитивные контексты общей когнитивной матрицы FOOD, репрезентируемой английскими ФЕ, передающими сведения о человеке. За счет исследования буквальных значений ФЕ, можно выделить знания о пище, которые непосредственно наполняют когнитивные контексты матрицы и привлекаются в ходе вторичной интерпретации для представления знаний о человеке. В ходе анализа фактического материала, были выявлены следующие когнитивные контексты общей матрицы FOOD: **1) features of food, 2) features of food consumption, 3) actions performed on food, 4) human perception of food**. Рассмотрим их подробнее.

1. Когнитивный контекст «Features of Food» актуализируется для осмысления знаний о человеке, когда требуется привлечь информацию о существовании продуктов питания и блюд как таковых, а также знания о конкретных свойствах еды (например, о вкусе, цвете и др.). Обратимся к примерам.

Общие знания о продуктах и блюдах отражены в семантике фразеологизмов, при создании которых пища оценивается в целом, в совокупности ее состава, например: *all that and a bag of crisps* (букв. «все это и пачка чипсов») – о привлекательном человеке; *sugar and spice (and everything nice)* (букв. «сахар и специи (и все приятное)») – о приятной и дружелюбной женщине; *chopped liver* (букв. «нарезанная печень») – о человеке, расцениваемом как неважный и непривлекательный.

Для формирования семантики данных примеров, вероятно, привлекается метафорическая модель HUMAN BEING – FOOD, а характеристиками устанавливаемого сходства могут выступать *'pleasant'* ('приятный') для ФЕ *all that and a bag of crisps, sugar and spice (and everything nice)* и *'unpleasant'* ('неприятный') для ФЕ *chopped liver*. Важно отметить, что ключевую роль при выборе характеристик сыграли в совокупности внешний вид и вкус продукта, знания о котором сопоставляются с информацией о людях.

Информация непосредственно **о вкусе продуктов** актуализируется при формировании значений ряда ФЕ, зачастую определяя, положительным или отрицательным получится описание. Так, характеристика *'pleasant'* ('приятный') обуславливает формирование семантики ФЕ, отсылающих к информации о сладости продуктов питания: *as sweet as sugar/honey/pie* (букв. «сладкий как сахар/мёд/пирог»), а также ФЕ *sweeter than honey* (букв. «слаще мёда»). Данные ФЕ используются для описания

исключительно милых и дружелюбных людей, причем, в ходе формирования данных ФЕ используется когнитивная модель сравнения HUMAN BEING AS CONCRETE QUALITY AS FOOD, и HUMAN BEING CONCRETE QUALITY THAN FOOD соответственно. Отметим, что конкретные характеристики осмысляются в рамках данных ФЕ уже абстрактно, отсылая к информации о характере и поведении человека.

Неприятное вкусовое впечатление, остающееся во время и после употребления продукта, передает дословное значение ФЕ *go cold turkey* (букв. «пойти холодной индейкой»), используемой при описании резкого отказа от какой-либо привычки. Вероятно, образная основа данной ФЕ обусловлена общим негативным впечатлением от употребления в пищу холодного мяса индейки, ведь именно это ощущение за счет характеристики 'unpleasant' ('неприятный') сопоставляется с реакциями человека, резко избавившегося от какого-либо пристрастия. Метафорическое проецирование в данном случае осуществляется за счет когнитивной модели ABSTRACT – PHYSICAL.

Сведения **о цвете пищи** учитываются в качестве характеристики сходства при сравнении в семантике следующих ФЕ: *as brown as a berry* (букв. «коричневый как ягода») – о коже загорелого человека; *as red as a cherry* (букв. «красный как вишня») и *as red as a beet* (букв. «красный как свекла») – о покрасневшем лице (из-за физической нагрузки, смущения или гнева). В ходе формирования значений данных фразеологизмов привлекается когнитивная модель сравнения HUMAN BEING AS CONCRETE QUALITY AS FOOD, при этом характеристика 'colour' ('цвет') позволяет сопоставить цвет кожи и цвет продукта.

Знания **о форме продуктов** используются при формировании значения ФЕ *melon head* (букв. «голова-дыня») – о глупом человеке. В данном случае применяются сразу две когнитивные модели: метонимическая модель PART (body part) – WHOLE (human being), т.к. наименование головы используется в адрес человека; а также метафорическая модель HUMAN BEING – FOOD за счет характеристики 'shape' ('форма'), ведь дыня овальная, но полая внутри, что и отсылает к отсутствию ума у человека. Так, можно предположить, что в данном случае привлекается метафони́мия.

Сведения **о качестве продуктов** также могут привлекаться для осмысления различных характеристик человека. Например, ФЕ *fresh meat* (букв. «свежее мясо») за счет сведений о свежести продукта отсылает к информации о новых людях, в какой-либо организации; ФЕ *moldy fig* (букв. «заплесневелый инжир») описывает человека со старомодными взглядами. Можно предположить, что в рассмотренных случаях задействуется ме-

тафорическая модель HUMAN BEING – FOOD, при этом характеристика 'novelty' ('новизна') определяет формирование семантики первого примера, а характеристика 'obsolescence' ('устарелость') – второго.

Конечно, рассмотренные в рамках данного когнитивного контекста сведения о пище, привлекаемые для осмысления знаний о людях, не исчерпываются приведенными выше аспектами. Например, может также использоваться информация **о твердости/мягкости пищи**: *tough egg/nut (to crack)* (букв. «жесткое яйцо/орех (чтобы расколоть)»), *tough cookie* (букв. «жесткое печенье») – об упрямом и/или мало поддающемся влиянию человеке; *as soft as butter* (букв. «мягкий как масло») – о мягкотелом человеке; **о размере продукта**: *big cheese* (букв. «большой сыр») – влиятельный человек; *big juice* (букв. «большой сок») – известный преступник или вор; *small beer/small potatoes* (букв. маленькое пиво/картофель») – незначительный человек; **об отличии продуктов друг от друга или от других веществ**: *apples and oranges* (букв. «яблоки и апельсины») и *as alike as chalk and cheese* (букв. «похожи как мел и сыр») – о непохожих людях; *like peas and carrots* (букв. «как горох с морковью») – совместимые, близкие по духу; *as/like oil and water* (букв. «как масло и вода») – несовместимые люди, не находящие взаимопонимания и др.

Когнитивный контекст «Features of Food Consumption» актуализируется, когда задействуется информация о том, какие закономерности или детали определяют питание человека. Например: *at the bottom of the food chain* (букв. «внизу пищевой цепи») и *at the top of the food chain* (букв. «наверху пищевой цепи») – о, соответственно, низком и высоком положении, занимаемом в социальной иерархии. Можно отметить, что отсылка в данных примерах производится к хищникам и их добыче, а осмысление сведений осуществляется за счет метафорической модели HUMAN BEING – ANIMAL за счет характеристики 'position' ('положение'), ведь имеется в виду положение, занимаемое в экологической пирамиде.

Некоторые ФЕ описывают факт регулярного употребления алкоголя: *on the juice* (букв. «на соке») и *on the sauce* (букв. «на соусе»). В данном случае предположительно задействуется метафони́мическая когнитивная модель, определяемая, во-первых, метафорическим проецированием по модели ARTEFACT – ARTEFACT: компоненты *sauce* и *juice* осмысляются для наименования алкоголя за счет характеристики сходства, вероятно, связанной с особенностями вкуса или жидким состоянием. Во-вторых, привлекается метонимическая модель PART2 (cause) – PART1 (effect): постоянное опьянение замещается его причиной, т.е. употреблением спиртного.

Когнитивный контекст «Actions Performed on Food» привлекается, когда происходит осмысление ин-

формации о различных действиях людей. С этой целью, прежде всего используются сведения **о приготовлении пищи к употреблению**, к примеру: *fry the fat out of* (букв. «выжаривать жир из») – получать от кого-либо деньги через вымогательство или насилие; *melt (one's) butter* (букв. «растопливать (чье-либо) масло») – нравиться кому-либо, привлекать; *slice the pie* (букв. «нарезать пирог») – делить прибыль; *over-egg the pudding* (букв. «переложить яйца в пудинг») – перестараться, улучшая что-либо, и в итоге сделать это хуже; *cook (one's) goose* (букв. «приготовить чье-то гуся») – разрушить чьи-либо планы. Обратим внимание, что при формировании значений рассмотренных ФЕ некоторое физическое действие, выполняемое в процессе приготовления пищи ассоциируется с действиями человека абстрактного плана, т.е. осмысление информации, вероятно, осуществляется за счет метафорической модели ABSTRACT – PHYSICAL.

Интересно, что формирование семантики ФЕ *cook (one's) goose* может быть рассмотрено с точки зрения сразу нескольких версий. Согласно одной из них, образная основа здесь заключается в том, что гуся лелеяли и откармливали для особого случая, и поэтому если кто-то (в особенности посторонний) приготовит его раньше времени, то планы на застолье будут испорчены, а человек, занимавшийся выращиванием птицы, будет расстроен. Согласно другому мнению, данное выражение появилось в результате кровавых исторических событий: в XVI в. жители некоего осажденного города вывесили гуся, чтобы показать нападавшим, что они не голодают, а разъяренные враги подожгли город и таким образом приготовили гуся. По другой версии, эта ФЕ происходит от басни о гусыне, которая несла золотые яйца. Когда хозяин убил ее, чтобы получить все золото сразу, у него не осталось ничего, кроме мертвого гуся [6]. Беря во внимание рассмотренные теории, можно предположить, что характеристикой сходства в рамках метафорического проецирования по модели ABSTRACT – PHYSICAL может выступать 'destruction of plans' ('разрушение планов').

Метонимические модели также способны привлекаться в ходе осмысления информации о действиях людей. Так, ФЕ *crack open the champagne* (букв. «открывать шампанское») – праздновать какое-либо достижение – вероятно, образована с помощью метонимической модели PART (specific manifestation) – WHOLE (phenomenon): вместо наименования процесса празднования используется наименование одного из возможных проявлений, сопровождающих событие.

Для проецирования на действия людей могут применяться и сведения **об употреблении пищи**: *have (someone or something) for breakfast* (букв. «съесть кого-то/что-то на завтрак») – легко справиться с кем или чем-либо; *break bread with (someone)* (букв. «преломить хлеб с (кем-либо)») – есть вместе кем-то; *inhale (one's) food* (букв. «вды-

хать (чью-либо) еду») – быстро есть; *eat (one's) salt* (букв. «есть (чью-либо) соль») – останавливаться в чьем-либо доме; **о физическом воздействии на продукты**: *pour honey in (one's) ear* (букв. «лить мёд в (чью-либо) уши») – говорить кому-либо приятные слова (вне зависимости от правды); *pull (someone's) bacon out of the fire* (букв. «спасать (чей-либо) бекон из огня») – спасать кого-либо от неминуемых неприятностей; *walk on eggs* (букв. «идти по яйцам») – действовать с большой осторожностью; *polish the apple* (букв. «полировать яблоко») – выслуживаться с помощью неискренней или чрезмерной лести; *take the gilt off the gingerbread* (букв. «снять позолоту с пряника») – сделать что-то менее привлекательным.

Как можно заметить, в рамках данного когнитивного контекста действия человека над пищей физического уровня осмысляются абстрактно, позволяя описать разнобразную деятельность людей. При этом действия, связанные с пищей, имеющие отношение к ментальной сфере, также способны использоваться. Чтобы проиллюстрировать это, обратимся к сведениям **когнитивного контекста «Human Perception of Food»**. К примеру, человек может давать оценку кулинарным способностям: *can't boil an egg* (букв. «не может сварить яйцо») – о том, кто не умеет готовить. Так, посредством отсылки к неумению приготовить простейшее блюдо дается информация об отсутствии кулинарных навыков в целом, что отражает метонимическая модель PART (specific manifestation) – WHOLE (phenomenon).

Кроме того, человек может давать оценку важности изготавливаемого блюда, что представлено в буквальном значении ФЕ *have more important/bigger fish to fry* (букв. «иметь более важную/более крупную рыбу для жарки») – иметь более важные или более интересные дела. Помимо этого может привлекаться информация о том, какими знаниями о пище обладает человек: *know what side (one's) bread is buttered (on)* (букв. «знать с какой стороны (чей-то) хлеб намазан маслом») – знать, как наилучшим образом обеспечить свой успех; *know how the sausage gets made* (букв. «знать как делается колбаса») – иметь знания о процессе, посредством которого что-то создается вне поля зрения общественности. При передаче знаний об установлении различий между людьми или объектами могут использоваться ФЕ *tell chalk from cheese* (букв. «отличить мел от сыра») и *compare apples to oranges* (букв. «сравнивать яблоки с апельсинами»). В рамках данных примеров отсылка к восприятию материальных объектов и их свойств позволяет метафорически осмыслить явления абстрактного уровня. Предположительно, в данном случае речь идет о когнитивной метафорической модели ABSTRACT – PHYSICAL: за счет характеристики 'importance' ('важность') для ФЕ *have more important/bigger fish to fry* сопоставляется важность приготовления крупной рыбы и занятий человека, который не хочет размениваться на мелкие дела; характеристика 'understanding

the benefits' ('понимание выгоды') актуальна для ФЕ *know what side (one's) bread is buttered (on)*, т.к. масло на бутерброде соотносится с успехами в каком-либо деле; посредством характеристики 'unpleasant and hidden details' ('неприятные и скрытые подробности') устанавливается аналогия между знанием непривлекательных деталей производства и владением информацией о том, как решаются какие-либо вопросы бизнеса или политики для ФЕ *know how the sausage gets made*. Семантика ФЕ *tell chalk from cheese* и *compare apples to oranges* обусловлена характеристикой 'difference' ('различие'), поскольку в образной основе данных языковых единиц заложена отсылка к пониманию отличий двух объектов. Данные примеры иллюстрируют тот факт, что ментальные усилия по восприятию вещественного могут быть сопоставлены с некими абстрактными действиями человека.

Подводя итог, отметим, что наименования пищи в составе ФЕ обладают значительным интерпретирующим потенциалом, позволяя привлечь для повторного

осмысления знания из концептуальной области FOOD. Было выявлено, что данная концептуальная область, будучи репрезентированной исследуемыми ФЕ, может быть представлена в виде общей когнитивной матрицы, включающей следующие когнитивные контексты: 1) features of food, 2) features of food consumption, 3) actions performed on food, 4) human perception of food. В ходе работы были выявлены когнитивные модели, с помощью которых сопоставляются сведения о пище и человеке, а также иных объектах и явлениях для репрезентации знаний о людях. Заметное место среди них занимают метафорические модели HUMAN BEING – FOOD, ABSTRACT – PHYSICAL, метонимические модели PART (body part) – WHOLE (human being), PART2 (cause) – PART1 (effect), PART (specific manifestation) – WHOLE (phenomenon), а также метафтонимические модели, предстающие как сочетание метафоры и метонимии. Также были выделены когнитивные модели сравнения, например, HUMAN BEING AS CONCRETE QUALITY AS FOOD и HUMAN BEING CONCRETE QUALITY THAN FOOD.

ЛИТЕРАТУРА

1. Слярова Н.Г., Косоножкина Л.В. Гастрономическая фразеология: лингвистический и лингвокультурологический аспекты (на материале русского и английского языков) // Гуманитарные и социальные науки. 2019. №2. С.211–219.
2. Макаренко Е.А., Хохлова Н.В. Кулинарный код культуры как способ создания образа человека (на материале английского и русского языков) // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Филологические науки. 2012. №4-2. С.277–284.
3. Марушкина Н.С. «Гастрономические» фразеологические единицы как средство формирования концепта еда // Преподаватель XXI век. 2012. №2. С.359–362.
4. Капелюшник Е.В. Человек сквозь призму кулинарного кода культуры // Вестн. Том. гос. ун-та. 2011. №345. С.11–14.
5. Князева Н.И. Ценностные установки как часть национального сознания на примере английских фразеологизмов, содержащих связанные с питанием лексемы // Вестник ЧелГУ. 2011. №13. С.80–83.
6. The Free Dictionary by Farlex. URL: <https://www.thefreedictionary.com/> (дата обращения 1.07.2022)
7. Болдырев Н.Н. Язык и система знаний. Когнитивная теория языка. М.: Издательский Дом ЯСК, 2018. 480 с.
8. Долгова Е.В. Фразеологические единицы английского языка как модели репрезентации знаний о человеке: автореф. дис. ... канд. филол. наук, 2020. 24 с.
9. Dictionary.com. URL: <https://www.dictionary.com/> (дата обращения 1.07.2022)

© Долгова Елена Владимировна (lenochka5dol@yandex.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»