

– *Little-headed: And there in the dusk of it he was sitting when they came, full of bubble and squeak – something very **little-headed** about people when they'd won money* (J. Galsworthy).

– *Rose-red: **Rose-red** and gold-yellow of the flowers swam in her eyes* (D. H. Lawrence).

– *Salmon-pink: And on the stage the ballet whirled its Kaleidoscope of snow-white, **salmon-pink**, and emerald-green and violet and seemed suddenly to freeze into a stilly spangled pyramid* (J. Galsworthy).

– *Snow-white: And on the stage the ballet whirled its Kaleidoscope of **snow-white**, salmon-pink, and emerald-green and violet and seemed suddenly to freeze into a stilly spangled pyramid* (J. Galsworthy).

Такім чынам, субстантывацыю можна справядліва назваць стылістычным сродкам, што інтэгруе ў складаным цэльнааформленым слове пласт думак, пачуццяў, падзей, сканцэнтраваную апрадмечаную якасць. У разгледжаных мастацкіх тэкстах назіраецца перавага беларускіх субстантывавальных НАК (у параўнанні з англійскімі). Спалучэнне субстантыўных і ад'ектыўных рыс у субстантываным НАК забяспечваюць невычарпальныя вобразна-выяўленчыя магчымасці такіх адзінак.

БІБЛІАГРАФІЧНЫЯ СПАСЫЛКІ

1. Бабайцева В. В. Явления переходности в грамматике русского языка. М. : Дрофа, 2000.

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ГАСТРОМЕТАФОРЫ В МЕДИАДИСКУРСЕ: СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ

LEXICO-SEMANTIC FEATURES OF THE GASTRONOMIC METAPHOR IN MEDIA DISCOURSE: COMPARATIVE ASPECT

A.B. Velisevich

A.V. Velisevich

Белорусский государственный экономический университет,
Минск, Беларусь, velisevich7@gmail.com
Belarusian State Economic University,
Minsk, Belarus, velisevich7@gmail.com

Основное внимание в данной статье уделяется выявлению и рассмотрению лексико-семантических особенностей гастрономических метафор в медийном дискурсе (на примере немецкого и русского языков).

Ключевые слова: медийный дискурс; гастронометафора; образно лексико-фразеологические поля (далее – ОЛФП); лексико-семантическое поле «Еда/Пища» (далее – ЛСП); лексико-тематические группами (далее – ЛТГ).

The main attention in this article is paid to the identification and consideration of lexico-semantic features of gastronomic metaphors in media discourse (based on German and Russian languages).

Keywords: media discourse; a gastronomic metaphor; figurative lexico-phraseological units; a lexico-semantic field; lexico-thematic groups.

Дискурс является одним из ведущих предметов исследования современной лингвистики. Это является следствием проявления его специфики, состоящей в репрезентации, интерпретации и концептуализации каждой сферы деятельности, в том числе профессиональной. Медиадискурс как институциональный вид дискурса преследует такие цели, как создание положительного/отрицательного имиджа предмета/объекта речи, привлечения внимания читателя/слушателя к событиям окружающей действительности. Одним из популярных средств реализации данных целей является гастрометафора как способ мышления, концептуализации и категоризации знаний о действительности.

Гастрометафора как лингвистический феномен вызывает значительный интерес отечественных и зарубежных лингвистов (например, работы Н. Д. Арутюновой [1; 2], М. Блэка [3], В. П. Москвина [6-8], Д. Лакоффа [9] и др.).

Однако многие аспекты метафоры по-прежнему остаются дискуссионными, а метафоры некоторых тематических сфер – недостаточно изученными. Научные труды, посвящённые анализу метафор тематической сферы «Гастрономия» немногочисленны (например, научные труды Е. А. Юриной [15; 16], А. С. Бойчук [4; 5]), где гастрометафоры отражены как часть лингвокультурной специфики иноязычного дискурса.

Исследований на материале русского и немецкого языков, посвящённых гастрономической метафоре как системному образованию, до настоящего времени не проводилось – что отражает новизну исследуемой проблемы.

Рассмотрение лексико-семантических особенностей гастрометафоры в медийном дискурсе в сопоставительном аспекте актуально в силу следующих причин:

1) важностью изучения лексико-семантических особенностей гастрометафор ввиду отсутствия сведений о данной организации рассматриваемых языковых единиц в пределах медиадискурса;

2) значимостью гастрометафоры в медийном дискурсе как транслятора человеческого опыта, когнитивной и языковой картин мира;

3) необходимостью выявления и изучения лексико-семантических особенностей гастрометафоры в медийном дискурсе представителей различных лингвокультур.

Материалом исследования являются 93 случая употребления русскоязычных и 28 случаев употребления немецкоязычных гастро-metaфоров (далее – ГМ) с компонентом «Еда/Пища» (исключая случаи повторов ГМ). Подбор материала осуществлялся методом количественного контент-анализа в 105 русскоязычных и 250 немецкоязычных контекстах Национального корпуса русского языка (ruscorpora.ru) и Referenz- und Zeitungskorpora DWDS (<http://www.dwds.de/>) в газетных статьях, датированных 2001-2022 гг. [12; 13]. Белорусско- и англоязычных случаев употребления ГМ в газетных статьях не обнаружено из-за ряда причин: англоязычных ГМ указанного временного периода не встречалось в контекстах газет, либо наблюдались случаи употребления в английских ГМ Интернет-дискуссе; белорусскоязычный лингвистический корпус как средство поиска белорусских ГМ в контекстах белорусских газет ещё находится в стадии развития, делает успешные шаги в корпусной лингвистике. В качестве инструментария для проведения анализа применяется созданная нами классификация, основанная на синтезе и доработке классификаций Власовой Алисой Валентиновной [14], и Алхаидри Басим Хасан Хребит [15], которые базируются на исходном значении понятий, подвергающихся дальнейшему переосмыслению (А. В. Власова) и на номинативном принципе (Б. Х. Алхаидри), т.к. позволяют раскрыть ЛСП «Еда/Пища» в полном объёме.

Целью данного исследования является выявление и интерпретация лексико-семантических особенностей немецко- и русскоязычных гастро-metaфоров в медийном дискурсе.

Объектом исследования являются случаи употребления немецко- и русскоязычных гастрономических метафоров в контекстах немецких и русских газет.

В качестве предмета исследования выступают лексико-семантические особенности, отражённые в немецко- и русскоязычных гастро-metaфорах, употребляемых в контекстах немецких и русских газет.

В исследуемых русско- и немецкоязычных гастро-metaфорах было обнаружено, что метафорическое поле «Еда» представлено следующими образно лексико-фразеологическими полями (далее – ОЛФП):

1. «Действия по отношению к пище» (класс ГМ, отражающий отношение к пище через призму таких процессов, как приготовление, поглощение, наслаждение (послевкусие));

2. «Свойства пищи» (класс ГМ, содержащий качественные характеристики пищи, отражённые метафорически через диады «привлекательный / непривлекательный», «влиятельный / незначительный»);

3. «Национальная кухня» (класс ГМ с семой национального блюда): например, семы *die Wurst* ‘колбаса’; *тёртый калач* и т.д.).

4. «Пища» (класс ГМ с семами «Еда/ Пища»). например, *пища для размышлений*.

ОЛФП исследуемой выборки гастрометафор представлено следующими лексико-тематическими группами (далее ЛТГ):

- Хлебобулочные изделия;
- Продукты, помещенные в контейнеры (зерно, орехи, яйца, горох, бобы) и сами контейнеры (скорлупа);
- Продукты животного происхождения как пищевое сырье (мясо, жир, фарш, рыба);
- Пищевые добавки;
- Ингредиенты, необходимые для приготовления блюд;
- Продукты питания, имеющих сложную многоступенчатую структуру (гроздь бананов, слой молочных продуктов);
- Продукты растительного происхождения, употребляемые в сыром виде (овощи, фрукты);
- Напитки;
- Молочные изделия;
- Процесс переработки пищи;
- Посуда;
- Приемы пищи;
- Готовые блюда (бульон и т.п.);
- Еда как концепт в целом;
- Сладости.

Рассмотрим и проанализируем реализацию ОЛФП «Свойства пищи» вместе с присущими ей ЛТГ в русско- и немецкоязычных газетных контекстах, так как в современном информационном пространстве делается упор на реализацию информационно-воздействующей функции в медийном дискурсе. При этом, гастрометафора служит не только средством реализации данной функции в медийном дискурсе, но и фактором формирования концептуальной картины мира потребителей медийного продукта.

В ходе анализа контекстов немецко- и русскоязычных газетных статей было выявлено и получены следующие результаты:

1. доминирующим образом лексико-фразеологическим полем русских и немецких гастрометафор в газетных статьях служит ОЛФП «Свойства пищи» (40% случаев употребления русских ГМ и 54,4% немецких ГМ);

2. самым малочисленным ОЛФП русских и немецких гастрометафор в газетных статьях является ОЛФП «Национальная кухня», составляющее 9,52% случаев употребления русских ГМ и 2% случаев употребления немецких ГМ в газетных контекстах.

В подтверждении вышеизложенного, обратимся к примерам употребления гастрометафоров в русском и немецком медиадискурсе:

«Он не такой, как все, и в этом его большой плюс. Илья – это *spice* («парень с перчинкой» – Прим. ред.). Отличный вратарь и хороший товарищ по команде» [Наталья Брагилевская. Форвард «Филадельфии» Клод Жиру: Беру пример с Дацюка! // Советский спорт, 2012.03.15];

“*Das ist doch so klar wie Kloßbrühe eigentlich*” (Bundeskanzlerin Angela Merkel dazu, dass eine Bankenaufsicht nicht bereits Anfang 2013 funktionieren könne) [Die Zeit, 19.10.2012 (online)]; «На самом деле это ясно как дважды два» (канцлер Ангела Меркель отметила, что орган банковского надзора уже не мог выполнять свои функции должным образом в начале 2013) (перевод выполнен Велисевич А. В.).

Под выражением *с перчинкой* в данной статье понимаются как физиологические, так и психологические составляющие личности парня (неординарность, брутальность, выдающийся профессионализм в спорте, коммуникабельность).

В тексте онлайн-статьи немецкой еженедельной газеты «Zeit» гастрометафора *klar wie Kloßbrühe* служит отражением переноса качества блюда (простота приготовления и прозрачность бульона из клёцок) на ситуацию, в которой задействован человек (простая и ясная ситуация) либо когнитивные характеристики человека (прозрачные, ясные мысли; чёткая речь).

Интересными примерами применения гастрометафоров ОЛФП «Национальная кухня» в русском и немецком дискурсе являются следующие контексты:

«Он *тертый калач*. Он имеет большой и разнообразный опыт работы в сфере международных отношений, правда, с другого угла, с дипломатией он прежде дела не имел [Песков назвал будущего госсекретаря США тертым калачом // lenta.ru, 2018.03.23];

“*In der vergangenen Saison habe ich wichtige Spiele verloren, als es für die Borussia um die Wurst ging*” [Die Zeit, 30.08.2013 (online)]; «В прошлом сезоне я проиграл важные матчи, когда для ФК «Боруссия» наступил решающий момент» (перевод выполнен Велисевич А. В.).

В данных примерах через уважительное отношение русского либо немецкого народа к национальным блюдам (к калачу или к колбасе), к традициям, истории предков передаются либо эталон личности (сильный, волевой, опытный, выдавший виды человек, которого трудно обмануть; с богатым жизненным опытом), либо высокую, исключительную значимость события, в которой оказался человек.

Таким образом, проведенное исследование позволяет говорить о том, что в контекстах русских и немецких газет доминирующим ОЛФП

вместе с его микрополями является «Свойства пищи». Малочисленным ОЛФП в контекстах русских и немецких газет является «Национальная кухня». Стоит отметить, что наблюдается присутствие в выборке много пограничных примеров ГМ, то есть примеров, в которых сложно определить, что именно – действия по отношению к еде или качественные характеристики продуктов питания (внешний вид, т.п.) – хотел выделить автор газетной статьи. Так, *выжатый лимон* в одно и тоже время репрезентирует действие по отношению к еде ('выжимка') и психологическое состояние человека ('усталость, выгорание').

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Арутюнова Н. Д. Метафора и дискурс // Теория метафоры / общ. ред. Н. Д. Арутюновой и М. А. Журиной. – М.: Прогресс, 1990. – С. 5-32.
2. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека / Н. Д. Арутюнова. – М.: Языки русской культуры, 1999. – 896 с.
3. Блэк М. Метафора // Теория метафоры. – М., 1990. – С. 160-163.
4. Бойчук А. С. Гастрономическая метафора в современном русском языке // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. Серия: Филологические науки. – 2010. – № 7 (61). – С. 75 -79.
5. Бойчук, А. С. Гастрономическая метафора: структурный, семантический, стилистический аспекты : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / А. С. Бойчук. – Волгоград, 2012. – 271 л.
6. Москвин В. П. Русская метафора. Семантическая, структурная, функциональная классификация: Учеб. пособие к спецкурсу по стилистике. – Волгоград: Перемена, 1997. – С. 21-27, 32.
7. Москвин В. П. Русская метафора: параметры классификации// Филологические науки. – 2000. – №2. – С.66-74.
8. Москвин В. П. Русская метафора. Очерк семиотической теории. – М.: Ленанд, 2006. – С.135-136.
9. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live By*. – Chicago, 2003. – 242 p.
10. Юрина Е. А. Вкусные метафоры: пищевая традиция в зеркале языковых образов. Кокшетау, 2013. – 236 с.
11. Юрина Е. А. «Пищевая метафора»: объем и границы понятия //Вестник Кермеровского государственного университета. – 2015. – Т. 1, № 3(63). – С. 207-212.
12. Национальный корпус русского языка. URL: <http://www.ruscorpora.ru>. (дата обращения: 09.01.2023).
13. Corpora im DWDS – Corpora im digitalen Wörterbuch der deutschen Sprache. (DWDS). URL: <https://www.dwds.de>. (дата обращения: 09.01.2023).
14. Власова, А. В. Классификация гастрономических метафор (на материале современных англоязычных СМИ) / А. В. Власова, Л. В. Гушина // Молодежный научный форум. Гуманитарные науки : материалы III студен. междунар. заоч. науч.-практ. конф., 30 апр. 2013 г. – М., 2013. – С. 44-53.
15. Алхайдри, Б. Х. Х. Кулинарно-гастрономическая субстантивная лексика в образном употреблении: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Б. Х. Х. Алхайдри; Воронеж. гос. архитектур. -строит. ун-т. – Воронеж, 2013. – 21 с.