

Филология

«Пищевые» метафоры как способ характеристики  
современной действительности

Александра Сергеевна Бойчук

Волгоградский государственный социально-педагогический университет  
400131, Россия, г. Волгоград, проспект им. В.И. Ленина, 27  
аспирант  
E-mail: alexa-bs@mail.ru

**Аннотация.** В статье представлены результаты исследования группы гастрономических метафор русского языка, исходные значения которых связаны с характеристиками пищи «быстрого приготовления». Такие метафоры рассматриваются как показатель изменений, произошедших в социокультурной сфере.

**Ключевые слова:** гастрономическая метафора; мотивационная система; социокультурный фактор; «общество потребления»; номинации фаст-фуда.

УДК:  
81'38,  
81'42

Множество научных трудов российских и зарубежных исследователей посвящено различным аспектам изучения метафоры – сложного явления, сущность которого представляется во многом дискуссионной. Единицы, обладающие переносным значением, нередко рассматриваются учёными как средство самоидентификации носителей современного языка, влияющее на процесс формирования их национально-специфической, а также универсальной картин мира (работы А.П. Чудинова, Э.В. Будаева и др.).

При этом в работах, посвящённых такому значимому аспекту человеческого состояния, как питание, неоднократно встречаются упоминания той немаловажной роли, которую пища играет в процессе становления индивидуума, формирования связей с обществом, с культурой. Так, известный французский учёный, структуралист-антрополог К. Леви-Стросс пишет: «Удовлетворяя потребности тела, кулинарное искусство обеспечивает необходимое сочленение между природой и культурой [...]. Кулинария является языком, непроизвольно отражающим устройство данного общества или, по крайней мере, выявляющим противоречия, в которых общество не отдаёт себе отчета» [1].

Представление о значимости процессов питания в сознании носителей языка стало причиной актуализации роли *гастрономических метафор* в современном обществе. Последние представляют собой мотивационную подсистему, то есть группу разнородных по значению метафор, объединённых по семантическому критерию: их внутренняя форма относится к одной тематической сфере, включающей номинации пищи, её базовых свойств и способов её приготовления.

Среди факторов, обуславливающих активное употребление гастрометафор носителями русского языка на современном этапе его развития, можно выделить комплекс явлений как экстралингвистических по своей природе, так и собственно лингвистических.

Особый интерес для исследователя представляют метафоры, мотивационная сфера которых связана непосредственно с пищей как объектом действительности. Активное использование носителями языка образных номинативных единиц такого рода связано, на наш взгляд, с тем, что «пища выступает одним из наиболее значимых концептов, предопределяющих само существование этнокультуры, а стало быть, в значительной степени формирует её лингвосомиотическую систему и систему коммуникации» [2].

Лингвистический анализ «пищевых» метафор, осуществлённый с привлечением данных культурологии, социологии, психологии, истории, позволяет прийти к выводу о возможности использования указанного типа метафор для характеристики современного состояния языка с учётом социокультурных показателей. При этом выбор тех или иных тематических групп «пищевых» метафор отражает наиболее актуальные тенденции в жизни общества соответствующего исторического периода.

Особенности «пищевых» метафор русского языка анализируются на материале выборки из текстов различной жанровой и стилевой направленности, включающей около 1200 единиц исследования.

Специфику отдельных тематических групп определяет их функциональная предназначенность. Выделение тематических групп осуществляется с учётом действующих в гастрономии принципов классификации готовой пищи, которые предполагают противопоставление друг другу, с одной стороны, блюд и кулинарных изделий «традиционной кухни», напитков, с другой – так называемой пищи «быстрого приготовления» (фаст-фуда), получившей широкое распространение в наши дни.

Изменения в жизни общества не способны оказать значимого влияния на базовые пищевые характеристики, на вкусовую палитру человека. В то же время социальные сдвиги способны спровоцировать революционные преобразования в отдельных областях гастрономии. Ярким примером могут послужить события начала XX века в России, ставшие причиной выхода из активного употребления кулинарных понятий, связанных с так называемой «элитарной», а также «ресторанной» кухней. Изменения, произошедшие в последние десятилетия прошлого века, стали причиной появления в речи носителей языка терминологии, связанной со сферой «быстрого питания», фаст-фудом.

Активное употребление отдельных групп гастрометафор в последние годы может быть связано с внедрением в массовое сознание стереотипов «общества потребления».

При помощи данного понятия определяется состояние сегодняшнего общества как в научных исследованиях (труды Э. Фромма, Г. Дебора, В.И. Ильина, В.П. Руднева и др.), так и в обыденном сознании. Учёный и философ В.И. Ильин говорит об обществе, где потребление «перестает быть способом борьбы за физическое выживание и превращается в инструмент конструирования социальной идентичности, социокультурной интеграции в общество. Девизом такой культуры является «Быть значит иметь» [3].

Гастрометафоры оказались весьма удобными для отображения изменений в ценностной шкале носителей языка. Для «общества потребления» характерно снижение планки духовных потребностей, приравнивание их в ценностном отношении к потребностям материального плана. К последним относится потребность в пище. Вследствие этого актуальной становится метафорическая модель, состоящая в сопоставлении какого-либо культурного объекта с продуктом питания, что приводит к появлению всё большего числа новых гастрометафор и активному использованию уже существующих оборотов.

Следует отметить, что в узуальном употреблении преобладают метафоры, которые служат для характеристики какого-либо культурного объекта, явления, относящегося к литературной или музыкальной сфере, киноиндустрии и т.п. В первую очередь современным обществом оказывается востребована продукция, относящаяся к «массовой культуре», которая и получает соответствующую оценку в среде носителей языка при помощи гастрометафор.

Можно провести параллели, сопоставив способ утоления потребностей материального плана (чувства голода) и духовного. Неслучайно именно этот период (начало 90-х годов) характеризуется экспансией массовой культуры в общество. На уровне «вещественной» реальности утоление чувства голода, осуществляемое при помощи «суррогата», вылилось в развитие сети «быстрого питания». Духовный «голод» привёл к повсеместному употреблению «фаст-фудной» массовой культуры. Два способа удовлетворения разнородных потребностей человека очевидным образом повлияли на складывающуюся тенденцию использования для характеристик культурных объектов терминов из области «быстрого питания». Например:

*И с этой точки зрения «Утраченный символ» мне пошел с удовольствием. Легкая пища для ума, интеллектуальный фаст-фуд. Главное, что отрывки он не вызвал* (URL: <http://www.flibusta.net/-polka/show/all>. Дата обращения: 20.12.2009).

Таким образом, прямым следствием «потребительства», проникающего в области культуры и искусства, стала актуализация роли определённой группы гастрометафор. Это так называемая пища «быстрого приготовления» или *фаст-фуд* (англ. *Fast Food*).

Это слово, которое явственно осознаётся как заимствованное (его написание не устоялось: иногда встречается вариант *фастфуд*), пришло в язык не так давно. Появление данного слова связано с расцветом уличной и придорожной торговли готовой пищей в конце 1980-х – первой половине 1990-х годов, что в свою очередь (по словам философа

В.И. Ильина) стало предпосылкой для формирования так называемого «суррогатного общества потребления» в нашей стране [3].

Существует широкое и узкое понимание значения данного кулинарного термина. В широком смысле фаст-фудом может быть названа любая пища, которая быстро готовится и предоставляется клиенту. Непосредственно фаст-фудом являются такие продукты питания и блюда, как гамбургер, картофель фри, хот-дог, чипсы, пицца, сэндвичи и ряд национальных блюд. Так, блины считаются национальным русским фаст-фудом, суши – японским и т.д. К такой пище относят также сухарики, орешки, газированные напитки [4].

Термин может также использоваться для обозначения пищи, продаваемой в специализированных ресторанах быстрого обслуживания или в магазинах. Так, для России фаст-фуд устойчиво соотносим с сетью ресторанов Макдоналдс.

Мы считаем, что исходя из темпоральных показателей (скорости приготовления и презентации готового продукта или изделия к употреблению) к фаст-фудной пище следует отнести также *полуфабрикаты, лапшу и супы «из пакетиков», попкорн как «еду для кинотеатров», жевательную резинку* и т.п.

Имеется целый ряд причин, по которым именно пища «быстрого приготовления» ассоциативно связывается носителями языка с реалиями «общества потребления».

Фаст-фудные блюда и изделия воспринимаются носителями языка как пища среднестатистического человека, как массовое явление. Значения соответствующих номинаций содержат целый комплекс сем, актуализируемых в метафоре: 'быстрота и небрежность приготовления, вред здоровью, навязываемость, широкая распространённость'. Это делает заимствованный термин весьма удобным для передачи пейоративных оценок в области массовой культуры. Продукция, воспринимаемая носителями языка как «виртуальный суррогат», «культурный фаст-фуд», описывается с использованием образов из сферы *гастрономия*, обладающих выраженной отрицательной оценочностью: *Коктейль вышел на славу: здесь и добрый доктор Гильотен, и «Семнадцать мгновений весны», и даже «Ирония судьбы»... вот только зачем читателю переваривать сию щедро одобренную казарменным юмором стряпню, давиться остывшим фаст-фудом или тухлыми котлетами* (Мир Фантастики. Т. 44. 2007. № 4. С. 30).

Все блюда (и изделия) «быстрого приготовления» отличает «заимствованность» по отношению к русской кухне; они осознаются носителями языка как «вредные». Поскольку существительное сохраняет англоязычный колорит, это делает слово подходящим для характеристики реалий западной культуры. Как правило, имеется привязка значения метафоры соответствующей тематики к современному образу жизни и системе ценностей:

*Да, россияне... далеко нам еще хотя бы до среднего уровня культуры... Мы, как дремучие средневековые предки, меряем все белым и черным. Или только щи (Зыкина), или только гамбургеры (Джексон)* (Комсомольская правда. Похороны Майкла Джексона. Гостевая книга. – 08.07.2009. URL: <http://www.kp.ru>. Дата обращения: 25.08.2009).

Скорость приготовления, презентации и потребления фаст-фудной пищи также является значимым показателем. По словам В.И. Ильина, «революция в средствах коммуникации резко уплотняет общение. Возникает новое информационное пространство, в котором не действуют традиционные представления о пространстве и времени» [3]. В современном обществе изобретение фаст-фуда, полуфабрикатов и т.п. стало ответом на необходимость максимального упрощения алгоритмов приготовления и потребления, сокращения расхода времени. Аналогично этому ускоряется создание произведений искусства из сферы массовой культуры и время, отведённое на их восприятие.

На первое место для потребителя «быстрой пищи» выходят не вкусовые качества изделия, а его внешние характеристики, прежде всего упаковка, которая «перестает быть простым средством защиты товара во время транспортировки. Она превращается в инструмент рекламы, порождающий желание приобрести данный товар» [3].

Доминирование формы над содержанием происходит потому, что индивид в рамках «общества потребления» «естественным образом выбирает зрение в качестве привилегированного человеческого чувства, которым в предыдущие эпохи было осязание» [5]. Ориентация на визуальное восприятие становится причиной того, что «потребитель» выбирает броско упакованное изделие фаст-фуда (или конфету в ярком фантике). Эта же ориентация заставляет человека отдавать предпочтение зрелищным и бессодержательным

произведениям массовой культуры (прежде всего – кинофильмам). Два параллельно протекающих процесса сопоставляются в метафоре.

Появление в языке метафорических оборотов, тематически связанных со сферой «быстрого питания», или фаст-фудом, стало свидетельством господства «потребительских» отношений в современном мире, а также разрушения национальной кулинарной традиции.

Специфические особенности изготовления, презентации и непосредственно употребления этого типа пищевой продукции также определяются современными общественными тенденциями. Примечательно, что фаст-фудные изделия не могут быть отнесены к какой-либо национальной кухне: мы, однако, можем считать их принадлежащими к кухне «общества потребления».

Таким образом, метафоры, образованные с использованием слов и выражений соответствующей тематической группы, имеют ограниченную область употребления, характеризую современные социальные тенденции в целом и оценивая массовую культуру с точки зрения носителя языка.

#### **Примечания:**

1. Леви-Стросс К. Мифологии. Том 3. Происхождение застольных обычаев. СПб.: Университетская книга, 2000. С. 372, 377.
2. Головницкая Н.П., Олянич А.В. Лингвокультурные характеристики немецкоязычного гастрономического дискурса: монография. Волгоград: ИПК ФГОУ ВПО ВГСХА «Нива», 2008. С. 129.
3. Ильин В.И. Общество потребления: теоретическая модель и российская реальность // Мир России. 2005. Т. XIV. № 2. С. 6-40.
4. Зданович Л.И. Кулинарный словарь. М.: Вече, 2001. С. 375.
5. Дебор Г. Общество спектакля / Пер. с фр. С. Офертаса, М. Якубович. М.: Логос, 1999. С. 18.

### **«Food» Metaphors as a Way to Characterize Present-day Reality**

Alexandra S. Boychuk

Volgograd State Social-Pedagogic University  
27 Prospekt n.a. V.I. Lenin, Volgograd 400131, Russia  
Postgraduate  
E-mail: alexa-bs@mail.ru

**Abstract.** The contribution presents results of the study of gastronomic metaphors of the Russian language, original meanings of which are related to “fast food” characteristics. Such metaphors are seen as the results of socio-cultural changes.

**Keywords:** gastronomic metaphor; motivational system; socio-cultural factor; «consumer society»; fast food nominations.

|                        |
|------------------------|
| UDC<br>81'38,<br>81'42 |
|------------------------|