

УДК 81'42

Велисевич Анастасия Вячеславовна, магистрант, преподаватель-стажёр кафедры межкультурной экономической коммуникации

Минский государственный лингвистический университет, Минск, Беларусь;
Белорусский государственный экономический университет, Минск, Беларусь
электронная почта: *velisevich.anastasiya@mail.ru*

Velisevich Anastasiya, Master student, Trainee teacher of the Department of Intercultural Economic Communication

Minsk State Linguistic University, Minsk, Belarus; Belarusian State Economic University, Minsk, Belarus
e-mail: velisevich.anastasiya@mail.ru

СТРУКТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ГАСТРОМЕТАФОРЫ В МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ: СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ

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

Ключевые слова: гастрономическая метафора (гастрометафора); медийный дискурс

STRUCTURAL FEATURES OF THE GASTRONOMIC METAPHOR IN MEDIA DISCOURSE: COMPARATIVE ASPECT

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

Key words: a gastronomic metaphor (a gastrometaphor); media discourse

В центре внимания лингвистических исследований последних десятилетий находится проблема взаимоотношения языка и культуры, языка и сознания, языка и мышления. В связи с этим возрастает интерес к изучению феномена человека в культуре и языке. Поэтому метафора как способ мышления, концептуализации и категоризации знаний о действительности вызывает значительный интерес отечественных и зарубежных лингвистов (например, работы Н. Д. Арутюновой [1; 2], М. Блэка [3], В. П. Москвина [4; 5; 6], Г. Н. Склярёвской [7], В. Н. Телия [8], А. П. Чудинова [9], Д. Лакоффа [10] и др.).

Однако многие аспекты метафоры по-прежнему остаются дискуссионными, а метафоры некоторых тематических сфер – недостаточно изученной. Научные труды, посвящённые анализу метафор тематической сферы «Гастрономия» немногочисленны (например, научные труды Е. А. Юриной [11;12], А. С. Бойчук [13;14]), 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 структурных особенностей гастрометафоры в медийном дискурсе в сопоставительном аспекте актуально в силу следующих причин:

1) важностью изучения структурных особенностей гастрометафор ввиду отсутствия сведений о структурной 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 структурных особенностей гастрометафоры в медийном дискурсе представителей различных лингвокультур.

Материалом исследования являются 93 случая употребления русскоязычных и 28 случаев употребления немецкоязычных гастрометафор (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, датируемых 2001-2022 гг. [15; 16]. Основными методами исследования были избраны компонентный анализ, количественный контент-анализ. В качестве инструментария для анализа ГМ автором применяется функциональная классификация В. П. Москвина с внесёнными изменениями и дополнениями. В основе данной классификации лежит рассмотрение внешней структуры метафоры как определенной лексико-грамматической конструкции: учитываются особенности плана выражения метафоры, представленным словом-параметром (носителем метафорического образа) или группой таких слов [4; 5].

Целью данного исследования является выявление и интерпретация структурных особенностей немецко- и русскоязычных гастрометафор в медийном дискурсе.

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

В качестве предмета исследования выступают структурные особенности, отражённые в немецко- и русскоязычных гастрометафорах, употребляемых в контекстах немецких и русских газет.

В ходе анализа структуры гастрометафор *по частереченной принадлежности* было выявлено, что в контекстах русскоязычных газетных статей превалирует *адъективная* метафора (32,6% случаев употребления), в контекстах немецкоязычных газетных статей – *субстантивная* (42,86% случаев употребления).

Наблюдаемая разница в количественных данных объясняется тем, что в русской языковой картине мира посредством гастрометафор делается упор на качественные характеристики предмета, человека либо ситуации, в которой сам человек либо предмет действительности задействованы. В отличие от русской языковой картины мира, немецкая языковая картина мира акцентирует внимание на название самого предмета, человека, ситуации, которым присущи определенные характеристики и действия.

Например, словом-параметром (носителем метафорического образа) в статье Ярослава Тимофеева является *квасной*, выраженное структурно именем прилагательным, поэтому гастрометафора *квасной патриотизм* адъективная:

*“Создавайте великие фильмы, великое искусство и выражайте там свои идеи. Самое страшное – это **квасной патриотизм**. Я воспитывался на таком патриотизме, а посмотрите, что случилось, когда рухнул Советский Союз”* [Ярослав Тимофеев. «Путин сказал: «Останься с паспортом США, ты и так служишь России» // Известия, 2013.10.22].

В немецкой гастрометафоре *Honig ums Maul sschmieren* словом-параметром является слово *Honig* ‘рус. мёд’, поэтому данная гастрометафора относится к субстантивному типу метафор:

*“Dabei hat Gabriel seinen Wechsel-Kandidaten jede Menge **Honig ums Maul geschmiert**”* [Die Zeit, 26.05.2011, Nr. 22]; *“При этом Габриэль задобрил, «умаслил» кандидата, пришедшего ему на смену”* (перевод выполнен Велисевич А.В.)

Стоит отметить, что в контекстах русскоязычных газетных статей также доминирует *субстантивная* метафора (31,52% случаев употребления).

В контекстах немецкоязычных газетных статей в равной степени наблюдается преобладание *глагольной и адъективной типов метафор* (21,42% и 21,42% случаев употребления соответственно).

Русскую субстантивную ГМ, немецкую адъективной и глагольной ГМ можно наблюдать в следующих примерах:

*“По информации правоохранительных органов столицы, в 00:25 преступники разбили окно и бросили «**коктейль Молотова**» в участковый пункт, расположенный в доме № 38 на улице Пресненский Вал”* [Ольга Панфилова. Московскую милицию забросали «коктейлем Молотова» // Новый регион 2, 2010.10.05];

*“Die Vergangenheit ist "**kalter Kaffee**", sagte der Bundestrainer in Évian”* [Die Zeit, 28.06.2016 (online)]; *“Прошлое – это “пустяки”, – сказал тренер национальной французской сборной футбола «Эвиан»”* (перевод выполнен Велисевич А.В.).

*“Unsere Bundeskanzlerin hat uns hier eine **Suppe eingebrockt**”* [Die Zeit, 01.09.2016 (online)]; *“Наш канцлер Германии «заварила кашу», втянула нас в неприятности”* (перевод выполнен Велисевич А.В.).

Реже в контекстах русскоязычных газетных статей встречается *наречная* метафора (26,08% случаев употребления):

Меньше всего в контекстах русскоязычных газетных статей встречается *глагольная* метафора (9,8% случаев употребления), в контекстах немецкоязычных газетных статей – *наречная* (14,3% случаев употребления).

Следовательно, для русскоязычной картины мира важны не само действие либо ситуация, а важны следующие факторы: социальный, материальный, семейный, профессиональный статус; физиологические, психологические, интеллектуальные характеристики человека / качественные характеристики предмета; уровень жизни в обществе; степень трудности ситуации, в которой оказался человек.

Для немецкоязычной картины мира первоочерёден сам человек/предмет, а затем, в одинаковой степени, важно, какими характеристиками обладает тот или иной предмет действительности/человек и какие совершает он при этом действия, поступки. Поэтому как будет выполнять действие человек /предмет будет рассматриваться другим человеком, обществом с учётом вышеперечисленных факторов.

Как и в русскоязычных, так и в немецкоязычных газетных статьях *по количеству единиц-носителей метафорического образа* высокой частотностью пользуется *простая метафора* (93,5% и 93% случаев употребления ГМ соответственно):

“Штраф в 0,1 балла для Курбатовой – ложка дегтя в бочке меда” [Мысин Н.. Девушки нашей мечты! Вчера, спустя 19 лет, российские гимнастки завоевали выстраданное золото чемпионата мира // Советский спорт, 2010.10.21]; слово-параметр (метафора по Л.Н. Рынькову) в данном фрагменте является *ложка*, а слово-аргумент – *дѣготь* (указательное слово по Л. Н. Рынькову); план выражения представлен одной единицей, поэтому метафора простая.

“Ältere Frauen mit jungem Gemüse an ihrer Seite nennt man Berglöwinnen” [Zeit Magazin, 27.03.2014, Nr. 14]; “Пожилых дам в сопровождении молодых мужчин называют светскими львицами” (перевод выполнен Велисевич А.В.); слово-параметр (метафора по Л.Н. Рынькову) в данном фрагменте является *Gemüse* ‘рус. овощи’, а слово-аргумент – *junge* ‘рус. молодые’ (указательное слово по Л.Н. Рынькову); план выражения представлен одной единицей, поэтому метафора простая.

По наличию или отсутствия опорного слова в контекстуальном отношении в анализируемых немецко- и русскоязычных контекстах газет чаще встречаются случаи употребления *замкнутой метафоры* (89,3% случаев употребления немецких ГМ и 92,4% случаев употребления русских ГМ) по сравнению с *незамкнутой метафорой* (10,7 % случаев употребления немецких ГМ, 7,6% – русских ГМ).

Незамкнутая (контекстная) метафора встречается реже *замкнутой* в контекстах газетных статей двух языков, т.к. данный тип метафор требует дополнительных знаний адресата. Например, при употреблении в полити-

ческих газетных статьях гастрометафор *квасной патриотизм, j-m den Brotkorb höher hängen*, необходимо знать не только политическую ситуацию в странах, но и исторические факты, отраженные путём ГМ.

Таким образом, проведенное исследование позволяет говорить о том, что в контекстах русских и немецких газет по количеству единиц носителей метафорического образа преобладают однокомпонентные (простые) немецко- и русскоязычные гастрометафоры.

По частеречной принадлежности в контекстах русскоязычных газетных статей высокочастотна адъективная ГМ, менее частотна – глагольная ГМ. В контекстах немецкоязычных газетных статей превалирует субстантивная ГМ, менее наблюдаема наречная ГМ.

По наличию или отсутствию опорного слова замкнутая метафора преобладает над незамкнутой (контекстной) метафорой, при этом контекстная метафора расшифровываться не только благодаря контексту, но и знаниям адресата.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арутюнова Н. Д. Метафора и дискурс // Теория метафоры / общ. ред. Н. Д. Арутюновой, М. А. Журиной. М., 1990. С. 5–32.
2. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. М. : Яз. рус. культуры, 1999. 896 с.
3. Блэк М. Метафора // Теория метафоры. М., 1990. С. 160–163.
4. Москвин В. П. Русская метафора. Семантическая, структурная, функциональная классификация : учеб. пособие к спецкурсу по стилистике. Волгоград : Перемена, 1997. 91 с.
5. Москвин В. П. Русская метафора: параметры классификации // Филологические науки. 2000. № 2. С. 66–74.
6. Москвин В. П. Русская метафора. Очерк семиотической теории. М. : Ленанд, 2006. 184 с.
7. Складарская Г. Н. Метафора в системе языка. СПб. : Наука, 1993. 151 с.
8. Телия В. Н. Метафоризация и её роль в создании языковой картины мира // Роль человеческого фактора в языке: язык и картина мира. М., 1988. С. 173–204.
9. Чудинов А. П. Очерки по современной политической метафорологии : монография. Екатеринбург. 2013. 175 с.
10. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live By*. Chicago, 2003. 242 p.
11. Юрина Е. А. Вкусные метафоры: пищевая традиция в зеркале языковых образов. Кокшетау, 2013. 236 с.
12. Юрина Е. А. «Пищевая метафора»: объем и границы понятия // Вестник Кемеровского государственного университета. 2015. Т. 1, № 3 (63). С. 207–212.
13. Бойчук А. С. Гастрономическая метафора в современном русском языке // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. Сер. Филологические науки. 2010. № 7 (61). С. 75–79.
14. Бойчук А. С. Гастрономическая метафора: структурный, семантический, стилистический аспекты : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01. Волгоград, 2012. 271 л.
15. Национальный корпус русского языка [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ruscorpora.ru> (дата обращения: 26.03.2022).
16. Corpora im DWDS – Corpora im digitalen Wörterbuch der deutschen Sprache. (DWDS) [Электронный ресурс]. URL: <https://www.dwds.de> (дата обращения: 26.03.2022).