

МЕТАФОРИЗАЦИЯ ВКУСОВЫХ ПРИЗНАКОВ В ТУРЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

В русле антропоцентрического подхода в лингвистике особую значимость приобретают исследования, посвященные изучению когнитивных механизмов речевой деятельности (работы Дж. Лакоффа, М. Джонсона, М. Блэка и мн. др.). Пищевые метафоры часто оказываются в центре внимания исследователей (работы Е. А. Юриной, А. С. Бойчук, Е. В. Капелюшник, О. А. Дормидонтовой и др.), что обусловлено тем, что они являются одной из наиболее динамично развивающихся групп метафор. Наличие положительной или отрицательной коннотации пищевой метафоры зависит от конкретной тематической направленности слов и выражений, составляющих донорскую область. Особое место среди них занимают слова и выражения, характеризующие вкус.

Так, еще в XIX в. немецким физиологом А. Фиком были описаны четыре фундаментальных вкуса: сладкий, горький, соленый и кислый, а в 1980-х гг. был признан также пятый вкус – умами или вкус высокобелковых продуктов, таких как мясо, рыба и бульоны на их основе. Таким образом, ментальная категория вкуса, с одной стороны, отражает универсальные для всего человечества характеристики восприятия, а с другой – аксиологические и этнокультурные черты, связанные с социальными условностями или традициями той или иной народности.

Интересно, что в культуре турецкого народа горький вкус семантически неотделим от острого, жгучего вкуса: для обозначения обоих используется одна и та же номинация *acı* ‘горький, острый’ (*acı kahve* ‘горький кофе’, *acı biber* ‘жгучий перец’).

Анализ, проведенный нами на материале Турецкого национального корпуса, «Словаря современного турецкого языка» и «Большого словаря турецкого арго» под редакцией Х. Актунча, позволяет выявить следующие интересующие нас метафорические проекции. Сладкий вкус ассоциируется с чем-то приятным, привлекательным, милым: *bügün çok tatlı görünüyorsun* ‘ты сегодня очень привлекательно выглядишь’, *yüzü tatlı olan kız* ‘девушка с милым лицом’.

Соленый вкус уподобляется чему-то печальному, вызывающему огорчение: *fazla tuzlu bir aşk, göz kızarıklığı bundandır* ‘слишком уж соленая получилась любовь, и глаза поэтому опухли’. Другим направлением развития метафорического обозначения соленого вкуса стало уподобление чему-то дорогому (*buradaki fiyatlar çok tuzlu* ‘цены здесь очень дорогие’), что может объясняться тем, что раньше соль являлась дорогостоящим продуктом, позволить который мог далеко не каждый.

Горький, острый вкус сравнивается с чем-то неприятным, досадным: *acı gerçek* ‘горькая правда’, *acı görüntü* ‘печальная сцена’. В сочетаниях с цветообозначениями, однако, данный вкус ассоциируется с чем-то ярким, «с перчинкой»: *acı bir renk* ‘яркий цвет’.

Кислый вкус связан с неподобающим или бестактным поведением человека: *ekşi sözler* ‘неподобающие слова’, *limon sıkma* ‘букв.: выжимать лимон’ для обозначения действий или слов, которые в будущем могут иметь неблагоприятный эффект. О человеке с недовольным лицом говорят, что он *yüzü sirke satıyor* ‘букв.: с лица уксус продает’, а процесс прокисания продуктов сравнивается с неловкой ситуацией: *ekşimek* ‘стесняться, стыдиться’.

Жирный, масляный вкус ассоциируется с лестью: *Patrona neden yağ çekiyorsun?* ‘Зачем ты умасливаешь начальника?’. Помимо этого, жирные блюда уподобляются чему-то заманчивому: *yağlı bir parça* ‘нечто заманчивое, соблазнительное’. «Жирными» принято также называть богатых, состоятельных клиентов: *iki üç yağlı müşterimiz de olmasa kapamak zorunda kalacağız bu dükkânı* ‘если мы не обзаведемся несколькими богатыми клиентами, то мы будем вынуждены закрыть этот магазин’.

Интересный случай метафоризации представляет собой *mayhoş* ‘букв.: сладкий с легкой кислинкой’, использующийся для обозначения любовниц женатых мужчин. Подобный случай метафоризации может объясняться тем, что, какими бы «сладкими» не представлялись отношения, их омрачает (а в нашем случае «окисляет») наличие у мужчины супруги.

В целом, отметим, что на материале турецкого языка полученные метафорические выражения отражают чувственно-физиологические особенности вкуса и соответствующие им ценностные ориентации. Сладкий вкус осознается, как нечто приятное, вызывающее удовольствие, горький и кислый вкусы – как нечто нежелательное или досадное. Вероятнее всего, это обусловлено наличием универсальной психофизиологической базы восприятия у всех людей. При этом наблюдаются и некоторые национально специфические метафоры (*tuzlu* ‘солёный’ для обозначения чего-то дорогостоящего, *mayhoş* ‘сладкий с легкой кислинкой’ для обозначения любовниц и др.), которые отражают культурное и ценностное видение мира у турок.