

УДК 81'373.2

DOI 10.25587/SVFU.2023.13.18.009

Метафорическая номинация в китайской гастрономической лингвокультуре

Е. Ю. Черкун , Гао Цзяньго

Бурятский государственный университет имени Доржи Банзарова, г. Улан-Удэ, Россия

 tscherkun@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена образной номинации китайских национальных блюд. Цель статьи – изучение китайских гастронимов с метафорической семантикой как фрагмента образной системы китайского языка. Авторы рассматривают две группы метафор: антропоморфную (*Хэнань – праматерь всех кухонь Поднебесной – юй цай* (豫菜), *Сычуань – царица современной китайской кулинарии – чуань-цай* (川菜) и онтологическую (*Бритая лапша* (刀削面), *древесные грибы муэр* (木耳) или *иудино ухо*), возникших на основе ассоциативной связи предметных образов и обладающих тождественными, с точки зрения номинатора, свойствами. Совмещение образного и реального (предметного и ситуативного) в мотивировках гастронимов обусловлено самой сущностью общей образной номинативной модели, обусловленной практической деятельностью китайского социума. Событийные именования могут содержать качественную, хотя и субъективированную, характеристику гастронимов. Эта группа исследуемого материала информативна с точки зрения исторических или бытовых фактов из жизни носителей языка, которые косвенно отражают единичный случай, происшествие. Например, «*Крестная матушка*» (老干妈) – прозвищное имя Tao Xuabi, владелицы крупной компании, перешло в разряд эргонима (название компании *Guizhou Nanming Laoganma Flavor Food Co., Ltd.*), затем в категорию гастронима («*Соус крестной матушки*») и логотипа модного бренда одежды. Параллельные именования – это синонимичные имена, не связанные между собой и относящиеся к одному объекту номинации. Например, «*Жемчужина шаньдунской кухни – мусюйжоу*» (木须肉) или «*блюдо холостяков*». Наиболее популярные гастронимы имеют для своего обозначения более разветвленную иерархию синонимических рядов.

Ключевые слова: ономасиология, лингвокультурология, ассоциации, образная номинация, метафора, кулинарные традиции, китайский язык.

Для цитирования: Черкун Е. Ю., Гао Цзяньго. Метафорическая номинация в китайской гастрономической лингвокультуре. Вестник СВФУ. 2023, Т. 20, №2. С. 99–111. DOI: 10.25587/SVFU.2023.13.18.009.

Metaphorical nomination in Chinese gastronomic linguoculture

Е. Yu. Tscherkun , Gao Juanguo

Banzarov Buryat State University, Ulan-Ude, Russia

 tscherkun@mail.ru

Abstract. The article is devoted to the figurative nomination of Chinese national dishes. The purpose of the article is to study Chinese gastronyms with metaphorical semantics as a fragment of the figurative system of the Chinese language. The authors consider two groups of metaphors: anthropomorphic (*Henan is the mother of all cuisines of the Celestial Empire – Yu tsai* (豫菜), *Sichuan is the queen of modern Chinese cooking - Chuan tsai* (川菜) and ontological (*Shaved noodles* (刀削面), *woody mushrooms* *mu'er* (木耳) or *Juda's ear*), which arose on the basis of the associative connection of subject images and have identical, from the nominator's point of view, properties. The combination of the figurative and the real (objective and situational) in the motivations of gastronyms is due to the very essence of the general

figurative nominative model, conditioned by the practical activities of the Chinese society. Event-based naming can contain qualitative, albeit subjective, characteristics of gastronyms. This group of the studied material is informative from the point of view of historical or everyday facts from the life of Chinese society, which indirectly reflect a single incident, an occurrence. For example, “*Godmother*” (老干妈) – the nickname of Tao Huabi, the owner of a large company, passed into the category of ergonym (company name) *Guizhou Nanming Laoganma Flavor Food Co., Ltd.*, then into the category of gastronym (*Godmother Sauce*) and the logo of a fashion clothing brand. Parallel names are synonymous names, unrelated to each other and related to the same nomination object. For example, “*The pearl of Shandong cuisine – musyuzhou*” (木须肉) or “*bachelor dish*”. The most popular grocery stores have a more extensive hierarchy of synonymous rows for their designation.

Key words: onomasiology, linguoculturology, associations, figurative nomination, metaphor, culinary traditions, Chinese language.

For citation: Tscherkun E. Yu., Gao Juanguo. Metaphorical nomination in chinese gastronomic linguoculture. Vestnik of NEFU. 2023, Vol. 20, No. 2. Pp. 99–111. DOI: 10.25587/SVFU.2023.13.18.009.

Введение

Особую роль в трансляции культурно-национального самосознания народа и его идентификации как такового играет национальный ономастикон, воплощающий его мировоззрение. Метафора объединяет восприятие, мышление и язык только на базе образных сравнений, однако, в отличие от сравнения, метафора создает бесчисленное множество значений и их оттенков. Возможности появления метафоры и ее интерпретация в данном лингвистическом сообществе зависят от целого ряда исторических, социокультурных, этнических, временных и прочих факторов.

Исследования метафоры как в отечественной, так и зарубежной, в том числе и китайской науке, остаются в центре внимания ученых на протяжении многих десятилетий (К. И. Алексеев, В. В. Виноградов, Н. Д. Арутюнова, В. Г. Гак, Е. С. Кубрякова, В. Н. Телия, В. И. Шаховский, А. П. Чудинов, М. Э. Рут, А. Н. Молчанова, М. Джонсон, Д. Лакофф, Дж. Серль, М. Блэк, Д. Дэвидсон, Э. Кассирер, С. А. Фридрих и многие другие).

Система образов, закрепленная в ономастиконе данного языкового сообщества, вызывает неиссякаемый интерес у лингвистов, и эта сфера постоянно расширяется. Если изучение метафоры в художественной речи, в научном, деловом, публицистическом и рекламном дискурсе имеет устойчивую традицию, то ее применение в гастрономическом дискурсе открывает новые перспективы исследования в гуманитарных науках.

Приведем определения метафоры из китайских лексикографических источников:

«Метафора – своего рода образное выражение. Связь между объектом метафоры и его значением более тесная, нежели в образном сравнении. Образное сравнение – это сравнение по схожести, но в метафоре образное значение шире, связано с подобием и тождеством. В своей структуре метафоры, как правило, содержат слова, соединяющие субъект и объект метафоры (是 shì, 也 yě, и т. д.). Например, 儿童是祖国的花朵 «Дети – цветы отечества» [1].

«Метафора – вид образного выражения, где для сравнения с чем-то похожим не используются такие слова, как 如 rú походить на..., 像 xiàng такой как..., 似 shì быть похожим и т. д., но используются слова 是 shì являться, 就是 jiùshì именно, 成 chéng, 成为 chéngwéi превратиться в..., 变为 biànwéi становиться чем-либо и др. Например, 荷叶成了一把把撑开的小伞 «Лист лотоса становится маленьким зонтиком» [2].

Линь Сюе отмечает, что первым обращением к метафоре, как объекту философско-лингвистического исследования в Китае, можно считать сборник стихотворений «Шицзин» [3, с. 127]. Это – один из древнейших памятников китайской литературы,

который содержит записи древних песен, гимнов и стихов различных жанров, созданных в XI–VI вв. до н. э. Отбор и редакция произведений приписывается Конфуцию. В книге рассматриваются следующие образные модели: Фу – описание, Би – сравнение, Син – метафора. Би – сравнение – это наиболее обобщенное понимание сравнения, Син – метафора частично совпадает с современным пониманием метафоры. В более поздних работах китайских философов и поэтов метафора рассматривалась главным образом как украшение языка.

По мнению Шу Динфана на современном этапе развития лингвистики китайские ученые всё чаще обращаются к концептуальной метафоре, полагая, что когнитивный подход к изучению метафоры является наиболее перспективным. Шу Динфан пишет, что недостаточно рассматривать метафору как образное выражение. Метафора в языке является одним из отражений и средств когнитивной деятельности. Метафора в языке едина, т. к. язык тесно связан с языковой средой. Многие идиомы (成语 chéngyǔ), пословицы (谚语 yànyǔ), стихи (诗歌 shīgē) и даже целые произведения (篇章 piānzhāng) могут служить метафорами, чтобы по-другому понять или посмотреть на что-то привычное [4].

Большой вклад в исследование когнитивной метафоры внесли также Ху Чжанлинь, Линь Шуу, Ван Шоуюань, Лю Чжэньцянь, Лю Яньчунь, Ли Ян и др. По мнению Линь Шуу: «Когнитивность – категория, которая отличается от ощущения. Когнитивность включает в себя психологическую деятельность высокого уровня, такую как умозаключение, выбор, суждение, воображение, знания и творческое мышление. Метафора представляет собой познание окружающей среды посредством этих мыслительных (ментальных) процессов [5, с. 41].

Ху Чжанлинь в своей работе «Язык, познание, метафора» (1997) акцентирует внимание на глубокой связи между метафорой и познанием: «Метафора больше не является пассивным регистратором наших постоянно расширяющихся знаний. Она играет активную роль в том, чтобы помочь нам сформировать новые знания и глубже познать окружающий мир. Различные естественные и социальные науки используют метафоризацию в терминотворчестве. Понятие «вирус» из медицинской науки метафоризовано в информатике; понятие «супермагистраль» из сектора коммуникаций заимствовано в термине «информационная магистраль» и т. д. Дальнейший процесс метафоризации затронет различные научные дисциплины в XXI веке» [6, с. 53].

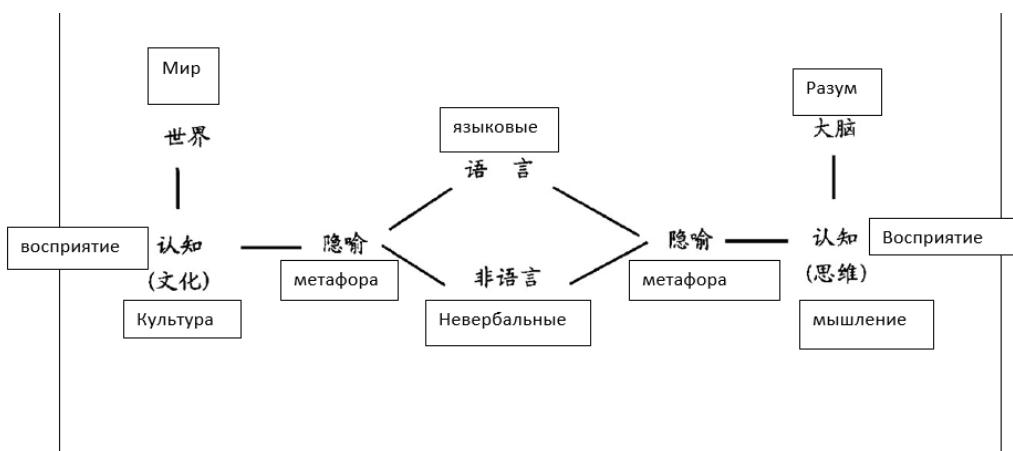


Рис. Схема связи между метафорой и познанием
Fig. Diagram of the connection between metaphor and reason

Приведенная выше схема из статьи Ху Чжанлиня иллюстрирует мысль о том, что языки по-разному «расчленяют» мир и обозначают предметы (рис.). Существующие различия в членении и обозначении окружающей действительности, различные картины мира мотивированы внеязыковой действительностью и типом этнического сознания, что находит свое отражение на разных уровнях языка, в том числе и на уровне их лингвокультурного содержания.

Известны универсальные категории, порождающие метафоры. Стефан Ульман отмечает три универсальных типа метафоризации: 1) антропоморфизм, 2) перенос от конкретного к абстрактному и 3) синестезию [7].

Джордж Лакофф и Марк Джонсон в книге «Метафоры в повседневной жизни» (другой вариант перевода «Метафоры, которыми мы живем») выделяют онтологические метафоры, которые образуются на основании опыта, связанного с физическими предметами, в том числе с человеческим телом [8]. Другие ученые выделяют метафоры географические (в том числе пространственные), метеорологические, биоморфные (антропоморфные, зооморфные, ботанические), технические, социоморфные и др.

Д. Гоулман писал, что в момент переживания эмоции обостряются рецепторы восприятия: слуховые, тактильные, визуальные, обонятельные [9]. Метафора, таким образом, является одним из способов дескрипции, номинации, лингвистического отражения денотата. Наше исследование подтверждает известную точку зрения, согласно которой человек измеряет все формы бытия в масштабе своего опыта и знания и по своему образу и подобию. Богатство ассоциаций, то есть разветвленность аналогий, зависит как от фоновых знаний номинатора, так и от качества номинируемого объекта. Совмещение образного и реального (предметного и ситуативного) в мотивировках обусловлено самой сущностью общей образной номинативной модели, обусловленной практической деятельностью человека. Этно-социо-психолингвистические особенности образной метафоры возникают и формируются на фоне национально-культурных ассоциативных комплексов.

Материал и методы

Корпус эмпирического материала составили гастронимы, отобранные из лексикографических источников и специальной литературы о китайской кулинарной культуре, обычаях и традициях. Наряду с основными методами научного познания: наблюдением, сравнением, классификацией – использовался исторический метод с целью установления временной соотнесенности исследуемых гастронимов конкретным периодам истории Китая. Методология анализа основывалась на положениях когнитивно-дискурсивного анализа, предоставляющего возможность, во-первых, рассмотреть языковые факты как порождаемое человеческой мыслью ментальное образование и одну из важнейших систем репрезентации знаний носителей языка, во-вторых, доказать, что китайские гастронимы как результат семантической деривации являются отражением народной картины мира, фрагмента образной системы китайского языка. Исследование осуществлялось на основе общенаучного системного подхода с учетом принципа историзма, а также принципа семантической мотивированности гастрономической лексики.

Обсуждение

Китайские гастрономические метафоры, как результат семантической деривации, являются одним из способов осмыслиения окружающего мира. Рассмотрим примеры образной номинации, представленной следующими типами семантической транспозиции:

Антропоморфная метафора

Начальным шагом на пути к образной номинации становится мыслительный акт – акт установления ассоциативной связи двух предметных образов, обладающих тождественными с точки зрения номинатора свойствами. Язык является средством закрепления в сознании этой межобразной связи, её расчленённого осмыслиения.

Антропоморфность сознания человека проявляется в том, что природа, космос, социальная реальность осмысляются через определенную установку – помещение человека в центр мироздания. Все явления мира воспринимаются с точки зрения опыта и ценностей человека. Антропоморфизм (гр. *anthropos* ‘человек’ и *morphē* ‘форма’) – наделение человеческими свойствами живых и неживых объектов окружающего мира, а также вымыселенных существ [10].

Образ «Мать»

Культ женщины-матери является одним из немногих в мире, не утративших своего высокого значения от древнейших времен до наших дней. «Мать» во многих мировых культурах является символом жизни, святости, вечности, тепла и любви. Архетип матери имеет безграничное разнообразие в семантической транспозиции: рус. Мать Сыра Земля; Земля-Матушка; Родина-мать, кит. 祖国母亲 zǔguó mǔqīn; рус. Волга-матушка, кит. Хуанхэ – река-матушка 母亲河 mǔqīn hé (главная река страны).

Рассмотрим проявление архетипа «Мать» в китайских гастронимах.

Хэнань – праматерь всех кухонь Поднебесной. Хэнаньскую кухню юй цай (豫菜) называют «праородительницей всех кулинарных школ Поднебесной»: она сформировалась раньше всех, около 3600 лет назад. Основоположником хэнаньской, как и всей китайской кухни, считается И Инь (1649–1549 гг. до н. э.). Благодаря своему превосходному кулинарному мастерству он смог сделать блестящую карьеру, дослужившись до премьер-министра Поднебесной. По преданию, И Инь пытался безуспешно донести до императора свои идеи по управлению государством. Следуя правилу «путь к сердцу мужчины лежит через желудок», он подготовил замечательный обед, во время которого изложил правителю свои политические взгляды. Император признал, что И Инь – не только отменный кулинар, но и способен управлять государством. Известно, что именно И Инь определил основной принцип хэнаньской кулинарной школы – у вэй дяохэ (五味调和), гармоничное сочетание всех пяти вкусов (острый, сладкий, соленый, кислый и горький).

Расцвет юй цай пришелся на эпоху династии Сун (960–1279), столица которой долгое время располагалась в городе Кайфэн. Именно там были рождены многие знаменитые блюда хэнаньской кухни, поэтому в современном Китае эту кулинарную школу в шутку называют KFC – это аббревиатура от Кайфэн цай (开封菜), т. е. «кайфэнская кухня». Так, в 1901 году кайфэнские повара создали лю-юй бэймянь (熘鱼焙面) – карпа в кисло-сладком соусе под тончайшей хрустящей лапшой. Блюдо впервые было приготовлено для вдовствующей императрицы Цыси (1835–1908), которая остановилась в Кайфэне по пути из Сианя в Пекин.

Приправа Лаоганьма = «Крестная матушка» (老干妈). Горная провинция Гуйчжоу является родиной одного из популярнейших в Китае соусов – приправы «Лаоганьма» (老干妈), название которой дословно переводится как «Крестная матушка». Китайские гурманы зачастую потребляют этот пряный острый соус как отдельное блюдо. Соус был изобретен в 1984 году Тао Хуаби, которая родилась в отдаленной горной деревне в уезде Мейтан провинции Гуйчжоу. Из-за крайней бедности она использовала много перца, чтобы приготовить соус чили для риса и это было ее завтраком, обедом и ужином. В 1989 г. Тао Хуаби открыла свой первый ресторанчик по крахмальной лапше. Это была лишь придорожная стойка, построенная из кирпичей, линолеума и асбестовой плитки. Тао Хуаби смешивала лапшу с собственным острым соусом. Познав нищету, Тао Хуаби часто помогала бедным студентам, которые были ей очень благодарны. Они называли ее «Крестная матушка» и приветствовали ее «Ганма» каждый раз, когда видели ее издалека. Со временем все владельцы и студенты по соседству стали называть ее Лаоганьма «Крестная матушка».

Благодаря популярности соуса, бизнес Тао Хуаби стал успешным и с 1996 г. соус начали выпускать в промышленных масштабах. В августе 1997 г. была основана компания Guiyang Nanming Laoganma Flavor Food Co., Ltd., в которой работало более 200 человек.

Сотрудники Тао Хуаби называли ее ни шефом, ни боссом, а «Лао Ган Ма». В настоящее время в компании работает более 2000 сотрудников.

Спустя двадцать лет, в 2016 году, объем годового дохода от продаж этого продукта составил \$544 млн. Сегодня «Лаоганьма» является крупнейшим производителем соусов чили в Китае, а состояние основательницы бренда Тао Хуаби оценивается в миллиард долларов. «Соус крестной матушки» стремительно обрел популярность в США, особенно в городах с большой китайской диаспорой – Сан-Франциско, Лос-Анджелес и Нью-Йорке. В 2018 году хитом Недели моды в Нью-Йорке стали толстовки по цене \$120 с логотипом этого соуса, вызвав небывалый ажиотаж среди покупателей [11]. Проследим иррадиацию онима в хронологическом порядке: прозвищное имя Лаоганьма > эргоним (название компании) Guiyang Nanming Laoganma Flavor Food Co., Ltd. > гастроним (название соуса) «Соус крестной матушки» > логотип модного бренда одежды.

Образ «Царица»

«Царь, царица» – тот, кто является первым, лучшим среди кого-либо» [12]. В китайской культуре «императрица» равнозначно слову «государыня» [2]. В обеих культурах общей семой в приведенных словах является «первая, лучшая». Под это определение подходят примеры из нашего материала:

Сычуань – царица современной китайской кулинарии – чуань-цай (川菜). В 2016 г. был составлен список десяти самых любимых китайцами кушаний, из которых пять были отданы блюдам из Сычуани. Местная кулинарная школа славится сычуаньским перцем, который является представителем семейства цитрусовых и не относится к семейству перечных. Но по остроте он не уступает мексиканскому перцу чили, который в Китай был завезен около четырех веков назад из Нового Света через Европу. Сычуаньский перец начали культивировать в Китае в период Весен и Осеней, в VIII–V вв. до н. э. Вначале он использовался как благовоние: его добавляли в шпаклевку, которой выравнивали стены в хоромах принцесс, благодаря чему там царил пряный аромат. В кулинарии сычуаньский перец начал использоваться в эпоху династии Хань (202 год до н. э.–220 год н. э.).

Водка «Маотай» (茅台酒) – царица всех горячительных напитков Поднебесной. Этот напиток – лауреат 54 китайских и 16 престижных международных наград. Всемирную известность он приобрел в 1915 году на Панамо-Тихоокеанской выставке, которая была устроена в Сан-Франциско в честь завершения строительства Панамского канала. По итогам 2018 г. «Маотай» признана самым дорогим алкогольным брендом мира. В 2019 г. доходы компании превысили психологически важную отметку в 100 млрд юаней (\$14,5 млрд). В том же году акции производителя водки «Маотай» стали самыми дорогими на китайском рынке, преодолев психологически важный барьер в тысячу юаней за штуку.

Производят «Маотай» в одноименном городе на северо-западе Гуйчжоу. Местный вино-водочный завод – градообразующее предприятие, которое занимает две трети территории муниципалитета и здесь трудится шестая часть местного населения. Уникальный аромат местной водке «дарят» слабокислые красноземы, на которых растет сырье для сусла, мягкая вода с верховьев реки Чишуй и местные уникальные климатические условия. Город Маотай расположен в самой нижней точке Юньнань-Гуйчжоуского нагорья. Здесь нет ветров, царит теплый и влажный климат, часто стоят туманы, в результате чего в воздухе сформировалась уникальная микрофлора, придающая неповторимый аромат напитку. Попытки расширить производство в других регионах Китая не увенчались успехом. Не удалось воспроизвести аромат и вкус оригинала – именно из-за различий в климате.

«Маотай» – главный представительский напиток КНР, которым неизменно встречают высокопоставленных зарубежных гостей. Чарли Чаплин называл эту водку «напитком настоящих мужчин», а госсекретарь США Генри Киссинджер полуслучаю признавался лидеру второго поколения руководителей КНР Дэн Сяопину: «При достаточном количестве водки «Маотай» мы сможем решить любые дипломатические проблемы» [11].

Образ «Женщина»

Женские образы запечатлены в таких гастронимах, как «Леди с вуалью», перец чили «Жгучие девчонки», «Соевый творог по рецепту рябой тетушки». Если первые два названия образованы на основе сходства, то третье – на основе смежности.

Творцом кулинарных традиций Юньнани стала сама природа, которая предоставила местным жителям множество съедобных дикорастущих трав и кореньев, грибов и цветов. Юньнань называют «царством грибов»: здесь произрастает около 250 видов представителей грибного семейства. Самый известный из них – бамбуковый гриб чжусунь (竹荪). За внешний вид ему дали романтическое название «Леди с вуалью» (в России «Дама с вуалью»), но у него есть и другое обозначение – сетконоска. Шляпка гриба представляет собой трубкообразную сетку, на которой располагаются споры. В пищу в основном идут именно шляпки, которые добавляют в куриные или постные супы – лучшее средство для профилактики и лечения простуды. Шляпки сетконоски обладают отхаркивающим, жаропонижающим и потогонным действием. Кроме того, чжусунь снижает уровень холестерина в крови и риск развития сердечных заболеваний. Он считается «грибом номер один» для профилактики рака. По статистике, постоянно употребляющие бамбуковый гриб в пищу представители народности мяо меньше всех в Китае страдают онкологическими заболеваниями. Неудивительно, что, обладая такими целебными свойствами, чжусунь стоит довольно дорого: на мировом рынке его цена достигает \$60 за килограмм – примерно вдвадцать раз выше среднестатистической цены на грибы [11].

Хунань является крупнейшим в КНР потребителем перца, здесь создан центр исследований чили, который занимается селекцией и выведением новых сортов этого продукта. Хуаньскому перцу в КНР посвящают стихи, в его честь слагают песни. Самой знаменитой из них является композиция «Жгучие девчонки» (辣妹子), которая стала известна далеко за пределами страны и исполнялась в оперных домах Вены, Нью-Йорка и Сиднея.

«Соевый творог по рецепту рябой тетушки» (麻婆豆腐). Китай – родина соевого творога тофу, изобретенного более двух тысяч лет назад, в эпоху Хань (206 г. до н. э.–220 г. н. э.), когда обнаружили, что при длительном хранении соевое молоко киснет и затвердевает, превращаясь в творог. Вскоре придумали и всевозможные блюда из соевого творога: в Китае вы сможете попробовать ферментированный «вонючий» тофу или маринованный в сое. В рационе китайцев тофу встречается довольно часто, в китайской кухне это незаменимый ингредиент большинства блюд. Самое популярное блюдо из тофу – «Соевый творог по рецепту рябой тетушки» («мапо тофу») – острое, ярко-красного цвета. Оно пришло из сычуаньской кухни, но распространено во всех регионах страны.

Многие блюда китайской кухни имеют интересную историю, и это блюдо не является исключением. По легенде, во времена правления династии Цин в городе Чэнду жил человек по фамилии Вэнь, хозяин лавки солений. У его дочери Цяоцяо все лицо было в оспинках. После кончины мужа Цяоцяо жила с младшей сестрой мужа в стесненных обстоятельствах. Приятели мужа и соседи каждый день приносили им немного риса и овощей. У соседей слева была мясная лавка, где торговали барабаниной, а соседи справа делали на продажу «доуфу» (соевый творог). Цяоцяо с золовкой как-то взяли у соседей немного барабанины и доуфу, порубили барабанину на мелкие кусочки, и потушили с соевым творогом. Блюдо получилось очень острым, однако понравилось соседям. Со временем женщины открыли у себя на дому харчевню. На вывеске у входа нарисовали коронное блюдо – барабанину с доуфу – еда недорогая, сытная и полезная. Когда Цяоцяо не стало, люди в ее честь дали этому блюду название «мапо доуфу» или «соевый творог по рецепту рябой тетушки» [13].

Онтологическая метафора

Онтологическая метафора – это тип метафоры (или образного сравнения), в котором нечто конкретное проецируется на нечто абстрактное. Онтологические метафоры способствуют пониманию событий, действий, эмоций как дискретные, чувственно воспринимаемые объекты и сущности. Наиболее распространенная онтологическая метафора – метафора персонификации [14]. Онтологические метафоры возникли на основании опыта, связанного с физическими предметами, в том числе с человеческим телом.

Кукла в шелках – сывава (丝娃娃). Сочетание острого и кислого в цянь цай (黔菜) родилось в результате смешения двух кулинарных традиций – провинции Сычуань и народности мяо, которая оказала самое большое влияние на местную кухню. Именно мяочанам принадлежит авторство самой популярной местной закуски «кукла в шелках» – сывава блинчиков с начинкой из нарезанных соломкой свежих овощей. Отличие в том, что в Гуйчжоу овощи заворачивают в тончайшие паровые лепешки из рисовой муки, а подают их с приправой из соевого соуса, уксуса, кунжутного масла, рубленых лука, чеснока, перца чили и диких съедобных трав.

В местном диалекте сывава означает «незаконнорожденная дочь». О появлении этого блюда существует такое предание. Однажды в одной из горных деревень одинокая крестьянка обнаружила на своем пороге девочку-подкидыша. Она решила оставить ее у себя, назвав Куколкой. Жила женщина небогато, поэтому односельчане несли всего понемногу, в основном овощи, редьку, огурцы, побеги фасоли, съедобные коренья. Женщина нарезала их соломкой и заворачивала в постные рисовые лепешки. Это блюдо женщина назвала «кукла в шелках», поскольку с виду оно напоминало завернутую в шелковые пеленки малютку. Девочка выросла красавицей и часто повторяла, что красотой своей обязана именно этому блюду. С тех пор «кукла в шелках» очень популярна среди местных девушек: считается, что оно стройнит и делает кожу мягкой и шелковистой [11].

Сычуаньский «самовар» хого (досл. «Огненный котел») (火锅). По данным Всекитайской кулинарной ассоциации, рестораны хого – самые многочисленные и популярные в Поднебесной. В основе наименования блюда – способ приготовления разных продуктов путем их отваривания в насыщенном специями бульоне. Сычуаньский «самовар» отличается от пекинского, хотя у них «общий предок» – доисторический жертвенный котел, в котором отваривали мясо, чтобы оно с паром вознеслось как дар небесам. Постепенно блюдо утратило свое сакральное значение, распространилось по всей Поднебесной, а методы его приготовления стали разительно отличаться от региона к региону. Так, в провинции Сычуань «китайский самовар» едят из глиняных или стальных чанов, которые ставят прямо на огонь. Обычно они разделены надвое: в одной половине кипит крепко начиненный сычуаньским перцем и чили острый бульон, в другой – бульон пресный. В пекинской же традиции используется медный котелок с расположенной посередине вертикальной трубой для углей как в российском самоваре. Сам котелок заправляют довольно простым отваром из лука-порея и имбиря с небольшим добавлением кунжутного масла. Как следует из названия, в классическом шуань янжоу из мяса подают лишь баранину, которая нарезана тончайшими ломтиками. Их опускают в кипящий котел, где баранина доходит до готовности буквально за двадцать–тридцать секунд. Этот пекинский вариант хого был изобретен специально для основателя династии Юань хана Хубилая, который часто был в разъездах, и такой «походный» вариант баранины быстрого приготовления был кстати. Из истории известно, что в 1795 году шестидесятилетие правления императора Цяньлуна отпраздновали застольем, на котором «китайский самовар» одновременно ели восемь тысяч человек [11].

«Бритая лапша» (刀削面). «Визитной карточкой» шаньсийских макаронных изделий является «бритая лапша» даосяомянь (刀削面). «Бритой» ее называют за способ приготовления: лапша в буквальном смысле сбивается ножом с большого куска плотного теста прямо в котел с кипящей водой. Страгать лапшу – настоящее мастерство:

необходимо, чтобы каждый лепесток теста по размеру и форме походил на другой, для чего нужны отточенные и выверенные движения руки. Среди мастеров *даосяомянь* постоянно проходят конкурсы на скорость «набривания» лапши. Говорят, что на сегодня непревзойденный рекорд составляет 228 лапшинок за минуту.

Нож для приготовления «бритой лапши» очень простой, похож на слегка изогнутый в виде серпа кусок кровельного железа без рукояти. История его появления, как и история самой «бритой лапши», связана с монгольским владычеством в Поднебесной. Когда монголы завоевали Китай и основали династию Юань (1271–1368), они опасались массовых восстаний коренного населения. Чтобы этнические ханьцы (собственно китайцы) не могли изготовить оружие, у них изъяли всю железную утварь, оставив для приготовления пищи лишь по одному ножу на каждые десять дворов. За ножом в предобеденное время выстраивалась большая очередь, и доставался он далеко не всем. Именно так и случилось с одним стариком, который жил в городе Датун. Расстроенный, он побрел домой, как вдруг увидел в придорожной пыли на обочине тонкий обрезок железа. Подобрав его, старики наказал жене: «Ты как хочешь, мать, а ножа нету – режь лапшу вот этой железкой». Старуха оказалась искусной мастерицей и, быстро приоровившись, стала строгать тесто тонкой металлической пластииной. Отведав лапшу, изготовленную по новой технологии, глава семейства постановил: «За ножом больше ходить не буду: «бритая лапша» в сто раз лучше». Со временем такой способ приготовления лапши в Датуне набрал огромную популярность, и сегодня этот город считается столицей *даосяомянь* [11].

Древесные грибы муэр (木耳) или «иудино ухо». Все три северо-восточные провинции Китая славятся своим ароматным медом и лучшей по вкусовым качествам картошкой. Город Дуннин провинции Хэйлунцзян известен самыми вкусными древесными грибами муэр (木耳), или «иудино ухо». В Китае говорят: «Лучшие муэры Поднебесной – в Хэйлунцзяне, лучшие муэры Хэйлунцзяна – в Дуннине». Кстати, Дуннин знаменит не только в Китае, но и во всем мире как место последней битвы во Второй мировой войне: бой за город кончился 30 августа, спустя две недели после того, как 15 августа Япония объявила о капитуляции. Дуннинская крепость – крупнейшая цитадель в Азии. Уходящая на два километра в глубь горных пород и имеющая общую площадь 236 000 м², она была неприступным бастионом. Это был целый город в скале со своими казармами, складами, госпиталями и даже железной дорогой. Возведение цитадели стоило жизни более чем ста тысячам фактически угнанных в японское рабство китайцев. Многие из них скончались от голода и холода, большинство же было убито японскими солдатами по окончании сооружения цитадели: оккупанты опасались, что подневольные строители передадут чертежи крепости китайским партизанам. При взятии Дуннина погибло около трех тысяч советских бойцов – это почти четверть от общего числа солдат Советской армии, отдавших жизни за освобождение северо-востока Китая. В 2005 году указом председателя КНР здесь был открыт мемориал советским воинам [11].

Образ «Драгоценность»

«Восемь съедобных морских сокровищ» (八大海珍) *Лу цай*. Кухня Шаньдуна (*Лу цай*) всегда славилась морепродуктами, которых в больших количествах добывают в Бохайском заливе. «Восемь съедобных морских сокровищ» – это трепанг 海参, морское ушко 鲍鱼, плавники акулы 鱼翅, рыбий пузырь 花胶, ласточкины гнёзда 燕窝, сушеный морской гребешок 干贝, икра 鱼子, губы акулы 鱼唇. Особенно хорошо в Шаньдуне готовят трепангов. Любое блюдо с морскими огурцами стоит недешево: по цене они в одном ряду со знаменитыми акульими плавниками. Китайский список «восьми съедобных морских сокровищ» славится своими чудодейственными свойствами. Морские огурцы хороши для профилактики атеросклероза и диабета, вытяжку из трепангов используют как средство для улучшения памяти и общего укрепления иммунитета. Китайские ученые установили, что содержащиеся в трепанге вещества

предотвращают распространение метастаз при раке, поэтому этих морских животных используют при лечении онкологических заболеваний. «Королем» блюд с морскими огурцами считается тушеный трепанг с луком-пореем – *цуншао хайшэнь* (葱烧海参). Это блюдо стоит более трехсот юаней и занимает первые страницы меню любого престижного ресторана шаньдунской кухни [15].

Параллельные именования – это синонимичные имена, не связанные между собой и относящиеся к одному объекту номинации. По употреблению они могут быть одновременными и разновременными, образуя тип семантических отношений, определяемых как синонимия [16]. По мнению А. В. Суперанской, синонимия собственных имен – это принципиально иное явление, не опирающееся на связь с понятием и базирующееся лишь на тождественности объектов, которые служат своеобразными центрами, вокруг которых концентрируются имена. Подобная синонимия условна. Это случайное сближение имен, связанных друг с другом лишь тем, что они относятся к одному и тому же денотату и для этого явления, по мнению ученого, подходит термин полионимия (многоименность) [17].

Согласно известному закону синонимической аттракции Стефана Ульмана, объекты, привлекающие общественное внимание, имеют для своего обозначения больше синонимов [18].

В подтверждение этого тезиса приведем примеры из нашего материала.

«Суп восьми сокровищ», «суп долголетия», суп «мозги» – *тоунао* (头). Непосредственное отношение к политике и истории имеет самый знаменитый шаньсийский суп «мозги» – *тоунао* (头脑). В народе его называют «супом восьми сокровищ» и «супом долголетия». Его изобрел в XVII веке ученый Фу Шань, который хотел приготовить целебное яство для своей больной матери. Он отварил жирную баарину с корнем лотоса, столовым вином, ямсом, сушеными корками мандарина и другими приправами. Суп помог излечиться от болезни, и мама Фу Шаня прожила до 84 лет – по меркам того времени почти рекордный показатель. О чудесных свойствах супа узнали в народе, и к Фу Шаню обратились за помощью множество больных. Это происходило во времена падения династии Мин и начала маньчжурского правления в Китае. Фу Шань был ярым националистом, который не любил ни монголов династии Юань, ни новопришедших варваров-маньчжуков, основавших династию Цин. Он жил под лозунгом «Китай для китайцев» и ратовал за реставрацию династии Мин. Свое политическое кредо мастер решил заложить в названии целебного супа: подавая его пациентам, он приговаривал: «Ешь мозги Юаньских да Цинских правителей» — так за знаменитым супом закрепилось название «мозги» [15].

«Жемчужина шаньдунской кухни – мусюйжсоу» (木须肉), «блюдо холостяков». Пекинцы считают, что это блюдо относится к столичной кухне, хотя это яство подавалось на стол еще Конфуцию. Во времена, когда жил философ, Пекин как город не существовал. Мусюйжоу довольно простое в приготовлении, за что в Поднебесной его прозвали «блюдом холостяков». Впрочем, такое пренебрежительное название нисколько не портит его превосходного вкуса [15].

Как отмечает В. Н. Телия, метафорический процесс всегда субъективен. Человек измеряет все формы бытия в масштабе своего опыта и знания и по своему образу и подобию. Богатство ассоциаций, то есть разветвленность аналогий, зависит как от фоновых знаний номинатора, так и от качества номинируемого объекта [19]. Лапша – символ кулинарных китайских традиций, она символизирует долголетие и силу и является незаменимым компонентом многих китайских блюд. Существует множество разновидностей лапши, в зависимости от места производства, ингредиентов, формы и способа приготовления, что и отразилось в наименованиях блюд из лапши [20]. Например, Цзянсу славится целой линейкой знаменитых макаронных блюд. Различаясь технологией и способами приготовления, они получили соответствующие наименования: «Лапша с крышкой» (锅盖面) – метонимический перенос, «Прыгучая лапша» (тяомянь跳

面) – акциональная метафора, «Лапша теплой весны» (янчунь мянь 阳春面) воспроизводит тактильные ассоциации, «Лапша, перешедшая мост» (过桥米线) – символ женской хозяйственности и преданности [11], «Лапша «кошачьи ушки» 猫耳朵, «Рисовая лапша, переходящая через мост» (过桥米线) [15]. Это параллельные именования – т. е. имена, не связанные между собой, но относящиеся к одному объекту номинации.

Заключение

Антропометрический взгляд человека на мир – это соизмерение окружающей действительности с эталонами и стереотипами, выработанными в «личностном тезаурусе» носителя данной национально-языковой культуры. Проведенное исследование подтверждает известную точку зрения, согласно которой человек измеряет все формы бытия в масштабе своего опыта и знания и по своему образу и подобию. Богатство ассоциаций, то есть разветвленность аналогий, зависит как от фоновых знаний номинатора, так и от качества номинируемого объекта.

Образ «Мать» в китайском языке, как и во многих мировых культурах, является символом жизни, святости, вечности и любви, например, *Хэнань – праматерь всех кухонь Поднебесной – юй цай* (豫菜). Образ «Женщина» запечатлен в гастронимах: бамбуковый гриб чжусунь (竹荪) или *Леди с вуалью, Жгучие девчонки* (辣妹子), *Соевый творог по рецепту рябой тетушки* (麻婆豆腐). Если первые два названия основаны на основе сходства, то третье – на основе смежности. К онтологическим метафорам относятся гастронимы, связанные с физическими предметами или человеческим телом: *Кукла в шелках – сывава* (丝娃娃), *Бритая лапша* (刀削面), *Лапша, перешедшая мост* (过桥米线), древесные грибы муэр (木耳) или *иудино ухо* и др.

Мотивировочный признак, по которому назван предмет, выполняет гносеологическую функцию, характеризуя результаты познавательной деятельности китайского социума. Практический материал показывает, что число мотивационных признаков ограничено традициями и нормой китайского языка. В первичных наименованиях китайских национальных блюд, имеющих давнюю историю, многое напоминает номинации разговорной речи, в связи с чем превалируют термины-фразы или словосочетания, например: *Соевый творог по рецепту рябой тетушки, Крестная матушка, иудино ухо*.

Параллельные именования – это синонимичные имена, не связанные между собой и относящиеся к одному объекту номинации. Популярность блюда способствует расширению синонимичного ряда данного гастронима: *Суп восьми сокровищ, Суп долголетия, Суп «мозги» – тоунао* (头脑); *Лапша с крышкой* (锅盖面), *Прыгучая лапша* (тяомянь跳面), *Лапша теплой весны* (янчунь мянь 阳春面) и др.

Этно-социо-психолингвистические особенности образной метафоры возникают и формируются на фоне национально-культурных ассоциативных комплексов. Гастрономические метафоры, как результат семантической деривации, содержат сведения о материальной, социальной и духовной культуре китайского общества в разные исторические периоды. Особенность китайской гастрономической лингвокультуры в том, что она хранит в памяти древние легенды и предания, конкретные исторические факты, связанные с ними имена известных людей, даты, места, где происходили описываемые события. Они воссоздают подробности быта далеких предков, поведенческие модели представителей разных сословий, знание которых позволяет выявить мотив появления того или иного гастронима. Можно утверждать с полным основанием, что это историческая летопись гастрономической культуры Китая.

Л и т е р а т у р а

1. 辞海 Цыхай. «Море слов», Большая китайская энциклопедия, 2009.
2. Сю Дин Бэнь. Словарь современного китайского языка. Пекин: Шаньхуаиньшугуань, 2000.

3. Линь Сюе. Политическая метафора в русском и китайском языках (на материале доклада о работе Правительства КНР 2017 г. и на Послании Президента Федеральному Собранию РФ на 2017 г.) – URL: <http://yberleninka.ru/article...russkom...pravitelstva-knr...>
4. Шу Динфан. Иньюйсюэ яньцзю // Шанхай. Вайной цзяоай чубаньшэ, 2000 нянь, 231 е 束定芳. 隐喻学研究//上海:外语教育出版社, 2000年, 231页 [Шу Динфан. Исследование метафоры. Шанхай: Обучение иностранным языкам, 2000. 231 с.]
5. Линь Шуу. Иньюй яньцзюэ цзибэн сяньчжуан, цзядянь цзи цюйши // Вайгоюй, 2002 нянь, ди 1 ци, ди 38–45 е. 林书武.隐喻研究的基本现状、焦点及趋势//外国语, 2002年第1期, 第38-45页 [Линь Шуу. Основное состояние, подходы и тенденции исследования метафоры // Иностранные языки, 2002. № 1. С. 38–45].
6. Ху Чжуанлинь. Юйянь, жэньчжи, иньюй // Сяньдай вайюй. 1997 нянь, ди 4 ци, ди 50–57 е 胡壮麟.语言·认知·隐喻// 现代外语, 1997年第4期, 第50-57页 [Ху Чжуанлинь. Язык, познание, метафора // Современные иностранные языки. 1997. № 4. С. 50–57.]
7. Ульманн, С. Семантические универсалии : Новое в лингвистике. – Вып. 5. – Москва, 1970. – С. 250-299 – URL: <http://philology.ru/linguistics1/ullman-70.htm> (дата обращения 19.01.2023).
8. Лакоф, Дж. Метафоры, которыми мы живем: перевод с английского / Дж. Лакоф, М. Джонсон ; под редакцией и с предисловием А. Н. Баранова. – Москва : Едиториал УРСС, 2004. – 256 с.
9. Гоулман, Д. Эмоциональный интеллект / Д. Гоулман. – Москва : Аст, 2010. – 480 с.
10. БСИС: Большой словарь иностранных слов. 7-е изд. / Составитель А. Ю. Москвин. – Москва : Центрполиграф, 2008. – 685 с.
11. Щепин, К. Китай кулинарный / К. Щепин. – 2-е изд. испр. и дополн. – Пекин : Шанс, 2021. – 292 с.
12. Ожегов, С. И. Словарь русского языка / С. И. Ожегов. – Москва : Русский язык, 1990. – 921 с.
13. Юй Пэн. Китайская кухня в рецептах и историях / Юй Пэн, Цзяо Юймэй. – Москва : Шанс, 2020. – 103 с.
14. URL: <http://www.euroasia-science.ru> Гносеологические и онтологические метафоры в истории наук (дата обращения 10.12.2022).
15. Цуй Дайоань. Словарь китайского гурмана / Цуй Дайоань ; перевод с китайского Е. И. Митькина, А. А. Родионов, О. П. Родионова. – Санкт-Петербург : Гиперион, 2020. – 368 с.
16. Подольская, Н. В. Словарь русской ономастической терминологии / Н. В. Подольская. – Москва : Наука, 1978. – 196 с.
17. Суперанская, А. В. Общая теория имени собственного / А. В. Суперанская. – Москва : URSS, 2007. – 368 с.
18. Улльман, С. Семантические универсалии / Новое в лингвистике. – Вып. 5. – Москва : Прогресс, 1970. – С. 250-299.
19. Телия, В. Н. Метафора как модель смыслопроизводства и ее экспрессивно-оценочная функция / В. Н. Телия // Метафора в языке и тексте. – Москва : Наука, 1988. – С. 26-52.
20. URL: <https://kitaigid.ru/vidy-kitayskoy-lapshi> (дата обращения 19.01.2023).

R e f e r e n c e s

1. Cihai. Sea of words, (2009). Great Chinese Encyclopedia. (in Chinese)
2. Xiu, Dingben (2000) Modern Chinese language dictionary. Beijing: Shangwu yinshuguan. (in Chinese)
3. Lin, Xiuyue (2017) Political metaphor in Russian and Chinese (based on the report on the work of the Government of the PRC in 2017 and on the Presidential Address to the Federal Assembly of the RF for 2017). [online] Available at: URL: <http://yberleninka.ru/article...russkom...pravitelstva-knr...>
4. Shu, Dingfan (2000) The study of metaphor. Shanghai: Foreign language teaching Publishing House, 231 p. (in Chinese)
5. Lin, Shuwu (2002) The Basic Status, Focus and Trend of Metaphor Research. In: Foreign languages. No. 1, pp. 38-45. (in Chinese)
6. Hu, Zhuanglin (1997) Language · Cognition · Metaphor. In: Modern Foreign Languages. No. 4, pp. 50-57. (in Chinese)

7. Ulmann, S. (1970) Semantic universals. New in linguistics. 5th ed. Moscow, pp. 250-299, Available from: <http://philology.ru/linguistics1/ullman-70.htm>. [Accessed: 01/19/23].
8. Lakoff, J. (2004) Metaphors we live by. Edited and translated from English by Baranov, A. N. Baranov, Moscow: Editorial URSS, 256 p. (in Russian)
9. Goleman, D. (2010) Emotional intelligence. Moscow: Ast, 480 p. (in Russian)
10. Moskvin, A. Yu (2008) BSIS: Big Dictionary of Foreign Words. Moscow: Tsentrpoligraf, 685 p. (in Russian)
11. Shechepin, K. (2021) Culinary China. 2nd rev. ed., Beijing: Shans, 292 p. (in Russian)
12. Ozhegov, S. I. (1990) Dictionary of the Russian language. Moscow: Russian language, 921 p. (in Russian)
13. Yu, Peng and Jiao, Yumei (2020) Chinese cuisine in recipes and stories . Moscow: Shans, 103 p. (in Russian)
14. Gnoseological and ontological metaphors in the history of sciences. [online] Eurasia Science. Available at: http://www.euroasia-science.ru/Gnoseological_and_ontological_metaphors_in_the_history_of_sciences [accessed 10.12.22].
15. Cui, Daiyuan (2020) Chinese Gourmet Dictionary. Translated from Chinese by E. I. Mitkina, A. A. Rodionov, O. P. Rodionova. St. Petersburg: Hyperion, 368 p. (in Russian)
16. Podolskaya, N. V. (1978) Dictionary of Russian onomastic terminology. Moscow: Nauka, 196 p. (in Russian)
17. Superanskaya, A. V. (2008) General theory of proper name. Moscow: LKI, 368 p. (in Russian)
18. Ullman, S. (1970) Semantic universals. In: New in linguistics. Issue 5. Moscow, pp. 250-299. (in Russian)
19. Teliya, V.N. (1988) Metaphor as a model of meaning production and its expressive-evaluative function. In: Metaphor in language and text. Moscow: Nauka, pp. 26-52. (in Russian)
20. URL: <https://kitaigid.ru/vidy-kitayskoy-lapshi> [accessed 01/19/23].

ЧЕРКУН Елена Юрьевна – к. филол. н., доцент, зав. кафедрой немецкого и французского языков Института филологии, иностранных языков и массовых коммуникаций, Бурятский государственный университет имени Д. Банзарова.

E-mail: tscherkun@mail.ru

TSCHERKUN Elena Yurievna – Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Head of the Department of the German and French languages, Banzarov Buryat State University.

ГАО Цзяньго – аспирант кафедры немецкого и французского языков Института филологии, иностранных языков и массовых коммуникаций, Бурятский государственный университет имени Д. Банзарова.

E-mail: gao2023@mail.ru

GAO Jianguo – postgraduate student of the German and French languages, Banzarov Buryat State University.