
УДК 81' 38 : 81' 42

ББК 81. 07

Ш 98

Шхумишхова А.Р.

Ассистент кафедры иностранных языков Адыгейского государственного университета, e-mail: KAFINYAZ@mail.ru

**Стилистические функции кулинарных метафор
в спортивном дискурсе
(Рецензирована)**

Аннотация:

Рассматривается стилистическое использование кулинарных метафор в спортивной журналистике, намечается повышенная экспрессивность этого вида публицистического творчества. Описываются оценочная и изобразительная функции кулинарных метафор, обладающих высоким прагматическим потенциалом.

Ключевые слова:

Воздействие, кулинарная метафора, оценка, прием, публицистика, спортивный, функция.

Shkhumishkhova A.R.

Assistant Lecturer of Foreign Languages Department, Adyghe State University, e-mail: KAFINYAZ@mail.ru

Stylistic functions of culinary metaphors in a sports discourse

Abstract:

The paper examines the stylistic use of culinary metaphors in sports journalism. The enhanced expressiveness of this kind of publicistic creativity is proposed. The author describes the estimated and graphic functions of the culinary metaphors possessing a high pragmatic potential.

Keywords:

Influence, culinary metaphor, estimation, reception, publicism, sports, function.

Согласно нашим наблюдениям, наименования пищи активно функционируют в средствах массовой информации, где они выполняют не только номинативную, но и различные стилистические функции, помогая публицистам реализовать заданные интенции. Небывалая активность пищевой лексики в языке массовой коммуникации прежде всего обусловлена экстралингвистическими причинами. В результате революционных изменений в российском обществе заметно повысился интерес к

бытовой сфере. Как свидетельствуют ученые, «современный человек начинает рассматривать окружающий мир сквозь призму потребления и использования разных продуктов, поэтому вполне обоснованным является обращение к элементам гастрономии при описании экономической и политической жизни страны»[1: 18].

Кулинарная сфера, как и другие тематические сферы (война, медицина, спорт, искусство и т.п.), откуда публицистами заимствуется лексика для реше-

ния стилистических задач, не только хорошо известна всей читательской аудитории, но и весьма популярна. «Актуальность тематических сфер, находящихся в фокусе массовых интересов, - свидетельствует Г.Я.Солганик, - определяет и значимость созданных на этом материале метафор, придает им соответствующий вес» [2: 33].

Высокая частотность употребления пищевой лексики в СМИ также вызвана и собственно лингвистическими факторами: многие единицы этой тематической группы оказываются плодотворным материалом для метафоризации. Предрасположенность лексической единицы к метафоризации во многом зависит от структурированности значения: в семантической структуре выделяются ядерные семы, которые содержатся в толковании лексической единицы в словарях, и периферийные – набор потенциальных сем, которые находятся в «свернутом» состоянии, но могут быть вызваны к жизни в определенных контекстах словоупотребления. Анализ показывает, что оценочные коннотации русской пищевой лексики, возникающие в результате семантической деривации, обусловлены признаками продуктов питания, которые если и не входят в прямое значение лексемы, то непосредственно из него вытекают. Как правило, выбираются те группы слов, у которых метафоризируемые семы располагаются близко к ядру значения, то есть выводятся из прямого значения. Например: Гарнир, - а. м.1. Овощи, каша и т.п., добавляемые к мясным и рыбным блюдам. 2. Перен., ирон. О чем-либо призванном сделать приемлемым, приукрасить какой-либо план, замысел, идею и т.п.: *Идея создания федерации была выдвинута в свое время лейбористами и подавалась с гарниром из разнообразных обещаний* [3: 115].

Следовательно, в процессе переноса значения одни семы ослабляются, а другие, напротив, актуализируются. Так, в вышеприведенном примере актуализи-

руется сема «добавление к чему-либо». В результате перераспределения сем появляются различного рода коннотации, благодаря которым автор - публицист может выразить свое отношение к описываемым явлениям или событиям, а также героям этих событий. Следовательно, образность газетно-публицистической метафоры трансформируется в социальную оценочность.

Следует заметить, что отличительной чертой публицистики постсоветского периода стал отказ от открытой пропаганды, направленной на выражение прямой оценки, обуславливающей «лобовое» воздействие со стороны адресанта. В конце XX - начале XXI веков тактика общения журналиста с читателем коренным образом изменилась. «На смену прямому идеологическому давлению пришло имплицитное убеждение, «наведение» адресата на нужную идею, утверждение ее в массовом сознании с помощью скрытых механизмов воздействия» [4: 5]. Преимущество скрытой оценки состоит в том, что с помощью завуалированного механизма воздействия автор ненавязчиво внушает адресату заданные идеи или выводы, таким образом, манипулируя им, но не вызывая при этом отторжения. Наиболее распространенным видом манипулятивного воздействия считается имплицитная оценка, присущая семантике слова, чаще всего метафоре.

Для современной публицистики характерна повышенная метафоричность, так как в постсоветских СМИ метафора превратилась в одно из самых распространенных и в то же время самых эффективных приемов воздействия на читательскую аудиторию. Обращаясь к метафорам, журналист не только воздействует на адресата, но и передает ему информацию, облекая свою мысль в привлекательную и - что еще важно для языка публицистики – афористическую форму. Таким образом, метафора выполняет не только оценочную, но и коммуникативную функции.

Материалом нашего исследования послужили статьи спортивного журналиста А.Вернера (<http://www.wer-art.com/>), которого по праву можно считать мастером создания метафорических «кулинарных образов». Вообще кулинарные метафоры так же широко используются в спортивном дискурсе, как и в политическом, поскольку политика и спорт осознаются как смежные сферы деятельности, которые в публицистической картине мира предстают в виде *кухни*. И вполне естественно, что на *спортивной кухне* работают *повара, умеющие готовить блюда*:

- *Считаете ли вы, что перспективный тренер танцевальной пары А.Жулин может участвовать в шоу?*

- *Хотя у Александра Жулина (у которого, кстати, не одна перспективная пара) есть помощники, деликатесное блюдо должен доводить до высшей кондиции повар. (Из ответов на вопросы участников конференции).*

Безусловно, человек, владеющий тонкостями своей профессии, способен «приготовить» неповторимое, авторское «блюдо», которое тоже оценивается высоко положительно, ибо оно есть результат подлинного мастерства как тренера, так и его учеников: *Переход пары к Татьяне Тарасовой принес свои плоды. Теперь к неповторимо «мягкой» работе коленями, которой их научила Наталья Дубова, добавилось мастерство владения корпусом и руками – «фирменное блюдо» Тарасовой.*

В спортивном дискурсе, в отличие от политического, гораздо чаще используется положительно оценочная лексика, в том числе метафорическая. Из средств выражения положительной оценки, заимствованных из тематической сферы «пища», часто встречаются метафоры *деликатес* и *десерт*, что, впрочем, закономерно, ибо когда речь идет о зрелищных видах спорта, болельщики смогут по достоинству оценить приходящееся по «вкусу» сравнение: ... *Танцевальные или спортивные пары, несомненно, были бы*

более интересным «десертом».

Обещаемый «десерт» - кульминация, пик спортивных состязаний, предвещающий что-либо интересное, настраивает на получение долгожданных радостных эмоций, и поэтому метафора, возникшая на основе сходства назначения (лексема *десерт* в прямом значении толкуется как «фрукты, конфеты или сладкое блюдо, подаваемое в конце обеда») оказывает значительное эмоциональное воздействие.

Положительной окраской обладают названия сладостей, которые могут иметь как свободное значение, так и фразеологически связанное: <...> *Конечно, для Дубовой уровень катания маленькой пухленькой и для азов танца на льду уже давно перезрелой девицы был слишком низким, но она решила пойти навстречу настойчивому родителю и посмотреть, можно ли сделать «конфетку» из этого сырья.*

Используя фразеологизм «сделать конфетку», то есть создать что-либо лучшее, автор, таким образом, подчеркивает высокий уровень тренерского мастерства Н.Дубовой, воспитавшей немало чемпионов.

Вообще потенциальные положительные коннотации имеют многие названия сладостей и кондитерских изделий, что подтверждается материалом нашего исследования: *В результате «попадания» в первую группу судьи недооценили и Бутырскую, и Маркову, и немецкую фигуристку Марину Кильман, зато подняли «французскую шоколадку» Сурию Бонали.*

Подобного рода метафоры выполняют изобразительную функцию, поскольку они используются для того, чтобы в различной форме передать характерные черты внешнего облика человека. Интересно заметить, что для описания внешности спортсменок привлекаются названия мучных или хлебных изделий, имеющих различную форму: *Полностью оправдала ожидания своей федерации сдобная грузинская булочка Элене Гедеванишвили.*

Седьмое место в восемнадцать лет – достойная позиция для дальнейшего подъема; Очень симпатичной мне показалась младшая сестра олимпийской чемпионки Эмили Хьюз. Восемнадцатилетняя пампушечка спокойно показала все, чему она к этому чемпионату научилась.

Уменьшительно-ласкательные формы, с одной стороны, передают положительное отношение автора к участникам соревнований, а с другой стороны, опосредованно указывают на молодость спортсменок: *Тем, кто смотрел трансляцию чемпионата, могла запомниться китаянка Сюй Биньшу. Ей уже без малого пятнадцать лет, но при росте в 140 сантиметров она смотрится на льду абсолютным ребенком. Однако этот «заводной мандаринчик» наделен энергией, которой вполне хватит на исполнение двух, а то и трех произвольных программ подряд. Я видел ее на тренировках и думаю, что японским вишенкам следует глубоко задуматься над тем, как в недалеком будущем выигрывать у человечка с таким могучим потенциалом.*

Для создания эффектных и эффективных метафор весьма подходящими оказываются названия спиртных напитков, качество которых во многом определяется их выдержкой. В таком случае автор выступает не только как человек, способный профессионально оценить технику и артистизм, но и как гурман, обладающий тонким вкусом: *Но даже те судьи, кто ставит Бутырской четвертые или пятые оценки, признают, что ее катание – это выдержанное марочное вино высшей категории, букет которого надолго остается во вкусовой памяти, а то, что показывают сегодняшние чемпионки – молодое крепленое винишко, от которого, правда, гораздо быстрее хмелеешь, получая легкий, приятный кайф, но марку которого забываешь по мере опустошения бутылки.*

Высокий прагматический эффект создается с помощью приема контра-

ста, который ярко подчеркивает семантику противоположных сущностей. Использование метафор в антонимическом контексте создает изобразительность, наглядность и одновременно усиливает воздействие на читателя, внимание которого, безусловно, останавливается на словах с противоположным значением: *Поскольку созревает молодой йогурт на старой закваске, в чемпионате приняли участие и несколько ветеранов сцены.*

Оригинальным приемом является обыгрывание гипонимов – названий пищи, выступающих в качестве образных наименований: *И стоило ли руководству БСК тратить деньги на чужие картофельные оладьи, если дома на столе своих драников миска?*

Из этого контекста нетрудно понять, о каких спортсменах идет речь, поскольку *драники* – это типичная белорусская еда, своего рода национальный бренд, и надо сказать, что авторы, апеллируя к фоновым знаниям читателя, часто используют названия продуктов или напитков, ставших символом той или иной нации: *Тамаре Николаевне Москвиной удалось смешать коктейль из «саке» и «самогона», достойный удовлетворить вкус самых взыскательных гурманов.* В этой части статьи автор оценивает спортивную пару – Юку Кавагути, приехавшую тренироваться в Россию из Японии, и ее русского партнера Александра Смирнова.

Анализ показывает, что достижению заданного эффекта способствует стилистическая конвергенция, то есть одновременное использование нескольких стилистических приемов: *Несмотря на более чем десятилетний стаж президентства, итальянец так и не постиг секретов закулисной стороны фигурного катания, особенно ее «отдела русской кухни», из-за чего уже имел массу неприятностей с антирусской альтернативной федерацией WSF. Иначе не окружил бы себя свитой кухместеров, каждый из которых варит за его спиной собствен-*

ный жирный супчик, а сеньору президенту вешает на уши тонны спагетти. Правда, подают ему эту лапшу под сладким соусом из лести и неискренних комплементов <... >

Здесь мы видим развернутую метафору, которая «зародилась» в «отделе русской кухни», где варят «супчик», готовят «спагетти и лапшу», но подают их под соусом или вешают на уши. Изделия из муки, с точки зрения системных связей являющиеся гипонимами, включают-

ся в узкий контекст и обыгрываются благодаря лексической трансформации фразеологизма «вешать лапшу на уши», который в результате такой замены становится гиперболой (*вешать на уши тонны спагетти*), указывающей на невероятно большое количество лжи.

Итак, кулинарные метафоры занимают большое место среди стилистических ресурсов спортивной журналистики, выполняя эмоционально-оценочную и изобразительную функции.

Примечания:

1. Филиппова Е.В. Отражение политической и экономической жизни в национальной картине мира // Славянская филология: материалы Междунар. российско-балканской Интернет-конф. Ставрополь, 2009. С. 17-27.
2. Солганик Г.Я. О специфике газетно-публицистической метафоры // Журналистика и культура русской речи. 2002. № 2. С. 32-42.
3. Солганик Г.Я. Стилистический словарь публицистики. М., 1999. 650 с.
4. Клушина Н.И. Интенциональные категории публицистического текста: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 2008. 57 с.