

ЯЗЫК И КУЛЬТУРА**LANGUAGE AND CULTURE**

УДК 811.161.1'373(09)

DOI: 10.37892/2713-2951-1-13-194-208

**ЭВОЛЮЦИЯ РУССКОЙ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКОЙ МЕТАФОРЫ
В ПРОЦЕССЕ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ****Нина В. Баско**Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,
Российская Федерация

Статья посвящена анализу динамики метафорических образов, лежащих в основе семантики фразеологических единиц, и изучению обусловленности изменений в языке социальными изменениями. Исследование проводится на примере фразеологических единиц русского языка, содержащих в структуре «кулинарный» компонент. При изучении эволюции русской фразеологической метафоры используется диахронический подход, рассматривающий историю развития языка в тесной связи с историей развития общества. Автор рассматривает исторический и социальный контексты, в которых возникали фразеологические обороты в разные периоды развития русского языкового сообщества, характеризует социальную среду и языковую ситуацию того времени. Особое внимание уделяется выявлению социальных факторов, которые определяют характер фразеологической метафоры, формируют семантику фразеологической единицы, влияют на ее оценочную характеристику и особенности ее функционирования в речи. На основании наблюдений автор статьи приходит к заключению, что эволюция фразеологических образов, лежащих в основе семантики фразеологических единиц, детерминирована социально-экономическими преобразованиями на разных этапах развития российского общества. Меняющиеся социокультурные условия формировали новый социальный контекст, новую социальную среду, на базе которых в русском языке возникали фразеологические неологизмы, отражающие динамику развития русского языкового сообщества.

Ключевые слова: фразеологическая метафора, метафорический образ, социальный контекст, социокультурная ситуация, социальный фактор, диахроническая социолингвистика

**EVOLUTION OF THE RUSSIAN PHRASEOLOGICAL METAPHOR
IN THE PROCESS OF SOCIO-CULTURAL CHANGES****Nina V. Basko**Lomonosov Moscow State University,
Russian Federation

The article is devoted to the analysis of the dynamics of metaphorical images underlying the semantics of phraseological units, and the study of the conditionality of changes in the language by social changes. The study is carried out on the example of phraseological units of the Russian language containing a “culinary” component in the structure. In studying the evolution of the Russian phraseological metaphor, a diachronic approach is used, considering the history of the development of language in close connection with the history of the development of society. The author examines the historical and social contexts in which phraseological turns arose in different periods of the

development of the Russian language community, characterizes the social environment and the linguistic situation of that time. Special attention is paid to the identification of social factors that determine the nature of a phraseological metaphor, form the semantics of a phraseological unit, and influence its evaluative characteristics and the features of its functioning in speech. Based on observations, the author of the article comes to the conclusion that the evolution of phraseological images underlying the semantics of phraseological units is determined by socio-economic transformations at different stages of the development of Russian society. Changing socio-cultural conditions created a new social context, a new social environment, on the basis of which phraseological neologisms appeared in the Russian language which reflect the evolution dynamics of the Russian-language community.

Keywords: *phraseological metaphor, metaphorical image, social context, socio-cultural situation, social factor, diachronic sociolinguistics*

Введение

Развитие языка тесно связано с развитием общества, с социальным прогрессом. Сложившаяся языковая ситуация в стране, как правило, формируется под воздействием социальных факторов и отражает состояние общества на определенном этапе его исторического развития. В свою очередь, языковая динамика указывает на тенденции и возможные перспективы развития общества. Влиянию социальных процессов на язык, обусловленности языковых явлений общественными явлениями посвящены научные исследования выдающихся российских ученых Е.Д. Поливанова, П.А. Сорокина, В.М. Алпатов, Л.П. Крысина [Алпатов, 2000; Крысин, 2021; Поливанов, 1968; Сорокин, 1992] и др. Являясь средством общения в разных сферах человеческой деятельности – производственной, культурной, образовательной, научной, обиходно-бытовой, – язык не только используется для передачи информации, но и выполняет другие функции: когнитивную функцию (накопление и сохранение информации) и аккумулятивную функцию (накопление и сохранение знания). В данной статье рассматривается связь языковых изменений с изменениями в обществе на примере конкретной группы языковых единиц русского языка – фразеологических оборотов, имеющих в своей структуре «кулинарный» компонент. Фразеологизмы данной группы широко используются в повседневной жизни, в обиходно-бытовом общении россиян.

Статья посвящена анализу эволюции метафорических образов, лежащих в основе семантики русских фразеологизмов, определению исторического контекста и социальной среды, в которых возникли фразеологические единицы, а также определению социальных факторов, повлиявших на их семантику, функционирование, их оценочную характеристику.

Анализ фразеологической метафоры проводится в рамках диахронической социолингвистики, поскольку в основе описания лежит культурно-исторический подход, изучающий историю языка в связи с историей и культурой народа. Такой подход в полной мере



соответствует научному принципу, лежащему в основе диахронической лингвистики. «Для диахронической социолингвистики характерен явно декларируемый и последовательно проводимый в конкретных исследованиях принцип: история языка должна изучаться в тесной связи с историей его носителей, с их повседневной жизнью». [Беликов, Крысин, 2001: 179–180].

Выбор в качестве материала для наблюдения фразеологизмов, имеющих в своей структуре «кулинарный» компонент, объясняется вневременным характером сравнения социального положения, житейского благополучия человека с употребляемой им едой, пищей. С давних времен пища, используемая человеком в повседневной жизни, свидетельствовала о социальных условиях его жизни, о его социальном статусе. Это сравнение актуально и в наше время.

Под «кулинарным» компонентом фразеологического оборота понимается входящий в состав фразеологизма структурный элемент, семантически связанный со словом «кулинария», обозначающий приготовленную пищу, блюдо, кушанье. В словаре Т.Ф. Ефремовой в качестве одного из значений многозначного слова *кулинария* приводится следующее: «Вкусно приготовленная еда». [Ефремова, 2000: 418]. Именно это значение послужило основанием для отбора фразеологических единиц в качестве объекта наблюдений в данной статье.

Источниками фразеологизмов, взятых для анализа, послужили этимологические, толковые и фразеологические словари русского языка. При проведении социолингвистического анализа следует отметить важную роль историко-этимологических словарей, содержащих бесценные сведения о том, в какую историческую эпоху, в каких социально-экономических условиях и в какой социальной среде возник тот или иной фразеологический оборот. Изучение социокультурной ситуации, обусловившей появление фразеологизма, выявление метафорического образа, лежащего в основе фразеологической семантики, и его детерминированности определенным историческим и социальным контекстом, определение сферы функционирования фразеологизма и его соответствия языковой норме определенной исторической эпохи – все эти вопросы, связанные с диахронической социолингвистикой, являются предметом наблюдений в данной статье.

Следуя хронологии появления в русском языке в различные исторические эпохи фразеологизмов с «кулинарным» компонентом, мы охарактеризуем широко употребительные в современной русской речи фразеологизмы данной группы и проанализируем их в социолингвистическом аспекте.

Анализ языкового материала и его результаты

По данным лексикографических источников, первое упоминание устойчивых образных выражений, содержащих «кулинарный» компонент, относится к периоду существования Древней Руси. По своему происхождению это исконно русские фразеологические обороты, возникшие в недрах народной речи: *проще пареной репы, лаптем щи хлебать, за семь верст киселя хлебать, седьмая вода на киселе, заваривать/заварить кашу, расхлебывать/расхлебать кашу, мало каши ел, каши не сварить* (с кем-либо), *калачом не заманишь* и мн. др.

Фразеологический оборот *лаптем щи хлебать*, означающий «жить в страшной бедности, в нищете», возник в русском языке в IX в., и связано его появление с принятием на Руси христианства. В то время из Византии на русскую землю была завезена белокочанная капуста, из которой готовили разную еду, и одним из повседневных кушаний простых людей стали щи. Устойчивое выражение возникло на основе прямой ассоциации: в старину беднейшие крестьяне ели щи и ходили в лаптях. Данный фразеологизм имеет просторечную окраску. Семантика фразеологизма *лаптем щи хлебать* указывает на социальное расслоение общества той исторической эпохи, на принадлежность человека, его семьи к самому низкому социальному слою. Используя это выражение в речи, говорящий нередко высказывал пренебрежительное отношение человеку, о котором говорил, которого упоминал.

Многочисленные фразеологические обороты со структурным компонентом *каша* (*мало каши ел, заваривать/заварить кашу, расхлебывать/расхлебать кашу, каши просит, каши не сварить* (с кем-либо) и др.) очень популярны в речи современных носителей русского языка. Эти устойчивые образные выражения отражают популярность каши как одного из основных видов пищи простого народа на Руси с давних времен. По мнению ученых, устойчивые выражения с компонентом *каша* возникли в русском языке примерно в XVII в. [Шанский, 1985: 70].

Антонимичные по своей семантике, но сходные по оценочной, неодобрительной, характеристике фразеологические обороты *заваривать/заварить кашу* «затевать, начинать сложное, хлопотливое или неприятное дело» и *расхлебывать/расхлебать кашу* «распутывать сложное, хлопотливое или неприятное дело» представляют собой части пословицы *Сам кашу заварил, сам и расхлебывай*. Оба фразеологических оборота и пословица связаны с исконно русским бытовым и обрядовым отношением к каше как к типичной повседневной еде крестьян и как к обязательному кушанью по праздникам, например на свадебных пирах. По мнению исследователей, «выражение образовано примерно в XVII веке путем переосмысления слова *каша* в значении «званный обед, праздник по поводу именин или свадьбы» в «беспорядок, суматоха, сумятица, путаница» [Зимин, Спирин, 1996: 121]. Оба выражения – общеславянские

по своему происхождению, поскольку они порождены общими для славян культурными обычаями и традициями и имеют аналогичные языковые соответствия в славянских языках. Оба выражения *заваривать/заварить кашу* и *расхлебывать/расхлебать кашу* свидетельствуют о принадлежности человека, его семьи к крестьянству – беднейшему социальному слою населения Руси. Общность социального контекста обуславливает семантику всех устойчивых выражений с компонентом *каша*, возникших в этот исторический период.

Разговорное выражение *проще пареной репы* – исконно русский фразеологизм, обозначающий «крайнюю несложность, легкость какого-либо дела» [Мокиенко, 2016: 217]. В какой социальной среде, в каком социальном контексте возникло это выражение в русском языке? Фразеологизм возник в старину, когда репа была важнейшим продуктом в рационе русского крестьянина. До появления в XVII–XVIII вв. на Руси картофеля русские крестьяне выращивали репу, это был широко распространенный в крестьянской среде и дешевый овощ. Метафора, определившая семантику фразеологического оборота, – простота приготовления репы и дешевизна этого овоща – указывает на принадлежность человека, употребляющего в повседневной жизни пищу из репы, к низкой ступени в социальной иерархии. Разговорный характер выражения позволяет говорить о его соответствии литературной норме того времени.

Шутливое разговорное выражение *калачом не заманишь* означает «никакими уговорами, никакими средствами не заставить кого-либо зайти или заехать куда-либо» [Бирих, Мокиенко, Степанова, 2005: 279]. История появления этого выражения обусловлена определенным историческим и социальным контекстом. Издавна на Руси повседневной пищей простого народа был ржаной хлеб. Из дорогой пшеничной муки пекли калачи, которые для простого народа были доступны лишь в праздничные дни. У крестьян калач считался лакомством, который ели только по большим праздникам. Отсюда и значение выражения: не заманишь куда-либо даже вкусным дорогим лакомством. Устойчивое сравнение отражено книжным языком уже в XVII в. Метафорический образ, являющийся стержнем семантики фразеологизма *калачом не заманишь*, указывает на чрезвычайно низкий уровень жизни и благосостояния простого народа той исторической эпохи. То, что выражение имеет разговорный характер, свидетельствует о его соответствии литературной норме той исторической эпохи.

Просторечное исконно русское выражение *за семь верст киселя хлебать*, которое обычно произносят с шуткой или с иронией, имеет значение «напрасно и неоправданно стремиться куда-либо, имея возможность достичь желаемого на месте». Основой фразеологизма является сравнение с повседневным русским кушаньем – киселем. «Кисель – национальное русское кушанье, которое готовили из ржаной, овсяной, гороховой муки. Кисель был недорогим,

повседневным блюдом. Так что ехать за ним далеко не было никакого смысла – его и дома много. Поэтому выражение “За семь верст киселя хлебать” стали применять в значении – ехать далеко за ненужностью... Поговорка указана в книге “Пословицы русского народа” (1853) В.И. Даля (раздел “Толк – Бестолочь”): “За семь верст киселя есть”. Хотя обычно оборот фиксируется у писателей XIX в., например Тургенева, Салтыкова-Щедрина, он был известен уже в XVIII в., например у Фонвизина» [Бирих, Мокиенко, Степанова, 2005: 90].

Исконно русское, шутливое или ироническое народное выражение *седьмая вода на киселе* означает «человек, находящийся в крайне отдаленном родстве с кем-либо». «Это исконно русское «выражение связано с изготовлением в русских деревнях киселя из овсяной муки. Такую муку несколько раз промывали водой, в воде оставался крахмальный осадок, и после нескольких промываний крахмального осадка уже не образовывалось, так что “седьмая вода” киселем уже не была» [Зимин, Спирих, 1996: 281]. Использование в приведенных выше фразеологических оборотах *за семь верст киселя хлебать* и *седьмая вода на киселе* в качестве стержневого метафорического образа киселя, повседневной недорогой еды жителя русской деревни, подчеркивает исторический контекст (XVIII в.) и социальную среду, в которой возникли эти фразеологические единицы, свидетельствующие о скудости повседневной пищи простого народа, о бедности российского крестьянства.

Рассматривая указанные выше фразеологические обороты в социолингвистическом аспекте, можно отметить общие для них черты. Прежде всего, общность исторического и социального контекста, которые обусловили появление этих устойчивых образных выражений. Исторический и социальный контекст – наиболее значимые экстралингвистические факторы, влияющие на развитие общества и на развитие национального языка. Если исторический контекст указывает на события и факты, случившиеся в определенный момент времени, то социальный контекст указывает на социальные и экономические условия жизни и деятельности человека, на его социальное окружение и социальные связи в определенный момент времени.

По своему происхождению рассмотренные выше устойчивые образные выражения – исконно русские языковые единицы, возникшие в народной русской речи на протяжении долгой истории (с IX по XVIII в.). Социальной средой, в которой возникли данные фразеологизмы, была русская деревня, примитивные обиходно-бытовые условия жизни, простой народ, крестьяне – представители беднейшего социального слоя населения страны.

Социальным контекстом, в условиях которого появились указанные выше фразеологические обороты, было ярко выраженное социальное неравенство, узаконенное крепостным правом, существовавшим в то время на Руси, бедность, нищета крестьян,

составлявших большую часть населения. Об этом ярко свидетельствует, например, семантика фразеологизма *лаптем щи хлебать*.

Метафорические образы, яркие сравнения, лежащие в основе фразеологической семантики устойчивых выражений, относящихся к этому историческому периоду, определены социальным контекстом, социальными условиями того времени. Это проявляется в том, что в качестве фразеологической метафоры служила пища простого народа, крестьян. Это сравнения с кушаньями, приготовленными из злаковых растений (овёс, рожь, пшеница), из овощей или ягод, которые были распространены в крестьянской среде и были доступны бедному населению. Названия национальных исконно русских кушаний, приготовленных в условиях повседневной крестьянской жизни (щи, каша, пареная репа, солянка, кисель) и в редких случаях по большим праздникам – калач, являющийся крестьянским символом жизненного благополучия, достатка, формировали значение фразеологических единиц. На наш взгляд, метафорические образы, определившие семантику рассмотренных фразеологизмов, выступали в качестве своеобразных социальных маркеров, характерных признаков исторического и социального контекста той эпохи. В функционально-стилистическом отношении исконно русские фразеологические обороты, возникшие в период Древней Руси, относятся к разговорной речи, используемой в обиходно-бытовых ситуациях (*проще пареной репы, калачом не заманишь, седьмая вода на киселе*), или к просторечию (*лаптем щи хлебать, за семь вёрст киселя хлебать*). Активно употребляясь в повседневном бытовом общении, в живой речи простого народа, фразеологизмы со временем приобрели шутливую, ироническую, а иногда и пренебрежительную окраску.

Следуя хронологическому принципу, рассмотрим наиболее выразительные и популярные в речи россиян фразеологические обороты с «кулинарным» компонентом, которые появились и получили широкое распространение в более поздний исторический период – в конце XIX в. – на протяжении XX в. Это такие устойчивые выражения образного характера, как разговорное выражение *сборная солянка*, грубо-просторечное выражение *сделать (отбивную) котлету* (из кого-либо), разговорное выражение *сделать конфетку* (из чего-либо) и разговорное выражение *вешать лапшу на уши*.

Разговорный фразеологизм *сборная солянка*, означающий «что-либо разнородное, не отличающееся единством стиля», который обычно произносят с шуткой, иронией и гораздо реже с неодобрением, впервые зафиксирован в «Словаре русского языка» С.И. Ожегова [Ожегов, 1949]. По мнению ученых, исконно русское блюдо «солянка», сравнение с которым лежит в основе семантики этого фразеологического оборота, было известно в русской кухне гораздо раньше, в XVII в. Солянка – густой суп, который готовят из разных продуктов, потому

солянка и называется ‘сборной’. Эта характерная особенность блюда – пестрая, разнородная смесь компонентов – стала семантическим стержнем нового образного выражения. На социальный контекст и на социальную среду, в которой возник фразеологизм, указывают данные «Этимологического словаря русского языка» М.Фасмера. «Название блюда “солянка” – первоначально “селянка” произошло от “сельский”, так как изначально блюдо готовилось в сельской среде, оно значило: “пища селянина”, “селянская похлебка”. Позже, начиная со второй половины XX века “селянку” стали именовать “солянкой»» [Фасмер, 2004: 598]. Шутливое выражение *сборная солянка* получило широкое распространение в речи молодежи и представителей интеллигенции во второй половине XX в., оно популярно и в наше время, соответствуя нормам современного русского языка.

Возникшее в советский период российской истории популярное выражение *вешать лапшу на уши* «намеренно вводить в заблуждение, грубо обманывать или дезинформировать кого-либо; нагло врать» возникло как просторечное, и значит, относящееся к ненормативным речевым единицам. По мнению известного российского ученого В.М. Мокиенко, «это выражение – один из символов постперестроечного периода, знаменующего всеобщую социальную апатию и недоверие как к правительственным структурам, так и к “демократизированным” средствам массовой информации. Лапша на ушах – это всеобщая дезинформация, стремление обмануть простого человека как в политической жизни, так и в финансово-экономических сферах.оборот имеет арготическое происхождение, где зафиксированы и его варианты: *кидать лапшу* “говорить глупости, болтать ерунду”, *развешивать лапшу* “лгать, придумывать, болтать пустое” и др.» [Бирих, Мокиенко, Степанова, 2005: 375]. Наблюдая за особенностями функционирования этого выражения, профессор В.М. Мокиенко отметил яркую особенность, которую претерпел этот фразеологический оборот в процессе употребления. «Став лидером среди фразеологических арготизмов нового времени, он в сознании говорящих и пишущих, однако, в большинстве случаев уже не воспринимается как арготизм, поэтому стилистический статус его сейчас где-то на грани между просторечием и разговорно-обиходным узусом. Выросший из арготизма, оборот *о лапше на ушах* перерос свое арготическое прошлое и стал достоянием активного современного употребления – в том числе и литературного» [Там же: 376].

Грубо-просторечное выражение *сделать котлету* (из кого-либо) «избить кого-либо очень сильно, до крови; изувечить» обычно употребляется в форме угрозы. Вероятно, этот фразеологизм советского времени тоже пришел из криминального жаргона. На это указывает исследователь Б.Б. Максимов в книге «Фильтруй базар: Словарь молодежного жаргона города Магнитогорска» [Максимов, 2002: 198]. Однако, на наш взгляд, возможна и иная трактовка

происхождения этого выражения. Поскольку, по мнению специалистов по кулинарии, блюдо “котлета” – отбивной и зажаренный кусок мяса или лепешка из мясного фарша – пришло в русскую кухню из европейской не позднее XVIII в., сравнение избитого человека с отбивной котлетой могло стать основой фразеологической метафоры этого выражения. Так или иначе специфика функционирования этого выражения в речи представителей криминальной среды, его грубо-просторечная оценочная природа свидетельствует о его нахождении за пределами русского литературного языка.

Появившийся в XX в. фразеологический оборот разговорного характера *сделать конфетку* имеет значение «изготовить что-либо красивое, привлекательное, вызывающее восхищение из чего-либо плохого, некачественного, далекого от совершенства». Семантическим стержнем этого выражения является слово *конфетка* в переносном значении «что-либо очень хорошее, привлекательное». Исторический контекст, в котором появился и начал активно функционировать этот фразеологический оборот, – советский период развития страны. Социальная среда, в которой возникло выражение, – речь городского населения страны. Выражение используется в обиходно-бытовых ситуациях, имеет положительную окраску, обычно произносится с одобрением, иногда с иронией.

Итак, наблюдения над фразеологизмами с «кулинарным» компонентом в структуре, появившимися в русском языке в XX в., позволяют сделать следующие выводы. Характерной особенностью фразеологизмов, возникших в русском языке в этот период, является новая, принципиально иная социальная среда, в которой они появились – это криминальный жаргон (*вешать лапшу на уши* и *сделать (отбивную) котлету*) и речь городского населения (*сборная солянка, сделать конфетку*). Важно отметить, что процесс пополнения русского литературного языка словами и выражениями из жаргона характерен для XX–XXI веков. Об этой тенденции в русском языке пишет известный ученый Ю.А. Бельчиков: «Слова и речевые обороты жаргонной речи попадают в литературные тексты так же, как диалектные и просторечные единицы. Включение жаргонизмов в литературные тексты, особенно устные, широко распространено в наше время. Настолько широко, что это стало приметой современной русской речи» [Бельчиков, 2008: 31].

Характеризуя указанные выше фразеологизмы советской эпохи в отношении стилистических свойств, заметим, что выражения *сборная солянка* и *сделать конфетку* относятся к разговорному стилю речи, используются в непринужденном разговоре в обиходно-бытовых ситуациях. Фразеологизмы жаргонного происхождения *вешать лапшу на уши* и *сделать (отбивную) котлету* функционируют как просторечные, употребляются в «эмоциональном» разговоре, с неодобрением, часто на повышенных тонах. Однако широкое



распространение этих выражений, высокая речевая активность привели к тому, что признаки социальной среды, из которой вышли эти жаргонные выражения, постепенно сглаживаются, нивелируются [Бирих, Мокиенко, Степанова, 2005: 376].

Среди новейших фразеологических оборотов русского языка, содержащих в своей структуре «кулинарный» компонент и получивших широкое распространение в современной русской речи, следует отметить два выражения: *в шоколаде* «в хорошем материальном состоянии, благополучии, при деньгах» и *вишенка на торте* «примечательная деталь, дополняющая общую картину». Оба эти выражения буквально ворвались в речь современной молодежи на рубеже XX–XXI вв. и быстро стали популярными. Их широкой распространенности в значительной степени способствовало российское телевидение, особенно молодежные телеканалы, на которых ведущие различных телепрограмм часто использовали эти выражения.

Появление этих фразеологических неологизмов обусловлено новой российской действительностью, новым историческим контекстом, новой социокультурной ситуацией в стране, сложившейся в результате кардинальных политических и социально-экономических реформ 90-х годов XX в. Сформировавшаяся на рубеже веков в России новая социокультурная ситуация и столь фундаментальные изменения в российской общественной жизни не могли не повлиять на изменения в языке, в лексике и фразеологии. Инструментом такого влияния стали метафорические образы фразеологических неологизмов, возникших в эту историческую эпоху. «Механизм образования фразеологических неологизмов не является новым. Новыми стали сами образы фразеологизмов, вызываемые к жизни разнообразными изменениями в современном обществе» [Баско, Зимин, 2017: 412].

Особенностью фразеологических неологизмов является то, что в качестве фразеологической метафоры, семантического стержня этих выражений выступает отнюдь не повседневная пища россиян, а сладости, изысканные кушанья: шоколад и торт, украшенный вишенкой. Эти лакомства, которые в прошлом были доступны не всем россиянам, играют смыслообразующую и экспрессивную роль в создании популярных выражений новейшего периода истории России. Для представителей всех социальных слоев населения шоколад ассоциируется с материальным достатком, благополучием, со «сладкой жизнью» в роскоши. Эта ассоциация и легла в основу семантики популярного в наши дни выражения. Вот как об этом пишет профессор Вл. Новиков: «С давних пор житейское благополучие сравнивалось со вкусной едой: *не жизнь, а малина, молочные реки с кисельными берегами, как сыр в масле кататься...* Но это все далекая старина... А вот шоколад все-таки осознается как некоторая роскошь. В самом выражении таится изрядная доля иронии. Про человека творческого,



мыслящего, масштабного не скажут, что ‘он в шоколаде’, даже если он очень богат. Эта речевая формула больше подходит к тем, кто пробился дуриком. Сегодня он в шоколаде, а завтра беспощадная судьба схрумкает его вместе со сладкой оболочкой» [Новиков, 2016: 51].

Активность употребления фразеологизма *вишенка на торте*, прозрачность и яркая образность метафоры, понятной без комментария нашим современникам, – все это способствует восприятию выражения как исконно русского, «своего», родного. Однако, по мнению профессора В.М. Мокиенко, фразеологизм *вишенка на торте* является американизмом: «Усиленные лингвистические поиски приводят к находке традиционного выражения, которое, видимо, является прототипом русского фразеологического неологизма. Это сочетание *the icing on the cake* – ‘украшательство, что-л. поверхностное, вводящее в заблуждение’, зафиксированное фундаментальным англо-русским фразеологическим словарем А. В. Кунина» [Мокиенко, 2019: 142–143].

Закключение профессора В.М. Мокиенко о заимствованном характере фразеологизма *вишенка на торте* подтверждает общемировой процесс глобализации, который начал интенсивно проявляться во второй половине XX – начале XXI в. Влияние глобализации на развитие языка огромно. С учетом этого фактора в современной лингвистической науке появился новый термин «языковая глобализация», который ввели в употребление ученые, исследовавшие влияние глобализации на функционирование национальных языков. Он означает «процесс взаимопроникновения языков в условиях глобализации»: «Языковая глобализация отражает тесную связь лингвистики и социологии, науки о языке и науки об обществе, а также эффективность и целесообразность социолингвистического подхода при изучении взаимодействия и взаимовлияния языков» [Глобалистика, 2003: 304]. Языковая глобализация находит выражение, прежде всего, в широком и повсеместном распространении английского языка, в проникновении в национальные языки, включая и русский язык, американизмов.

В начале XXI в. фразеологический неологизм *вишенка на торте* получил широкое распространение в разных языках, стал интернационализмом. Однако носители разных европейских языков нередко воспринимают это выражение как исконное, родное. Вероятно, это связано со сходством ассоциативного мышления разных народов, живущих в похожих социальных условиях, с их принадлежностью к одной социальной группе, с близостью языковой картины мира разных народов. Социальная группа, языковая среда, в которой активно используются фразеологические неологизмы *в шоколаде* и *вишенка на торте*, – представители интеллигенции, образованные люди, жители российских городов.



Динамика общественного развития, меняющиеся социальные условия жизни влияют на социальную среду, на социальную группу, определяющую новую формирующуюся языковую ситуацию. Это подтверждает тезис ученого Е.Д. Поливанова о том, что «экономико-политические сдвиги видоизменяют контингент носителей языка» [Поливанов, 1968: 86]. В свою очередь, новая языковая ситуация оказывается мощным стимулом развития национального языка.

Выводы

Подводя итоги наблюдений над эволюцией метафорических образов, которые лежат в основе семантики фразеологизмов, содержащих в структуре «кулинарный» компонент, можно сделать определенные выводы.

Изменение метафорических образов в русской фразеологии связано с общественно-политическими изменениями, происходящими в российском обществе на протяжении долгой истории. Общественный прогресс, политические и экономические преобразования, меняющиеся социально-бытовые условия повседневной жизни человека формировали новый социальный контекст и новую языковую ситуацию, в которой возникали фразеологические обороты. Так, в период Древней Руси (IX–XII вв.), когда пища была первостепенным условием выживания человека, сравнения, связанные с повседневной едой беднейшей части населения, доминировали во фразеологической метафорике русского языка. В наше время «кулинарная» метафора не столь популярна, поскольку пища рассматривается как одна из составляющих здорового образа жизни современного человека. Но главное отличие – в самом характере метафорических образов, обусловленных новым социальным контекстом, новыми социальными условиями современной жизни.

На протяжении длительного исторического периода прослеживается движение российского общества от социального бесправия и бедности (*лаптем щи хлебать, за семь вёрст киселя хлебать*) к материальному благополучию, достатку (*в шоколаде, вишенка на торте*). Динамика метафорических образов в русской фразеологии с «кулинарным» компонентом отражает тенденцию поступательного социального развития российского общества и свидетельствует о повышении уровня благосостояния народа.

Развитие научно-технического прогресса, активные процессы глобализации, повышение жизненного уровня россиян, новые социальные условия жизни оказывают влияние на характер фразеологических образов, формирующих семантику фразеологических неологизмов. Эволюция метафорических образов, лежащих в основе семантики употребительных русских фразеологизмов, свидетельствует и о расширении социальных

контактов российского общества на протяжении истории, что отражается в языке. Если первоначально фразеологические обороты с «кулинарным» компонентом возникали исключительно на исконно русской почве, в глубинах народного языка, то в XX – начале XXI в. источниками фразеологических неологизмов стали жаргоны и заимствования из английского языка, что подтверждает теорию языковой глобализации.

Таким образом, наблюдения над эволюцией фразеологической метафоры, лежащей в основе семантики устойчивых образных выражений с «кулинарным» компонентом показывают, что на разных этапах исторического развития русского языкового сообщества фразеологические образы были обусловлены социальными и экономическими преобразованиями, социальным контекстом, повлиявшим на состав, семантику, функционирование и эмоциональную окраску фразеологических единиц.

Литература

- Алпатов В.М.* (2000) 150 языков и политика. 1917–2000 : Социолингвистические проблемы СССР и постсоветского пространства. М.: Краф. 224 с.
- Баско Н.В., Зимин В.И.* (2017) Новое время – новые фразеологические образы // Сб. материалов XXII междунар. науч. конф. Пушкинские чтения-2017 : Художественные стратегии классической и новой словесности : Жанр, автор, текст: / Отв. ред. Т.В. Мальцева. СПб.: ЛГУ им. А.С. Пушкина. С. 407–416.
- Беликов В.И., Крысин Л.П.* (2001). Социолингвистика. М.: Рос. гос. гуманитар. ун-т. 315 с.
- Бельчиков Ю.А.* (2008) Практическая стилистика современного русского языка. М.: АСТ-Пресс Книга. 424 с.
- Крысин Л.П.* (2021) Очерки по социолингвистике. М.: Флинта. 360 с.
- Мокиенко В.М.* (2016) Правильно ли мы говорим по-русски? : Поговорки: что мы о них знаем, откуда они пришли, как их правильно понимать и употреблять. М.: Центрполиграф. 317 с.
- Мокиенко В.М.* (2019) Современная славянская неофразеология : Сходства и различия. // Славянские лингвокультуры в пространственном и временном континууме / Гл. ред. Е.В. Ничипорчик. Гомель: Гомельский гос. ун-т им. Ф. Скорины. С. 136–146.
- Поливанов Е.Д.* (1968) Статьи по общему языкознанию. М.: Наука. 375 с.
- Сорокин П.А.* (1992) Человек. Цивилизация. Общество. М.: Политиздат. 544 с.
- Шанский Н.М.* (1985) Фразеология современного русского языка. М.: Высшая школа. 160 с.

Источники и словари

- Бирих А.К., Мокиенко В.М., Степанова Л.И.* (2005) Русская фразеология : Историко-этимологический словарь : 6000 фразеологизмов / Под ред. В.М. Мокиенко. 3-е изд. М.: Астрель ; АСТ ; Люкс. 926 с.
- Глобалистика. Энциклопедия (2003) / Гл. ред. И.И. Мазур, А.Н. Чумаков; Центр научных и прикладных программ «Диалог». М.: Радуга. 1328 с.
- Ефремова Т. Ф.* (2000) Новый словарь русского языка : Толково-словообразовательный : В 2 т. М.: Русский язык. Т. 1. 1232 с.
- Зимин В.И., Спириин А.С.* (1996) Пословицы и поговорки русского народа : Объяснительный словарь. М.: Сюита. 544 с.

- Максимов Б.Б. (2002) Фильтруй базар : Словарь молодежного жаргона города Магнитогорска. Магнитогорск: МаГУ. 506 с.
- Мокиенко В.М., Никитина Т.Г. (2007) Большой словарь русских поговорок. М: Олма Медиа Групп. 784 с.
- Новиков Вл. (2016). Словарь модных слов. М.: Словари XXI века. 352 с.
- Ожегов С.И. (1968) Словарь русского языка. 7-е изд. М.: Советская энциклопедия. 900 с.
- Фасмер, М. (2004) Этимологический словарь русского языка : В 4 т. 4-е изд. М.: Астрель – АСТ. Т. 4. 860 с.

References

- Alpatov, V.M. (2000) 150 jazykov i politika. 1917–2000 : Sociolingvističeskie problemy SSSR i postsovetskogo prostranstva [150 languages and politics. 1917–2000 : Sociolinguistic problems of the USSR and the post-Soviet space]. M.: Kraf. 224 p. (In Russ.)
- Basko, N.V., Zimin, V.I. (2017) Novoe vremja – novye frazeologičeskie obrazy [New time – new phraseological images] // Sb. Mat. XXII mezhdunarodnoj nauch. konf. Puškinskie čtenija-2017. “Hudožestvennyje strategii klassičeskoj i novoj slovesnosti: zhanr, avtor, tekst” / Ch. ed. T.V. Maltseva. SPb.: Leningrad State University (Puškin University). Pp. 407–416. (In Russ.)
- Belchikov, Ju.A. (2008) Praktičeskaja stilistika sovremennogo russkogo jazyka [Practical stylistics of the modern Russian language]. M.: AST-Press Book. 424 p. (In Russ.)
- Belikov, V.I., Krysin, L.P. (2001). Sociolingvistika [Sociolinguistics]. M.: Russian state humanitarian university. 315 p. (In Russ.)
- Krysin, L.P. (2021) Očerki po sociolingvistike [Essays in sociolinguistics]. M.: Flinta. 360 p. (In Russ.)
- Mokienko, V.M. (2016) Pravil'no li my govorim po-russki? : Pogovorki: čto my o nih znaem, otkuda oni prišli, kak ih pravil'no ponimat' i upotrebljat' [Do we speak Russian correctly? : Sayings: what do we know about them, where did they come from, how to understand and use them correctly]. M.: Tsentrpoligraf. 317 p. (In Russ.)
- Mokienko, V.M. (2019) Sovremennaja slavyanskaja neofrazeologija: Shodstva i različija [Modern Slavic Neo-Phraseology : Similarities and Differences] // Slavyanskije lingvokul'tury v prostranstvennom i vremennom kontinuumе / Ch. ed. E.V. Nichiporchik. Gomel: Gomel state university (F. Skaryna University). Pp. 136–146. (In Russ.)
- Polivanov, E.D. (1968) Stat'i po obščemu jazykoznaniju [Articles on general linguistics]. M.: Nauka. 375 p. (In Russ.)
- Shansky, N.M. (1985) Frazeologija sovremennogo russkogo jazyka [Phraseology of the modern Russian language]. M.: Vysshaja škola. 160 p. (In Russ.)
- Sorokin, P.A. (1992) Čelovek. Civilizacija. Obščestvo [Man. Civilization. Society]. M.: Politizdat. 544 p. (In Russ.)

Sources and dictionaries

- Birikh, A.K., Mokienko, V.M., Stepanova, L.I. (2005) Russkaja frazeologija : Istoriko-etimologičeskij slovar' : 6000 frazeologizmov [Russian phraseology : Historical and etymological dictionary: 6000 phraseological units] / Ed. V.M. Mokienko. 3rd ed. M.: Astrel: AST: Lux. 926 p. (In Russ.)
- Efremova, T. F. (2000) Novyj slovar' russkogo jazyka : Tolkovo-slovoobrazovatel'nyj [New Dictionary of the Russian Language. Explanatory derivational] : In 2 vol.. M.: Russkij jazyk. Vol. 1. 1232 p. (In Russ.)
- Globalistika : Entsiklopediya [Globalistics : Encyclopedia] (2003) / Ch. ed. I.I. Mazur, A.N. Chumakov; Center of scientific and applied programs “Dialogue”. M.: Raduga. 1328 p.



(In Russ.)

- Maksimov, B.B.* (2002) Fil'truj bazaar : Slovar' molodezhnogo zhargona goroda Magnitogorska [Filter the market : Dictionary of youth jargon of the city of Magnitogorsk]. Magnitogorsk: MaGU. 506 p. (In Russ.)
- Mokienko, V.M., Nikitina, T.G.* (2007) Bol'shoj slovar' russkih pogovorok [Big dictionary of Russian proverbs]. M.: Olma Media Group. 784 p. (In Russ.)
- Novikov, Vl.* (2016). Slovar' modnyh slov [Dictionary of fashionable words]. M.: Slovare XXI veka. 352 p. (In Russ.)
- Ozhegov, S.I.* (1968) Slovar' russkogo jazyka [Dictionary of the Russian language]. Ed. 7th. M.: Sovetskaja Encyklopedija. 900 p. (In Russ.)
- Vasmer, M.* (2004) Etimologicheskij slovar' russkogo jazyka [Etymological dictionary of the Russian language] : In 4 vol. 4th ed. M.: Astrel – AST. Vol. 4. 860 p. (In Russ.)
- Zimin, V.I., Spirin, A.S.* (1996) Poslovice i pogovorki russkogo naroda : Ob"jasnitel'nyj slovar' [Proverbs and sayings of the Russian people : Explanatory dictionary]. M.: Sjuita. 544 p. (In Russ.)

Баско Нина Васильевна – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры русского языка для иностранных учащихся гуманитарных факультетов, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова

Адрес: 119991, Россия, г. Москва, Ленинские горы, д. 1

Эл. адрес: ninabasko@mail.ru

Для цитирования: *Баско Н.В.* Эволюция русской фразеологической метафоры в процессе социокультурных изменений [Электронный ресурс] // Социоллингвистика. 2023. № 1 (13). С. 194–208. DOI: 10.37892/2713-2951-1-13-194-208

For citation: *Basko, N.V.* Evolution of the Russian phraseological metaphor in the process of socio-cultural changes // Sociolinguistics. 2023. No. 1 (13) [online]. Pp. 194–208. (In Russ.) DOI: 10.37892/2713-2951-1-13-194-208