## Пищевой код в русских паремиях

Т.Г.Бочина, Сайулэши
Казанский (Приволжский) федеральный университет

*культурный код, пищевой код, паремия, лексико-семантическая группа*

К числу активно развивающихся направлений языкознания относится изучение способов вербализации этнических вариантов кодов культуры. Одним из наиболее древних и в то же время актуальных для современной цивилизации кодов культуры является пищевой код, в котором неразрывно связаны природное (сырое) и культурное (вареное), индивидуально-телесное и социальное.

Как известно, код культуры – это таксономия элементов картины мира, в которой объединены природные и созданные руками человека объекты (биофакты и артефакты), объекты внешнего и внутреннего миров (физические и психические явления) [Пименова 2013: 121].

Как считает В.Н.Телия, коды культуры – это ″те источники окультуренного мировидения (живые существа, артефакты, ментефакты), которые явились предметами культурного осмысления и оценивания в контексте культуры и которые служат своего рода ″обозначаемыми″ собственно культурных знаков, которые и лежат в основе тропеического осмысления языковых сущностей, представляя собой ″подоснову″ культурной интерпретации явленного в языковой оболочке языкового образа″ [Телия 2005: 38].

По мнению В.И.Шаховского, ″в культурный код входят: этническая картина мира, лингвально-национальное мировоззрение, основанное на истории общества, его стереотипах, традициях, нравах, шкале оценок, культурных ценностях. Единицы культурного кода детерминируются ментальными, языковыми или предметными знаками, поскольку культурный код – это и конгломерат систем знаний о народе, данном языке и правилах пользования им″ [Шаховский 2008: 118].

Итак, знания о культуре языковой общности структурируются и систематизируются с помощью единиц культурного кода, которые содержат вербальные (имена собственные и нарицательные, фразеологизмы, цитаты, афоризмы и т.д.), авербальные (природные и артефактные), ментальные (стереотипы, нравы, обычаи, традиции, обряды, ценностные ориентации, оценочные стандарты, типические представления, культурные сценарии и т.д.).

В каждой лингвокультуре тема пищи и ритуалов, связанных с едой, выделяется особенно ярко благодаря своей наглядности, открытости пищевого кода для сравнения и интерпретации. Для разных культур характерны различные наборы продуктов, специальные способы обработки продуктов питания и их приготовления, особые правила и церемонии, связанные с едой, ритуалы и т.п. ″Именно национальная культура устанавливает ту грань между ″съедобным″ и ″несъедобным″, ″вкусным″ и ″невкусным″, ″правильным″ и ″неправильным″, которая пронизывает жизнь множеством бессознательных императивов и табу в том, что касается пищевых предпочтений представителей разных культур. Пищевые предпочтения и запреты являются одними из самых видимых и ярких маркеров ″чужой″ культуры″.

Одним из важнейших каналов трансляции культурного опыта являются пословицы и поговорки, поэтому трудно переоценить роль паремиологического фонда для познания особенностей того или иного этнического кода культуры.

Паремиологическая картина мира является важнейшим фрагментом языковой картины мира, который отражает социально-культурный опыт народа, его представления о мире. Народные суждения о мире, зафиксированные в пословицах и поговорках, отражают и коды культуры. Как известно, паремиологическая картина мира содержит черты специфичности, которые сохраняются во внутренней форме

паремий. При этом учитывается результат познания человеком действительности и совокупность ″ментальных стереотипов″.

Паремии прежде всего представляют собой систему важнейших для народа понятий о человеке, обществе, окружающей природе. Интерес к пословицам и поговоркам является одной из доминирующих черт современной лингвистики, в которой наблюдается усиление интереса к ″человеческому фактору″ в языке. Отражая представления народа о правде и лжи, добре и зле, окружающем мире, культурных традициях и кодах культуры и выражая их в идеальных словесных формулах, паремии являются достоверным и интересным материалом для лингвокультурологических и лингвокогнитивных исследований.

Паремиологическая картина мира является фрагментом наивно-языковой картины мира, в котором содержится паремиологический фонд нации, отражающий важные для данного этноса ценности, установки, стереотипы, модели поведения.

Традиции национальной кухни, находящие отражение в различных фактах языка, по признанию многих ученых, образуют особый фрагмент национальной языковой и ценностной картины мира. Особую роль в языковой картине мира играют пословицы и поговорки, которые, с одной стороны, являются фактами языка, а с другой – мини-текстами, которые интерпретируют, разворачивают культурные символы в суждения, рекомендации, мнения. Значительная часть паремиологического фонда транслирует и дешифрует пищевой культурный код этноса.

Центральное место в пищевом рационе русских занимают хлебобулочные изделия и изделия из теста вообще (46% паремий). Зерновая основа рациона соответствует представлениям о том, что земледелие – традиционная деятельность русского народа. По данным паремики, главными блюдами в пищевом коде русского народа являются хлеб (400 паремий), соль (180), каша (106).

Хлеб (хлеб-соль), блины, щи, каша, квас в русских пословицах являются знаками ″своего″ мира: *блины – мы, каша – наша, квас – нас*. Данные рифмы не только традиционны, они символичны, выражают отношение народа к реальной действительности. В пословицах также фиксируются значимые для культурного кода блюда, которые получают традиционные предикации: *хлеб, щи – голова, хлеб – батюшка, хлеб – кормилец, каша – матушка.* ″Свои″ блюда амбивалентны – они будничные, часто символизируют бедную, простую жизнь, но этот недостаток компенсируется тем, что они дают силу, здоровье, способствуют беседе, т.е. социальной, коллективной жизни человека, являются важной частью гостеприимства. Кроме того, они связаны с честной, праведной жизнью.

Пословицы отразили и многие ритуалы и традиции русского народа: гостеприимство, блины на поминках, пироги на именинах и т.п.

В русских пословицах алкогольные напитки преобладают над безалкогольными и по количеству лексем, и по частотности их использования. Это свидетельствует о более эмоциональном к ним (хмельным питиям) отношении. Нам не встретилось ни одного высказывания о положительных качествах винопития, а только такие, где либо контрастируют хорошие (праздничное, веселое настроение) и плохие последствия употребления вина, либо подчеркиваются отрицательные моменты, связанные с ним (водка – яд, который ведет к потере денег, ума, семьи, чести и т.п.).

Анализ рассмотренных нами особенностей функционирования в русской паремике лексики, связанной с пищевым кодом русской лингвокультуры, позволили сделать следующие выводы.

1. По статистике употребления лексем из пяти лексико-семантических групп (″Хлебобулочные изделия″, ″Мучные изделия″, ″Готовые блюда″, ″Напитки″, ″Специи и приправы″) выяснилось, что главными блюдами в пищевом коде русского народа являются *хлеб* (400 паремий), *соль* (180), *каша* (106). Важное место в русской языковой картине мира занимают также *пироги* (73) и *щи* (64). Из напитков наиболее

частотными в пословицах и поговорках являются номинации *вино* (57), *пиво* (43), *водка* (40), *вода* (39).

2. Анализ пяти лексико-семантических групп (˝Хлебобулочные изделия˝, ˝Мучные изделия˝, ˝Готовые блюда˝, ˝Напитки˝, ˝Специи и приправы˝) показал, что наиболее частотным употреблением в русских пословицах и поговорках обладают ˝Хлебобулочные изделия˝ – 37%, на втором месте оказались ˝Напитки˝ (21%) и на третьем месте – ˝Специи и приправы˝, частота употребления которых составляет 18%, ˝Готовые блюда˝ составляют 15% и ˝Мучные изделия˝ – 9%. Таким образом, паремические данные подтверждают, что мучные изделия (в которых преобладают хлебобулочные) занимают ведущее место в русском пищевом коде (37 % + 9 % = 46%).

3. Маркерами ˝своего˝ мира в русских пословицах являются хлеб (*хлеб-соль*), блины, щи, каша, квас, которые часто сочетаются с местоимениями *мы, нас, наш* и др. Данные продукты составляют и необходимый минимум для поддержания жизни. В то же время они ассоциируются с жизнью небогатой. Многие блюда в паремиологической картине мира противопоставляются по линиям: будничное – праздничное (*хлеб – калач, пирог, сухарь – каравай*), которая осложнялась контрастом бедной и богатой жизни. В то же время продукты будничные, недорогие, но свои наделяются положительной оценкой.

4. Напитки в паремиях контрастируют как алкогольные (вино, водка, брага, пиво) и безалкогольные (вода, квас, кисель). Первые ассоциировались с праздником, весельем, но в то же время пословицы подчеркивали опасные последствия их употребления. Вторые маркировали жизнь будничную, бедную, но праведную и спокойную.

**Литература**

Пименова М.В. Коды культуры и проблема классификации концептов // Язык. Текст. Дискурс. – 2013. – №11. – С.121-130.

Телия В.Н. О феномене воспроизводимости языковых выражений // Язык, сознание, коммуникация: сб. статей. – М.: МАКС Пресс, 2005. – С. 4-43.

Шаховский В.И. Литературный интекст как ключ к культурной памяти российского социума (на материале публикаций А.Минина) // Политическая лингвистика. – Екатеринбург, 2008. – Вып. 2 (25). – С. 115-125.