

Гастрономические Метафоры И Идиомы В Итальянском Языке

Келдиёрова Севинч Жасуровна

Узбекский государственный университет мировых языков, 2-й курс

Sevinchkeldiyorova2005@gmail.com

Аннотация

Статья посвящена исследованию гастрономических метафор и идиом в итальянском языке. Рассматриваются их семантика, культурные коннотации и особенности употребления в современном языке. Особое внимание уделено сравнению с русскими аналогами, что позволило выявить универсальные и уникальные черты пищевых образов в двух культурах. Показано влияние исторических традиций и современных медиаплатформ на эволюцию гастрономической метафоры в итальянском языке.

Ключевые слова: гастрономия, метафоры, идиомы, итальянский язык, лингвокультурология, пищевые образы, межкультурная коммуникация.

INTRODUCTION

ВВЕДЕНИЕ

Гастрономические метафоры и идиомы занимают значимое место в итальянском языке, отражая культурные, исторические и социальные особенности страны. Еда для итальянцев — это не просто физиологическая потребность, но и важная часть их национальности, семейных традиций и повседневной жизни. Именно поэтому в итальянской лексике встречается множество выражений, связанных с гастрономией, которые выходят далеко за рамки кулинарной сферы, употребляясь в самых разных контекстах повседневной жизни.

Актуальность данного исследования обусловлена тем, что лексика, связанная с гастрономией, представляет собой не только языковое, но и культурное явление. Они отражают образ жизни, а также исторические традиции. Изучение подобных выражений способствует раскрытию культурных

особенностей итальянцев. Целью данной работы является анализ гастрономических метафор и идиом в итальянском языке с точки зрения их семантики и происхождения. Особое внимание уделяется сравнению итальянских выражений с аналогичными идиомами в русском языке. Результаты данного исследования могут быть полезны не только лингвистам, но и преподавателям итальянского языка, переводчикам, культурологам, а также всем, кто интересуется итальянской культурой и гастрономией.

МЕТОДЫ

Данное исследование опирается на комплексный подход, включающий в себя методы когнитивной лингвистики, лингвокультурологии, сравнительно-сопоставительного анализа и контекстуального анализа. Методы позволяют не только выявить особенности употребления гастрономической лексики в итальянском языке, но и определить особенности в сравнении с русским языком.

1. Когнитивный метод анализа метафор

Основой исследования является когнитивная теория метафоры, разработанная Юрина, Е. А., Авраменко, О. В., & Джорджиа, П.¹, которая рассматривает метафору как способ концептуализации окружающей действительности. С этой точки зрения гастрономическая лексика анализируется как ментальные схемы, позволяющие осмыслить различные сферы человеческой деятельности через пищевые образы.

2. Лингвокультурологический метод

Для выявления культурных особенностей метафор и идиом применялся лингвокультурологический подход, позволяющий установить связь между языком и культурными кодами итальянского общества². Особое внимание уделялось выявлению культурных коннотаций гастрономических выражений и их роли в формировании национального менталитета.

3. Сравнительно-сопоставительный анализ

Сравнение итальянских гастрономических метафор с их русскими аналогами проводилось для выявления как универсальных, так и уникальных аспектов в образном мышлении носителей обоих. При этом учитывались

¹ Юрина, Е. А., Авраменко, О. В., & Джорджиа, П. (2017). Универсальные аспекты метафоризации образов зерна и хлеба в русском, английском и итальянском языках. *Вестник Томского государственного педагогического университета*, (11 (188)), 135-139.

² Капелюшник, Е. В. (2012). Кулинарный код культуры в семантике образных средств языка.

следующие параметры: семантическая структура выражения, культурные ассоциации, частота и сфера употребления.

4. Контекстуальный анализ и корпусное исследование

Для изучения функционирования гастрономических метафор и идиом в современном итальянском языке использовались электронные корпуса текстов, художественная литература, СМИ, а также разговорная речь носителей языка³. Это позволило выявить не только устойчивые выражения, но и их современные интерпретации в различных жанрах.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Анализ собранных данных подтвердил, что гастрономические метафоры в итальянском языке являются важным элементом национальной культуры и менталитета. Они отражают традиции, ценности и особенности восприятия мира итальянцами. В частности, итальянский язык насыщен выражениями, связанными с хлебом, вином, пастой и сладостями, что указывает на центральное место пищи в социальной и повседневной жизни.⁴

³ Юрина, Е. А. (2008). Лексико-фразеологическое поле кулинарных образов в русском и итальянском языках. *Язык и культура*, (3), 83-93.

⁴ Юрина, Е. А., Авраменко, О. В., & Джорджиа, П. (2017). Универсальные аспекты метафоризации образов зерна и хлеба в русском, английском и итальянском

Например, выражение *essere buono come il pane* «быть добрым, как хлеб» демонстрирует важность хлеба как символа доброты и щедрости, тогда как *guadagnarsi il pane* «заработать себе на хлеб» говорит о труде. Такие же конструкции встречаются и в русском языке: «хлеб всему голова», «на хлеб с маслом хватает», что подтверждает универсальность пищевой метафоры.⁵

В ходе исследования гастрономические метафоры были систематизированы по тематическим группам:

- **Хлеб и мука** (*pane, farina*): ассоциируются с основными жизненными ценностями (*essere il pane quotidiano* – «быть насущной потребностью»).
- **Сладости** (*dolce, miele*): обозначают приятные эмоции и комплименты (*essere dolce come il miele* – «быть сладким, как мёд»).
- **Макаронные изделия** (*pasta*): часто используются для описания запутанных ситуаций (*essere un pasticcio* – «быть в беспорядке»).
- **Вино и напитки** (*vino, caffè*): связаны с расслаблением и наслаждением жизнью (*essere un vino invecchiato bene* – «быть как выдержанное вино»), то есть становиться лучше с возрастом).

Эта классификация подтверждает, что гастрономические образы глубоко укоренены в восприятии итальянцев и используются в языке не только в буквальном смысле, но и в переносном значении.⁶ Сравнительный анализ показал, что в обоих языках пищевая метафорика широко распространена, однако существуют значительные культурные различия.

Итальянский язык	Русский язык	Значение
<i>Essere buono come il pane</i>	Добрый как хлеб	Очень добрый человек
<i>Fare polpette di qualcuno</i>	Размазать кого-то	Разгромить кого-то критикой
<i>Mangiare la foglia</i>	Раскусить кого-то	Понять скрытый смысл
<i>Finire a tarallucci e vino</i>	аналогов нет	Закончить мирно, за столом
<i>Avere il prosciutto sugli occhi</i>	Смотреть сквозь пальцы	Не замечать очевидного

Некоторые выражения имеют точные аналоги, указывая универсальность пищевых образов, тогда как другие являются уникальными для каждой культуры. Например, выражение *finire a tarallucci e vino* не имеет эквивалента в русском языке, так как в итальянской культуре

языках. Вестник Томского государственного педагогического университета, (11 (188)), 135-139.

итальянского языков. Вестник Томского государственного университета, (434), 40-49.

⁵ Помаролли Джорджа (2018). Концепция сопоставительного лингвокультурологического словаря пищевой метафоры на материале русского и

⁶ Капелюшник, Е. В. (2012). Кулинарный код культуры в семантике образных средств языка.

распространено решение проблем за столом, в неформальной обстановке.⁷

Корпусный анализ показал, что некоторые традиционные гастрономические идиомы остаются популярными, а другие приобретают новые значения или используются в молодежном сленге. Например, выражение *essere nella zuppa* «быть в супе» стало использоваться для обозначения сложных или запутанных ситуаций, особенно в разговорном языке.⁸

Современные медиа, такие как социальные сети, способствуют адаптации и расширению гастрономической метафоры. В частности, в рекламных и маркетинговых кампаниях активно используются гастрономические образы для привлечения внимания: *il gusto della vita* – «вкус жизни».

Кроме того, многие пищевые выражения в итальянском языке восходят к древнеримским традициям. Например, римляне уже в античности использовали пищевые термины в переносном смысле *panem et circenses* – «хлеба и зрелищ», что доказывает глубину таких выражений в языке.⁹

ОБСУЖДЕНИЕ

Гастрономические метафоры и идиомы в итальянском языке представляют собой не просто стилистический элемент, а ключевой

механизм передачи культурных ценностей и национального менталитета. Они не только передают повседневные реалии, но и отражают более глубокие социальные, исторические и культурные особенности Италии.

Одним из ключевых выводов исследования стало то, что гастрономические метафоры составляют значительную часть итальянской разговорной речи. Это можно объяснить несколькими факторами. Во-первых, еда в Италии воспринимается не только как способ утоления голода, но и как социальный ритуал. Совместные трапезы играют важную роль в укреплении семейных и дружеских связей, что находит отражение в языке. Во-вторых, итальянцы склонны к эмоциональному общению, а метафоры, связанные с пищей, позволяют делать речь более живой и выразительной. Наконец, многие гастрономические метафоры связаны с концепцией наслаждения жизнью *dolce vita*, что соответствует мировоззрению итальянцев.

Исследование выявило интересные различия между итальянскими и русскими гастрономическими метафорами. В русском языке еда чаще ассоциируется с трудом и выживанием: выражение «заработать на хлеб» подчеркивает необходимость тяжелого труда для обеспечения пропитания. В итальянском языке схожее выражение *guadagnarsi il pane* имеет менее негативную окраску, акцентируясь на способности обеспечить себя. Еще одно

⁷ Григорьева Ольга Николаевна, & Цзиншэн Ни (2022). ГАСТРОНОМИЧЕСКИЕ ИТАЛЬЯНИЗМЫ В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ. *Филология и человек*, (1), 114-127.

⁸ Юрина, Е. А. (2008). Лексико-фразеологическое поле кулинарных образов в русском и итальянском языках. *Язык и культура*, (3), 83-93.

⁹ Corrado, G. (2022). Food history and gastronomic traditions of beans in Italy. *Journal of Ethnic Foods*, 9(1), 6.

различие заключается в том, что итальянский язык чаще использует пищевые метафоры для описания социальных отношений. Например, *finire a tarallucci e vino* «урегулировать конфликт за столом» не имеет точного аналога в русском языке.

Другой важный аспект исследования – это эволюция гастрономической метафорики в современном языке. Корпусный анализ показал, что некоторые выражения становятся менее популярными, а другие приобретают новые значения. Например, фраза *essere nella zuppa* «быть в супе» вошла в молодежный сленг и теперь обозначает сложную, запутанную ситуацию. В то же время традиционные выражения, такие как *panem et circenses* «хлеба и зрелищ», продолжают использоваться в неизменном виде.

Современные медиаплатформы также оказывают влияние на развитие гастрономических метафор. В рекламе и маркетинге активно используются пищевые образы, такие как *il gusto della vita* или *assaporare il successo* «вкусить успех», что способствует распространению подобных выражений в повседневной речи. Социальные сети и интернет-мемы также ускоряют процесс адаптации метафор к новым реалиям, делая их частью массовой культуры. Исторический анализ подтвердил, что многие гастрономические метафоры уходят корнями в античность. Например, выражение *panem et circenses*, которое использовалось в Древнем Риме для описания политической стратегии манипуляции народом через развлечения и еду, сохранило свой смысл до наших дней.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе исследования выявлено, что подобные выражения используются в различных сферах – от разговорной речи до маркетинговых стратегий, а также в политическом и художественном дискурсе. Они выполняют функцию соединительного звена между языковыми и культурными кодами.

Один из ключевых аспектов – динамика изменений в употреблении гастрономических метафор. Современные цифровые платформы активно адаптируют традиционные идиомы, делая их более привлекательными для молодежной аудитории. Например, многие классические выражения обретают новые интерпретации, а некоторые исчезают из активного употребления, уступая место сленговым новшествам. Исследование показало, что такие изменения происходят под влиянием глобализации, появления новых культурных кодов и изменения социального контекста общения. Кроме того, выявлено, что гастрономическая метафорика имеет важное значение для изучения и преподавания итальянского языка. Результаты исследования имеют практическую значимость для преподавания итальянского языка и межкультурной коммуникации. Особенно это актуально для переводчиков, которым необходимо не просто передавать буквальное значение, но и учитывать культурные и эмоциональные оттенки.

Еще одним интересным аспектом является то, что некоторые гастрономические метафоры имеют уникальные культурно обусловленные значения, что создает трудности при переводе. Это доказывает, что метафоры

напрямую связаны с образом жизни народа, его традициями и социальными установками.

В перспективе данное исследование может быть расширено за счет анализа влияния гастрономических метафор на другие языки, например, на английский или французский, а также изучения их эволюции под влиянием современных реалий. Интересным направлением может стать исследование того, как миграционные процессы, международная кухня и глобализация в целом влияют на трансформацию гастрономической лексики и её употребление в различных языках мира.

Таким образом, гастрономические метафоры в итальянском языке не только отражают национальную идентичность, но и продолжают развиваться, оставаясь важным элементом языковой системы. Их изучение открывает новые перспективы для лингвистических исследований, а также для более глубокого понимания взаимосвязи языка и культуры.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

usacchio, M. T. (2011). Metaphors and metaphor-like processes across languages: Notes on
onescu, D. C. (2017). A Contrastive Analysis of F
arčeta, J. (2019). Idioms observed through the prism of ethnolinguistics: Food as the expression of the metaphorical language of the Serbian, French and Italian. *Гласник Етнографског института САНУ*, 67(1), 173-185.
апелюшник, Е. В. (2012). Кулинарный код культуры в семантике образных средств языка.
herbezza, E. (2019). *Dizionario di italianismi in*
и
s
s.
o
1

рина, Е. А., Авраменко, О. В., & Джорджиа, П. (2017). Универсальные аспекты метафоризации образов зерна и хлеба в русском, английском и итальянском языках. *Вестник Томского государственного педагогического университета*, (11 (188)),

рина, Е. А. (2008). Лексико-фразеологическое поле кулинарных образов в русском и итальянском языках. *Язык и культура*, (3),

8. Помаролли Джорджа (2018). Концепция сопоставительного лингвокультурологического словаря пищевой метафоры на материале русского и итальянского языков. *Вестник Томского государственного университета*, (434), 40-49.
ригорьева Ольга Николаевна, & Цзиншэн Ни (2022). ГАСТРОНОМИЧЕСКИЕ ИТАЛЬЯНИЗМЫ В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ. *Филология и человек*,

Corrado, G. (2022). Food history and g

11. Келдиёрова Севинч Жасуровна. (2025). ПРОНИКНОВЕНИЕ ИТАЛЬЯНСКИХ ГАСТРОНОМИЧЕСКИХ ТЕРМИНОВ В ГЛОБАЛЬНУЮ ЛЕКСИКУ И ИХ ОСВОЕНИЕ. *TECHNICAL SCIENCE RESEARCH IN UZBEKISTAN*, 3(2), 88–97.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.14939814>