

Нагорная Александра Викторовна

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»,
Россия, 105066, Москва, ул. Старая Басманная, д. 21/4
anagornaya@hse.ru

Метафорические средства описания вкусового ощущения в современной англоязычной культуре

Для цитирования: Нагорная А. В. Метафорические средства описания вкусового ощущения в современной англоязычной культуре. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература*. 2023, 20 (1): 79–97. <https://doi.org/10.21638/spbu09.2023.105>

В статье представлен анализ метафор вкуса, используемых в англоязычной культуре XXI в. Методологической основой анализа послужили современные теории вкуса, разрабатываемые в рамках гуманитарных наук, с одной стороны, и актуальные метафорологические концепции, с другой стороны. В числе последних — теория дискурсивной метафоры Й. Зинкена, согласно которой метафора может служить средством фрейминга, задавая общие концептуальные координаты в процессе устной или письменной коммуникации. Исследование проводилось на материале кулинарного шоу *MasterChef* во всех его региональных англоязычных вариантах. Была составлена выборка из пятисот метафор, которая обладает достаточной репрезентативностью для решения основной задачи исследования: выявления паттернов метафорической активности в сфере концептуализации вкуса и моделирования метафорического ландшафта вкуса в современной англоязычной культуре. Исследование показало, что метафорический ландшафт вкуса выстраивается вокруг нескольких основных метафор, которые имеют статус дискурсивных. К ним относятся: *вкус — это событие, вкус — это многомерный объект, вкус — это баланс, вкус — это живое существо, вкус — это произведение искусства*. Каждая дискурсивная метафора может использоваться самостоятельно, с использованием характерных для нее средств вербальной репрезентации, а также реализовываться множеством субординатных форм. Так, для событийной метафоры субординатными являются *вкус — это движение* (в свою очередь, суперординатная для метафоры *вкус — это путешествие*), *вкус — это воздействие*, *вкус — это взрыв* и так далее. Метафоры разного генеза могут объединяться в пределах одного описания, передавая разные аспекты вкуса. Метафора позволяет значительно расширить репертуар средств, служащих для коммуникации вкусового опыта, и имеет полное право считаться полноценным средством его осмысления в вербализации наряду с так называемым языком квалиа.

Ключевые слова: вкусовое ощущение, вербализация, концептуальная метафора, дискурсивная метафора.

Введение

Ф. Макферсон назвала начало XXI в. «волнительным временем для интереса к ощущениям»¹ [Macpherson 2011: 3]. Действительно, общий соматоцентрический

¹ Здесь и далее перевод автора настоящей статьи.

© Санкт-Петербургский государственный университет, 2023

сдвиг в гуманитарных науках, отчетливая установка на междисциплинарность, формирование нового методологического инструментария на пересечении разных дисциплинарных областей, появление обширного корпуса эмпирических исследований на материале разных культур и многие другие факторы создают крайне благоприятный научный климат для изучения сферы человеческой чувственности.

Одним из наименее изученных компонентов нашего сенсориума является вкус, который на протяжении многих веков считался низшим, наиболее животным из всех сенсбилий [Hoffmann 2016; Korsmeyer 1999] и до сих пор сохраняет мало почетный статус «бедного родственника в семье ощущений» [Maynard et al. 1965: 28].

Научное переосмысление вкуса и переоценка той роли, которую он играет в жизни человека, начались лишь на рубеже XX–XXI вв. Важнейшую роль в этом процессе сыграли культурные дрейфы, суть которых заключалась в реабилитации чувственных удовольствий. Современному человеку предписывается стремление к максимизации жизненных впечатлений и наслаждению каждым моментом жизни. Чувственное более не противопоставляется рациональному как низшее высшему и провозглашается важным компонентом полноценной жизни. В этом культурном контексте вкус обретает важнейшее значение, являясь одним из главных «источников удовольствия», «самым универсальным и инстинктивным» из них [Vercelloni 2016: 11]. Возвышение вкуса с бытового уровня на уровень культуры способствует и росту научного интереса к нему, в первую очередь в гуманитарных науках.

Фуд-шоу «MasterChef» как объект настоящего исследования

Фуд-шоу — это особый тип реалити-шоу, в которых показывается процесс приготовления еды и оцениваются ее вкусовые качества. Фуд-шоу представляются нам чрезвычайно перспективным объектом не только культурологического, но и лингвистического анализа, поскольку они позволяют получить системное представление как о современном понимании феномена вкуса, так и о языковых средствах, используемых для его обозначения в современной культуре. Особо ценно то, что, в отличие от кулинарных руководств, художественной и документальной прозы и других письменных источников, они дают многочисленные образцы спонтанной речи, поскольку формат шоу предполагает оперативный речевой отклик на дегустируемое блюдо и позволяет импровизировать, экспериментируя с разными языковыми средствами и часто конструируя описания совместно с другими участниками (судьями, приглашенными дегустаторами, ресторанными критиками и конкурсантами). Сама популярность такого рода шоу во многом зависит от изобретательности участников в передаче нюансов вкусовых ощущений, их умения пробудить фантазию аудитории и получить определенный сенсорный отклик на происходящее.

Для проведения данного исследования было выбрано шоу «MasterChef». Выбор обусловлен несколькими факторами: 1) это шоу является одним из старейших в своем классе (оно существует с 1990 г., а в нынешнем формате — с 2005 г.); 2) имеет широчайший географический охват (снимается и показывается в 40 странах мира, в том числе во всех англоязычных странах); 3) оценка вкуса осуществляется в форме развернутых высказываний, а не баллов по десятибалльной шкале, как

в некоторых других шоу; 4) записи шоу выборочно размещены в свободном доступе (YouTube²).

Для сбора текстового материала были просмотрены региональные выпуски «MasterChef» в Великобритании (далее — UK), США (далее — US), Канаде (далее — CAN), Австралии (далее — AUS), Новой Зеландии (далее — NZL) и Ирландии (далее — IRL). Отметим, что учет географической принадлежности каждого конкретного эпизода шоу оказался излишним, поскольку результаты работы конкурсантов оценивались международным профессиональным жюри, в состав которого входили представители разных, в том числе и неанглоязычных стран, и никаких существенных различий, релевантных для тематики исследования, в их высказываниях выявлено не было. Было просмотрено около 800 фрагментов разной продолжительности (от 15 до 75 минут), которые охватывали все варианты шоу: для любителей (MasterChef, далее — M), профессионалов (MasterChef: The Professionals, далее — MP), знаменитостей (Celebrity MasterChef, далее — MC) и детей (Junior MasterChef, далее — MJ). Просмотр был рандомизирован, задача хронологически последовательного и полного ознакомления со всем видеоматериалом не ставилась. Наше внимание было сосредоточено на метафорических средствах обозначения вкуса, которые в настоящее время крайне слабо и фрагментарно освещены в лингвистической литературе. Наличие этого темного пятна способствует укреплению распространённого мифа о крайней дефицитности словаря вкуса и сведению последнего к известным квалиа — сладкому, горькому, соленому и кислому.

Было собрано 500 примеров употребления метафор вкуса, выборочный анализ которых и будет представлен в данной статье.

Задачи исследования

Логика статьи обусловлена задачами нашего исследования, включающими: 1) анализ основных подходов к изучению вкуса, применяемых в современной гуманитаристике, и определение степени их лингвистической релевантности; 2) выявление основных тенденций в описании вкуса, характерных для современной англоязычной культуры, с определением спектра лексических средств, используемых для этой цели; 3) тематический анализ метафор вкуса, выявление паттернов метафорической активности, моделирование структуры метафорического ландшафта вкуса в современной англоязычной культуре.

Подчеркнем, что исследование носит качественный характер и не предполагает составления статистических выкладок по типам метафор и их процентному соотношению.

Общие методологические установки исследования

Основу современных гуманитарных исследований вкуса составляет положение о том, что он является «центральным инструментом чувственного освоения мира» [Wistoft 2020: 238].

² <https://www.youtube.com/channel/UC-kIKjS3gUFvsi4YoxveiWA> (дата обращения: 10.05.2021).

Вкус, как и любой другой вид чувственности, — это чрезвычайно сложное, многоаспектное явление. С одной стороны, он является естественным, природным свойством, частью нашего биологического устройства. С другой стороны, вкусовой опыт человека медируется культурой, в которой этот человек живет. Вкус, как заявляет Л. Верчеллони, есть выражение привычки, традиции и процесса аккультурации; он адаптивен, изменчив и подвержен влиянию, в зависимости от степени разнообразия доступной еды и напитков [Vercelloni 2016: 1].

Многоаспектность вкуса обнаруживается и на базовом, биологическом уровне. В современной науке вкус трактуется как сложная соматическая реальность [Vannini 2010: 378]. По убеждению Г. М. Шеферда, вкус — это результат сложного взаимодействия собственно вкусового восприятия, обоняния, тактильности, зрения и слуха [Shepherd 2012: 18]. Однако вкус не только «подключается к сенсорным системам собственно вкуса, запаха, текстуры, звука и зрения», он также зависит от деятельности нашей двигательной системы, координирующей мышцы, с помощью которых мы пережевываем и глотаем пищу; он активирует механизмы, которые регулируют аппетит, чувство голода и жажды; и, наконец, он запускает мыслительные процессы, которые позволяют нам идентифицировать, оценивать, запоминать то, что мы едим, и реагировать на это [Holmes 2017: 3]. Вкус трактуется Б. Холмсом как общая сумма всех ощущений, которые мы испытываем, помещая в рот еду [Holmes 2017: 18].

Здесь, однако, необходимо сделать важную терминологическую оговорку. Все приведенные выкладки относятся к тому представлению о вкусе, которое репрезентируется в англоязычной культуре словом *flavor*. Наряду с ним, как известно, существует и слово *taste*.

Традиционно *flavor* трактовалось значительно шире, чем *taste*. Последнее связывалось исключительно с физиологической способностью распознавать сладкое, соленое, горькое и кислое (см.: [MW]). *Flavor* же определялось «комплексно», как совокупность вкуса и запаха (см.: [MW]). Это разграничение, однако, все чаще воспринимается как нерелевантное и не отражается в словарных дефинициях, ср.: *taste* — *the flavour that something creates in your mouth when you eat or drink it* [MEDAL]; *flavour* — *the particular taste that food or drink has* [MEDAL]. Такое недифференцированное представление можно было бы посчитать недочетом лексикографической практики, но за ним можно увидеть и динамику развития представлений о вкусе как о явлении гораздо более сложном и многогранном, чем способность распознавать реакцию рецепторов языка. В данной работе под «вкусом» понимается именно *flavor* как явление, наиболее релевантное для лингвокультурологического анализа. Вкус в этом смысле — это физиологический, психический и социальный феномен. Естественно, коммуникация предполагает вывод вкусового впечатления в речь. Многомерность вкуса позволяет делать это несколькими способами, не ограничиваясь использованием официального словаря квалиа.

К. Вистофт и Л. Квортруп определяют семь «измерений» (dimensions) вкуса [Wistoft 2020: 232], каждое из которых представляется нам лингвистически релевантным, поскольку оно может выводиться в речь с использованием вполне определенного репертуара языковых средств:

- вкус как сенсорное впечатление (способность различать вкусовые впечатления). Наиболее адекватным языковым выражением этого измерения вкуса, по-видимому, является словарь квалиа во всех возможных его вариациях: *salty, over/undersalted, bitter, bitter-sweet, sweet-sour, sweetish, acidic* и др.;
- вкус как «вкусность» (способность различать приятный и неприятный вкус). Мы назвали бы это аффективным измерением вкуса, которое может передаваться в речи дескрипторами типа *(un)pleasant, delicious, disgusting* и др.;
- вкус как проблема здоровья (способность различать здоровую и нездоровую в медицинском смысле пищу). Это измерение вкуса особенно важно в современной культуре, активно пропагандирующей принципы здорового питания. Оно может быть представлено в речи словами типа *healthy, sick, sickly* и др. Ср.: *It's going to be quite a sweet explosion, but not hopefully sickly sweet* (конкурсантка, М, UK, S17, E9³);
- вкус как нравственное явление (способность различать между морально приемлемым и морально неприемлемым вкусом). Понятие морально приемлемого вкуса является культурно-дискурсивной инновацией, а его появление обусловлено особенностями текущей экологической политики. Так, говядина, безусловно, приятна на вкус, но ее потребление не считается этичным, поскольку производство этого вида мяса — весьма ресурсозатратный и экологически вредный процесс. Сюда же относятся и дискуссии о приемлемости потребления в пищу мяса вообще, а также мяса определенных видов животных (собак и кошек, например). Актуальными являются и идеи сезонности (потребление только сезонных овощей и фруктов) и локальности (использование продуктов, произведенных в своей стране/местности). Несоблюдение этих условий может влиять на восприятие свойств еды. Ср.: *I like the dish, I question the politics* (М. Престон, М, AUS, S3, E5);
- вкус как «вопрос любви» (способность различать, приготовлена ли еда с любовью). Это измерение, безусловно, релевантно для оценки вкусового впечатления. Ср.: *That's a really heart-felt dish!* (А. Санчес, М, US, S8, E24); *That is a warm, fuzzy bowl of Indonesian love, isn't it?* (М. Престон, М, AUS, S9, E10);
- вкус как религиозный феномен (связь с религиозной традицией — рождественская еда, иудейская кошерная еда, вечерняя мусульманская трапеза во время Рамадана). Действительно, религиозные праздники способны вызывать стойкие вкусовые ассоциации, ср.: *It tastes like someone's giving me a Christmas present* (Г. Уоллес, МР, UK: A Festive Knockout, E2). Да и само приобщение к новому вкусу некоторые сравнивают с религиозным опытом, с обрядом инициации, ср.: *That was like a religious experience* (ресторанный критик, МС, UK, S13, E11);
- вкус как тренд (например, мода на южноевропейскую еду в Скандинавии в 1970-х гг.). Действительно, в англоязычной культуре сформировалось понятие *trendy taste*, а само словосочетание часто служит названием ресторанов и тематических блогов. Вкус может описываться и как *old-fashioned* 'устаревший, старомодный'.

³ Здесь и далее: S — season, E — episode.

Сама идея выделения различных «измерений» вкуса кажется нам весьма продуктивной, однако, как показывают наши наблюдения, приведенный выше список может быть дополнен.

Восьмым измерением, как нам представляется, можно считать аутентичность вкуса, его связь с определенной гастрономической и, как следствие, вкусовой традицией. Вкус может распознаваться как типичный для определенного региона, ср.: *It screams Mediterranean* (Г.Рэмзи, М, US, S10, E1); *There is something really Canadian about this* (Э.Льюнг, М, CAN, Spring Dishes Inspirations). Он может идентифицироваться как стилизованный под определенную гастрономическую культуру, ср.: *I like the Irishization of the bagels and mash* (Дж.Бастианич, М, US, S10, E19). В его составе могут определяться разные гастрономические линии, ср.: *I like the fact that you brought a little bit of America to a very British classic — the pecans* (приглашенный судья, М, US, S10, E23).

Девятым измерением мы склонны считать индивидуальность вкуса в противоположность усредненности, обезличенности, обычности. Она особенно важна для фуд-шоу, где участники должны показать свою способность создавать нечто оригинальное и отражающее их идентичность. По словам судьи Аарона Санчеса, они должны «положить на тарелку свою личность»: *We will see your signature dish, your personality on that plate* (М, US, S10, E1).

С индивидуальностью вкуса соприкасается его «историчность», связь с неким событием или переживанием прошлого, которую можно условно признать десятым измерением вкуса. Состав блюда и его вкусовые свойства могут быть «данью уважения» предкам, ср.: *What is there is the homage to my grandparents* (конкурсант, М, US, S10, E2).

В диалогах участников шоу MasterChef отчетливо прослеживается тенденция требовать от вкуса «смысла». Вкус должен быть воплощением некоторого замысла, идеи, ср.: *The dish has to have an idea* (Г.Рэмзи, М, US, S5, E7). Идея блюда должна быть понятной, хотя и не обязательно простой, ср.: *I'm struggling to find some clarity in this dish. I wish you would have taken enough of the elements here and allow these very luxurious shellfish to shine* (А.Санчес, М, US, S10, E21). Признаем, что в приведенных здесь контекстах речь идет о блюде в целом, а не об одном лишь вкусе, однако именно вкус в конечном итоге определяет ценность придуманной участниками кулинарной идеи. *Taste is King!* — принцип, сформулированный и многократно озвученный судьей Канадского «MasterChef» Элвином Льюнгом.

К.Вистофт и Л.Квортруп подчеркивают, что их классификация не иерархична — порядок следования «измерений» произволен и не отражает их важности; в действительности все эти измерения связаны между собой, реализуя физиологические, психические и социальные аспекты вкуса в комплексе. При описании конкретного вкуса эти измерения предстают как присутствующие или отсутствующие, то есть, по замыслу авторов, им присваивается значение «+» или «-» [Wistoft 2020: 232].

Однако далеко не все реально существующие описания вкуса отражают столь легко схематизируемые свойства, да и само вкусовое впечатление как часть субъективного опыта человека требует определенной свободы от когнитивных и языковых ограничений, задаваемых жесткими бинарными оппозициями.

Такую свободу мы обретаем в метафоре. Творческий по своей природе процесс создания уникального вкуса требует столь же творческого подхода к его описанию, а метафора позволяет экспериментировать со смыслами, отчасти придавая коммуникации вкуса игровой характер.

Теоретико-лингвистический базис исследования

В настоящей работе анализ метафорики вкуса производится в рамках концептуальной трактовки метафоры, впервые предложенной в работе Дж. Лакоффа и М. Джонсона [Lakoff, Johnson 1980]. Как известно, метафора трактуется ими не как орнаментальный прием, способный оживить и украсить текст, а как механизм мышления, позволяющий понимать и интерпретировать новое в привязке к ранее обретенному опыту.

Концептуальная теория метафоры является на сегодняшний день хорошо проработанным методологическим инструментом, что избавляет нас от необходимости изложения ее основ. Тем не менее представляется необходимым подчеркнуть один из ее аспектов, обладающий наибольшей релевантностью для настоящего исследования. Концептуальные метафоры способны образовывать иерархические структуры, фактически вступая в гипонимо-гиперонимические отношения. Так, метафора *the human body is a container* может быть представлена более частным своим вариантом *the human body is a house*, которая, в свою очередь, способна реализовываться в концептуальном формате *the human body is a fortress* (см.: [Нагорная 2014]). В этом случае метафора более высокого уровня иерархии предстает как суперординатная, подчиняющая себе одну или несколько субординатных форм. Чем ниже уровень иерархии метафоры, тем более частные признаки экспериенциального домена источника обретают статус салиентных и тем большую конкретность обретает создаваемый образ.

Подобная иерархическая организация выполняет несколько важнейших когнитивно-дискурсивных функций. Во-первых, она вносит элемент системности в осмысление и описание некоторого круга явлений и обеспечивает постепенность, поэтапность этого процесса: от появления обобщенного, пробного когнитивного варианта до детальной проработки окончательного когнитивного решения. Важно при этом, что переход на все более частные уровни осмысления не отменяет собой изначально возникшего в сознании варианта, позволяя дополнить, детализировать его. Во-вторых, иерархическая организация метафор создает благоприятные условия для проявления метафорической креативности посредством варьирования (укрупнения либо сужения) концептуального фокуса. Взяв за основу более широкую суперординатную метафору, концептуализатор получает возможность последовательно сузить ее, не рискуя при этом оказаться непонятым. Так, представленная ниже метафора *flavor is music* может креативно преобразовываться в *flavor is an opera / a quartet / a ditty* и т. д. Отметим, что этот процесс может осуществляться в диалоге, посредством «совместного конструирования метафор» (см.: [Тай 2020]), придавая особый динамизм дискурсу. Ср.: *My tongue is dancing right now! ~ If Craig's tongue is dancing, mine is doing the tango!* (M, UK, S17, E5).

Подчеркнем, что суперординатная метафора способна подчинять себе несколько семантически различных форм, образуя сложные ветвления. Так, метафо-

ра *time is an object* подчиняет себе как *time is a living being*, так и *time is an inanimate object*, создавая две отчетливо отличающиеся между собой концептуальные линии (ср.: *Time is our bank manager / Time is gripping me by the throat* vs *Time is the coin of your life / Time sank quickly*).

Значительным эвристическим потенциалом для настоящего исследования обладает также концепция дискурсивной метафоры Й. Зинкена [Zinken 2007]. Под дискурсивной понимается базовая, отправная метафора, которая задает общий формат описания того или иного явления. Ее способность подчинять себе все остальные лингвокогнитивные средства и дисциплинировать дискурс позволяет рассматривать ее как средство фрейминга. Для дискурсов вкуса наибольшую релевантность обнаруживают метафоры *вкус — это событие*, *вкус — это-dimensionalный объект*, *вкус — это баланс*, *вкус — это живое существо*, *вкус — это произведение искусства*, каждая из которых является субординатной для более частных метафор.

Вкус — это событие

Важнейшей в дискурсах вкуса является метафора *вкус — это событие*, которая задает общий событийный фрейм и диктует выбор вполне определенных лингвокогнитивных средств для описания вкуса.

Вкус описывается как событие, происходящее во рту. Для этой цели используются типичные для событийных нарративов предикаты *go on* и *happen*: *There's a lot going on in my mouth* (Э. Люнг, М, CAN, S1, E9); *There's a lot of sweetness happening on top of it* (К. Априле, М, CAN, S5, E3).

Степень «событийной насыщенности» вкуса может варьироваться. Слабо выраженный, пресный вкус описывается как отсутствие события: *And I find the salad bland. There's just nothing going on, it's very ordinary* (С. Голт, М, NZL, S4, E19). Чрезмерная насыщенность вкуса осмысливается и вербализуется как слишком много событий, происходящих одновременно: *But for me there was a little bit too much going on. Because the pesto was so overwhelmingly strong, it kind of dominated those other beautiful flavors you had going on* (приглашенный критик, МР, UK, S13, E17).

Такой фрейминг заставляет приписывать событийность не только всему вкусу, но и отдельным его элементам, в результате чего порождаются высказывания с нетипичной для английского языка сочетаемостью, ср.: *You have so many other interesting elements happening there* (М. Галетти, М, UK, S8, E9). Он позволяет также эксплицитировать аффективное измерение вкуса, классифицировать его как приятный или неприятный, используя лексические единицы с семантикой радостного или печального события, ср.: *It's like a big party in your mouth, I hope you enjoy it* (конкурсантка, М, CAN, S1, E1); *It's an unmitigated disaster* (М. Ру, МР, UK, S1, E6).

Событийный фрейминг позволяет описывать динамику вкуса, показывать, как и в каком порядке распознаются отдельные его аспекты. Во вкусовом событии выделяются отдельные фазы: *It starts off sort of very mellow and then you get this lovely heat that comes from the chili and it starts to suddenly come alive* (Дж. Тороуд, М, UK, S17, E4); *They are beautiful kidneys — they almost start off sweet, it goes into salty and it comes back hot* (Г. Уоллес, М, UK, S16, E19).

Вкус — это движение

Еще рельефнее динамические аспекты вкуса позволяет «прорисовать» метафора *вкус — это движение*, которая является субординатной по отношению к метафоре *вкус — это событие*.

Эта метафора позволяет описать возникновение вкусового ощущения как «прибытие вкуса», ср.: *I like the bold use of garlic. That was a very exciting thing to arrive on your palate* (приглашенный судья, М, UK, S17, E11). Учитывая специфику пространства, в котором разворачивается вкусовое событие (рот), этот процесс может описываться с помощью предикатов, характерных для описания ситуации, когда предмет проникает в замкнутое пространство, ср.: *The coriander comes in, it just takes a while* (Г. Уоллес, МР, UK, S13, E14).

Интенсивность вкусового ощущения может метафорически соотноситься со скоростью перемещения, ср.: *The star of the show for me is the absolute power of that jerk cauliflower! Starts off a little bit salt and then just comes flying in with, like, heat* (Г. Уоллес, М, UK, S17, E1).

Если в составе вкуса различается несколько компонентов, которые плохо сочетаются друг с другом, их несовместимость может описываться как «столкновение» в ходе движения: *All these discordant flavors are coming together and clashing* (приглашенный дегустатор, МР, UK, S10, E6).

Идея столкновения может обыгрываться иначе: *I'm not enjoying that, I'm afraid to say. There's far too much going on. For me, it's a blend of all those flavors and textures, together I feel like I'm tripping over one and into another one* (Г. Уоллес, МР, UK, S10, E5). В данном случае столкновение происходит не между разными вкусами, а между вкусом и перцепиентом-дегустатором. Использование предиката *trip over*, который обозначает движение, осуществляемое с нарушением кинетической нормы [Mani 2012], позволяет передать негармоничность вкуса, отсутствие единства между его компонентами.

Вкус наделяется способностью не только двигаться, но и вести распознающего его человека за собой: *Many desserts take you to the edge of sharp — yours goes beyond the edge, it takes you crashing into the world of serious shaky sour* (Г. Уоллес, МР, UK, S13, E14).

Это совместное перемещение способно превратиться в настоящее путешествие: *It's a magic carpet ride of a dessert* (Г. Уоллес, МС, UK Christmas Cook, E2). *Mate, you could sail away in a sea of that* (Г. Уоллес, МР, UK, S13, E17).

Одновременно с этим домен «движение» оказывается востребованным и при описании самого вкуса, когда воспринимающий его человек дефокусируется. Так, хорошо выраженный вкус описывается как «пробегающий сквозь» все блюдо, ср.: *Good merengue, and the flavor of toasted nuts is running through it* (Г. Уоллес, МР, UK, S1, E8); *Nice onion flavor running through the parmesan* (Г. Рэмзи, МД, UK, S7, E1).

Вкус — это воздействие

Альтернативным вариантом событийного фрейминга мы считаем метафору *вкус — это воздействие*. Происхождение этой метафоры можно связать с самым базовым, физиологическим измерением вкуса: он действительно задействует перцептивную систему, оставляя впечатление, которое иногда длится весьма долго.

С точки зрения наивного сознания вкус — это свойство самого продукта, а не особенность человеческого восприятия. Именно такое бытовое понимание способствует тому, что вкус часто описывается как нечто, поступающее в наш организм в готовом виде и оказывающее на него то или иное воздействие.

В нашем корпусе примеров вкус представлен как весьма агрессивное воздействие: он «бьет», «ударяет», «пинает». Ср.: *When you add the raspberries here it kind of hits you right in the back of your mouth* (приглашенный дегустатор, М, UK, S11, E1); *Maybe a little bit of kick in the spice* (приглашенный дегустатор, М, UK, S17, E8); *Punch after punch after punch — really good big flavors* (Г. Уоллес, М, UK, S16, E21).

Особенно популярным репрезентантом этой метафоры оказывается лексическая единица *punch*, которая может использоваться в глагольной и именной форме. В своем прямом значении *punch* — это сильный удар кулаком, ср.: *to hit someone or something with your fist, usually as hard as you can* [MEDAL]. При его метафоризации профилируется не способ, а сила удара, которая реферруется к интенсивности вкуса. Одним из самых ходовых оборотов в нашей выборке оказывается *to pack a punch* ‘нанести удар’, букв. ‘упаковать удар’). Интересно наблюдать за тем, как, став частью конвенциональной метафоры вкуса, он модифицируется в контексте, принимая в себя атрибутивные и адвербиальные дескрипторы: *The rest of the dish packs a beautiful punch of flavor* (приглашенный дегустатор, М, UK, S17, E8); *Not only did you create a beautiful picture, you packed it full of punch* (М. Уэринг, МР, UK, S12, E20); *Lot's of chili. It's not for the faint-hearted, is it? It properly packs a punch* (Г. Уоллес, МР, UK, S13, E15). Кроме того, *punch* может быть преобразован в прилагательное, что позволяет не только сделать высказывание более компактным, но и использовать слово для более непосредственной характеристики самого вкуса, осуществив прямую квалификацию: *Those flavors are bright and punchy and full of zest* (М. Боначини, М, CAN, S1, E3).

Метафора воздействия может репрезентироваться во вкусовом дискурсе и лексемой *whack*, семантически специализирующейся на обозначении сильного удара, независимо от способа его нанесения, ср.: *to hit someone or something with a lot of force* [MEDAL]. В приведенном ниже примере она используется в намеренно гиперболизированном описании вкуса, которому приписывается способность оказывать физическое воздействие на человеческое тело за пределами той локальной области, где он обычно «обитает», ср.: *The only thing that's wrong with it is the size of it, because if it was smaller, the intensity of the flavor would just whack you between the eyes* (приглашенный дегустатор, МР, UK, S9, E12).

Вкус — это взрыв

К событийному фрейму можно отнести и весьма популярную метафору *вкус — это взрыв*, которая удачно передает внезапность и интенсивность вкусового ощущения. Ср.: *It's going to be quite a sweet explosion, but not hopefully sickly sweet* (конкурсантка, М, UK, S17, E9). Несмотря на преимущественно негативные ассоциации со словом *explosion* и парадигматически связанными с ним единицами, метафорический «вкусовой взрыв» обозначает приятный опыт: *It will make like an explosion of happy in your mouth* (конкурсант, М, US, S8, E18). Его отсутствие свидетельствует

о недоработке повара, его неумении правильно составить вкусовые пропорции: *It definitely doesn't have that peanut butter jelly explosion* (Г. Эллиот, М, US, S6, E10).

Яркий вкус часто называется *бомбой*: *What a flavor bomb!* (М. Галетти, МР, UK, S13, E15); *It's just a bomb full of flavor!* (Г. Мехиган, М, AUS, S9, E33). Серия интенсивных и приятных вкусовых впечатлений метафорически описывается как *вкусовая бомбардировка*: *It's just a continuous bombardment of flavour* (приглашенный дегустатор, М, UK, S17, E15). В этом случае в фокусе внимания оказывается перцепиент-дегустатор. Однако фокусировка может производиться и на «источнике» вкуса, который репрезентируется как взрывоопасный объект: *The beurre blanc is lovely, just the right amount of acidity and bursting with flavor* (Г. Уоллес, МР, UK, S1, E13). Более «легким» вариантом этой метафоры является хлопущка — образ, который не только передает семантику взрыва, но и вызывает приятные, праздничные ассоциации: *That is an absolute cracker!* (Г. Уоллес, МР, UK, S12, E16).

В этой части корпуса есть один особо интересный пример, где метафорическое значение взрыва передается звукоподражанием, подкрепляемым иллюстративным жестом: *This terrine is exquisite. The flavours just — pffff!* (приглашенный дегустатор, МР, UK, S13, E6). Этот пример наглядно показывает потенциальную полимодальность метафоры, возможность ее репрезентации разными средствами — как языковыми, так и паралингвистическими.

Вкус — это дименсиональный объект

Принципиально иной взгляд на сущность вкуса отражен в метафорической модели *вкус — это дименсиональный объект*. Вкус предстает здесь как компактное образование. Оно должно обладать определенной размерностью, причем больший размер ассоциируется с большей интенсивностью, ср.: *You are playing with some big flavors here* (Г. Уоллес, МР, UK, S13, E18). Этот рост, однако, не может быть безграничным, поскольку при достижении определенной величины интенсивности вкус теряет свойство приятности и оценивается отрицательно. Таким образом, вкус должен обладать некоторой интуитивно понятной нормативной размерностью. Ср.: *It's too big a flavor for me* (Г. Уоллес, М, UK, S17, E4).

Вкус — это не только компактное, но и объемное образование. Отсутствие объема воспринимается как вкусовая аномалия, ср.: *And it's a one-dimensional dish without the salt* (Дж. Бастианич, М, US, S10, E6); *It is very sweet. There isn't another dimension* (Г. Уоллес, МР, UK, S1, E1). Схлопывание объема может происходить из-за того, что отдельные компоненты вкуса оказываются несовместимыми: *The mistake you've made, young man, is that any essence of luxury in the crawfish has been flattened by garlic* (Г. Рэмзи, М, US, S8, E12).

Вкусу предписывается иметь глубину, которая чаще всего репрезентируется лексемами *deep/depth*, ср.: *You have that deep passion fruit flavor bursting through it* (Г. Уоллес, МР, UK, S1, E19); *I'm very impressed with the intensity of the sauce, the depth of the sauce, and I do like the textures as well* (приглашенный дегустатор, МР, UK, S13, E17). Интересно отметить, что высококонвенциональный, стертый характер «глубокой» метафоры позволяет репрезентировать ее на вербальном уровне семантически избыточными, тавтологическими по своей сути словосочетаниями, ср.: *The bisque was really full of depth* (приглашенный дегустатор, МР, UK, S13, E17).

Интересным представляется и то, что каждому вкусу предписывается иметь некоторую нормативную глубину, и превышение этого показателя может метафорически интерпретироваться как изменение его качества и даже переход в другую категорию, ср.: *And the depth of your sauce goes almost on the edge of beefiness, but not quite* (Г. Уоллес, МР, UK, S13, E16). В составе вкуса могут выделяться уровни: *There's different levels of heat coming from that heat of the okra* (приглашенный критик, МР, UK, S13, E06).

Вкус как компактное и объемное образование определенным образом ориентирован на перципиента-дегустатора. «Передний план вкуса» — это тот компонент вкусового ощущения, который не только первым регистрируется сознанием, но и обладает наибольшей интенсивностью. Его «задний план» — это сопутствующий вкус, выраженный менее явно. Ср.: *I love the fact that you've got the apple at the forefront rather than the celeriac. I think it brings a lovely freshness to the dish* (М. Уэринг, МР, UK, S12, rematch special); *It's not too spicy; wonderful aromatic background* (М. Боначини, М, CAN, S1, E2).

Несмотря на то что пространственное значение лексем *foreground/forefront* и *background* оказывается в значительной степени затушеванным в силу частотности их употребления и принадлежности ядру дегустационно-вкусового словаря, оно не утрачено полностью. О сохранении семантической связи с исходным пространственным доменом свидетельствует возможность их контекстуального подкрепления дейктическими элементами, ср.: *But in the background there, the predominant flavor for me is turmeric* (Дж. Тороуд, М, UK, S17, E8).

Объемность вкуса, возможность измерения его глубины и протяженности, позволяет выделять у него отдельные грани: *It is just hitting on all facets of deliciousness* (А. Санчес, М, US, S10, E12).

Стремление придать вкусу свойства материального объекта создает возможность измерения не только его протяженности в пространстве, но и веса. Вес вкуса метафорически соотносится с его интенсивностью, ср.: *Tons and tons of flavor* (Г. Мехиган, М, AUS, S9, E4). Чаще, однако, вес (а заодно и объем) вкуса измеряется метафорическими «сумками»: *It's got bags of flavor* (Г. Мехиган, М, AUS, S9, E7); *But there's lot of flavor there, bags and bags of flavor, which I like* (М. Пу, МР, UK, S1, E7).

Вкус — это баланс

Одновременно с этим в дискурсе вкусовых ощущений отчетливо определяется метафора *вкус — это баланс*, которая, как нам представляется, также связана с идеей материальности, физической реальности вкуса. Баланс означает, что все компоненты вкуса должны быть уравновешены, смещение в ту или иную сторону портит его качество. Ср.: *We've got all the different types of acidity running through that dish to help cut through that fat that's so pleasant to eat, but it needs something to balance it* (приглашенный шеф-повар, МР, UK, S13, E14).

Баланс неизменно предполагает взаимодействие между различными компонентами, их способность компенсировать, уравновешивать качества друг друга: *The vegetables have all got this wonderful crunch to it. It is very sweet, but there's that heat running through it, it kind of offsets that sweetness, so it almost reins it back a bit* (приглашенный дегустатор, М, UK, S17, E10); *I love the idea of the grilled onions, they*

are sweet, they **counterbalance** the gaminess of the lamb (М. Галетти, МР, UK, S13, E14). Неудачная попытка балансирования грозит «опрокидыванием» одного вкусового компонента или обрушением всей «вкусовой конструкции»:

Г. Уоллес: *It's red-hot! My tongue is on fire!*

Приглашенный шеф-повар: *I think he is trying to balance that sweetness with heat.*

Г. Уоллес: *Balance the sweetness?! Balance the sweetness?! He's just knocked the sweetness over!* (МР, UK, S13, E14).

Баланс вкуса может метафорически задаваться и посредством классических оппозиций типа верх/низ, перед/зад, право/лево, элементы которых должны быть уравновешены. При отсутствии равновесия возникает перекокс и вкус оказывается лишенным необходимой гармоничности: *Pistachio and orange are like two left-field flavors* (К. Тоси, М, US, S8, E24).

Пожалуй, самым креативным вариантом метафоры баланса в нашей выборке стала оппозиция инь и ян — двух противоположных и противоборствующих сил, находящихся в состоянии равновесия и предполагающих наличие друг друга: *It's kind of like that yin and yang that I really love in my palate: the richness and sweetness from the crab, the super punchy acidity from the relish* (Дж. Бастианич, М, US, S10, E24).

При отсутствии баланса отдельные компоненты вкуса могут восприниматься как вступающие в конфронтацию. В таких случаях востребованной оказывается военная метафора, репрезентируемая в дискурсе вкуса агрессивно-милитаристской лексикой: *The pomegranate is just fighting with that nice natural sweetness that lamb has* (М. Ру, МР, UK, S1, E18); *Everything there is sweet, sweet mango. The prawn struggles to come through* (Г. Уоллес, МР, UK, S1, E14).

С помощью военной метафоры можно поместить в фокус внимания и перцепиента-дегустатора, вербализовав те проблемы, которые возникают у него при восприятии плохо сбалансированного вкуса. Человек «с боем берет» необходимый вкус, вступая в схватку со всеми нежелательными вкусами, встающими у него на пути: *There's a smack of shallot there and you have to fight your way through before you get your way through to the duck* (Г. Уоллес, МР, UK, S1, E7).

Облегченная метафорическая версия конфронтации представлена предикатом *bully* 'задирать, терроризировать': *I think the real problem here is just too many big, bullying flavours together in one place* (приглашенный дегустатор, М, UK, S14, E6). Отдельные компоненты вкуса представлены здесь как агрессивно борющиеся за первенство.

Вкус — это человек

Другую отчетливо выраженную метафорическую линию составляют высказывания, представляющие вкус как живое существо, ср.: *It starts off sort of very mellow and then you get this lovely heat that comes from the chili and it starts to suddenly come alive* (Дж. Тороуд, М, UK, S17, E4). Особенно актуальной и популярной оказывается здесь метафора *вкус — это человек*.

Антропоморфизируя вкус, мы наделяем его чертами характера. Ср.: *It's a bit naughty, it's a bit cheeky. It's really very very good* (Дж. Тороуд, М, UK, S17, E7); [о вкусе закуски] *it had an opinion, it was bold, it was unafraid, it was 100 per cent spot on* (Дж. Ба-

стианич, М, US, S8, Final E); *I want some bold flavors from you. Don't be subtle. Give us something bold and brash* (Дж. Тороуд, М, UK, S17, E1).

В рамках стратегии антропоморфизации вкуса последний может быть наделен способностью совершать осознанные целенаправленные действия, ср.: *The cream is a little bit too creamy and is trying to mask the freshness of the passion fruit* (приглашенный дегустатор, МР, UK, S1, E19). Ему может приписываться способность к совершению различного рода речевых действий: *The lemongrass sauce is light, it's almost a whisper of citrus* (Г. Уоллес, МР, UK, S12, rematch special); *The whole thing screams of umami* (приглашенный судья, М, US, S10, E18). Совершенно очевидно, что профилируемым здесь признаком является громкость звука, которая метафорически соотносится с интенсивностью вкуса.

Вкус может описываться с помощью широкого спектра лексики, служащей для обозначения людей, ср.: *And then you have a piece of pear. It just seems to be an uninvited guest in the palate* (Дж. Тороуд, М, UK, S16, E24).

Более востребованной, однако, на практике оказывается другая метафорическая перспектива. При описании вкуса как человека появляется возможность конструирования метафоры *сочетание вкусов — это человеческие взаимоотношения* (*combination of flavors is a relationship*). Самым популярным ее дискурсивным воплощением является метафора гармоничного брака, союза, созданного на небесах: *It's a beautiful marriage of flavors* (приглашенный дегустатор, М, UK, S17, E4); *The truffle on the chicken — marriage made in heaven* (М. Галетти, МР, UK, S13, E06). Неудачное сочетание вкусов может описываться как несчастливый или вовсе невозможный брак: [о соусе] *It's a very unhappy marriage with the tortellini* (приглашенный дегустатор, МР, UK, S1, E5). Удачное, но неоригинальное сочетание вкусов именуется стандартным, классическим браком: *It's a classical marriage* (Д. Макграт, М, IRL, S1, E12).

Метафора брака может быть представлена и глагольной формой: *The flavor of the caviar and the scallop married beautifully* (М. Ру, МР, UK, S1, E19). Отметим, что эта метафора, по-видимому, стала настолько привычной в дискурсе вкуса, что сами лексемы *marry* и *marriage* отчасти подверглись семантическому выхолащиванию, что позволяет использовать их в сочетании с семантически избыточным наречием *together*, ср.: *I just think these flavors marry together* (участник, М, UK, S2, E2).

В рамках этой метафоры сочетания вкусов могут описываться и как дружеско-партнерские отношения: *They just work together hand in hand, they're great flavors* (М. Уэринг, МР, UK, S13, E18). Метафора «совместной работы» позволяет подчеркнуть, что каждому отдельному компоненту вкуса отводится определенная функциональная нагрузка, и выполненная «работа» должна ощущаться в итоговом вкусе: *The cheesecake is beautiful and smooth, the strawberries and basil work together a treat, it's incredibly light in texture* (М. Уэринг, МР, UK, A Festive Knockout, E2); *I just don't see the bacon working here* (приглашенный дегустатор, М, US, S8, E5).

Вкус — это произведение искусства

Еще одной дискурсивной метафорой, реализуемой несколькими субординатными формами, можно считать *вкус — это произведение искусства*. Ее присутствие в дискурсах вкуса вполне понятно и предсказуемо: создание вкуса — это

творческий акт, в котором переплетаются знания и талант, который направлен на создание нового и рассчитан на определенный эффект.

Наибольшую релевантность для дискурсов вкуса имеют две артистические формы: музыка и танец.

Метафора *вкус* — это музыка представлена в нашей выборке несколькими концептуальными формами. Чаще всего вкусу приписывается способность петь: *I think the individual elements on the plate sing* (приглашенный дегустатор, М, UK, S17, E1). Метафорическим мотивом этой песни может быть вкус одного из ингредиентов дегустируемого блюда: *Duck is sort of singing with five spice* (приглашенный критик, МР, UK, S9, E12); *I like the pickled carrot — that definitely sings of citrus* (М. Галетти, МР, UK, S13, E9). Слушателем при этом, естественно, оказывается перципиент-дегустатор: *I am not getting one thing singing out to me, apart from the sweet honey* (М. Уэринг, МР, UK, S10, E9).

Элементом креативности в использовании данной метафоры является указание на жанр песни или ее регионально-национальную принадлежность. Ср.: *You've used the sweetness of the leeks to kinda sing a lullaby to the saltiness of that capers* (М. Престон, М, AUS, S9, E31); *I really love that plate. It's singing out Mediterranean tunes, which I love* (М. Ру, МР, UK, S1, E14).

Музыка вкуса обязательно должна исполняться точно по нотам, фальшь — это снижение его качества. Ср.: *I don't think it's your best-looking plate, but definitely you hit your flavor notes* (М. Галетти, МР, UK, S13, E16). Умение взять «высокие ноты», которое в домене-источнике музыки ассоциируется с профессионализмом, опытом и особым природным талантом, метафорически соотносится с исключительно высокими качествами созданного вкуса. Ср.: *Your food, Alex, has started to really hit some big high notes of full flavor* (М. Уэринг, МР, UK, S13, E18).

Эта музыка может исполняться не только голосом, но и с помощью музыкальных инструментов: *The lemon chimes through* (приглашенный судья, М, AUS, S9, E2).

Наибольшие возможности для лингвокогнитивного экспериментирования открываются тогда, когда музыкальная метафора используется для профилирования многокомпонентности вкуса. Вкус может описываться как масштабное музыкальное произведение, исполняемое множеством инструментов: *I really wanted to do something with green tea, I love the color and then the perfume of the pistachio nuts and orange zest together will create a **symphony** for your mouth* (конкурсант, М, US, S6, E4).

Домен «музыкальные произведения» достаточно четко и подробно структурирован, что позволяет проводить разнообразные метафорические эксперименты при оценке степени сложности вкуса. Особенно интересным представляется нам следующий пример: *We wanted a concerto and we got a ditty. It's not a bad ditty, but it's not a concerto* (Г. Уоллес, М, UK, S14, E1). Вкус-песенка, в противовес вкусу-концерту, — это, безусловно, гастрономическая неудача; он слишком примитивен, чтобы удовлетворить искушенного дегустатора. Пример примечателен тем, что конкурсант, который создал этот вкус, — профессиональный музыкант. Судья Грэг Уоллес демонстрирует здесь возможность создания контекстуальной метафоры, которая конструируется с учетом особенностей социальной принадлежности его собеседника и благодаря этому является особо эффективным инструментом коммуникации (см., напр.: [Kövecses 2015]).

Вкус может быть подан и под несколько иным углом зрения: не как готовое музыкальное произведение, а как работа коллектива музыкантов. Ср.: *You are playing with some big flavors here and you make them work like an orchestra in harmony* (Г. Уоллес, МР, UK, S13, E18); *It's almost like an orchestra of flavor when you start from the top and go all the way to the bottom* (конкурсант, М, US, S4, E1). Это, по нашему ощущению, более процессуальное, событийное видение вкуса, сфокусированное на процессе его создания.

Наибольшую изобретательность в применении этой лингвокогнитивной стратегии продемонстрировал судья австралийского «MasterChef» Мэтт Престон, который не просто представил развернутую аналогию между вкусом и музыкальным коллективом, но и подробно расписал каждую музыкальную партию: *I always say Thai food is like a big metal band — you have a really screeching guitar, a screeching singer and really loud basses and then all comes together. You've done that. Delicious!* (М, AUS, S9, E21). Примечательно, что он включил в описание указание на качество звучания, причем резкость звука (*to screech — to make a loud, high, and unpleasant noise* [MEDAL]) метафорически соотносится с остротой вкуса.

Вторым видом искусства, представленным в дискурсе вкуса, является танец. Приятный вкус репрезентируется как «танец во рту», ср.: *That sets my tongue dancing* (Г. Уоллес, МС, UK, S13, E12); *Flavourwise, it was fantastic! It danced on the palate* (Дж. Тороуд, М, UK, S17, E16).

Как и в случае с музыкой, домен «танец» предоставляет нам возможности для лингвокогнитивного маневра. Одним из самых интересных примеров в нашем корпусе является следующий диалог:

Г. Уоллес: *My tongue is dancing right now!*

Дж. Тороуд: *If Craig's tongue is dancing, mine is doing the tango!* (М, UK, S17, E5).

Пример любопытен не только обыгрыванием потенциала «танцевальной» метафоры, но и самой динамикой контекста: собеседник «подхватывает» предлагаемый образ и развивает его, делая следующий лингвокогнитивный шаг. Мы наблюдаем здесь процесс совместного конструирования метафор, в ходе которого открываются новые возможности использования старой концептуальной модели.

В дискурсе вкуса представлена и «живописная» метафора. В нашем корпусе содержится лишь один пример ее употребления, что позволяет нам характеризовать ее как малочастотную: *Beautiful, airy, fluffy Genoa cake. And letting it be the canvas for all the wonderful richness of the chocolate* (А. Санчес, М, US, S10, E6). Вкус основного компонента блюда представлен здесь как «полотно», на котором повару предстоит попрактиковаться в использовании вкусовой палитры.

Индивидуальная метафорическая креативность

Степень метафоричности речи сугубо индивидуальна. Часть описываемых здесь метафор (например, дименсиональная) составляет профессиональный гастрономический жаргон, что делает их обязательными для усвоения и использования. Более оригинальные формы, передающие сложные образы, комбинирующие различные метафоры в одном описании, — это все же результат определенного

склада ума, показатель индивидуального дискурсивного стиля и, в определенной степени, — метафорической компетентности (см.: [Danesi 1992]).

Метафорическая плотность индивидуальных нарративов может варьироваться в весьма широких пределах. Приведем лишь один пример метафорически насыщенного развернутого описания вкуса, авторство которого принадлежит приглашенному шеф-повару шоу:

We've got all the different types of acidity running through that dish to help cut through that fat that's so pleasant to eat, but it needs something to balance it. All the other components come in to make that core ingredient the best that it can be. It's not about fighting against it. It's all about presenting that ingredient proudly and letting it sing (MP, UK, S13, E14).

В этом описании гармонично и слаженно работают метафоры движения, баланса, войны и музыки. Их непротиворечивое соседство возможно потому, что каждая из них передает отдельный аспект вкуса.

Как легко заметить по атрибуции приводимых в работе примеров, наиболее метафоричным из всех участников шоу оказался судья британского «MasterChef» Грэгг Уоллес. Его отличает не только высокая плотность метафор в репликах, но и их тематическое разнообразие. Яркие и запоминающиеся образы предлагает его австралийский коллега Мэтт Престон — самый эпатажный судья шоу. Знаменитый Гордон Рэмзи, известный своей жесткостью и безапелляционностью, оказался гораздо менее ярким. Наиболее оригинальные его высказывания относились не ко вкусу, а к внешнему виду блюда. Ср.: *That doesn't look like a kofta. It's like something my bulldog left under the sofa discreetly*. Таким образом, индивидуальный метафорический репертуар вкуса может существенно различаться.

Заключение

В настоящей статье представлены лишь самые значимые метафоры, имеющие наибольший удельный вес в дискурсе вкуса, поскольку свою задачу мы видели в выявлении паттернов метафорической активности, а не в исчерпывающем описании всех метафорических возможностей. На основе проведенного нами анализа можно сделать вывод, что метафорический ландшафт вкуса в современной англоязычной культуре разнообразен и достаточно четко структурирован. В его составе можно выделить несколько основных (дискурсивных) метафор, которые задают главные концептуальные вехи в осмыслении и вербализации вкусового опыта. К ним относятся *вкус — это событие*, *вкус — это многомерный объект*, *вкус — это баланс*, *вкус — это живое существо*, *вкус — это произведение искусства*. Каждая из них может реализовываться как в обобщенном виде (ср.: *there's a lot happening here*), так и более узкими по своим семантическим возможностям субординатными метафорами. Так, для метафоры *вкус — это событие* субординатными являются *вкус — это движение* (и подчиненная ей *вкус — это путешествие*), *вкус — это воздействие*, *вкус — это взрыв* и т. д. Метафоры разного генеза могут объединяться в пределах одного описания, передавая разные аспекты вкуса. Богатая и развитая метафорика позволяет значительно расширить репертуар средств, служащих для коммуникации вкусового опыта, и имеет полное право считаться полноценным средством его осмысления в вербализации.

Как показало наше исследование, вкус, возможно, «не самое благородное из всех ощущений» [Hoffmann 2016: 3], но, пожалуй, одно из самых интересных для научной разработки, в том числе и средствами лингвистики.

Словари

MEDAL — *Macmillan English Dictionary for Advanced Learners*. Oxford: Bloomsbury Publishing Plc., 2002.
MW — *Merriam Webster*. <https://www.merriam-webster.com/> (дата обращения: 20.05.2021).

Литература/References

- Нагорная 2014 — Nagornaia A. V. *The Discourse of the Inexpressible: Verbalics of Intra-Bodily Sensations*. Moscow: Lenand Publ., 2014. (In Russian)
- Danesi 1992 — Danesi M. Metaphorical competence in second language acquisition and second language teaching: The neglected dimension. In: *Georgetown University round table on languages and linguistics*. Washington D. C.: Georgetown University Press, 1992. P. 125–136.
- Hoffmann 2016 — Hoffmann V. von. *From gluttony to Enlightenment: The world of taste in Early Modern Europe*. Chicago: University of Illinois Press, 2016.
- Holmes 2017 — Holmes B. *Flavor: The science of our most neglected sense*. New York: W. W. Norton & Company, 2017.
- Korsmeyer 1999 — Korsmeyer C. *Making sense of taste*. New York: Cornell University Press, 1999.
- Kövecses 2015 — Kövecses Z. *Where metaphors come from: Reconsidering context in metaphor*. Oxford: Oxford University Press, 2015.
- Lakoff, Johnson 1980 — Lakoff G., Johnson M. *Metaphors we live by*. Chicago; London: University of Chicago Press, 1980.
- Macpherson 2011 — Macpherson F. Individuating the senses. In: *The Senses: Classical and contemporary philosophical perspectives*. Oxford: Oxford University Press, 2011. P. 3–46.
- Mani 2012 — Mani I., Pustejovsky J. *Interpreting motion: Grounded representations for spatial language*. New York: Oxford University Press, 2012.
- Maynard et al. 1965 — Maynard A. A., Pangborn R. M., Roessler E. B. *Principles of sensory evaluation of food*. New York: Academic Press, 1965.
- Shepherd 2012 — Shepherd G. M. *Neurogastronomy: How the brain creates flavor and why it matters*. New York: Columbia University Press, 2012.
- Tay 2020 — Tay D. Co-constructing ‘crisis’ with metaphor: A quantitative approach to metaphor use in psychotherapy talk. In: *The language of crisis. Metaphors, frames and discourses*. Amsterdam: Benjamins, 2020. P. 231–253.
- Vannini 2010 — Vannini Ph., Guppy A.-L., Waskul G., Gottschalk S. Performing taste at wine festivals: A somatic layered account of material culture. *Qualitative Inquiry*. 2010, (16): 378–396.
- Vercelloni 2016 — Vercelloni L. *The invention of taste: A cultural account of desire, delight, and disgust in fashion, food and art*. London, New York: Bloomsbury Academic, 2016.
- Wistoft 2020 — Wistoft K., Qvortrup L. Seven dimensions of taste: Taste in a sociological and educational perspective. In: *Gastronomy and food science*. Galanakis C. (ed.). Amsterdam: Elsevier, 2020. P. 227–251.
- Zinken 2007 — Zinken J. Discourse metaphors: The link between figurative language and habitual analogies. *Cognitive Linguistics*. 2007, 18 (3): 445–466. <https://doi.org/10.1515/COG.2007.024>

Статья поступила в редакцию 11 мая 2021 г.
Статья рекомендована к печати 9 ноября 2022 г.

Alexandra V. Nagornaya

HSE University,
21/4, ul. Staraya Basmannaya, Moscow, 105066, Russia
anagornaya@hse.ru

Metaphor as a means of describing flavor in the contemporary English-speaking culture

For citation: Nagornaya A. V. Metaphor as a means of describing flavor in the contemporary English-speaking culture. *Vestnik of Saint Petersburg University. Language and Literature*. 2023, 20 (1): 79–97. <https://doi.org/10.21638/spbu09.2023.105> (In Russian)

The paper presents an analysis of metaphors used to describe flavor in the 21st century English-speaking culture. The analysis is based on the modern theories of taste developed within the Humanities and the most relevant ideas of Metaphor Studies. Among the latter is J. Zinken's Discourse Metaphor Theory. According to it, metaphor can serve as a framing device, setting conceptual landmarks for oral and written narratives. The research was conducted on the basis of the culinary show MasterChef. The author made a sample of five hundred metaphors, which is representative enough to achieve the main objective of the research: to reveal the patterns of metaphorical activity in conceptualizing flavor and model the metaphoric landscape of flavor. The research shows that the metaphoric landscape of flavor is constructed around several discourse metaphors: *flavor is an event*, *flavor is a dimensional object*, *flavor is balance*, *flavor is a living being*, *flavor is a form of art*. Each discourse metaphor can be used as it is, represented in speech by the most typical verbal means. It can also be represented by its subordinate forms. For instance, the subordinate forms for the event metaphor are *flavor is motion*, *flavor is an impact*, *flavor is an explosion*, and others. Genetically different metaphors may be combined within one description conveying different aspects of flavor. Metaphor expands the repertoire of means used for communicating flavor experience and is a full-fledged means of its cognition and verbalization, alongside qualia terms.

Keywords: flavor, verbalization, conceptual metaphor, discourse metaphor.

Received: May 11, 2021

Accepted: November 9, 2022