

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра отечественной филологии и русского языка как иностранного

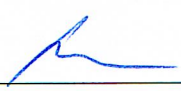
ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

На тему: Фразеологизмы о еде как отражение национальной культуры (на
материале русского и испанского языков)

Исполнитель Готовцева Варвара Валерьевна
(фамилия, имя, отчество)

Руководитель кандидат филологических наук, доцент
(ученая степень, ученое звание)
Юсупова Дильбаржон
(фамилия, имя, отчество)

«К защите допускаю»

И.о. заведующего кафедрой 
(подпись)
кандидат педагогических наук
(ученая степень, ученое звание)
Виноградова Марина Владимировна
(фамилия, имя, отчество)

25 июня 2026 г.

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
2026

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ГАСТРОНОМИЧЕСКАЯ ФРАЗЕОЛОГИЯ КАК ОТРАЖЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ	8
1.1. Фразеологические единицы: структура и классификация	8
1.2. Фразеология в контексте языка и культуры.....	14
1.3. Гастрономический код культуры в языке	20
1.4. Русская и испанская гастрономическая фразеология: теоретическая база для сопоставления	28
Выводы по 1 главе.....	34
ГЛАВА 2. СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ГАСТРОНОМИЧЕСКИХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ РУССКОГО И ИСПАНСКОГО ЯЗЫКОВ.....	37
2.1. Формирование корпуса фразеологизмов: принципы отбора и тематическая категоризация	37
2.2. Полная фразеологическая эквивалентность.....	47
2.3. Частичная эквивалентность	50
2.3.1. Высокая степень эквивалентности.....	50
2.3.2. Средняя степень эквивалентности	52
2.3.3. Низкая степень эквивалентности	55
2.4. Фразеологизмы о национальных блюдах, не имеющие прямого эквивалента	58
Выводы по 2 главе.....	62
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	65
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	69

ВВЕДЕНИЕ

Фразеологические единицы представляют собой не элементарные устойчивые обороты, а сложные смысловые конструкции, характеризующиеся жёсткой закреплённостью формы и целостной либо частично сегментированной семантикой. Именно эта устойчивость обуславливает способность фразеологии аккумулировать культурный опыт этноса и транслировать его мировоззренческие установки. Как подчёркивают Жуков и Жуков, в подобных единицах фиксируются не только собственно языковые, но и культурно значимые смыслы [Жуков, Жуков, 2006, с. 6–14].

Гастрономическая семантика во фразеологии обладает особой показательностью. Такие выражения, как «хлеб-соль», «каши просят», «куры не клюют», выходят за рамки номинации бытовых ситуаций: в них кристаллизуются народные представления о гостеприимстве, материальном достатке, отношении к труду и праздности. Данные единицы функционируют в качестве культурных маркеров, в которых за внешне простыми словесными комплексами закреплена целостная система ценностных ориентиров.

Сопоставление указанных единиц в русском и испанском языках не сводится к составлению перечня соответствий и расхождений. Оно позволяет выявить специфику кодирования схожих смыслов в двух лингвокультурах. Наблюдается вариативность символической нагрузки, придаваемой одному и тому же пищевому образу, а также различия в способах вербальной передачи оценок и идей. В ряде случаев совпадают сами образы при расхождении коннотаций; в других – при совпадении смысловых доминант образы оказываются не пересекающимися.

Центральную роль в данном контексте играет понятие культурного кода. В трактовке Красных, культурный код выступает как когнитивная «сетка», посредством которой культура структурирует и оценивает окружающую действительность [Красных, 2003, с. 297]. В гастрономических фразеологизмах реализация данного кода отличается особой наглядностью:

кулинарные образы служат инструментом категоризации действительности. В ходе сопоставления русского и испанского материала фиксируется различная образная интерпретация одних и тех же жизненных ситуаций; предпринимается попытка выявить лежащие в основе этого различия культурные механизмы.

Актуальность исследования обусловлена не конъюнктурным интересом к лингвокультурологии, а значимостью фразеологии как одного из наиболее надёжных способов фиксации национальной идентичности. Гастрономические фразеологизмы отражают традиции, обычаи и поведенческие стереотипы, характерные для соответствующей лингвокультурной общности. Их сопоставление позволяет выявить не только универсальные механизмы метафоризации, но и специфику восприятия пищевых реалий в разных культурах, что способствует углублению представлений о способах отражения и конструирования картины мира в языке.

Цель исследования – выявление универсальных и национально специфических черт фразеологизмов о еде в русском и испанском языках как репрезентантов культурной картины мира. Для достижения указанной цели единицы группируются по типам эквивалентности (полные эквиваленты, частично эквивалентные единицы, безэквивалентные фразеологизмы) и подвергаются лингвокультурологической интерпретации.

Задачи исследования:

- изучить теоретическую базу исследования: понятия фразеологической единицы, ее структуры и классификации;
- рассмотреть фразеологию в контексте взаимосвязи языка и культуры;
- раскрыть сущность гастрономического кода культуры и его реализацию в языке;
- разработать принципы отбора и классификации гастрономических фразеологизмов для сопоставительного анализа;

- выявить случаи полной и частичной фразеологической эквивалентности между русскими и испанскими гастрономическими фразеологизмами;
- выделить фразеологизмы, не имеющие эквивалента во втором языке;
- провести культурную интерпретацию выявленных различий и сходств.

Объектом исследования являются фразеологические единицы с гастрономической семантикой в русском и испанском языках.

Предметом исследования выступают семантика, образность, культурные основания сходств и различий указанных единиц, а также типы их межъязыковой эквивалентности.

Научная новизна работы заключается не в простом сопоставлении фразеологических единиц, а в системном рассмотрении всех типов эквивалентности в лингвокультурологическом аспекте. Исследование не ограничивается констатацией фактов совпадения и расхождения, а ориентировано на выявление культурно-исторических детерминант, обуславливающих наблюдаемые закономерности. В частности, анализируется влияние национальных кулинарных традиций и сложившихся социокультурных стереотипов на процессы формирования и функционирования фразеологизмов.

Теоретическая значимость результатов проявляется в нескольких аспектах. В области лингвокультурологии полученные данные способствуют уточнению механизмов взаимодействия языка и культуры. В сфере фразеологии исследование расширяет существующую типологию устойчивых единиц за счёт систематизации тематической группы, связанной с гастрономической сферой. В этнолингвистике представленный материал позволяет более полно проследить корреляцию фразеологических единиц с этнокультурными традициями и обычаями народа.

Практическая значимость исследования определяется возможностью использования его результатов при разработке двуязычного русско-испанского фразеологического словаря с лингвокультурологическим

комментарием. Такой словарь предполагает не только фиксацию лексических значений, но и описание сопутствующих культурных смыслов, особенностей употребления в речи, а также степени соответствия единиц в двух языковых системах. Сформированный массив гастрономических фразеологизмов служит эмпирической базой для указанной работы, позволяя продемонстрировать не только формальные соответствия, но и специфику функционирования единиц в реальном культурном контексте.

Материал исследования: выборка, составившая более 100 единиц, на основе следующих источников:

1. Многоязычный словарь современной фразеологии / сост. В. Виноградова [и др.] ; под ред. Д. Пуччо. – Москва : Флинта ; Рим : Итало-славянская культурная ассоциация, 2012. – 431 с.
2. Словарь русской пищевой метафоры. Т. 1 : Блюда и продукты питания / под ред. Е. А. Юриной. – Томск : Изд-во Томского университета, 2015. – 427 с.
3. Федоров, А. И. Фразеологический словарь русского языка : около 13 000 фразеологических единиц / А. И. Федоров. – 7-е изд., испр. и доп. – Москва : АСТ : Астрель, 2014. – 878 с.
4. Diccionario fraseológico español-ruso / comp. por A. I. Koroleva. – Moscú : URSS, 2016. – 544 p.

Методологическая основа исследования. В работе используются следующие методы: описательный метод для характеристики фразеологизмов и их значений, сравнительный метод для выявления сходств и различий в семантике и употреблении гастрономических фразеологизмов в двух языках, семантико-стилистический анализ для определения коннотативных оттенков и культурной нагрузки фразеологизмов, элементы этнолингвистического подхода для интерпретации фразеологизмов как культурных артефактов, метод сплошной выборки при отборе материала из словарей и текстов, а также

классификационный метод для распределения фразеологизмов по тематическим категориям и типам эквивалентности.

Гипотеза исследования заключается в том, что фразеологизмы с компонентами, связанными с едой, являются важным элементом национальной языковой картины мира и отражают культурные особенности народа. Несмотря на наличие универсальных метафорических моделей, такие фразеологизмы обладают национальной спецификой.

Структура работы определяется целью и задачами исследования. Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованной литературы. В первой главе рассматриваются теоретические основы изучения фразеологии и ее связь с национальной культурой. Во второй главе проводится анализ фразеологизмов с гастрономическим компонентом в русском и испанском языках и выявляются их культурные особенности.

ГЛАВА 1. ГАСТРОНОМИЧЕСКАЯ ФРАЗЕОЛОГИЯ КАК ОТРАЖЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

1.1. Фразеологические единицы: структура и классификация

Фразеология как область лингвистического знания сосредоточена на изучении устойчивых словесных комплексов. Их значение в той или иной степени трансформировано по сравнению с буквальным прочтением составляющих их элементов. Фразеологическая единица (ФЕ) выступает в качестве особой языковой конструкции. Её смысл формируется как единое целое. Отдельные компоненты утрачивают автономность, вступая в новые семантические отношения [Жуков, Жуков, 2006]. Положение фразеологии на пересечении нескольких языковых уровней – лексического, грамматического и стилистического – обуславливает её комплексный характер. Это усложняет задачу упорядочивания фразеологического фонда. Ниже представлены основные подходы к типологизации ФЕ.

Становление фразеологии в испаноязычной научной среде как отдельного исследовательского направления относится к 1950-м годам. В дальнейшем теоретические взгляды на природу ФЕ заметно трансформировались. Это привело к формированию множества классификационных систем. Существенный вклад в разработку базовых критериев выделения фразеологических единиц внёс Х. Касарес [Casares, 1950]. В труде *Introducción a la lexicografía moderna* он обозначил устойчивость и идиоматичность как определяющие характеристики ФЕ.

В отечественной лингвистической традиции эти параметры также признаются ключевыми. В первую очередь акцент делается на устойчивости. Это свойство фиксирует постоянство как лексического наполнения, так и грамматической организации фразеологизма. Проявления устойчивости можно проследить на нескольких уровнях. На лексическом уровне это запрет на подмену компонентов. На морфологическом – закреплённость конкретных

словоформ. На синтаксическом – жёстко заданный порядок слов. Идиоматичность, также значимая для испанской фразеологической школы, трактуется как невозможность реконструировать общий смысл выражения путём суммирования значений его элементов.

Помимо названных характеристик, в русской фразеологии существенную роль играют ещё два свойства ФЕ – воспроизводимость и образность. Воспроизводимость подразумевает регулярное употребление единицы в устоявшейся форме. Фразеологизм используется без его конструирования в процессе коммуникации. Образность отражает наличие в основе фразеологизма переносного смысла. Этот смысл опирается на метафору, метонимию либо символику [Жуков, Жуков, 2006; Телия, 1996]. При этом нельзя игнорировать и такое свойство ФЕ, как вариативность. Она выражается в существовании нескольких форм одной и той же единицы. Например: заварить кашу или заваривать кашу. Нормы использования фразеологизмов накладывают определённые рамки на допустимые варианты. При этом смысловое ядро сохраняется.

Структура фразеологических единиц, согласно исследованиям, отличается по количеству компонентов и синтаксической роли ядра. По количеству компонентов выделяют:

- двухкомпонентные сочетания (заклятый враг, закадычный друг);
- многокомпонентные образования (как сыр в масле кататься).

По синтаксической роли ядра различают ФЕ:

- с глагольным ядром (вешать лапшу на уши, заварить кашу);
- с субстантивным ядром (яблоко раздора, пушечное мясо);
- с адъективным ядром (красный как рак) [Жуков, Жуков, 2006].

Фразеологизмы также можно классифицировать по степени расчленённости структуры. Некоторые ФЕ представляют собой целостные блоки, семантически неделимые, тогда как другие допускают выделение

смысловых компонентов (зарабатывать на хлеб – компонент «хлеб» сохраняет связь с исходным значением).

В. В. Виноградов разработал типологию фразеологических единиц, ориентированную на степень семантической слитности компонентов [Виноградов, 1977, с. 140–161]. В этой системе отдельно выделяются фразеологические сращения. Их отличает ярко выраженная идиоматичность. Смысл оборота не складывается из значений отдельных слов. Примеры таких единиц – «бить баклуши», «точить ляды». Подобные фразеологизмы отличаются высокой степенью устойчивости. В них практически невозможна замена элементов. Вариативность у них минимальна.

Фразеологические единства занимают в типологии особое место. В них сохраняется образная основа. Именно она формирует общее значение выражения. Смысл таких единиц можно считать потенциально мотивированным. К примеру, оборот «подлить масла в огонь» передаёт идею усиления конфликта. В его основе лежит наглядное действие. Оно действительно способно усилить пламя. Замена компонентов в подобных единицах возможна редко. Обычно её используют как особый стилистический приём. Он призван усилить выразительность речи.

Фразеологические сочетания устроены иначе. В них один элемент сохраняет самостоятельное значение. Другой элемент приобретает значение только в определённом сочетании. Примеры – «закадычный друг», «расквасить нос». Компонент с ограниченным значением не поддаётся простой замене. Подобрать к нему синоним не удаётся. Его употребление уместно лишь в узком круге контекстов.

Н. М. Шанский развил подход В. В. Виноградова. Он включил в систему ещё одну категорию. Речь идёт о фразеологических выражениях. Это устойчивые обороты. Они сохраняют чёткую смысловую членимость. При этом все составляющие их слова имеют самостоятельное значение [Шанский, 1996, с. 63–70]. Особенность таких выражений состоит в следующем.

Отдельные слова в них употребляются в прямом смысле. Однако весь оборот функционирует как единое целое. Он передаёт обобщённую оценку или сформулированную мысль.

По наблюдениям Н. М. Шанского, фразеологические выражения делятся на два типа [Шанский, 1996, с. 68–70]. Первый тип – коммуникативные единицы. По своей структуре они близки к предложениям. Такие обороты выражают суждение и способны выполнять предикативную функцию. Второй тип – номинативные единицы, по строению они напоминают словосочетания. Их задача – обозначать определённое понятие. В речи они выполняют назывную функцию.

Кроме типологии по степени слитности, Н. М. Шанский предлагает учитывать стилистические свойства и происхождение фразеологизмов. Он выделяет несколько групп. К первой относятся нейтральные фразеологизмы. Они широко распространены в речи. У них нет ярко выраженной стилистической окраски. Другая группа – разговорно-бытовые фразеологизмы. Их чаще используют в устном общении. Им свойственны образность и повышенная экспрессивность. Третья группа – книжные фразеологизмы. Их типичная сфера употребления – письменная речь. Они отличаются особой стилистической выразительностью. Отдельно рассматриваются архаизмы и историзмы. Это фразеологизмы, которые вышли из активного употребления.

Представленная классификация даёт возможность упорядочить описание фразеологического фонда русского языка. Она опирается на два ключевых параметра. Первый – степень смысловой целостности единицы. Второй – её стилистические характеристики. Такой подход помогает детальнее изучать употребление фразеологизмов. Он позволяет лучше понять их место в языковой системе. Также он способствует более глубокому сопоставлению особенностей использования устойчивых оборотов в разных языковых культурах [Шанский, 1996, с. 63–70].

Существенный вклад в систематизацию фразеологического фонда испанского языка внесла *Corpas Pastor* [*Corpas Pastor*, 1996] в фундаментальном труде *Manual de fraseología española*. Исследовательница предложила инновационную классификацию ФЕ, разделив их на две крупные группы. К первой были отнесены единицы, которые обычно выполняют роль отдельных членов предложения и не могут функционировать как самостоятельные синтаксические конструкции. Ко второй группе были отнесены ФЕ, обладающие уровнем самостоятельности, то есть фразеологические высказывания – к ним относятся пословицы, поговорки и иные устойчивые выражения, способные выступать в качестве законченных коммуникативных единиц.

Corpas Pastor не просто перечислила группы фразеологических единиц — она выстроила для них чёткие разграничительные критерии. Мы обращали внимание на её подход: синтаксическая самостоятельность, степень идиоматичности и особенности употребления в речи становятся у неё не абстрактными параметрами, а рабочими инструментами анализа. Особенно ценной оказалась предложенная ею система обозначений для структурных и семантических свойств ФЕ. Благодаря ей типология перестаёт быть чисто теоретической схемой и становится удобной для практического применения — мы неоднократно убеждались в этом при работе с нашим корпусом [*Corpas Pastor*, 2003].

В лингвокультурологическом ключе фразеологизмы осмысляла В. Н. Телия. Для неё ФЕ — не просто устойчивые обороты, а носители культурной информации. Её формулировка о фразеологизмах как «языковых экспонентах культурных знаков» [Телия, 1996] точно фиксирует их функцию: через них язык транслирует этические нормы, бытовые традиции, исторические реалии. Именно поэтому ФЕ позволяют реконструировать фрагменты языковой картины мира и увидеть, как в языке закрепляются особенности национального менталитета.

Для примера возьмём фразеологизм «тёртый калач». На первый взгляд, это просто характеристика опытного человека. Но за оборотом стоит вполне конкретная бытовая деталь — традиция приготовления калача, когда тесто долго и тщательно вымешивали. Этот образ укоренён в русской культуре: трудоёмкость процесса становится метафорой жизненного опыта. Мы не воспринимаем такую связь как случайную — напротив, она показывает, как бытовая практика напрямую питает фразеологию.

Чем внимательнее мы вчитывались в логику Телии, тем отчётливее видели: в каждом таком обороте живёт маленький культурный сюжет, который язык бережно сохраняет. Структурно грамматическая классификация фразеологических единиц основывается на их соотнесенности с частями речи и синтаксическими функциями. Выделяют:

- глагольные ФЕ (подлить масла в огонь, заварить кашу) — чаще обозначают действия;
- субстантивные (яблоко раздора, пушечное мясо) — обозначают предметы или явления;
- адъективные (красный как рак, ни рыба ни мясо) — характеризуют качества;
- наречные (как по маслу, с хлеба на воду) — обозначают обстоятельства;
- междометные ФЕ (хлеб-соль) — выражают эмоциональные реакции [Жуков, Жуков, 2006; Баранов, Добровольский, 2014].

Фразеологический фонд языка не остаётся неизменным. В нём происходят постоянные сдвиги. Одни устойчивые обороты постепенно выходят из употребления. Примером служит выражение «бить челом» в значении «просить угощения». Другие единицы, наоборот, появляются в речи носителей языка. Так в обиход проникает оборот «фастфуд мозга». Кроме того, трансформируется стилистическая характеристика многих фразеологизмов. Меняется и область их применения [Юрина, 2013].

Наблюдаются и иные процессы. Отдельные фразеологизмы перемещаются из активного словарного запаса в пассивный. Некоторые единицы спустя время вновь становятся востребованными. Они возвращаются в речевую практику современных людей. При всей подвижности фразеологического состава он по-прежнему хранит в себе элементы народного мировоззрения. В устойчивых оборотах сохраняются традиционные представления и ценностные установки общества.

Таким образом, как отмечалось выше, системная сложность ФЕ обусловлена пограничным положением фразеологии. Эта область знания тесно связана с лексикой, грамматикой и стилистикой. По этой причине учёные предлагали разные критерии для упорядочивания фразеологизмов. Исследователи выделяли различные основания для группировки. В качестве таких оснований выступали степень семантической слитности компонентов, структурно-грамматические особенности, стилистическая отнесённость и культурно-смысловая нагрузка единиц.

Использование этих классификационных параметров даёт возможность разносторонне охарактеризовать фразеологию. Можно не только представить её как особый языковой феномен. Одновременно удаётся показать, как фразеологизмы фиксируют особенности национального мировосприятия. Они отражают культурные смыслы и черты менталитета народа.

1.2. Фразеология в контексте языка и культуры

Мы привыкли видеть во фразеологизмах прежде всего средства общения, но этим их роль не исчерпывается. Они связывают язык и культуру, удерживая коллективный опыт и передавая его дальше. В каждом обороте прячется не просто значение, а след того, как люди жили и о чём думали. Испанский ученый Forgas Berdet в своем труде показывает, что народная культура шире текстов. В неё входят привычки, обряды, предметы быта, гастрономические практики, песни — всё, из чего складывается повседневность. Именно эта широта помогает понять, почему фразеология

оказывается такой ёмкой. Мы не раз убеждались в этом, когда подбирали примеры: за короткой формулой нередко скрывается целая бытовая сцена [Forgas Berdet, 2012].

Фразеология не просто соседствует с традициями — она с ними переплетена. Мы видим в этих единицах не только коммуникативные инструменты, а хранилища культурной памяти. В них оседают обычаи, оценки, модели поведения. Они закрепляют то, что сообщество считает важным. Чтобы показать эту связь на практике, мы обращаемся к понятию культурной коннотации. Она позволяет вытащить на поверхность глубинные смыслы, спрятанные в устойчивых оборотах.

В. Н. Телия трактует культурную коннотацию как способ осмысления значения через призму культуры. Речь идёт о восприятии буквального или образного смысла в рамках культурных представлений [Телия, 1993, с. 45]. Поскольку фразеологизмы строятся на переносном значении, в их культурной коннотации особенно важна образная составляющая. Именно она передаёт особенности народного мировосприятия. Образ, лежащий в основе фразеологизма, опирается на традиции и коллективный опыт языкового сообщества. Как указывала В. Н. Телия, подобные выражения формируются на базе тех представлений о действительности, которые сложились внутри культуры [Телия, 1996, с. 156]. Из этого следует, что любой фразеологизм несёт в себе не только словарное значение. Он транслирует и более широкий пласт смыслов. В нём заключены общественные стереотипы, ценностные ориентиры и культурные коды.

Изучение фразеологизмов как источников культурной информации тесно связано с целями лингвокультурологии. Эта научная область исследует, как язык и культура взаимодействуют друг с другом. Специалисты в этой сфере анализируют, какие черты национального характера и элементы быта получают отражение в словах и оборотах. В. А. Маслова подчёркивает, что лингвокультурология выявляет культурные особенности народа, которые

закрепились в языковой системе. Она также рассматривает, каким образом язык передаёт принятые в обществе ценности и нормы [Маслова, 2001, с. 37].

При этом специфика воплощения культурных смыслов существенно варьируется в зависимости от языкового ареала – и испанский язык даёт для такого наблюдения особенно богатый материал. Испанский язык распространён в 21 стране, а число его носителей превышает 500 миллионов человек. В разных испаноговорящих странах сформировались уникальные языковые картины мира: фразеологизмы и идиомы несут специфическую культурную нагрузку, а одни и те же понятия могут выражаться по-разному. Ярким примером такой вариативности служит мексиканский вариант испанского языка. Как показывает исследование О. С. Чесноковой, в мексиканской фразеологии отчетливо прослеживается синтез различных культурных пластов: элементов коренной индейской традиции, наследия колониального периода и современных реалий латиноамериканского общества. Язык взаимодействовал с многочисленными индейскими языками, что привело к заимствованию лексики и синтаксических моделей [Чеснокова, 2006].

При всем многообразии региональных вариантов испанского языка в данном исследовании мы сосредоточимся на варианте, распространённом в Испании, – так называемом «кастильском» или «европейском» испанском. Такой выбор обусловлен необходимостью сфокусироваться на конкретном языковом сообществе для углубленного анализа взаимосвязи языка и культуры: это позволит детально рассмотреть фразеологию и языковые реалии, отражающие картину мира именно испанцев, без рассеивания внимания на многочисленные региональные вариации.

Опираясь на методологический принцип, сформулированный в этнолингвистике, мы будем исходить из того, что языковые явления неотделимы от культурного контекста их носителей. Поэтому при анализе испанской фразеологии нас будет интересовать, прежде всего, как в

устойчивых выражениях отражаются исторические традиции, социальные нормы, ценности и мировоззренческие установки жителей Испании.

В работе *Lenguaje y cultura: la etnolingüística* M. Casado Velarde рассматривает взаимосвязь языка и культуры через призму этнолингвистики, подчеркивая, что изучение языка невозможно в отрыве от культурного контекста его носителей. Согласно Casado Velarde, анализ языковых явлений, в том числе фразеологии, должен учитывать их культурно обусловленный характер: устойчивые выражения отражают коллективный опыт, ценности и стереотипы определенного языкового сообщества [Casado Velarde, 1988].

Ключевая особенность фразеологических единиц состоит в том, что они не создаются говорящим в момент речи, а извлекаются из «кладовой» языковой памяти – исторического хранилища устойчивых выражений, усвоенных в обществе. Эти выражения отражают повседневный опыт предыдущих поколений и передаются через устную традицию. Нередко носители языка используют такие единицы, не до конца осознавая их истинное значение и исторический контекст [Forgas Berdet, 2012; Cano Ginés, A., Arroyo Martínez, L., 2023].

Происхождение многих устойчивых выражений уходит корнями в глубокую древность. Некоторые из них имеют латинское происхождение и пришли вместе с римскими завоевателями, другие относятся к средневековью или эпохе барокко, третьи возникли сравнительно недавно. Благодаря кропотливой работе местных собирателей пословиц и изречений мы имеем возможность сегодня пользоваться этим богатством народной мудрости, которое не всегда используется в полной мере [Forgas Berdet, 2012].

В данном контексте культурная коннотация мыслится способом отображения культурной специфики в языковых знаках. Образ, лежащий в основе фразеологизма, служит каналом передачи культурной информации. Он способен включать в себя национально окрашенные реалии, устойчивые символы и сложившиеся стереотипы. Анализ такого образного основания в

рамках культурно-национального контекста определённого языкового коллектива позволяет отчётливо выделить характерные черты его картины мира [Ковшова, 2009, с. 89].

Различные источники культурной интерпретации фразеологизмов раскрывают многослойность национальной культуры. М. Л. Ковшова называет ряд важнейших источников. Они отражают мировоззрение народа. К ним относятся ритуальные проявления народной культуры. Сюда входят поверья, мифы и обряды. Важную роль играет паремиологический фонд. В него входят пословицы и поговорки. Они транслируют народную мудрость. Существенное значение имеют эталонные сравнения. Они закрепляют представления общества о качествах людей и свойствах предметов. Отдельно выделяются символы и квазисимволы. В языковой среде они обретают особый символический смысл. Не менее значимы религиозные традиции и тексты. Также к источникам относят интеллектуальное наследие. Оно включает крылатые фразы и литературные цитаты. Наконец, задействованы и внутриязыковые ресурсы [Ковшова, 2009, с. 112–115].

Фразеологизмы запечатлевают неповторимые особенности национальной картины мира. Они передают самобытные культурные концепты. По утверждению И. В. Зыковой, фразеологическая система формирует своеобразную «концептосферу культуры». В ней каждый устойчивый оборот связан с определёнными культурными сценариями и принятыми моделями поведения [Зыкова, 2022, с. 78]. В русской фразеологии можно проследить воплощение концепта «далеко». Он раскрывается через образы неосвоенного, «чужого» пространства. Примеры тому – выражения «у чёрта на рогах», «куда Макар телят не гонял», «за тридевять земель». Эти обороты не ограничиваются указанием на удалённость. Они дополнительно передают культурно значимые смыслы. В них слышится отсылка к нечистой силе, атмосфере неизвестности и ощущению опасности. Подобный подбор образов демонстрирует традиционное восприятие пространства русским

народом. Он отражает взгляды на его освоение и границы привычного мира [Зыкова, 2022, с. 95].

Мы постоянно сталкиваемся с этим парадоксом: язык одновременно эволюционирует и сохраняет наследие. В нём уживаются изменчивость и устойчивость, и именно в этом противоречивом единстве раскрывается его связь с культурой. Новые единицы возникают буквально на глазах, а привычные обороты вдруг обрастают свежими смыслами. Общество меняется, и язык чутко реагирует — подтягивает лексику под новые социальные условия, фиксирует сдвиги в оценках и представлениях.

В XX столетии фразеологический фонд заметно пополнился. Мы находили в материалах немало оборотов, прямо отсылающих к политическим событиям и техническим достижениям эпохи. При этом в языке сохраняется инерция традиции — не как что-то застывшее, а как рабочий механизм передачи культурного опыта. Многие народные изречения не теряют актуальности веками. Они продолжают выполнять роль носителей коллективной памяти [Опарина, 2005, с. 51]. Во фразеологии эта двойственность видна особенно отчётливо. Отдельные выражения постепенно уходят из активного употребления. Им на смену приходят новые формулы, отражающие текущие реалии, но общая образная система языка остаётся устойчивой. Она не рассыпается с каждым поколением, а поддерживает преемственность — и языковой, и культурной.

Мы рассматриваем фразеологизмы как динамический инструмент отражения национальной культуры. Они фиксируют не только коллективный опыт, но и ценностные ориентиры, способы осмысления действительности. Когда мы анализируем устойчивые выражения, перед нами постепенно проступает картина того, как народ видит мир и что считает важным. Именно поэтому изучение фразеологизмов в контексте языка и культуры открывает путь к пониманию национальной идентичности [Опарина, 2005, с. 52].

1.3. Гастрономический код культуры в языке

Термин «код» прочно вошёл в научный обиход гуманитарных дисциплин. Сегодня его используют в разных областях знания. К ним относят психолингвистику, семиотику, лингвокультурологию и теорию коммуникации. При этом исследователи пока не пришли к общему пониманию этого понятия. Одни учёные трактуют код как набор условных символов. В такой системе внешние знаки передают абстрактные смыслы. Другие специалисты обращают внимание на иную сторону явления. Они подчёркивают, что код способен выражать одно содержание через форму чего-то другого [Юрина, 2013].

В лингвокультурологическом направлении особое значение имеет понятие культурного кода. Оно получило серьёзную научную проработку. Согласно результатам исследований, культурный код складывается из знаков, которые отражают как материальные, так и духовные стороны жизни общества. Эти знаки постепенно становятся носителями значимых культурных смыслов [Ковшова, 2008, с. 60]. В. В. Красных предлагает образное описание этого явления. Он сравнивает культурный код с особой «сеткой». Культура словно набрасывает её на реальность. Так она разделяет мир на части, придаёт ему структуру и наделяет отдельные элементы определённой ценностью [Красных, 2003, с. 297]. Получается, что культурные коды помогают человеку осмыслить окружающую действительность. Они задают рамки восприятия и формируют систему оценок.

Культурный код функционирует как система знаков второго порядка. Он берёт уже известные элементы. Это могут быть предметы, явления или слова. Затем он дополняет их новыми, символическими смыслами. М. Л. Ковшова отмечает, что разные материальные и формальные средства способны передавать одно и то же культурное содержание. В совокупности эти смыслы складываются в общую картину мира. Они формируют мировоззрение конкретного общества [Ковшова, 2008, с. 65].

Динамика культурных смыслов играет большую роль при изучении фразеологизмов. Значение языковых единиц не остаётся неизменным. Оно меняется с течением времени. На него влияют исторические события и преобладающие в обществе взгляды. Е. О. Опарина указывает на подвижность культурных кодов во фразеологии. Они способны трансформироваться под воздействием перемен в социальной жизни. При этом они не теряют связи с устоявшимися традициями [Опарина, 2005, с. 48].

Иллюстрацией может служить слово «товарищ». В эпоху декабристов оно несло оттенок духовной близости. Пример тому – строка «Товарищ! Верь, взойдёт она – Звезда пленительного счастья!». Позже смысл слова сместился. В революционное время оно стало указывать на участие в общем деле. В советский период в нём усилилась идеологическая составляющая. Другой пример – слово «друг». В русской языковой традиции оно связано с представлением о глубокой душевной близости. Такие примеры подтверждают, что восприятие языковых знаков зависит от особенностей национального менталитета. Со временем оно может существенно меняться [Опарина, 2005, с. 50].

Гастрономический код относится к числу значимых культурных кодов. Он занимает заметное место в системе культурных смыслов. В. Н. Телия вместе с коллективом авторов «Большого фразеологического словаря русского языка» включает его в перечень базовых кодов культуры. Учёные подчёркивают его важность для формирования языковой картины мира [Телия, 1996]. Е. А. Юрина обращает внимание на выразительный потенциал кулинарной сферы. По её мнению, эта область активно порождает метафоры. Подобные процессы наблюдаются во многих языках. Русский язык не является исключением [Юрина, 2013, с. 32].

Фразеологизмы с гастрономической семантикой служат ярким примером реализации гастрономического кода в языке. Они не просто называют продукты питания или блюда, но и несут дополнительную

культурную информацию, отражают национальные традиции, обычаи и стереотипы. Например, в русской культуре лексема хлеб не только обозначает основной продукт питания, но и символизирует пищу вообще, средства к существованию, гостеприимство. Отсюда возникают такие фразеологизмы, как хлеб да соль (приветствие гостям) или зарабатывать на хлеб (обеспечивать себя) [Юрина, 2013].

Аналогичные процессы наблюдаются и в испанском языке, где гастрономический код также активно представлен во фразеологии и отражает культурные ценности и традиции. Гастрономический код представляет собой систему культурных смыслов, закрепленных в языковых единицах, связанных с едой и процессом питания. Он отражает традиции, ценности и особенности мировосприятия народа, фиксируя их в устойчивых выражениях – фразеологизмах.

В испанском языке гастрономические фразеологизмы занимают особое место, поскольку кулинарная культура Испании отличается богатством традиций и региональной вариативностью [Мед, 2014, с. 216]. Региональное разнообразие влияет не только на состав блюд. Оно сказывается и на восприятии пищевых привычек. Кулинарные ритуалы получают языковое воплощение. Так формируется специфическая картина мира. В ней еда выходит за пределы простого удовлетворения физиологической потребности. Она становится значимым культурным символом.

Мы видим, как гастрономические компоненты в составе фразеологизмов становятся культурными ориентирами – не просто маркерами пищевых предпочтений, а настоящими опорами для реконструкции фрагментов языковой картины мира. В этих оборотах кристаллизуются модели социальных взаимодействий, нормы поведения и устойчивые стереотипы.

Испанская гастрономическая лексика регулярно выходит за рамки узкокулинарного употребления, обретая в дискурсе дополнительные смысловые пласты. Исследователи отмечают устойчивую тенденцию к

символизации отдельных продуктов: хлеб (pan) ассоциируется с простотой и скромностью, вино (vino) — с достатком и праздничной атмосферой, рис (arroz) — с повседневностью [Lyu Xiaoxiao, 2018; García-Page Sánchez, Ímaz Azcona, 2012, p. 133]. Подобные смыслы не формируются спонтанно. Их укоренённость обусловлена коллективной памятью: хлеб длительное время оставался основой повседневного рациона, вино традиционно сопровождало торжественные и дружеские встречи, рис органично встроился в бытовой уклад ряда испанских регионов. Особенно показателен пример Валенсии, где паэлья функционирует уже не просто как блюдо, а как узнаваемый маркер локальной идентичности.

Идея совместного застолья (compartir la mesa) в испанской культуре обладает выраженной метафорической нагрузкой. Она репрезентирует эмоциональную близость и доверие; напротив, отказ разделить трапезу нередко трактуется как знак социальной дистанции [Forgas Berdet, 2012, p. 173]. Мы фиксируем, что языковая система последовательно отражает эту культурную установку: во множестве фразеологических единиц акцентируется ценность совместного приёма пищи как механизма поддержания социальных связей. Трапеза в данном контексте предстаёт не как физиологическая необходимость, а как полноценный социальный ритуал, в рамках которого воспроизводятся и укрепляются межличностные отношения.

Заслуживает внимания тот факт, что в испанской фразеологии кулинарные процессы регулярно служат образной основой для характеристики жизненных ситуаций. В культурной картине мира приготовление еды осмысливается как трудоёмкое занятие, требующее временных затрат, навыков и концентрации. Отсюда появление фразеологических единиц, отсылающих к продолжительному тушению или неторопливому запеканию: подобные образы часто символизируют выдержку и способность последовательно двигаться к поставленной цели. Иную семантическую линию демонстрирует описание неудачи. Выражение *quemar*

la sopa («сжечь суп») функционирует как метафора просчёта. Такая образность свидетельствует о том, что кулинарные умения в коллективном сознании соотносятся с проявлением житейской рассудительности [Мед, 2014, с. 219].

Региональная специфика заметно влияет на формирование гастрономического кода. В Андалусии бытуют обороты, перекликающиеся с *gazpacho*, в Каталонии – отсылающие к *pa amb tomàquet*, в Галисии особую роль играют образы морепродуктов и кукурузной лепёшки *torta de millo*. Эти единицы не сводятся к простому упоминанию местных угощений. В них заключены культурные смыслы, соотносимые с историей региона, его природными условиями и привычным укладом жизни [García Page Sánchez, Ímaz Azcona, 2012, p. 145]. Они подчёркивают богатство испанской культуры и одновременно показывают, как многообразие региональных традиций существует в рамках единой национальной культуры.

Время приёма пищи в испанском языке тоже обретает символическую нагрузку. Момент, когда принято обедать (*la hora de comer*), нередко выступает символом упорядоченности, ассоциируется с устойчивостью привычного распорядка. Напротив, выражение *comer fuera de hora* может приобретать смысл отклонения от нормы, а иногда – и несогласия с общепринятыми правилами [Писанова, 2009, с. 225]. Это не случайно: привычный ритм жизни в Испании включает продолжительный обеденный перерыв и довольно поздний ужин. За этим стоит особое восприятие трапезы: она считается не просто способом утолить голод, а значимым социальным действием. За столом обсуждают важные вопросы, укрепляют отношения, передают устоявшиеся обычаи.

В гастрономических фразеологизмах нередко прослеживаются социальные и гендерные оттенки смысла. Обороты, касающиеся приготовления еды, могут отсылать к сложившимся семейным ролям. В прошлом именно женщина чаще всего сохраняла и передавала кулинарные знания. С другой стороны, упоминания изысканных продуктов или напитков

(champrán, foie gras) способны намекать на уровень благосостояния, указывать на принадлежность к определённой социальной группе [Casado Velarde, 1988, p. 120]. Мы видим, что такие единицы фиксируют не только вкусы, но и правила поведения, принятые в обществе. Еда в этих оборотах становится признаком социального статуса.

Сопоставляя испанские и русские гастрономические фразеологизмы, мы замечаем, как национальная специфика формирует разные образные системы. В русском языке используют оборот «каша в голове» – он описывает состояние спутанных мыслей и опирается на образ блюда, традиционного для русской кухни. Испанский язык для передачи схожих смыслов задействует иные образы, укоренённые в привычных для испанцев кулинарных реалиях.

И. В. Зыкова подчёркивает, что культурные концепты воплощаются в разных языковых формах, в том числе во фразеологии [Зыкова, 2022]. Со временем содержание таких концептов меняется – на это влияет то, как общество осмысливает действительность. Гастрономические фразеологизмы не просто фиксируют сложившиеся представления, но и показывают, как они развиваются. В русском языке примером служит выражение «молочные реки, кисельные берега»: оно отсылает к древним представлениям о богатстве и изобилии, тесно связанным с обрядовой пищей [Телия, 1996]. В испанской культуре похожие идеи передают через иные символы – например, образы хамона или оливкового масла, которые ассоциируются с достатком и успешным течением дел.

Мы убеждены, что гастрономическая фразеология представляет собой продуктивный материал для реконструкции национальной идентичности. В этих единицах кристаллизуется коллективный опыт, проступают ценностные установки общества и устойчивые модели осмысления действительности. Гастрономический код в испанском языке предстаёт как многоплановое явление: он интегрирует кулинарные традиции, социальные нормы и культурные символы, сплетая их в единую смысловую систему. Устойчивые

выражения не ограничиваются описанием практик питания — они транслируют глубинные смыслы, касающиеся человеческих отношений, трудовой этики и региональной идентичности. Анализируя их, мы получаем доступ к когнитивным установкам носителей языка, к тому, как в культуре очерчиваются границы «своего» и «чужого», как осмысляются труд, достаток и социальная близость [Nadal, 2009, p. 95].

Фразеологические единицы с гастрономической семантикой выполняют функцию закрепления культурных смыслов. Они кодируют представления о гостеприимстве и совместных застольях как формах социального взаимодействия. В них фиксируется отношение к труду и материальному благополучию, проявляются принятые в обществе оценки. Подобные обороты активно используются для характеристики личностных черт и поведенческих моделей, а также для описания типичных жизненных ситуаций — от бытовых неурядиц до серьёзных социальных коллизий.

Национально-культурная специфика напрямую определяет конфигурацию гастрономического кода и сказывается на составе фразеологических систем. Это отчётливо видно при сопоставлении русского и испанского материала. Так, в русском языке закрепился оборот «каша в голове» для обозначения спутанности мыслей. Его образная основа — каша, традиционное блюдо русской кухни, ассоциирующееся с чем-то неоднородным, смешанным. В испанском языке для передачи близких смыслов задействуются иные образные схемы, опирающиеся на привычные для испаноязычной культуры кулинарные реалии. Мы не раз убеждались в этом, подбирая межъязыковые параллели: совпадение ситуаций не влечёт совпадения образов, поскольку каждый язык опирается на собственный культурно-исторический багаж.

И. В. Зыкова обращает внимание на способность культурных концептов находить воплощение в различных языковых формах. К ним относится и фразеология. Со временем содержание таких концептов меняется. На это

влияет то, как общество осмысливает окружающую действительность [Зыкова, 2022]. Гастрономические фразеологизмы не просто фиксируют сложившиеся представления. Они показывают, как эти представления развиваются. В русском языке примером служит выражение «молочные реки, кисельные берега». Оно отсылает к древним представлениям о богатстве и изобилии. Эти смыслы тесно связаны с обрядовой пищей [Телия, 1996]. В испанской культуре похожие идеи передают через иные символы. Часто используют образы хамона или оливкового масла. Они ассоциируются с достатком и успешным течением дел.

В. А. Маслова подчёркивает, что лингвокультурный код умеет удерживать смыслы, важные для общества, и передавать их дальше. Он не висит в вакууме — он растёт из национального характера и напрямую влияет на выбор языковых средств. Отсюда и складывается привычная для носителя манера подавать информацию [Маслова, 2001]. Гастрономический код особенно удачно показывает эту закономерность. Он живёт внутри лингвокультурного кода и берёт простые образы еды и трапезы, чтобы упаковывать в них серьёзные общественные ценности. В этих образах проступают устоявшиеся нормы и скрытые установки — будто язык незаметно подтягивает быт под общие правила жизни.

Ч. Ли в своей диссертации показывает, как пищевая лексика и фразеология в русской лингвокультуре выходят за рамки бытового описания. Мы не раз убеждались в этом, подбирая примеры: такие единицы помогают осмысливать абстрактные категории — время, пространство, эмоции, отношения между людьми [Ли, 2022]. Механизм этот универсален, но в каждой культуре он обрывает своими деталями. В русском материале мы видим, как бытовые детали становятся инструментами оценки: «тёртый калач» сразу рисует опытного человека, а «молоко на губах не обсохло» — совсем юного, ещё не вошедшего в силу. Испанские параллели работают иначе, и это не случайность, а отражение иного культурного угла зрения.

Гастрономический код — не россыпь отдельных слов, а настоящая система. В ней сцеплены языковые формы и смыслы, которые общество в них закрепило. Она хранит представления народа о еде и питании, а заодно тянет за собой связанные с ними обычаи и традиции. Реализуется всё это через разные языковые средства: фразеологизмы, пословицы, поговорки. У каждого из этих жанров своя интонация, но у всех — общий культурный подтекст. Мы специально подбирали примеры из разных регистров, чтобы показать, как один и тот же мотив (например, достаток или бедность) звучит и в разговорной фразе, и в паремии.

Сопоставление русского и испанского материала делает эту разницу особенно заметной. Когда мы смотрим на гастрономические фразеологизмы, перед нами постепенно складывается национальная картина мира. Анализ показывает, как кулинарные традиции буквально пропитывают язык, а пищевые привычки становятся основой особого взгляда на действительность. Мы не стремимся свести всё к простым соответствиям: интереснее как раз несовпадения. Именно в них прячется специфика — то, что позволяет увидеть, как по-разному культуры кодируют одни и те же жизненные ситуации.

1.4. Русская и испанская гастрономическая фразеология: теоретическая база для сопоставления

Сопоставляя гастрономическую фразеологию русского и испанского языков, мы не стремимся просто собрать пары похожих оборотов. Наша задача — увидеть, как через кулинарные образы проступают универсальные черты мышления и одновременно проступают глубоко национальные особенности восприятия мира. Теоретическая база такого сопоставления опирается не на формальные совпадения, а на комплекс параметров: семантику фразеологизмов, механизмы метафоризации, культурную мотивацию и функциональную роль гастрономических единиц в языковой картине мира.

Метафоризация здесь — не случайный приём, а основной механизм рождения подобных единиц. Она переносит смыслы, связанные с

приготовлением и употреблением пищи, в иные сферы человеческой деятельности. В русском языке кулинарные образы легко обретают символическое звучание. Они становятся удобным способом описать повседневные дела, трудовую деятельность, взаимодействие между людьми [Капелюшник, 2009, с. 143].

Возьмём несколько примеров. Оборот «каша во рту» используют, чтобы подчеркнуть невнятность речи. «Заварить кашу» означает создать затруднительную ситуацию, а «расхлёбывать кашу» – разбираться с её последствиями. Мы видим, как привычные кухонные действия превращаются в ёмкие образы для описания социальных и коммуникативных явлений. Эти выражения не просто фиксируют бытовую деталь – они кодируют определённую модель поведения и оценки ситуации.

Русская гастрономическая фразеология отличается плотностью культурных смыслов. В ней закрепились самые разные продукты и блюда, ставшие основой устойчивых оборотов. Особое место занимает хлеб. Он не сводится к обозначению еды: в сочетаниях «хлеб-соль» и «насущенный хлеб» он выступает знаком благополучия, радушия, гостеприимства. В русской традиции хлеб связан с представлениями о труде, единении с родной землёй, нравственной опорой. Мы замечаем, что за этим словом стоит целый пласт культурных ассоциаций, выходящих далеко за пределы кулинарной сферы.

Не менее показательна роль каши. С одной стороны, она ассоциируется с обыденностью и простотой. С другой – способна передавать идею запутанности и сложности. Каша прочно вошла в кулинарную традицию и со временем превратилась в устойчивый символ, который используют для характеристики жизненных обстоятельств. Мы не воспринимаем эти обороты как случайные: в них кристаллизуется народная логика, где бытовая ситуация становится моделью более широкого социального действия.

Такие образы выполняют серьёзную культурную функцию. Они не просто обозначают продукты, а закрепляют в языке ценностные установки,

нормы этикета, народную мудрость. Фразеологизмы, связанные с едой, сохраняют память о прошлом. Они фиксируют сложившиеся в обществе правила поведения и взгляды на питание как на часть культурной традиции [Живаго, 2018].

В испанском языке кулинарные образы тоже активно участвуют в создании метафор. Они формируют значительный пласт фразеологического фонда и передают устоявшиеся пищевые практики. Barbadillo de la Fuente отмечает, что такие единицы отражают народные представления о правильном питании и о связи еды с состоянием здоровья, социальным положением и эмоциональным самочувствием [Barbadillo de la Fuente, 2019, с. 105–118]. Мы видим, что в испанской фразеологии гастрономия становится способом передачи культурных знаний: через привычные образы люди описывают не только еду, но и отношения, ценности, жизненные стратегии.

При этом механизмы метафоризации в двух языках работают по-разному. В русском мы чаще встречаем перенос, основанный на бытовой логике: действие на кухне напрямую уподобляется действию в социальной сфере. В испанском нередко важнее символическая нагрузка самого продукта или идея совместного приёма пищи. Мы не считаем один подход «правильнее» другого – напротив, эти различия и составляют предмет нашего анализа. Именно в несовпадениях проявляется специфика национальной картины мира: то, какие образы язык выбирает для описания одних и тех же смыслов, многое говорит о культурных приоритетах.

Мы полагаем, что сопоставительный анализ гастрономической фразеологии позволяет увидеть не только формальные сходства и различия, но и глубинные основания, по которым в каждом языке формируются устойчивые смыслы. Это даёт возможность точнее описать, как кулинарные образы становятся частью языковой картины мира и как они транслируют культурные ценности от поколения к поколению.

С точки зрения строения и состава испанские гастрономические фразеологизмы обычно складываются из слов, знакомых каждому в быту. Они опираются на привычные элементы повседневной кухни [García-Page Sánchez, Ímaz Azcona, 2012, с. 135]. Чаще в них встречаются названия распространённых и простых продуктов. Изысканные или редкие блюда используются реже. Причина в том, что такие выражения прочно вошли в обиход. Они нужны для повседневного общения. Простые гастрономические понятия быстрее запоминаются. Их активно применяют в житейских ситуациях [Ye, 2022].

Испанская культура тесно связана с кулинарными традициями. Это заметно и в языке. Гастрономические образы широко применяются во фразеологии. Среди слов, которые употребляются особенно часто, выделяются *pan* («хлеб») и *vino* («вино»). Их значимость объясняется долгой историей и важной ролью в жизни общества. Следом за ними по частоте использования идут названия овощей, фруктов, морепродуктов, разных видов мяса и традиционных блюд. Некоторые из этих блюд не имеют аналогов в других языках [Митронова, 2022, с. 150–152; Фролов, 2013, с. 112–115].

Е. А. Трофимова в своей работе обращает внимание на особую роль продуктов средиземноморской диеты. В испанских фразеологизмах регулярно встречаются такие слова, как *aceite de oliva* («оливковое масло»), *tomate* («помидор»), *ajo* («чеснок»), *vino* («вино») и *pan* («хлеб») [Трофимова, 2024, с. 106–112]. Эти наименования не ограничиваются указанием на еду. Они несут дополнительную смысловую нагрузку. Вино и хлеб ассоциируются с открытостью и единением людей. Оливковое масло воспринимается как символ крепкого здоровья и долгой жизни.

Структура подобных фразеологизмов нередко строится вокруг глаголов. Они подчёркивают действие или процесс. Пример – выражение *echar aceite al fuego* («подливать масла в огонь»). Такая форма делает оборот более выразительным. Она усиливает его образность [Codita, 2014].

Сопоставление фразеологических единиц в русском и испанском языках позволяет увидеть общие закономерности. В обоих случаях кулинарные образы помогают описывать разнообразные явления. С их помощью характеризуют людей. Ими пользуются, чтобы дать оценку происходящему. При этом в каждом языке складывается свой круг базовых продуктов. Именно они становятся источником метафор. В русской фразеологии заметное место занимают хлеб, каша и соль. Эти продукты глубоко укоренены в национальной кухне. Они несут в себе сложившиеся символические смыслы [Живаго, 2018].

Важным аспектом сопоставления является культурная мотивация фразеологизмов. В обоих языках гастрономические единицы часто связаны с этическими и социальными нормами. В русском языке, например, фразеологизмы с образом хлеба («делить хлеб-соль») отражают традиции гостеприимства. В испанском языке аналогичные функции выполняют выражения, связанные с совместным приемом пищи, где трапеза выступает символом доверия и дружбы (*compartir la mesa* – «разделять стол») [Navarro Brotons, 2021].

Сходства между русской и испанской гастрономической фразеологией проявляются в универсальности метафор: в обоих языках еда служит основой для описания абстрактных понятий – эмоций, отношений, действий. Например, «сладкий» в переносном значении означает приятное: «сладкие речи» в русском и *dulce como la miel* («сладкий как мед») в испанском [Кутьева, 2009, с. 97]. Также общей чертой является антропоцентричность: фразеологизмы часто описывают человека через кулинарные образы. В русском языке это «тертый калач» (опытный человек), а в испанском – *ser un viejo zorro* (буквально «быть старым лисом», но в контексте кулинарии может ассоциироваться с выдержанным сыром или вином) [Лопес Рамирес, 2021, с. 406].

Различия же обусловлены культурно-историческими факторами. В русской фразеологии доминируют зерновые и мучные изделия, что отражает

аграрную основу традиционной экономики и кухни. Хлеб, каша, пироги – эти продукты были основой рациона, поэтому их образы прочно вошли в язык. В испанской фразеологии, напротив, преобладают продукты Средиземноморья: оливковое масло, морепродукты, томаты. Это связано с географией, климатом и историческими контактами с другими культурами [Смирнова, 2013, с. 45].

Степень метафоризации также различается. В русском языке гастрономические фразеологизмы часто приобретают абстрактные значения, теряя прямую связь с кулинарным процессом. Например, «расхлебывать кашу» означает разбираться с последствиями каких-либо действий, а «каша во рту» – невнятную речь. В испанском же языке фразеологизмы нередко сохраняют более тесную связь с кулинарными реалиями: *estar en su punto* («быть в своей точке») изначально относится к готовности блюда, но может использоваться и в переносном смысле [Pamies Bertrán, 2014, p. 35].

Функциональная роль гастрономических фразеологизмов в русском и испанском языках складывается по-разному, хотя кое-что и совпадает. Мы замечали, как в русской речи такие обороты охотно берут на себя роль народной сентенции: в них прячется и мораль, и ирония, и привычная житейская оценка. Отсюда их дидактическая и экспрессивная функция. Фраза вроде «заварить кашу» сразу задаёт оттенок неодобрения, будто говорящий качает головой.

В испанском материале мы чаще видели другой акцент. Фразеологизмы там работают на передачу эмоций и на маркировку социальных ситуаций. Они будто задают рамку общения — показывают, насколько люди близки, готовы ли делиться временем и вниманием. Смирнова справедливо отмечает эту разницу: для испанской картины мира особенно важна ценность совместного присутствия, и язык это аккуратно фиксирует [Смирнова, 2013, с. 50].

Структурные особенности тоже задают свой ритм. В русском языке хорошо прижились глагольно-именные конструкции — они звучат плотно и ёмко: «заварить кашу», «подливать масла в огонь». Мы не раз убеждались, что

именно эта форма помогает быстро и точно передать оценку. В испанском похожие типы встречаются, но их продуктивность и смысловые акценты иные. Navarro Brotons подчёркивает, что структурные параллели не означают семантической идентичности: одинаковые схемы могут нести разные культурные смыслы [Navarro Brotons, 2021].

Сопоставляя русскую и испанскую гастрономическую фразеологию, мы опираемся на комплексный разбор: семантика, мотивация, структура и функции. Такой подход позволяет не просто находить похожие обороты, а видеть, как работают механизмы метафоризации и где проявляется национальная специфика. Иногда параллели выглядят почти зеркальными, а иногда — совсем разными, и именно эти несовпадения оказываются самыми информативными. Они приоткрывают, как в языке кодируются ценности, представления о норме и даже бытовые привычки. Особое внимание к русскому материалу помогает показать, как гастрономические образы стали естественной частью языковой картины мира — не как экзотика, а как привычный способ говорить о сложном.

Выводы по 1 главе

В параграфе 1.1 мы старались не сводить понятие фразеологической единицы (ФЕ) к сухой дефиниции. Для нас ФЕ — это живой элемент системы, где форма и смысл находятся в постоянном напряжении. Это воспроизводимое сочетание слов, у которого есть целостное значение: отдельные компоненты теряют самостоятельность, а вместе складываются в новую смысловую конфигурацию. Мы подчёркиваем, что фразеология живёт на стыке лексики, грамматики и стилистики — именно эта пограничность делает её такой многослойной и непростой для анализа.

Описывая признаки ФЕ, мы не стремились к безликому списку. Устойчивость — это не просто повторяемость формы, а показатель того, что оборот прочно вошёл в речевую практику. Воспроизводимость — не

механическая привычка, а признак того, что носители воспринимают единицу как готовую, узнаваемую форму. Образность опирается на метафору — именно она придаёт ФЕ выразительность и культурный объём. Вариативность показывает, что устойчивость не равна окаменелости: допускаются варианты, если сохраняется ядро значения. Так ФЕ остается одновременно стабильной и подвижной — и именно в этом её сила.

Структура ФЕ рассматривалась нами с учётом не только количества компонентов и синтаксической роли ядра, но и степени расчленённости структуры — от монолитных блоков до единиц, в которых ещё можно уловить смысловые акценты отдельных элементов. Классификации мы не воспринимали как конкурирующие, а старались показать их взаимодополняемость. Так, типология В. В. Виноградова (фразеологические сращения, единства и сочетания) даёт семантическую оптику, а дополнение Н. М. Шанского (фразеологические выражения — пословицы, поговорки, крылатые выражения) расширяет взгляд за счёт учёта коммуникативной функции. Классификации по экспрессивно-стилистическим свойствам и по происхождению позволяют увидеть ФЕ в динамике употребления и в исторической перспективе.

В параграфе 1.2 мы сосредоточились на том, как язык и культура вступают в диалог именно через фразеологию. ФЕ — это не просто слова с «культурным оттенком», а носители культурной коннотации, то есть интерпретации значения в категориях культуры. В них кристаллизуется коллективный опыт, традиции и мировоззрение народа. Образное основание ФЕ напрямую связано с национальной картиной мира: оно отражает культурно-национальный опыт, а не является случайным набором ассоциаций.

Особую сложность, на наш взгляд, представляет динамика культурной коннотации: смыслы трансформируются под влиянием исторических периодов и ментальных установок общества, но при этом сохраняют связь с традиционными представлениями. Мы выделили несколько источников

культурной интерпретации: ритуальные формы народной культуры, паремиологический фонд, эталонные сравнения, символы и квазисимволы, религиозные тексты и традиции, интеллектуальное наследие, страноведчески маркированные реалии и внутриязыковые ресурсы, отражающие «наивную картину мира». Такой подход позволяет не ограничиваться констатацией «есть культурный смысл», а показывать, откуда он берётся и как поддерживается.

В параграфе 1.3 мы раскрыли суть гастрономического кода культуры в языке. Мы определили его как систему культурных смыслов, закреплённых в языковых единицах, связанных с едой и питанием. Этот код работает как вторичная знаковая система: он наделяет продукты и блюда символическими значениями, отражая традиции, ценности и мировосприятие народа. Гастрономические фразеологизмы фиксируют не кулинарные предпочтения, а социальные отношения, этические нормы и стереотипы поведения — в короткой фразе язык упаковывает целый культурный сценарий.

Мы показали, как код переплетается с семейными и дружескими ценностями, трудовой этикой и региональной идентичностью. Устойчивые выражения передают правила жизни: приглашение к трапезе или отказ разделить пищу считаются как сигналы о степени близости и доверия. В бытовых оборотах проступают важные установки — что считается вежливым, а что обидным. Поэтому гастрономический код — не украшение культуры, а её рабочий элемент, часть общего лингвокультурного кода.

В 1.4 мы заложили теоретическую базу для сопоставления русской и испанской гастрономической фразеологии. Стало видно: кулинарные образы в обоих языках активно формируют переносные значения, но национальная специфика проявляется в выборе базовых продуктов, степени метафоризации и функциях фразеологизмов. В русском материале мы отметили дидактическую нагрузку — фраза будто учит или иронично оценивает. В испанском сильнее выражена социальная и эмоциональная линия: оборот помогает обозначить или сократить дистанцию.

Универсальные черты мы выявили в самой логике метафоризации: еда — удобная модель для описания абстрактного. Отсюда и антропоцентричность фразеологизмов. Мы подобрали пары примеров, чтобы показать, как одна и та же ситуация получает разные образные воплощения. Экспрессивная и дидактическая функции есть в обоих языках, но звучат с разной интонацией.

Гастрономическая фразеология — полноценный инструмент отражения национальной культуры: она фиксирует коллективный опыт и привычные способы осмысления действительности. Сопоставление русских и испанских единиц раскрывает и универсальные механизмы метафоризации, и ту специфику, что делает каждый язык неповторимым. Для нас важнее именно несовпадения — в них прячется культурный смысл. Полученные результаты дали надёжный фундамент для практической работы: теперь мы можем анализировать корпус фразеологизмов, опираясь на чёткие критерии отбора и интерпретации.

ГЛАВА 2. СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ГАСТРОНОМИЧЕСКИХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ РУССКОГО И ИСПАНСКОГО ЯЗЫКОВ

2.1. Формирование корпуса фразеологизмов: принципы отбора и тематическая категоризация

Для анализа отобраны фразеологизмы с гастрономической семантикой. Критерии отбора включали наличие гастрономического компонента (прямого или метафорического) в составе фразеологизма, его репрезентативность (употребительность и отражение культурных особенностей языка), возможность сопоставления с эквивалентом в другом языке (полный или частичный эквивалент), разнообразие тематических групп, а также стилистическую маркированность. В итоговую группу отобранных фразеологизмов были включены единицы разных стилей (разговорные, книжные, экспрессивные).

Отобранные фразеологизмы систематизированы по тематическим категориям на основе их значения в русском языке. В каждой паре сначала приводится русский фразеологизм, затем его испанский аналог, а в круглых скобках – дословный перевод испанского выражения, если он отличается от русского значения. Кроме того, ниже приведены русские фразеологизмы, не имеющие аналогов в испанском языке, они в данной классификации будут приведены без аналога на испанском и соответственно без перевода.

Мучное

Хлеб – общее название для печенных из муки изделий, но чаще это наименование употребляется по отношению к такому виду хлеба, который русские едят каждый день, но также к нему относят батоны, булочки, караваи, калачи, бублики и другие виды хлебобулочных изделий. Хлеб в прежние времена был основой рациона как русского, так и испаноязычного человека, поэтому неудивительно, что достаточно значительный пласт гастрономических ФЕ составляют единицы с семантическим ядром в виде мучных изделий.

В русской национальной кухне хлеб воплощает достаток и благополучие. Его воспринимали как дар Божий, порой отождествляя с образом божества, что порождало почтительное, почти религиозное отношение. Например, хлеб ставили перед иконами в знак верности Богу. Традиции приготовления тоже подчеркивали особый статус продукта: выпекать его запрещалось в воскресенье и в дни великих праздников, а во время выпечки требовалось соблюдать тишину, так как считалось, что шум может испортить хлеб.

Значимую роль хлеб играл и в обрядах. При встрече почетных гостей, молодоженов и новоселов каравай выносили на рушнике или подносе вместе с солонкой. Хлеб символизировал благополучие, а соль служила оберегом от враждебных сил. Гость при этом должен был отломить кусочек, посолить и

съесть – это обычай, выражающий гостеприимство и щедрость, сохранился до наших дней [Юрина, 2015, с. 71–73].

В испанской культуре хлеб также занимает центральное место в языковой картине мира и выступает не просто как продукт питания, а как значимый культурный символ. Подобно русской традиции, в испаноязычном пространстве он тесно связан с представлениями о материальном благополучии и повседневном укладе, что находит отражение в богатстве фразеологического фонда. Характерно, что хлеб часто фигурирует в паре с вином – этот символический дуэт воплощает основу средиземноморской модели питания и служит маркером социокультурной идентичности.

Многочисленность испанских пословиц и устойчивых выражений с компонентом «хлеб» обусловлена его исторической ролью: на протяжении веков он оставался не только ключевым элементом рациона, но порой и единственным доступным продуктом в условиях нехватки пищи. Благодаря этому в языке закрепился целый пласт культурно маркированных единиц, передающих традиционные представления о жизненных ценностях, щедрости, справедливости и мудрости. Так, языковые средства фиксируют и транслируют коллективное восприятие хлеба как опоры существования и носителя глубоких символических смыслов [Lyu Xiaoxiao, 2018].

Вот несколько самых репрезентативных ФЕ с семантическим компонентом «хлеб»:

- Зарабатывать (на) хлеб / добывать свой хлеб – *ganarse el pan* (зарабатывать на хлеб).
- Найти хлеб себе по зубам – *hallar pan para mis dientes* (найти хлеб себе по зубам).
- Перебиваться с воды на хлеб / с хлеба на воду – *a pan y cebolla* (на хлебе и луке).
- Есть чужой хлеб / даром есть хлеб – *a pan y cuchillo / a pan y manteles* (на хлебе и ноже / на хлебе и скатерти).

- Кнутом и пряником – del pan y del palo (хлебом и розгой).
- Хлеб насущный – el pan Nuestro de cada día (хлеб Наш на каждый день).
- Расхватывать, как горячие пирожки – se vende como pan caliente (разойтись, как горячий хлеб).
- Тертый калач – saber más de los ratones blancos (знать больше, чем белые крысы).
- Смять/разбить в лепешку – hacer tortilla (сделать тортилью)
- Volver la tortilla (перевернуть тортилью) – изменить все до неузнаваемости, перевернуть все вверх дном
- Дырка от бублика;
- Хлеб-соль.

Овощи и фрукты

Фрукты давно стали неотъемлемой частью русской кухни – их используют и свежими, и в переработанном виде. Из них готовят варенья, джемы, компоты, соки, добавляют в десерты и выпечку, а еще включают в состав салатов, гарниров, блюд из мяса и рыбы. На Руси фрукты выращивают с давних времен – любопытно, что раньше их называли «овощами». Особенно популярны были яблоки: их мочили, заквашивали (в том числе вместе с капустой) и консервировали. Все это показывает, насколько прочно фрукты вошли в традиционный рацион [Юрина, 2015, с. 124].

Фрукты играют значимую роль в испанской культуре и языке. Так как фрукты составляют важную часть рациона испанцев в летний сезон, они стали источником образных выражений, отражающих народный опыт, мировоззрение и систему ценностей. Разнообразие местных фруктов, включая апельсины Леванта и вишни Эстремадуры, исторически оказало влияние на формирование гастрономических традиций региона. В испанской фразеологии фрукты становятся метафорой, помогающей осмыслить жизненные ситуации,

человеческие качества и взаимоотношения. Через них воплощаются идеи времени, судьбы, удачи и социальной динамики [Lyu Xiaoxiao, 2018].

Что касается овощей, они занимают ключевое место в русской пищевой традиции. Они не просто входят в состав множества блюд, но и составляют основу рациона русского человека. Овощи служат ингредиентом для салатов, супов, гарниров, соусов и даже выпечки. В числе наиболее популярных овощей в русской кухне: картофель, капуста, морковь, лук, свекла, огурцы и помидоры. Традиция употреблять овощи в пищу уходит корнями в глубокую древность. Еще в Киевской Руси выращивали репу, капусту, лук, чеснок и свеклу. В XV–XVII веках в Россию завезли перец, помидоры, огурцы, картофель, тыкву и фасоль. Примечательно, что до распространения картофеля именно репа считалась самым любимым и распространенным овощем на Руси [Юрина, 2015, с. 149–150].

В испанской культурной традиции овощи издавна занимают центральное место в рационе. До появления продуктов из Америки (томат, картофель, перец и др.) основу питания составляли традиционные для Европы овощи, например, капуста и репа. Со временем новые культуры вошли в обиход и прочно закрепились в кухне Испании. Этот исторический пласт отразился и в языке: названия овощей стали частью фразеологизмов и пословиц [Lyu Xiaoxiao, 2018].

Рассмотрим репрезентативные фразеологические единицы с семантическим компонентом «фрукты и овощи»:

- Хрен редьки не слаще – *olivo y aceituno todo es uno* (оливка и маслина, все одно).
- Проще пареной репы – *fácil como beber un vaso de agua* (просто, как выпить стакан воды).
- Всякому овощу свое время/свой срок – *Cada cosa a su tiempo y los nabos/pasas en Adviento* (каждая вещь в свое время, а репа/изюм в Адвент).

- С перчиком / перчинкой – con su sal y pimienta (с его солью и перцем).
- Яблоко раздора – manzana de la discordia (яблоко раздора).
- Запретный плод сладок – fruta prohibida es la más apetecida (запретный плод – самый желанный).
- Выжат, как лимон – estrujado como un limón (выжат, как лимон).
- Яблоко от яблони недалеко падает – el árbol se conoce por sus frutos (дерево, известное своими фруктами).
- Адамово яблоко, кадык – nuez de Adán (орех Адама).

Мясо и морепродукты

В русской культуре мясо прочно закрепилось как значимый элемент не только рациона, но и социокультурного кода. Мы видим в нём не просто продукт, а явление с многослойной символикой — бытовой, обрядовой, религиозной. Праздничные трапезы традиционно строились вокруг мясных блюд, и их подбор сам по себе рассказывал о культурной картине эпохи: исконно русские практики вроде запечённого поросёнка, буженины или мяса, тушёного в горшках, соседствовали с заимствованиями — котлетами, гуляшом, бефстрогановом.

Христианские нормы задали в восприятии мяса чёткую ценностную шкалу. Они провели границу между «чистым» и «нечистым», а заодно закрепили режим ограничений — прежде всего в постные дни. При этом мясо не оставалось только в сфере питания: оно вошло в обрядовые и магические практики. В народной традиции его задействовали в лечебных и приворотных ритуалах — деталь, которая показывает, насколько глубоко продукт вошёл в систему бытовых смыслов [Юрина, 2013, с. 250–251].

В Испании мясо исторически несло иную смысловую нагрузку — прежде всего социальную. Его редкость в повседневном рационе большинства людей превращала употребление мяса в маркер достатка. Оно становилось атрибутом праздника, знаком особого случая. Среди мясных продуктов особое место заняла свинина. Мы не раз отмечали, что свинья была одним из первых

одомашненных животных и веками оставалась в центре хозяйственной и культурно-религиозной жизни — её роль выходила далеко за рамки простого источника пищи.

Помимо свинины, заметное место в рационе занимает мясо домашней птицы, в первую очередь кур. При этом символика отдельных животных (например, петуха) выходит за рамки пищевого употребления и приобретает культурно-метафорические значения, отражаясь в языковой картине мира [Lyu Xiaoxiao, 2018].

Рассмотрим репрезентативные фразеологические единицы с семантическим компонентом «мясо и морепродукты»:

- Пушечное мясо – *carne de cañón* (мясо пушки).
- Ни рыба ни мясо – *no ser ni carne, ni pescado* (не быть ни мясом, ни рыбой).
- Как сельдь в бочке – *estar como sardinas en lata* (как сардины в консервной банке).
- Метать икру – поднимать шум, ругаться, браниться, возмущаться (обычно по пустякам, без достаточных оснований).
- Биться как рыба об лед – безрезультатно добиваться чего-нибудь, сильно нуждаясь, бесплодно добиваться улучшения материального положения.
- Не все с рыбкой, иногда и с репкой – *después de lo dulce viene lo amargo* (после сладкого идет горькое).
- Как рыба в воде – *como gallina en corral* (как курица в загоне).
- Покраснеть, как рак – *colorado como un cangrejo* (красный, как рак).
- Когда рак на горе свистнет – *cuando meen las gallinas* (когда куры пописают).
- Курица, несущая золотые яйца – *gallina de los huevos de oro* (курица с золотыми яйцами).

Молочные продукты

Молоко издавна занимает важное место в русской кухне и культуре. Его употребляют уже около 7–8 тысяч лет, а молочный промысел на территории России известен с IX века. Долгое время производители сосредоточились на изготовлении двух основных продуктов переработки – масла и творога, а промышленное производство молока и молочных продуктов началось лишь в XVIII веке. В народном сознании молоко стало символом благополучия и изобилия. Об этом говорит известный образ молочных рек и кисельных берегов, который воплощает мечту о сытой и счастливой жизни. Кроме того, молоко связывают с преемственностью поколений: идея передачи традиций и ценностей отразилась в выражении «впитать с молоком матери».

У восточных славян молоко имело и сакральное значение. Его использовали в различных обрядах: например, новорожденного обливали молоком, а косяки дверей и окон смазывали им в случае стихийных бедствий. Существовало поверье, что пожар от молнии можно потушить только молоком. Соответственно, можно сделать вывод, что в русской культуре молоко воспринимается не просто как продукт питания, а как особый символ, связанный с представлениями о достатке, семейных ценностях и защите [Юрина, с. 221–222].

В испанской культуре молочные продукты занимают устойчивое место в системе питания и гастрономических традиций. Основным видом молока, используемым как для непосредственного употребления, так и для производства сыров, является коровье. При этом региональные особенности вносят разнообразие в молочную традицию: в Кастилии и других регионах, где поголовье коров не столь велико, широко распространены сыры из овечьего и козьего молока. Молоко прочно вошло в повседневный рацион испанцев. Молочные продукты служат основой для широкого спектра изделий, включая масло, сыры и йогурты, что подчеркивает их значимость в локальной пищевой культуре. Таким образом, молочная традиция в Испании

сочетает общенациональные предпочтения с региональными гастрономическими особенностями [Lyu Xiaoxiao, 2018].

Рассмотрим репрезентативные фразеологические единицы с семантическим компонентом «молочные продукты»:

- Кататься как сыр в масле – tener el queso (иметь сыр).
- Жить припеваючи, кататься как сыр в масле – comer jamón (есть хамон).
- Государственный бюджет – queso nacional (государственный/ национальный сыр).
- Почуять наживу – oler el queso (почуять сыр).
- Снимать сливки/пенку – брать себе самое лучшее, самое выгодное.

Готовые блюда

Русская национальная кухня на протяжении веков формировала особый пласт фразеологии. Традиционные блюда (каши, супы, пироги и др.) не просто удовлетворяли голод, но и приобретали символическое значение. Через них осмыслялись жизненные ситуации, человеческие качества и социальные отношения. Фразеологизмы с гастрономическим компонентом фиксируют представления о мере, труде, ответственности, достатке и даже моральных нормах. Они укоренены в бытовых практиках, календарных обрядах и коллективной памяти, передаваясь из поколения в поколение как компактные формулы народной мудрости.

В испанской культуре связь кухни и языка также проявляется в богатой фразеологии, где блюда и кулинарные процессы становятся источником метафор и устойчивых оборотов. Традиционная кухня Испании отличается региональным разнообразием, она опирается на простые ингредиенты, формирует особый набор образов в языковой картине мира. Фразеологизмы нередко отсылают к повседневным кулинарным практикам – приготовлению салатов, использованию чеснока, варке бульонов и т.д. Такие выражения отражают как гастрономические предпочтения, так и черты национального менталитета: отношение к времени, труду, общению и жизненным ситуациям.

Кулинарная метафора в испанском языке служит удобным и наглядным способом кодирования культурных ценностей и житейского опыта.

Рассмотрим репрезентативные фразеологические единицы с семантическим компонентом «готовые блюда»:

- Винегрет / мешанина, пестрая смесь – *ensalada rusa* (русский салат).
- Смешивать, валить в одну кучу, делать винегрет из... – *hacer una ensalada rusa* (делать русский салат).
- Демьянова уха – *Lo roquito agrada y lo mucho enfada*.
- Попасть как кур во щи/в ощи – неожиданно оказаться в неловком, затруднительном положении.
- Суп из топора – товар или услуга, привлекательные лишь на первый взгляд и не имеющие истинной ценности.
- Лаптем щи хлебать – жить в нищете, невежестве, быть отсталым.
- Заварить кашу – *armarse el ajo* (запастись чесноком).
- Каша в голове – путаница мыслей, отсутствие логики.
- Каши просят (об обуви) – износились, в дырах, требуют починки.
- Кашу маслом не испортишь – хорошего, необходимого много не бывает.
- Сам заварил кашу, сам ее и расхлебывай – *que con su pan se lo coma* (пусть со своим хлебом он это и ест).

Прочие продукты и специи

Рассмотрим репрезентативные фразеологические единицы, которые не вошли в предыдущие категории:

- Ложка дегтя в бочке меда – *una sola manzana podrida entroepea todo el barril* (одно гнилое яблоко проникает во всю бочку).
- А как же! – *un jamón con chorreras* (и хамон с корочкой).
- Подлить масла в огонь – *echar aceite al fuego* (подлить масла в огонь).
- Идти как по маслу – *todo marcha como sobre aceite* (все идет, как по маслу).

- Заронить зерно сомнения – *tener una mosca detrás de la oreja* (иметь муху за ухом).

2.2. Полная фразеологическая эквивалентность

При сопоставлении фразеологических единиц в русском и испанском языках встречаются ситуации, когда выражения полностью эквивалентны. Это означает, что их структура, образность и значение совпадают в обоих языках. Такие случаи представляют особый исследовательский интерес. Есть два возможных объяснения происхождения подобных единиц. Первое – независимое параллельное развитие языковых средств. Второе – влияние культурных контактов между народами.

Анализ подобных фразеологизмов способствует более глубокому пониманию того, как формируется фразеологический фонд языка. Он также позволяет разграничить черты языковой картины мира, которые носят универсальный характер, и те, что обусловлены конкретной культурной традицией [Телия, 1996; Кутьева, 2009]. Рассмотрим несколько примеров полной фразеологической эквивалентности и возможные причины их возникновения:

1. **Подлить масла в огонь – *echar aceite al fuego*.** Эквивалентность основана на простой и понятной метафоре: если в огонь добавить масла, пламя разгорится сильнее. Этот бытовой образ легко переносится на социальные ситуации – так возникает значение «усилить, обострить конфликт». Подобная связь между физическим процессом и эмоциональным состоянием интуитивно понятна людям разных культур.
2. **Все идет как по маслу – *todo marcha como sobre aceite*.** Образ основан на повседневном опыте: масло облегчает движение, снижает трение. Когда что-то получается легко и без препятствий, люди в разных странах сравнивают это со скольжением по смазанной поверхности. Такая метафора рождается из общих бытовых наблюдений.

3. **Яблоко раздора – manzana de la discordia.** Выражение восходит к античному мифу о яблоке, которое богиня раздора Эрида подбросила на пиршество со словами «прекраснейшей». Этот сюжет хорошо известен в европейской культуре, поэтому образ «яблока» как символа конфликта закрепился и в русском, и в испанском языках. Античные мифы стали общим источником для многих фразеологических единиц в европейских языках.
4. **Зарабатывать на хлеб – ganarse el pan; найти хлеб себе по зубам – hallar pan para mis dientes.** Хлеб во многих культурах – символ пропитания и труда. Поэтому выражения, связывающие хлеб с заработком, появляются независимо в разных языках. Они отражают базовую связь между трудом и возможностью прокормиться.
5. **Красный как рак – colorado como un cangrejo.** Сравнение основано на простом наблюдении: при варке серый рак становится ярко-красным. Этот яркий визуальный образ люди в разных культурах используют, чтобы описать покрасневшее от смущения или волнения лицо. Подобные сравнения рождаются из общих наблюдений за природой.
6. **Пушечное мясо – carne de cañón.** Выражение, вероятно, появилось в военной публицистике и затем распространилось в разных языках. Оно образно обозначает солдат, которых посылают на верную гибель. Такие яркие метафоры легко переходят из языка в язык, особенно если они точно передают суть явления.
7. **Ни рыба ни мясо – no ser ni carne, ni pescado.** В основе фразеологизма – четкое различие между мясом и рыбой как разными типами пищи. Если что-то не подходит ни к одной категории, его называют «ни то ни се». Такое противопоставление помогает выразить идею неопределенности или отсутствия ярких качеств.
8. **Курица, несущая золотые яйца – gallina de los huevos de oro.** Выражение связано с известной басней о жадном хозяине, который убил

курицу, несущую золотые яйца, желая получить все сразу. Этот сюжет встречается в фольклоре разных народов и учит тому, что жадность губительна. Общие моральные уроки часто порождают похожие фразеологизмы в разных языках.

Можно сделать вывод, что полная фразеологическая эквивалентность между русским и испанским языками возникает по нескольким причинам. Многие фразеологизмы основаны на универсальных наблюдениях за окружающим миром. Простые бытовые явления, такие как добавление масла в огонь или варка рака, понятны людям независимо от их языка и культуры. Эти наблюдения легко превращаются в метафоры, которые затем закрепляются в речи [Кутьева, 2009].

Общие культурные источники заметно влияют на появление фразеологизмов. Античная мифология, библейские сюжеты и мировая литература сформировали для европейских народов общий фонд образов — и потому такие обороты, как «яблоко раздора» или «запретный плод», легко считаются в разных языках: люди узнают в них знакомые истории. Именно этим мы объясняем почти дословные совпадения фразеологизмов — они держатся не на случайном сходстве, а на общей культурной памяти [Шанский, 1996].

Мы не раз замечали, как фразеологизмы перетекают из языка в язык — через литературу, публицистику, живое общение. Особенно быстро приживаются яркие, ёмкие образы, если они точно попадают в ситуацию. При этом базовые элементы культуры нередко становятся почвой для схожих метафор: хлеб, масло, фрукты — вещи из повседневного опыта. Через них удобно выражать абстрактное: конкретика делает смысл осязаемым, а сам оборот — запоминающимся [Живаго, 2018].

Фразеологическая эквивалентность показывает сразу два пласта. С одной стороны, она отражает единство человеческого опыта: одни и те же жизненные ситуации люди осмысливают похожими способами. С другой —

фиксирует реальные пути культурного взаимодействия: исторические контакты языков и культур оставляют в фразеологии свой след. Телия подчёркивает, что здесь работают и универсальные когнитивные механизмы, и конкретные межкультурные связи — именно их переплетение и формирует общие черты во фразеологических системах [Телия, 1996].

2.3. Частичная эквивалентность

Для систематизации фразеологизмов с частичной эквивалентностью используем классификацию по степени эквивалентности на основе следующих трех параметров: схожесть образов, лежащих в основе выражения (совпадают ли они полностью, относятся к одной тематической сфере или принципиально различаются); соответствие значений, сохраняется ли основной смысл фразеологизма без существенных семантических сдвигов при переходе из одного языка в другой; стилистическая близость, совпадают ли регистр и экспрессивная окраска выражений, влияют ли они схожим образом на восприятие высказывания.

На основе этих критериев фразеологизмы распределяются на три группы: с высокой, средней и низкой степенью эквивалентности. Это позволяет наглядно сопоставить механизмы формирования фразеологических единиц в двух языковых системах и выявить соотношение универсальных и культурно-специфических черт.

2.3.1. Высокая степень эквивалентности (сохраняются образ, значение, стилистика; возможны небольшие лексические различия)

- **Как сельдь в бочке – *estar como sardinas en lata*** (быть как сардины в консервной банке). Совпадает основное значение – описывает крайнюю тесноту, скученность людей в ограниченном пространстве. Разница в деталях образа: русская версия отсылает к традиционному способу засолки сельди в бочках, испанская – к индустриальному образу консервированных сардин. Стилистика одинаковая – разговорная,

экспрессивная, используется для эмоциональной характеристики ситуации (в транспорте, на концерте и т. д.).

- **Расхватывать, как горячие пирожки – se vende como los churros / venderse como pan caliente** (разошлись, как чуррос / разойтись, как горячий хлеб). Совпадает основное значение – передает идею быстрого, ажиотажного спроса на товар или услугу. Разница в национальной кулинарной традиции: в русском варианте – пирожки, в испанском – чуррос или горячий хлеб. Стилистика одинаковая: разговорная, живая, подходит для рекламы и бытовых разговоров о продажах.
- **Хлеб насущный – el pan Nuestro de cada día** (хлеб наш на каждый день). Совпадает основное значение – обозначает самое необходимое для жизни, средства к существованию; оба выражения восходят к библейской молитве «Отче наш», что обусловило почти дословное совпадение. При этом стилистические нюансы существенны: в русском языке фразеологизм имеет книжный, возвышенный стиль с религиозной окраской, но в разговорной речи может употребляться с иронией, тогда как в испанском *el pan nuestro de cada día* сохраняет более строгий книжно-религиозный регистр как прямая цитата из молитвы *Padre nuestro* и реже используется в светском или ироничном ключе.
- **Всякому овощу свое время/свой срок – Cada cosa a su tiempo y los nabos/pasas en Adviento** (каждая вещь в свое время, а репа/изюм в Адвент). Совпадает основное значение – все должно происходить в свой черед, не стоит торопить события. Разница в культурной и календарной привязке: русская пословица использует обобщенный сельскохозяйственный образ, испанская отсылает к религиозно-календарному периоду (Адвенту) и конкретным продуктам. Стилистика одинаковая – назидательно-поучительная, подходит для бытового и воспитательного контекста.

- **Запретный плод сладок – *fruta prohibida es la más apetecida*** (запретный плод – самый желанный). Совпадает основное значение – запретное кажется особенно привлекательным, манящим. Разница в формулировке: русский вариант – лаконичная пословица с устойчивой формой, испанский – более развёрнутое высказывание с акцентом на «желанность» (*apetecida*). Стилистика схожа: назидательно-поучительная, с библейскими коннотациями. Оба выражения восходят к сюжету о запретном плоде в Эдемском саду. В современном употреблении могут использоваться как в серьёзном, так и в ироничном ключе – например, при шутливом запрете чего-либо или описании тяги к недозволенному.
- **Как рыба в воде – *como gallina en corral*** (как курица в загоне). Оба фразеологизма передают одинаковое значение – ощущение комфорта и уверенности в какой-либо ситуации, способность действовать легко и непринуждённо. При этом образная основа различается: русский вариант строится на метафоре рыбы в естественной среде обитания, а испанский – на образе курицы в загоне, который в испаноязычной культуре ассоциируется с привычным и безопасным пространством. Стилистика у обоих выражений разговорная, с позитивной окраской.

2.3.2. Средняя степень эквивалентности (значение сохраняется полностью, образ частично схож или заменен; стилистика близка)

- **Когда рак на горе свистнет – *cuando meen las gallinas*** (когда куры пописают). Совпадает основное значение – обозначает нечто невозможное или крайне отдаленное во времени. Разница в конкретном образе: русский вариант строится на абсурдности свиста рака на горе, испанский – на биологически невозможной ситуации с курами. Стилистика одинаковая – шутливо-ироничная, разговорная, часто используется для отказа или ответа на нереалистичную просьбу.

- **Кнутом и пряником – del pan y del palo** (хлебом и розгой). Совпадает основное значение – описывает метод воздействия на человека через сочетание поощрения и наказания. Разница в гастрономическом и дисциплинарном образах. В русском выражении пряник представляет собой сладкое поощрение, а кнут – физическое наказание. В испанском хлеб – это не особая, сладкая награда, а простая пища. Стилистика схожа – нейтрально-разговорная с дидактическим оттенком, используется в публицистике, педагогике, психологии.
- **Перебиваться с хлеба на воду / с хлеба на квас – a pan y cebolla** (на хлебе и луке). Совпадает основное значение – характеризует крайнюю бедность, скудное питание. Разница в образе: русский фразеологизм подчеркивает нестабильность и нехватку еды через смену продуктов (вода/квас), испанский – фиксирует минимальный набор пищи (хлеб и лук) без динамики. Стилистика одинаковая – разговорная, с оттенком сочувствия или иронии.
- **Кататься как сыр в масле – tener el queso** (иметь сыр). Совпадает основное значение – означает жизнь в достатке, без забот. Разница в образности: русский вариант использует метафору комфорта и изобилия («сыр в масле»), испанский – более лаконичен, подчеркивает сам факт обладания ценным продуктом (сыром). Стилистика близка: разговорная, экспрессивная, с позитивной окраской.
- **С перчинкой – con su sal y pimienta** (с его солью и перцем). Совпадает основное значение – указывает на наличие остроты, пикантности (в речи, поведении, ситуации). Разница в широте образа: русский вариант фокусируется на «перчинке» как намеке на юмор или иронию, испанский включает соль и перец, что может означать и остроумие, и едкость высказывания. Стилистика схожа – разговорная, живая, с легкой экспрессией.

- **Проще пареной репы – fácil como beber un vaso de agua** (просто, как выпить стакан воды). Совпадает основное значение – подчеркивает крайнюю легкость выполнения какого-либо действия. Разница в бытовых образах: русский вариант отсылает к простому, традиционному блюду, испанский – к элементарному, повседневному действию. Стилистика одинаковая – разговорная, непринужденная, часто используется в шутовском контексте.
- **Сделать котлету / превратить в фарш – hacer carne** (делать мясо). Совпадает основное значение – выражает идею причинения серьезного вреда, разгрома, поражения. Разница в степени конкретности образа: русский фразеологизм использует определенные узкие кулинарные метафоры, испанский – более обобщенную. Стилистика схожа – экспрессивная, разговорная, с негативной окраской, уместна в неформальной речи.
- **Винегрет в голове – ensalada rusa** (русский салат). Совпадает основное значение – передает идею путаницы, беспорядка, хаотичности мыслей. Разница в культурной специфике образа: русский вариант использует «винегрет» как метафору мешанины, испанский – называет конкретное блюдо («русский салат»), которое в испаноязычных странах ассоциируется с набором разнородных ингредиентов. Стилистика близка – разговорная, ироничная, с легкой экспрессией.
- **Быть тощим, как спичка/щепка – estar como un fideo** (быть как лапша). Совпадает основное значение – описывает крайнюю худобу человека; разница в образах: русский вариант сравнивает с тонкими деревянными предметами (спичка, щепка), испанский – с тонкой лапшой. Стилистика схожа – разговорная, экспрессивная, используется для образной характеристики внешности, часто с оттенком иронии или сочувствия.

- **Уничтожить, смять в лепешку, разбить вдребезги что-либо – *hacer (una) tortilla (con) una cosa*** (сделать тортилью из какой-либо вещи / чего-либо). Основное значение сохраняется полностью – передается идея полного разрушения, приведения объекта в негодное состояние. Разница в образности: русский вариант использует несколько визуальную метафору разрушения разной степени интенсивности, испанский – кулинарную метафору, буквально «сделать из чего-либо тортилью» (то есть раскатать, расплющить). Стилистика схожа – разговорная, экспрессивная, с яркой эмоциональной окраской, часто используется в неформальной речи для усиления эффекта описания ущерба. Конструкция допускает вариативность: можно сказать просто *hacer tortilla* или уточнить объект через предлог *con* (*hacer tortilla con algo*).

2.3.3. Низкая степень эквивалентности (значение совпадает, образ полностью заменен; возможна разница в стилистике или оттенках смысла)

- **Ложка дегтя в бочке меда – *una sola manzana podrida entorpece todo el barril*** (одно гнилое яблоко портит всю бочку). Основное значение фразеологизмов совпадает: незначительное негативное явление способно испортить нечто масштабное и ценное. Разница в образах: русский вариант использует контраст дегтя и меда, испанский – гнилое яблоко, влияющее на остальные. Стилистика близка – разговорная, с назидательным оттенком.
- **Тертый калач – *saber más de los ratones blancos*** (знать больше, чем белые крысы). Совпадает основное значение – характеризует опытного, бывалого человека; разница в образах радикальная: в русском – кулинарная метафора, отсылающая к процессу приготовления калача (который «трут»), в испанском – гиперболическое утверждение о знании

белых крыс; стилистика разговорная в обоих случаях, но испанский вариант звучит более шутливо.

- **Не все с рыбкой, иногда и с репкой – después de lo dulce viene lo amargo** (после сладкого идет горькое). Совпадает основное значение – идея чередования хорошего и плохого, взлетов и падений. Разница в образах: русская поговорка использует фольклорные кулинарные образы (рыба/репа), испанская – абстрактную оппозицию сладкого и горького без конкретных гастрономических образов. Стилистика: в русском варианте чувствуется фольклорный оттенок, в испанском – более обобщенная и нейтральная.
- **Яблоко от яблони недалеко падает – el árbol se conoce por sus frutos** (дерево познается по своим плодам). Совпадает основное значение – связь между потомком и предком, схожесть черт. Разница в образах: в русском – прямое указание на родство, в испанском – метафора узнавания сущности по результатам (плодам). Стилистика близка к пословице в обоих языках, но испанский вариант имеет более обобщенный, дидактический характер.
- **Хрен редьки не слаще – olivo y aceituno todo es uno** (оливка и маслина – все одно). Совпадает основное значение: отсутствие существенной разницы между двумя вариантами, оба одинаково плохи или нежелательны. Разница в образах: русская поговорка использует корнеплоды с резким вкусом, испанская – разновидности оливок. Стилистика разговорная, ироничная в обоих случаях, но в русском варианте сильнее выражена экспрессия.
- **Заронить зерно сомнения – tener una mosca detrás de la oreja** (иметь муху за ухом). Совпадает основное значение – вызвать сомнение, беспокойство, ощущение чего-то неладного. Разница в образах полная: русский фразеологизм использует метафору зерна, которое «заронили» и оно может прорасти, испанский – образ мухи за ухом, вызывающей

дискомфорт. Стилистика различается: в русском – книжная, образная, в испанском – разговорная, шутливая.

- **Сам заварил кашу, сам её и расхлёбывай – que con su pan se lo coma** (пусть со своим хлебом он это и ест). Совпадает основное значение – человек должен отвечать за свои поступки, решать проблемы, которые сам и создал. Разница в образах: русская фраза содержит кулинарную метафору с динамикой, испанская – статичную метафору еды. Стилистика в обоих случаях разговорная, но с важными нюансами: русский фразеологизм имеет скорее нейтрально-поучительный оттенок, тогда как испанский звучит более резко и осуждающе, порой с оттенком грубости.
- **Кататься как сыр в масле – comer jamón** (есть хамон). Совпадает основное значение – жить в достатке, без забот, наслаждаться жизнью. Разница в образах: русские выражения используют метафору изобилия, испанское – конкретный гастрономический образ (хамон как символ достатка); стилистика разговорная в обоих случаях, но русский вариант богаче по экспрессии и образности, испанский – лаконичнее и конкретнее.

Сопоставление фразеологизмов о еде в русском и испанском языках показывает, что сходства чаще всего опираются на универсальные когнитивные схемы: базовые жизненные ситуации (теснота, легкость действия, чередование удачи и неудач) порождают похожие метафоры независимо от культурной принадлежности. Определенную роль играют и общие источники образов – например, библейские сюжеты, создающие единый фонд устойчивых выражений для европейских языков [Телия, 1996].

Различия же в первую очередь отражают национальную специфику: гастрономические традиции, бытовые реалии и фольклорные ассоциации формируют уникальные образные ряды. В испанских фразеологизмах значимы хамон, чуррос, сыр (*queso*), в русских – репа, каша, винегрет. Эти

различия не ограничиваются кулинарными особенностями: они фиксируют систему ценностей и типичных ассоциаций, сложившуюся в каждой культуре. К примеру, образ «рыбы в воде» в русском языке передает ощущение комфорта, а испанский аналог с «курицей в загоне» – дискомфорт: это демонстрирует, какие эталоны естественности и неудобства закрепились в коллективном сознании [Мед, 2014].

В итоге частичная фразеологическая эквивалентность наглядно иллюстрирует диалектику общего и особенного в языковой картине мира. Через сопоставление устойчивых выражений видно, как повседневные реалии превращаются в культурные коды, понятные внутри сообщества и требующие осмысления извне. Это подчеркивает роль фразеологии как средства фиксации менталитета, традиций и ценностных установок народа [Юрина, 2013].

2.4. Фразеологизмы о национальных блюдах, не имеющие прямого эквивалента

В процессе сопоставления русской и испанской фразеологии с гастрономическим компонентом выявляются единицы, не имеющие прямых или косвенных эквивалентов в другом языке. Такие фразеологизмы особенно ценны для лингвокультурологического анализа, поскольку ярко отражают национальные особенности мировосприятия и культурные традиции народа. Их отсутствие в сопоставляемом языке объясняется спецификой исторического развития, быта, кулинарных традиций и фольклорных представлений, закрепившихся в языковой картине мира [Юрина, 2013; Мед, 2014; Живаго, 2018].

Русские фразеологизмы без эквивалента в испанском языке:

- **Дырка от бублика** – означает полное отсутствие чего-либо, абсолютную пустоту. В испанском языке нет эквивалента, поскольку бублик – элемент русской гастрономической традиции.
- **Попасть как кур во щи / в ощи** – означает оказаться в непредвиденной беде, попасть в неприятную ситуацию. В испанском

языке нет эквивалента, так как выражение включает игру слов «во щи» от «в ошип», не имеющую аналогов в испанской культуре.

- **Суп из топора** – означает нечто мнимо ценное, привлекательное лишь на первый взгляд, обманчивую видимость. В испанском языке нет эквивалента, потому что фразеологизм восходит к русской народной сказке, отсутствующей в испанском фольклоре.
- **Лаптем щи хлебать** – означает жить в нищете и невежестве, быть отсталым. В испанском языке нет эквивалента, фразеологизм опирается на архаичные элементы русского быта – лапоты, щи, не представленные в испанской культурной традиции.
- **Метать икру** – означает поднимать шум, ругаться, возмущаться по пустякам. В испанском языке нет эквивалента, связь между нерестом рыб и человеческими эмоциями не закрепились в языковой картине мира испанцев.
- **Каша в голове** – означает отсутствие порядка в мыслях, путаницу, неразбериху в сознании. В испанском языке нет эквивалента, метафора каши как бесформенной массы специфична для русского языкового сознания, в испанском используются иные образы для описания путаницы.
- **Каши просят** – означает, что обувь износилась, требует починки. В испанском языке нет эквивалента из-за уникальности образа, сравнение прорехи в обуви с ртом ребенка, просящего кашу, сложилось только в русской традиции.
- **Кашу маслом не испортишь** – означает, что хорошего много не бывает, добавление чего-то положительного не ухудшит ситуацию. В испанском языке нет эквивалента, поскольку сочетание «каша и масло» с переносным смыслом характерно лишь для русской кулинарной традиции.

- **Снимать сливки** – означает брать себе самое лучшее, самое выгодное. В испанском языке нет эквивалента, хотя процесс отделения сливок известен, он не стал языковой метафорой выгоды, в испанском закрепились иные образы для этой идеи.

Испанские фразеологизмы без эквивалента в русском языке:

- **Y un jamón con chorreras (и один хамон с корочкой)** – означает «а как же!», «само собой разумеется». В русском языке нет эквивалента, поскольку выражение опирается на национальную кулинарную традицию (хамон – ключевой элемент испанской кухни), а образ корочки (chorreras) несет специфическую экспрессию, не имеющую параллелей в русской фразеологии.
- **Estar jamón (быть хамоном)** – означает быть очень хорошим или очень привлекательным. В русском языке нет эквивалента, так как образ строится на ассоциации с хамоном – продуктом, обладающим высокой культурной ценностью в Испании, – что не имеет аналогичного гастрономического аналога с подобной коннотацией в русской языковой картине мира.
- **Volver la tortilla (перевернуть тортилью)** – означает изменить все до неузнаваемости, перевернуть все вверх дном. В русском языке нет эквивалента, хотя в русской кулинарной традиции существуют блюда, которые визуально схожи с тортильей (блины, лепешка), но метафоричный образ переворота не закрепился в культуре на основе гастрономической метафоры.
- **El que no quiera caldo, dos tazas (тому, кто не хочет бульона – две чашки)** – означает, что лучше довольствоваться тем, что есть, иначе есть риск получить то, чего не желаешь, но в большем или удвоенном количестве. В русском языке нет эквивалента, так как пословица строится на специфическом бытовом образе, отражающем испанские

культурные представления о последствиях отказа от предложенного, – подобная модель не закрепились в русской фразеологии.

Отсутствие эквивалентов у данных фразеологизмов обусловлено комплексом взаимосвязанных факторов. Прежде всего, важную роль играет национальная кулинарная традиция: образы многих фразеологизмов опираются на продукты, типичные для одной культуры и малозначимые или отсутствующие в другой. Так, бублик, каша и щи формируют уникальные образные ряды в русском языке, а хамон занимает особое место в испанской фразеологии. Не менее значимы бытовые реалии и исторический опыт народа: некоторые выражения возникли из наблюдений за повседневной жизнью, характерной для конкретного этноса. Например, фразеологизм «каши просят» об изношенной обуви отражает особенности русского быта, которые не имеют прямых параллелей в испанской культурной традиции.

Значительную роль играют фольклорные и метафорические модели, сложившиеся в рамках каждой языковой системы. Образы, ставшие основой фразеологизмов, нередко укоренены в национальном фольклоре и обладают особой символикой. К примеру, выражения «биться как рыба об лед» или «метать икру» задействуют зооморфные коды, специфичные для русской языковой картины мира и несущие в себе культурно обусловленные смыслы. Культурные ассоциации и коннотации также вносят свой вклад: даже если какой-либо продукт присутствует в обеих культурах, его символическое значение может существенно различаться. В частности, слово «каша» в русском языке нередко приобретает отрицательную окраску в переносных значениях («каша в голове»), тогда как в испанской традиции аналогичные смыслы выражаются через иные гастрономические образы.

Также немаловажным фактором выступает языковая игра и ирония, лежащие в основе ряда фразеологизмов. Такие выражения, как «деловая колбаса» в русском или у *un jamón con chorreeras* в испанском, несут яркую экспрессию и культурно обусловленную иронию, что делает их практически

непереводимыми без потери смысловых и эмоциональных оттенков. В итоге фразеологизмы, не имеющие эквивалентов в другом языке, выступают как концентрированное выражение национальной языковой картины мира. Они фиксируют уникальные культурные коды, связанные с едой, бытом и менталитетом, и наглядно демонстрируют, как фразеология служит средством отражения культурной самобытности народа [Зыкова, 2022; Ковшова, 2008; Смирнова, 2013].

Выводы по 2 главе

Мы сознательно ограничили материал фразеологизмами с гастрономической семантикой. Такой фокус не был произвольным – он отвечал самой сути исследования. Да, в русском и испанском языках подобных единиц куда больше, но мы стремились не к исчерпывающему охвату, а к качественной репрезентативности. Нам важно было отобрать такие примеры, которые не просто иллюстрируют фразеологические традиции, а позволяют сопоставить две языковые картины мира – увидеть и общие механизмы формирования устойчивых выражений, и те различия, что продиктованы культурой.

Формирование корпуса мы строили на конкретных, проверяемых критериях. Во-первых, в единицу должен был входить гастрономический компонент – не обязательно в прямом значении, но и в метафорическом. Во-вторых, мы учитывали употребительность и способность оборота отражать культурные особенности. В-третьих, для сопоставительного анализа важна была возможность найти эквивалент в другом языке. Наконец, мы следили за разнообразием тематических групп и стилистической маркированностью: в выборку намеренно включали единицы разных стилей, чтобы не замыкаться на одном регистре.

В итоговый анализ вошло 73 фразеологизма – 41 русский и 32 испанских. В эту цифру вошли и пары эквивалентов, и безэквивалентные

единицы. Такое соотношение не претендует на статистическую полноту всего фразеологического фонда, но позволяет проследить основные тенденции.

Самой многочисленной оказалась группа «Хлеб и мучные изделия» – 21 единица, примерно 28,8% от общего числа. Это не случайность. Хлеб как базовый продукт закрепился в языковой картине мира обоих народов в качестве символа достатка, труда и гостеприимства. Пара зарабатывать (на) хлеб / *ganarse el pan* показывает, как бытовая реалья становится смысловой опорой: в обоих языках труд напрямую связывается с добыванием пропитания.

На втором месте – «Овощи и фрукты» (16 единиц, около 21,9%). Здесь образы работают тоньше: они передают идеи времени, судьбы, удачи и социальной динамики. Пример яблоко раздора / *manzana de la discordia* отсылает к общему культурному источнику – античному мифу. Такая общность объясняет, почему образ оказывается узнаваемым в разных языках.

Третью по объёму группу составили фразеологизмы с компонентом «Мясо и морепродукты» (14 единиц, примерно 19,2%). Они несут в себе не только бытовую семантику, но и социокультурные, а порой и религиозные коннотации. В испанской традиции мясо нередко связано с представлениями о статусе, а в ряде выражений прочитывается и историческая память. Пример: пушечное мясо / *carne de cañón* показывает, как образ продукта превращается в социальную метафору.

Остальные категории представлены скромнее. Фразеологизмы с компонентом «молочные продукты» дали 9 единиц (12,3%), «готовые блюда» — 8 (11,0%), «прочие продукты и специи» — 5 (6,8%). Эти цифры не претендуют на окончательность, но позволяют увидеть, какие продуктовые образы активнее участвуют в формировании устойчивых смыслов.

Распределение по степени эквивалентности дало выразительную картину. Полную фразеологическую эквивалентность мы зафиксировали в 24,7% случаев — это 18 единиц от общего числа проанализированных пар.

Чаще всего такие совпадения опираются на универсальность бытовых наблюдений либо на общие культурные источники — античные мифы, библейские сюжеты, сформировавшие единый фонд устойчивых выражений для европейских языков.

Наиболее распространённой оказалась частичная эквивалентность — 61,6% (45 единиц). Здесь основное значение сохраняется, но расходятся образность, стилистика или смысловые оттенки. Мы не считаем эти расхождения случайными: они отражают национальную специфику — особенности кулинарных традиций, бытовые реалии и фольклорные ассоциации. Например, в испанских фразеологизмах значимы образы хамона и сыра, а в русских — репы и каши. Так один и тот же смысл облекается в разные культурные одежды.

Безэквивалентные фразеологизмы составили 13,7% (10 единиц): 6 русских и 4 испанских. Именно они особенно ценны для лингвокультурологического анализа — в них ярче проступают национальные особенности мировосприятия. Отсутствие эквивалентов объясняется различиями в кулинарных традициях, бытовых реалиях и историческом опыте народов. Образы традиционных блюд не всегда находят прямые параллели в другой культуре — и это закономерно: язык фиксирует то, что значимо именно для данного общества.

Сопоставление показало, что гастрономические фразеологизмы не сводятся к описанию еды. В них заключена культурная информация: традиции, обычаи, черты национального менталитета. Часть единиц строится на универсальных образах, понятных носителям разных языков. Связь хлеба с трудом и пропитанием — один из таких примеров. При этом значительная часть фразеологизмов отражает национально специфичные реалии: в русской фразеологии заметную роль играют блюда и продукты, исторически значимые для русской кухни, а в испанской — хамон, тортилья, оливки. Мы видим, как повседневные пищевые традиции и бытовые ситуации превращаются в

устойчивые языковые конструкции и формируют систему культурно значимых смыслов. Фразеология действительно работает как зеркало культуры: через кулинарные образы передаются коллективный опыт и ценностные ориентиры. Для нас важно, что этот материал не просто интересен сам по себе – он даёт инструменты для понимания того, как язык закрепляет и транслирует культурные смыслы из поколения в поколение. Полученные данные позволяют уверенно переходить к дальнейшим выводам и обобщениям в заключительной части работы.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Мы ставили перед собой задачу не просто зафиксировать набор фразеологизмов с гастрономической семантикой, а продемонстрировать, как посредством этих устойчивых оборотов раскрываются контуры национальной картины мира. По мере продвижения исследования становилось очевидным, что гастрономическая фразеология представляет собой не периферийный пласт лексики, а один из наиболее выразительных каналов трансляции культурных смыслов. Выдвинутая во введении гипотеза получила подтверждение: фразеологизмы с гастрономическими компонентами действительно выступают значимым элементом языковой картины мира и отражают культурно-специфические черты народа.

Теоретическую базу мы выстраивали, опираясь на труды, задающие строгие аналитические рамки. Выделенные признаки фразеологических единиц – устойчивость, идиоматичность, воспроизводимость, образность и вариативность – служили рабочими критериями, позволяющими дифференцировать собственно фразеологизмы и свободные сочетания.

Концепцию гастрономического кода мы трактовали как вторичную знаковую систему, в рамках которой продукты и блюда наделяются дополнительными символическими значениями и выполняют функцию маркеров культурных ценностей. В основу подхода легла идея В. Н. Телии о

культурной коннотации: фразеологизм не ограничивается номинацией ситуации, а включает её оценку, помещая в систему коллективных представлений.

Практическая часть исследования была сосредоточена на исследовании корпуса из 73 фразеологизмов. Данный объём не претендует на исчерпывающее описание фразеологического фонда, однако позволяет выявить устойчивые тенденции. Отбор единиц осуществлялся по ряду критериев: наличие гастрономического компонента (в прямом или метафорическом значении), репрезентативность, возможность сопоставления с эквивалентом в другом языке, тематическое разнообразие и стилистическая маркированность. Приоритетом при формировании выборки выступала не формальная сбалансированность пар, а способность единиц наглядно раскрывать механизмы метафоризации и транслировать культурные смыслы.

Семантическое распределение позволило определить, какие продуктовые образы наиболее активно участвуют в формировании устойчивых смыслов. Наиболее многочисленной оказалась группа «Хлеб и мучные изделия» – 21 единица (примерно 28,8%). Данная закономерность обусловлена значимостью хлеба как базового продукта, закрепившегося в обеих культурах в качестве символа достатка, труда и гостеприимства.

Второе место занимает группа «Овощи и фрукты» (16 единиц, около 21,9%). В этой группе образы реализуют более тонкие смысловые пласты, передавая представления о времени, судьбе, удаче и социальной динамике. Группа «Мясо и морепродукты» (14 единиц, примерно 19,2%) содержит не только бытовую семантику, но и социокультурные, а в ряде случаев – религиозные коннотации.

Остальные категории представлены меньшим числом единиц: молочные продукты (9 единиц, около 12,3%), готовые блюда (8 единиц, примерно 11,0%), прочие продукты и специи (5 единиц, примерно 6,8%). Указанные количественные данные не претендуют на исчерпывающую характеристику

фразеологического фонда, но позволяют проследить, какие продуктивные образы активнее участвуют в смыслообразовании и по каким причинам.

Анализ степени эквивалентности выявил значимые соотношения. Полная фразеологическая эквивалентность зафиксирована примерно в 24,7% случаев (18 единиц). Подобные совпадения чаще всего обусловлены универсальностью бытовых наблюдений либо общими культурными источниками — античными мифами, библейскими сюжетами, сформировавшими единый фонд устойчивых выражений в европейских языках.

Частичная эквивалентность оказалась самой частой — 61,6% (45 единиц). Мы видим в этих парах любопытную закономерность: ядро смысла держится прочно, а вот образность, стилистический тон или тонкие смысловые оттенки расходятся. Не считаем эти несовпадения случайными — они как раз и выдают национально-культурную специфику. За ними стоят реальные бытовые реалии, привычные кулинарные практики и те самые фольклорные ассоциации, которые незаметно формируют угол зрения на мир.

Безэквивалентных фразеологизмов мы насчитали 13,7% (10 единиц) — 6 русских и 4 испанских. Именно такие единицы особенно ценны для лингвокультурологического разбора: в них национальная специфика проступает отчётливее всего. Отсутствие прямых параллелей закономерно — оно напрямую связано с расхождением традиций, уклада и исторического опыта. Скажем, образы, привязанные к традиционным блюдам, редко находят буквальные аналоги в иной культуре: язык не фиксирует то, что для общества не стало значимым.

При этом заметное число эквивалентных и частично эквивалентных единиц в русском и испанском мы связываем с общими когнитивными механизмами метафоризации. Люди повсюду наблюдают похожие бытовые ситуации, и эти наблюдения дают схожие смысловые ходы. Свою роль играет и общеевропейское культурное наследие: одни и те же сюжеты и архетипы

незаметно задают общие рамки образности. Нередко совпадения опираются на самые базовые жизненные смыслы, одинаково понятные носителям разных языков. Например, связь хлеба с трудом и пропитанием или масла с лёгкостью действия — это не случайность, а отражение универсального опыта, который легко считывается в разных культурных контекстах.

При этом различия в образности и смысловых оттенках при частичной эквивалентности, а также наличие безэквивалентных единиц убедительно демонстрируют национально-культурную специфику. Расхождения обусловлены особенностями кулинарных традиций, бытовыми реалиями и историческим опытом народов. Так, в испанской фразеологии особую роль играют образы хамона, тортильи и оливок, в русской – каши, щей и репы. Структурные особенности также различаются: в русском языке продуктивны глагольно-именные конструкции и пословицы с гастрономическими образами, в испанском – сравнения, связанные с винной тематикой, и глагольные фразеологизмы, отсылающие к процессу приготовления.

Фразеология действительно функционирует как зеркало культуры: посредством кулинарных образов транслируются коллективный опыт и ценностные ориентиры. Гастрономические фразеологизмы не ограничиваются описанием еды – они фиксируют традиции, обычаи и особенности национального менталитета, позволяя глубже осмыслить языковую картину мира русского и испанского народов. Полученные результаты не исчерпывают проблематику, а задают перспективные направления дальнейших исследований: сопоставительный анализ в более широких культурных контекстах, изучение динамики фразеологических смыслов, влияние медиа и новых форм коммуникации на устойчивость и трансформацию гастрономических образов. Однако уже на данном этапе очевидно, что в устойчивых оборотах сохраняется культурная память – не как абстрактная категория, а как действующая система смыслов, которую язык последовательно фиксирует и передаёт последующим поколениям.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Баранов, А. Н. Основы фразеологии / А. Н. Баранов, Д. О. Добровольский. – Москва : ФЛИНТА, 2014. – 312 с.
2. Виноградов, В. В. Об основных типах фразеологических единиц в русском языке // Избранные труды. Лексикология и лексикография. – Москва : Наука, 1977. – С. 140–161.
3. Живаго, Н. А. Метафоризация процессов гастрономической деятельности в русском языке : дис. ... канд. филол. наук / Н. А. Живаго. – Томск, 2018. – 214 с.
4. Жуков, А. В. Русская фразеология : учебное пособие / А. В. Жуков, В. П. Жуков. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Высшая школа, 2006. – 408 с.
5. Зыкова, И. В. Концептосфера культуры и фразеология : теория и методы лингвокультурологического изучения / И. В. Зыкова. – Москва : URSS, 2022. – 380 с.
6. Капелюшник, Е. В. Кулинарные образы, характеризующие мир человека / Е. В. Капелюшник // Молодой ученый. – 2011. – № 2 (25). – Т. 1. – С. 207–214.
7. Капелюшник, Е. В. Репрезентация кулинарного кода культуры в семантике образных средств языка (на примере образного лексико-фразеологического микрополя «ЗЕРНО/КРУПА/КАША») / Е. В. Капелюшник // Молодой ученый. – 2009. – № 2 (2). – С. 143–146.
8. Ковшова, М. Л. Анализ фразеологизмов и коды культуры / М. Л. Ковшова // Известия РАН. Серия литературы и языка. – 2008. – Т. 67. – № 2. – С. 60–65.
9. Красных, В. В. Свой среди чужих: миф или реальность? : монография / В. В. Красных. – Москва : ИТДГК «Гнозис», 2003. – 375 с.
10. Красных, В. В. Этнопсихолингвистика и лингвокультурология : курс лекций / В. В. Красных. – Москва : ИТДГК «Гнозис», 2002. – 284 с.

11. Кутьева, М. Семантика фразеологизмов в русском и испанском языках / М. Кутьева // *Estudios de Lingüística del Español*. – 2009. – № 25. – С. 97–112.
12. Ли, Ч. Гастрономический код русской лингвокультуры: лексико-фразеологический аспект : диссертация на соискание учёной степени кандидата филологических наук / Ч. Ли. – Москва, 2022. – 215 с.
13. Лопес Рамирес, Э. К. Анализ сходств русской и испанской эквивалентной фразеологии / Э. К. Лопес Рамирес // *Молодой ученый*. – 2021. – № 24 (366). – С. 406–408.
14. Маслова, В. А. Лингвокультурология : учебное пособие для студентов высших учебных заведений / В. А. Маслова. – Москва : Издательский центр «Академия», 2001. – 208 с.
15. Мед, Н. Г. Национально-культурная специфика испанских фразеологизмов с гастрономическим компонентом / Н. Г. Мед // *Язык, сознание, коммуникация : сборник статей / отв. ред. В. В. Красных, А. И. Изотов*. – Москва : МАКС Пресс, 2014. – Вып. 50. – С. 216–222.
16. Митронова, А. Д. Фразеологизмы с гастрономическим компонентом в языковой картине мира испанцев / А. Д. Митронова // *Молодой ученый*. – 2022. – № 25 (420). – С. 248–250.
17. Митронова, А. Д. Фразеологические единицы с кулинарным компонентом как отражение испанской культуры / А. Д. Митронова // *Молодой ученый*. – 2022. – № 24 (419). – С. 150–152.
18. Опарина, Е. О. Фразеология в контексте культуры: репрезентация культурных кодов во фразеологизмах и поговорках / Е. О. Опарина // *Язык и культура*. – 2005. – № 2. – С. 45–52.
19. Писанова, Т. В. Ценностная система представлений о пище и традициях ее употребления в кулинарном тезаурусе испанского языка / Т. В. Писанова // *Актуальные проблемы современного языкознания : сборник научных трудов*. – Москва : РУДН, 2009. – С. 222–235.

20. Смирнова, Е. В. Лингвокультурологический анализ фразеологизмов с гастрономическим компонентом как отражение национального характера русских и испанцев / Е. В. Смирнова // Русистика. – 2013. – № 2. – С. 45–52.
21. Телия, В. Н. Культурно-национальные коннотации фразеологии / В. Н. Телия // Славянское языкознание. – Москва, 1993. – С. 45–54.
22. Телия, В. Н. Русская фразеология: семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты : монография / В. Н. Телия. – Москва : Школа «Языки русской культуры», 1996. – 287 с.
23. Трофимова, Е. А. Синтаксический и семантический анализ испанских фразеологизмов с гастрономическим компонентом / Е. А. Трофимова // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. – 2024. – № 1 (882). – С. 106–112.
24. Фролов, С. В. Фразеологизмы с компонентом *rap* и *vino* в испанской оценочной картине мира / С. В. Фролов // Вестник Воронежского государственного технического университета. – 2013. – № 3-2. – С. 112–115.
25. Чеснокова, О. С. Испанский язык Мексики: языковая картина мира : монография / О. С. Чеснокова. – Москва : РУДН, 2006. – 256 с.
26. Шанский, Н. М. Фразеология современного русского языка : учебное пособие / Н. М. Шанский. – Санкт-Петербург : Специальная литература, 1996. – 192 с.
27. Юрина, Е. А. Вкусные образы русской речи: пищевая традиция в русском языке и культуре : монография / Е. А. Юрина. – Томск : Изд-во Томского государственного университета, 2013. – 264 с.
28. Юрина, Е. А. Лексико-фразеологическое поле кулинарных образов в русском и итальянском языках / Е. А. Юрина // Вестник Томского государственного университета. – 2008. – № 315. – С. 32–36.

29. Barbadillo de la Fuente, M. T. *Tripa vacía, corazón sin alegría: gastronomía y dietética en los refranes españoles* / M. T. Barbadillo de la Fuente // *Paremia*. – 2019. – № 28. – P. 105–118.
30. Cano Ginés, A. *Fraseología aplicada a la adquisición del español como lengua extranjera* / A. Cano Ginés, L. Arroyo Martínez // *Revista de Filología de la Universidad de La Laguna*. – 2023. – № 46. – P. 365–386.
31. Casado Velarde, M. *Lenguaje y cultura: la etnolingüística : monografía* / M. Casado Velarde. – Madrid : Ediciones Akal, 1988. – 240 p. – (Linguística ; vol. 15).
32. Casares, J. *Introducción a la lexicografía moderna : monografía* / J. Casares. – Madrid : Consejo Superior de Investigaciones Científicas, 1950. – 354 p.
33. Codita, V. *Fraseología culinaria: algunos apuntes histórico-diacrónicos* / V. Codita // *Discursos hispánicos sobre alimentación y culinaria. Aproximaciones literarias y lingüísticas*. – Madrid : Visor Libros, 2014. – P. 313–340.
34. Corpas Pastor, G. *Diez años de investigación en fraseología: análisis sintácticos, semánticos, contrastivos y traductológicos : monografía* / G. Corpas Pastor. – Madrid : Iberoamericana ; Frankfurt am Main : Vervuert, 2003. – 312 p.
35. Corpas Pastor, G. *Manual de fraseología española : monografía* / G. Corpas Pastor. – Madrid : Gredos, 1996. – 424 p.
36. Forgas Berdet, E. *Léxico fraseológico y cultura popular: una propuesta metodológica* / E. Forgas Berdet // *Comida y bebida en la lengua española, cultura y literaturas hispánicas*. – Kragujevac : Universidad de Kragujevac, 2012. – P. 173–191.
37. Forgas Berdet, E. *Léxico fraseológico y cultura popular: una propuesta metodológica* / E. Forgas Berdet // *Comida y bebida en la lengua española, cultura y literaturas hispánicas*. – Kragujevac : Universidad de Kragujevac, 2012. – P. 173–191.

38. García-Page Sánchez, M. Introducción a la fraseología española: estudio de las locuciones : monografía / M. García-Page Sánchez. – Rubí (Barcelona) : Anthropos, 2008. – 527 p.
39. García-Page Sánchez, M. Contigo, pan y cebolla. Pautas para el estudio del léxico y la fraseología de la comida y la bebida en España / M. García-Page Sánchez, C. Ímaz Azcona // Comida y bebida en la lengua española, cultura y literaturas hispánicas. – Kragujevac : Universidad de Kragujevac, 2012. – P. 133–156.
40. Liu, J. Las unidades fraseológicas sobre la gastronomía en chino y en español: estudio lingüístico y sociocultural : tesis doctoral / J. Liu. – Madrid : Universidad Complutense de Madrid, 2021. – 317 p.
41. Lyu Xiaoxiao. La fraseología de la alimentación y la gastronomía en español: léxico y contenido metafórico : monografía / Lyu Xiaoxiao. – Buenos Aires : Argus-a, 2018. – 347 p.
42. Nadal, L. L. Los culturemas: ¿unidades lingüísticas, ideológicas o culturales? / L. L. Nadal // Language Design: Journal of Theoretical and Experimental Linguistics. – 2009. – № 11. – P. 93–120.
43. Navarro Brotons, L. Traducción de unidades fraseológicas gastronómicas: francés, español peninsular, español de México : monografía / L. Navarro Brotons. – Alicante : Universidad de Alicante, 2021. – 215 p.
44. Pamies Bertrán, A. El algodón no engaña: algunas observaciones sobre la motivación en fraseología / A. Pamies Bertrán // Fraseología y paremiología: enfoques y aplicaciones / ed. by Durante. – Madrid : Instituto Cervantes, 2014. – N.º 5. – (Serie «Monografías». Biblioteca fraseológica y paremiológica). – P. 33–50.
45. Ye, X. Estudio semántico de la metáfora en la fraseología del español: los cinco gustos del contexto gastronómico / X. Ye // FRASEOLEX. Revista Internacional de Fraseología y Lexicología. – 2022. – № 1. – P. 120–138.

46. Zhai, M. Los gastronomismos metafóricos en español y en chino: contraste lingüístico y cultural : tesis doctoral / M. Zhai. – Granada : Universidad de Granada, 2021. – 315 p.

Словари и справочники

1. Diccionario fraseológico español-ruso / comp. por A. I. Koroleva. – Moscú : URSS, 2016. – 544 p.

2. Многоязычный словарь современной фразеологии / сост. В. Виноградова [и др.] ; под ред. Д. Пуччо. – Москва : Флинта ; Рим : Итало-славянская культурная ассоциация, 2012. – 431 с.

3. Словарь русской пищевой метафоры. Т. 1 : Блюда и продукты питания / под ред. Е. А. Юриной. – Томск : Изд-во Томского университета, 2015. – 427 с.

4. Фёдоров, А. И. Фразеологический словарь русского языка : около 13 000 фразеологических единиц / А. И. Фёдоров. – 7-е изд., испр. и доп. – Москва : АСТ : Астрель, 2014. – 878 с.