

УДК 81'367

DOI: 10.23951/1609-624X-2018-4-128-132

ФРАНЦУЗСКАЯ ОБРАЗНАЯ ЛЕКСИКА С НАИМЕНОВАНИЯМИ АРХЕТИПИЧЕСКИ ЗНАЧИМЫХ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ (СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ, ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ И ДИСКУРСИВНЫЙ АСПЕКТЫ)

И. Е. Козлова, И. Н. Гребенкина, В. В. Голубева

Томский государственный педагогический университет, Томск

Анализируются французские образные выражения с наименованиями архетипически значимых продуктов питания в сопоставлении с аналогичной лексикой русского и английского языков. Образный строй языка является ценным источником сведений о национальном мировидении и миропонимании, образные единицы воплощают собой отражение духовной и материальной культуры в языке. Выбор для анализа образных единиц с компонентом наименований продуктов питания определяется тем, что пища является элементом национальной культуры, более всего связанным с представлением народа о своей национальной специфике. Анализу подверглись образные слова и выражения с наименованиями *мед*, *молоко* и *масло*, наиболее широко представленные в образных единицах языков, привлекаемых для сопоставления. Одинаково значимыми продуктами питания у русских и французов являются *молоко* и *мед*, поэтому образные значения этих языковых единиц схожи в обеих культурах. *Молоко* символизирует здоровье, молодость, а в английской и французской культурах – еще и некий источник радости, удовольствия. *Мед* в разных языках имеет символическую значимость удовольствия, наслаждения. Лингвокультурологический анализ французских образных единиц дополнен анализом их дискурсивных реализаций в разных видах дискурса и сопоставительным анализом с привлечением данных русского и английского языков. Наиболее интересные примеры снабжены контекстами из различных видов дискурса. На примере комплексного анализа французских выражений со словом *beurre* показано, что одно и то же наименование может иметь в языке не только различные, но и антонимические образные значения с противоположными коннотациями. Таким образом, доказано, что комплексное исследование образной лексики языка должно осуществляться одновременно в трех аспектах: лингвокультурологическом, дискурсивном и сопоставительном.

Ключевые слова: образные выражения, образная лексика, образные значения, наименования продуктов питания, лингвокультурологический анализ, анализ дискурсивной реализации, французский язык, русский язык, английский язык.

Пищевой код является неотъемлемой частью материальной и духовной культуры человеческого общества, сформированной под влиянием целого ряда факторов: природных, географических, социальных, экономических, культурных (об исследованиях кодов культуры во фразеологии см., например, [1]). С. А. Арутюнов подчеркивает, что «пища – это тот элемент материальной культуры, в котором более других сохраняются традиционные черты, с ним более всего связаны представления народа о своей национальной специфике» [2, с. 10]. Поэтому наименования продуктов питания, архетипически значимых для какого-либо культурного сообщества, получают в языке дополнительную «символьную» нагрузку, воплощенную в их образных значениях (об образном строе языка и образном значении см. [3]).

Исследования образной лексики французского и русского языков с символическим компонентом «продукты питания» позволяют сделать вывод о том, что для французской национальной культуры, так же, как и для русской, архетипически значимыми продуктами, наименования которых получили наиболее широкое образное переосмысление в

языке, являются *хлеб*, *масло* (животное и растительное), *молоко* и *мед* [4–7].

Как указывалось, в результатах проведенных ранее исследований, для оценки реального потенциала образной единицы в современном языке необходимо провести анализ ее дискурсивной реализации [8]. Для повышения достоверности результатов исследований в данном направлении и уточнения выводов об универсальности и национальной уникальности образных значений в разных языках к анализу были привлечены примеры реализации в дискурсе аналогичных выражений английского языка.

Одинаково значимыми продуктами питания у русских и французов являются *молоко* и *мед*, поэтому образные значения этих языковых единиц схожи в обеих культурах. *Молоко* символизирует здоровье, молодость: *кровь с молоком*, *avoir tété du bon lait* (букв. ‘быть вскормленным хорошим молоком’) – *иметь крепкое здоровье, il a encore le lait (de la nourrice) sur les lèvres* – *молоко на губах не обсохло*. Кроме того, во французских образных выражениях *молоко* обозначает некий источник радости, удовольствия: *bouillir du lait à qn* (букв. ‘вски-

пятить кому-либо молока⁴) – сделать, сказать кому-либо приятное, угождать кому-либо, гладить по шерстке кого-либо; *boire du (petit) lait* (букв. ‘пить молоко, выпить немного молока⁴) – наслаждаться, упиваться чем-либо. Это символическое значение отчасти поддерживается и в английской образной лексике. Так, английское образное выражение *milk and water* (букв. ‘молоко и вода⁴) – безвкусный, безликий, бессодержательный, бесцветный, невыразительный символизирует разбавление водой молока как чего-то ценного, обладающего высоким качеством.

Мед в разных языках символизирует удовольствие, наслаждение: *сладкий как мед, медом не корми, lune de miel* – медовый месяц, *paroles de miel* – медовые речи, *être tout miel* – **рассытаться в лобезностях**, *avoir le miel sur les lèvres* – **сладко говорить**. Французское образное выражение *terre dé-coulante de lait et de miel* – земля, текущая млеком и медом имеет свои аналоги и в русском, и в английском языках: *land of milk and honey* – молочные реки, кисельные берега, «земля обетованная» – место изобилия, свободное от нужды. Это выражение происходит из библейского описания земли, обещанной израильтянам. Например:

It might be better than where you came from, but don't think this is some utopia or land of milk and honey – we still have to work for what we have.

Это может быть лучше, чем то место, откуда вы пришли, но не думайте, что это какая-то утопия или земля, полная богатств, – нам все равно придется работать для того, чтобы у нас что-то было.

Универсально значимыми для разных языков являются образные значения выражений со словом-компонентом *масло*, которое во французской и русской культурах и образном строе обоих языков также символизирует достаток, изобилие, богатство; ср.: *как сыр в масле кататься; avoir du beurre dans ses épinards* (букв. ‘иметь сливочное масло в шпинате’) – **богато, сытно жить, assiette au beurre (букв. ‘тарелка со сливочным маслом’) – **казенный пирог, выгодное, доходное место**.**

Масло, будучи веществом, содержащим жир животного или растительного происхождения, как и сам жир или сало, становится основой для порождения универсальных стереотипических образов легкости и быстроты осуществления какого-либо дела; ср.: *как по маслу, смазывать / смазать пятки салом – бежать, убежать быстро; graisser la patte* – **подмазать, дать взятку кому-л.** (букв. ‘смазать салом чью-л. руку’). Аналогичное образное значение имеет французское наименование *huile* – ‘растительное масло’: *mettre de l'huile dans les rouages* (букв. ‘смазать маслом детали механизма’) – **улучшить отношения между людьми путем переговоров**.

Приведем пример сопоставительного, лингвокультурологического и дискурсивного анализа образных единиц французского языка с наименованием *beurre* ‘сливочное масло’, имеющим в исследуемых языках в основном позитивную коннотацию, связанную с представлением о достатке, богатстве и благополучии. Такая символическая значимость слова *beurre* отражается и во внутренней форме соответствующих образных единиц (о внутренней форме образных выражений и идиом см. подробнее в [9]). Французские выражения *faire son beurre, battre son beurre* – «снять сливки», *урвать/сорвать свой куш, взять лучшее* и *mettre du beurre dans les épinards* (букв. ‘положить сливочное масло в шпинат’) – **улучшить свою ситуацию, зажить богато, сытно** имеют близкие, синонимичные значения. Это образное значение наименования *масло (сливочное)* еще более усиливается в английском выражении *butter (one's) bread on both sides* (букв. ‘намазать хлеб сливочным маслом с двух сторон’) – **получать прибыль от двух или более отдельных и зачастую противоречащих друг другу или несовместимых вещей или источников**. Например:

The CEO buttered her bread on both sides, secretly investing in oil companies while publicly backing green energy initiatives to gain popular support.

Генеральный директор получал двойную прибыль, тайно инвестируя в нефтяные компании, публично поддерживая инициативы в области экологически чистой энергии, чтобы получить общественную поддержку.

Во французском психологическом романе автор вводит стилистический прием зевгму (распавшуюся в русском переводе) с одним и тем же глаголом *faire* ‘делать’ в его сочетании с прямыми и образными наименованиями, перечисляя истинные и псевдоценности человека, которые скрываются под видом его первостепенных жизненных задач:

On vit à l'âge du faire, faire des tas de trucs, faire son devoir, faire son beurre, faire son boulot, faire son nid, faire sa place, faire des enfants, faire toujours plus, faire, faire, faire, toujours faire! (Pierre Pellegrini, Branche Cassée, 2015)

Мы живем в то время, когда каждую минуту нужно что-то делать, делать кучу вещей, выполнять свой долг, добиваться лучшего, ходить на работу, вить свое гнездо, делать свою карьеру, рожать детей, делать еще и еще, делать, делать, делать, все время делать!

Французское образное выражение XIX века *mettre du beurre dans les épinards* характеризует материальное улучшение жизни благодаря дополнительному доходу и буквально означает, что у человека появляется финансовая возможность есть шпинат, политый сливочным маслом. В русском языке аналогичная ситуация описывается такими

образными выражениями, как *зарабатывать на хлеб с маслом* и подобными ему.

L'allocation que nous verse la municipalité nous permet de mettre un peu de beurre dans les épinards (Phillippe Gaillard. *Tu donnes ta langue au chat*. 2012).

Пособие, которое нам выплачивает муниципалитет, позволяет нам не только есть хлеб, но и добавлять к нему немного масла.

Обращает на себя внимание тот факт, что образные единицы, созвучные французским выражениям *faire son beurre, battre son beurre* (букв. ‘взбить свое масло’), имеются и в других языках (ср. в рус. яз. *снимать сливки, сливки общества*), тогда как *mettre du beurre dans les épinards* носит сугубо французский оригинальный колорит.

Однако во французском языке существует и другая, pejorativная, коннотация слова *beurre*, связанная с его образным употреблением. В XIX веке выражение *vendre du beurre* (букв. ‘торговать маслом’) в его образном значении означало *être ignoré* (букв. ‘быть незамеченным, проигнорированным’). Оно употреблялось, как правило, по отношению к девушкам, которых не приглашали танцевать во время балов. Позднее часть *vendre* была утрачена, а *du beurre* в таком негативном значении в начале следующего века вошло в детскую девичью считалочку: та девочка, на которую выпадало слово *beurre*, выбывала из круга. Так возникло выражение *compter pour du beurre* (букв. ‘считаться маслом’) – *быть ничем, пустым местом, ничтожеством*. В современном французском языке оно имеет ярко выраженную негативную коннотацию. Например:

Je commence à en avoir vraiment assez! Vous décidez de tout sans me demander mon avis. J'ai vraiment l'impression de compter pour du beurre (Phillippe Gaillard. *Histoire des expressions populaires françaises*. 2016).

Я уже начинаю выходить из себя! Вы все решаете без меня, не спрашивая моего мнения. У меня действительно складывается ощущение, что я – пустое место.

Приведем примеры реализации данного образного выражения в различных видах современного французского дискурса. В психологическом романе автор упоминает детскую речь, намекая на происхождение выражения – детскую считалку:

Mieux vaut encore passer pour un fou que de passer pour rien, pour du beurre, comme disent les enfants <...> (Dominique Lemaire. *“Les avatars de Guillaume”*. 1994).

Уж лучше пусть тебя считают дураком, чем ничтожеством, пустым местом, как говорят дети <...>.

В критическом научном журнале автор также употребляет данное выражение, используя не толь-

ко его образный, но и экспрессивный потенциал (о соотношении лексико-семантических категорий образности и экспрессивности см. [10, с. 51–55]).

Littérature “pour rire”, au double sens du terme: celle de Raymond Roussel pouvant être terme pour une œuvre douée d’une très grande puissance comique <...> mais aussi pour une œuvre malgré tout marginale dans l’histoire de la littérature, où elle risque fort de devoir à jamais jouer les seconds rôles, sinon d’y compter pour du beurre <...> (Raymond Roussel en Gloire. *Cahiers du Centre de Recherches sur le Surréalisme* (Paris III): Mélusine, № VI, 1983).

Литература «для смеха», в двойственном смысле этого слова: произведения Раймонда Русселя можно обозначить как талантливое творчество высокой комической силы <...>, но также, несмотря ни на что, как маргинальное творчество в истории литературы, где оно очень рискует навсегда остаться на вторых ролях, если не вообще пустым местом <...>.

Однако максимальное раскрытие образности и экспрессивности лексическая единица получает в образном контексте, где происходит актуализация образного значения слова или слов, чему способствуют его другие лексические элементы. «Помимо номинативного образного слова выполняют в тексте собственно экспрессивную функцию в том случае, когда элементы контекста усиливают прагматический аспект образного значения – выражение эмоционально-оценочного отношения к называемому предмету, а также чрезмерную степень проявления признака предмета» [11, с. 145].

В следующем примере в диалоге двух персонажей уничижительное значение выражения *compter pour du beurre* поддерживается другими элементами контекста – персонификацией продукта питания – сливочного масла:

Ava fit du regard le tour de la pièce.

– Je ne vois personne.

– Et moi, alors, je compte pour du beurre? – demanda Caleb.

– Ce serait insultant pour le beurre, répliqua-t-elle entre ses dents (Maureen Child, Ally Bloke. *“La promesse d’une nuit – Une maîtresse inoubliable”*. 2009).

Ава обвела комнату взглядом.

– Я никого здесь не вижу.

– А я что – пустое место? – спросил Калеб.

– Еще хуже – процедила она сквозь зубы.

Последняя реплика героини *Ce serait insultant pour le beurre* дословно переводится как ‘это было бы оскорбительно для масла’, т. е. происходит метафорическая игра слов, означающая, что персонаж не подлежит даже сравнению с ничтожеством. Как показывает рассмотренный выше пример, перевод образных контекстов, как правило, вызывает большие трудности для переводчика и часто при-

водит к неизбежным лексическим и стилистическим потерям.

Таким образом, проведенный анализ показал, что образная лексическая единица *beurre* функционирует в современном языке одновременно в двух образных значениях: с позитивной и негативной коннотациями. И такая прагматическая двуплановость сло-

жилась в результате влияния как лингвистических, так и экстралингвистических факторов. Результаты анализа позволяют сделать вывод о том, что комплексное исследование образного потенциала лексических единиц языка должно осуществляться одновременно в трех аспектах: лингвокультурологическом, дискурсивном и сопоставительном.

Список литературы

1. Ковшова М. Л. Лингвокультурологический метод во фразеологии: Коды культуры. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2012. 456 с.
2. Арутюнов С. А. Основные пищевые модели и их локальные варианты у народов России // Традиционная пища как выражение этнического самосознания. М.: Наука, 2001. С. 10–17.
3. Юрина Е. А. Образная лексика русского языка. Ч. 1: Семантика. Томск: ТМЛ-Пресс, 2008. 144 с.
4. Козлова И. Е., Гребенкина И. Н. Универсальные и уникальные стереотипы французской и русской культур (на материале русских и французских фразеологизмов с гастрономическими терминами) // Вестн. Томского гос. пед. ун-та (TSPU Bulletin). 2013. Вып. 10 (138). С. 9–16.
5. Морель Морель Д. А. Динамика французской концептосферы «Пища» // Вестник Православного Свято-Тихоновского гуманитарного университета. Серия «Филология». 2007. Вып. 2 (8). С. 99–114.
6. Нагаева К. Э. Национально-культурный компонент значения французских устойчивых сравнений: дис. ... канд. филол. наук. М., 2003. 253 с.
7. Сатановская О. С. Франция: страна и язык. La France à travers sa langue. М.: Международные отношения, 2006. 176 с.
8. Козлова И. Е., Гребенкина И. Н. Образные выражения с наименованием «хлеб» во французском и русском языках: лингвокультурологический и дискурсивный аспекты // Вестн. Томского гос. пед. ун-та (TSPU Bulletin). 2017. Вып. 10. С. 107–111.
9. Добровольский Д. О. Образная составляющая в толковании идиом // Вопросы языкознания. 1996. № 1. С. 71–93.
10. Юрина Е. А. Образность в системе лексико-семантических категорий языка // Вестник Томского гос. ун-та. 2004. № 38. С. 25–58.
11. Юрина Е. А. Образное слово в тексте // Вестник Томского гос. ун-та. 2004. № 38. С. 139–167.

Козлова Инна Евгеньевна, кандидат филологических наук, Томский государственный педагогический университет (ул. Киевская, 60, Томск, Россия, 634061). E-mail: kozlova.inna@rambler.ru

Гребенкина Ирина Николаевна, старший преподаватель, Томский государственный педагогический университет (ул. Киевская, 60, Томск, Россия, 634061). E-mail: kozlova.inna@rambler.ru

Голубева Вера Валериевна, научный сотрудник кафедры английской филологии, Томский государственный педагогический университет (ул. Киевская, 60, Томск, Россия, 634061). E-mail: kozlova.inna@rambler.ru

Материал поступил в редакцию 19.02.2018.

DOI: 10.23951/1609-624X-2018-4-128-132

FRENCH FIGURATIVE VOCABULARY REPRESENTING ARCHETYPICALLY ESSENTIAL FOODS (COMPARATIVE, LINGUOCULTURAL AND DISCOURSE STUDIES)

I. E. Kozlova, I. N. Grebenkina, V. V. Golubeva

Tomsk State Pedagogical University, Tomsk, Russian Federation

The paper presents the comparative analysis of French, Russian and English figurative vocabulary representing archetypically essential foods – honey, milk and butter. Figurative vocabulary is a valuable source of data connected with national mentality; it reflects material and spiritual culture in the language. The investigation of figurative expressions containing different linguistic units which represent foods is relevant due to the fact that food, being an element of national culture, is connected in the greatest degree with peoples' perception of their national characteristic features. Figurative expressions containing such linguistic units as 'honey', 'milk' and 'bread' have been analyzed as these elements are frequently used in French, Russian and English figurative expressions. Milk and honey are equally significant foods for the Russians and French people, consequently, figurative meanings represented by these linguistic units are similar in both cultures. Milk symbolizes health, youth; it is also a source of enjoyment and pleasure in the English and French cultures. The linguocultural analysis of French figurative expressions was supplemented by the examination of their realizations in different types of discourse and compared to equivalent expressions in the Russian and English languages. The most vivid examples are provided with contexts from different types of discourse. The

complex analysis of French expressions containing the unit “beurre” has shown that one and the same expression can have not only different but also antonymic figurative meanings which have opposite connotations. Thus, the results have shown that the complex analysis should be carried out in three aspects: linguocultural, comparative and discourse ones.

Key words: *figurative expressions, figurative vocabulary, figurative meanings, foods, linguocultural analysis, discourse analysis, French, Russian, English.*

References

1. Kovshova M. L. *Lingvokul'turologicheskiy metod vo frazeologii. Kody kul'tury* [Linguocultural method in phraseology. Cultural codes]. Moscow, Librocom Publ., 2012. 456 p. (in Russian).
2. Arutyunov S. A. *Osnovnyye pishchevyye modeli i ikh lokal'nyye varianty u narodov Rossii* [General food models and their local variants among Russia's peoples]. Moscow, Nauka Publ., 2001. Pp. 10–17 (in Russian).
3. Yurina E. A. *Obraznaya leksika russkogo yazyka. Chast' 1. Semantika* [Russian figurative vocabulary. Part 1. Semantics]. Tomsk, TML-Press Publ., 2008. 114 p. (in Russian).
4. Kozlova I. E., Grebenkina I. N. Universal'nye i unikal'nye stereotipy frantsuzskoy i russkoy kul'tur (na materiale russkikh i frantsuzskikh frazeologizmov s gastronomicheskimi terminami) [The universal and unique stereotypes in French and Russian cultures (data: Russian and French phraseological units with gastronomic terms)]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta – TSPU Bulletin*, 2013, no. 10 (138), pp. 9–16 (in Russian).
5. Morel D. A. Dinamika frantsuzskoy kontseptosfery “Pishcha” [The dynamics of French sphere of concepts “Food”]. *Vestnik Pravoslavnogo Svyato-Tikhonovskogo Gumanitarnogo Universiteta – St Tikhon's University Review*, 2007, no. 2 (8), pp. 99–114 (in Russian).
6. Nagayeva K. E. *Natsional'no-kul'turnyy komponent znacheniya frantsuzskikh ustoychivyykh sravneniy. Dis. kand. filol. nauk* [National cultural component of French figurative set expressions. Diss. cand. philol. sci.]. Moscow, 2003. 253 p. (in Russian).
7. Satanovskaya O. S. *Frantsiya: strana i yazyk. La France à travers sa langue* [France: country and language]. Moscow, Mezhdunarodniye otnosheniya Publ., 2006. 176 p.
8. Kozlova I. E., Grebenkina I. N. Obrazniye vyrazheniya s naimenovaniyem “khleb” vo frantsuzskom i russkom yazykakh: lingvokul'turologicheskiy i diskursivnyy aspektiy [Figurative expressions denominating «bread» in the French and Russian languages (on the material of contemporary French newspapers)]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta – TSPU Bulletin*, 2017, no. 6, pp. 107–111 (in Russian) DOI: 10.23951/1609-624X-2017-6-107-111
9. Dobrovolskiy D. O. Obraznaya sostavlyayushchaya v tolkovanii idiom [The image component of interpreting idiomatic expressions]. *Voprosy yazykoznaniya – Voprosy Jazykoznanija (Topics in the Study of Language)*, 1996, no. 1, pp. 71–93 (in Russian).
10. Yurina E. A. Obraznost' v sisteme leksiko-semanticheskikh kategoriy yazyka [Imagery in the system of lexico-semantic categories of language]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta – Tomsk State University Journal*, 2004, no. 38, pp. 25–58 (in Russian).
11. Yurina E. A. Obraznoye slovo v tekste [Imagery word in text]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta – Tomsk State University Journal*, 2004, no. 38, pp. 139–167 (in Russian).

Kozlova I. E., Tomsk State Pedagogical University (ul. Kievskaya, 60, Tomsk, Russian Federation, 634061). E-mail: kozlova.inna@rambler.ru

Grebenkina I. N., Tomsk State Pedagogical University (ul. Kievskaya, 60, Tomsk, Russian Federation, 634061). E-mail: kozlova.inna@rambler.ru

Golubeva V. V., Tomsk State Pedagogical University (ul. Kievskaya, 60, Tomsk, Russian Federation, 634061). E-mail: kozlova.inna@rambler.ru