

---

# ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ КОНЦЕПТ «ВИНО» В ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ ФРАНЦУЗОВ

П.Г. Логинова

Российский университет дружбы народов  
ул. Миклухо-Маклая, 6, Москва, Россия, 117198

Статья посвящена анализу лингвокультурного концепта «вино» и его роли в культуре и сознании французского народа. Показано, что лингвокультурный концепт «вино» представляет собой сложное ментальное образование, функционирует как способ интерпретации реальности коллективного сознания и является богатым источником культурной информации. В качестве объекта исследования выступили единицы паремиологии (раздела фразеологии) — паремии, основным назначением которых является краткое вербальное выражение ценностей и взглядов, основанных на жизненном опыте и традициях этноса. Материалом для исследования послужила картотека паремий — французских пословиц и поговорок в количестве 150 единиц, номинирующих концепт «вино», которые были подвергнуты семантическому, лингвокогнитивному и лингвокультурологическому анализу. Данные языковые единицы были выделены нами путем сплошной выборки из существующих для рассматриваемого языка наиболее авторитетных толковых словарей; также материалом для исследования послужили результаты анкетирования носителей языка. Мы ограничились семантическими группами «духовный мир человека и вино», а также «вино как интерпретация народной мудрости». Данные семантические группы являются малоизученными и весьма непростыми для перевода, в них наиболее ярко прослеживаются особенности менталитета.

В статье показано, что в паремиях французского языка, имеющих отношение к лингвокультурной сфере «виноделия», в полной мере раскрывается национальная культура французского народа и его отношение к вину. Своеобразие языкового развития, условия жизни народа, его быт, оказывают влияние, обуславливая их семантику и по-своему отражая национальную французскую культуру. Автор также акцентирует внимание на особенностях языкового сознания французов, которые создают серьезные лингвокультурные барьеры при переводе.

**Ключевые слова:** языковое сознание, культурные ценности, лингвокультурный концепт, вино, культурная информация.

## 1. ВВЕДЕНИЕ

*Вино* как категория мировой культуры сформировалось еще в I веке до н.э., в эпоху владычества Римской империи, когда кельтский народ из Нарбонской провинции, расположенной на юге Галлии, получил право производить вина. На мировую арену по производству вин вышли ведущие мировые винодельческие державы — Франция, Италия и Испания (в настоящее время к ним присоединились также и так называемые страны Нового Света (Аргентина, Южная Африка, Новая Зеландия, Чили). Таким образом, уже начиная с глубокой древности во французском, итальянском и испанском языках стали формироваться языковые единицы, тем или иным образом описывающие вино и связанные с ним реалии жизненного уклада, традиции, обычаи народов и их культурные ценности.

Во французской лингвокультуре вино представляет собой одновременно и ценность, и концепт. Вслед за В.А. Масловой мы убеждены, что «любое понятие, имеющее смысловую составляющую, может стать ценностью при соответствующем культурном контексте его функционирования» [10. С. 25]; концепт же

представляет из себя «единицу коллективного знания/сознания (отправляющую к высшим духовным ценностям), имеющую языковое выражение и отмеченную этнокультурной спецификой» [1. С. 41].

Лингвокультурный концепт «вино» представляет собой сложное ментальное образование, функционируя как способ интерпретации реальности коллективного сознания и одновременно являющийся богатым источником культурной информации. В связи с вышеизложенным анализ языковых единиц, номинирующих лингвокультурный концепт *вино*, наряду с изучением лингвокультурной сферы «виноделие» представляется нам более чем заслуживающим внимания.

В качестве социокультурного феномена и фрагмента языковой картины мира концепт «вино» находится в фокусе внимания широкого круга филологов и языковедов, изучающих данное явление в рамках лингвокультурологии и лингвистики. На материале русского языка с этнолингвистической точки зрения концепт «вино» был рассмотрен в работах А.А. Юнаковской; комплексное лингвокогнитивное исследование фрагмента «винопитие» в русской культуре представлено в работе Т.С. Глушковой [3]; с литературоведческой и художественной точки зрения структура и содержание концепта «вино» в русской поэзии было рассмотрено в работе И.С. Головановой [4]; языковые средства презентации предметной области «дегустация вина» были исследованы в работе К.М. Гриненко [2].

Однако, несмотря на значительное количество исследований, посвященных анализу концепта «вино» с самых разных лингвистических, лингвокультурологических и литературоведческих точек зрения, работ, посвященных анализу языковых единиц, номинирующих лингвокультурный концепт «вино» сквозь призму национального характера французов на материале французского языка, немного. Фрагментарно исследование языковых единиц данного лингвокультурного концепта на материале французского языка представлено в работах Ж.В. Кургузенковой [8] и К.М. Романовой [12].

В нашем исследовании мы ограничились фразеологическими номинациями лингвокультурного концепта «вино». В паремиологии как части фразеологии, посвященной изучению и классификации паремий, пословицам, пословичным выражениям и поговоркам отведена особая роль. Они представляют собой образные единицы и знаки языка, обозначающие типичные мысленные и жизненные ситуации, и являются необходимыми элементами коммуникации.

Цель данного исследования — проанализировать французские пословицы и поговорки, номинирующие концепт «вино» в рамках двух семантических групп, обозначить их лингвокультурологическую специфику, показать особенности менталитета, истории, быта французского народа, а также акцентировать внимание на трудностях семантики и показать, какие фоновые знания необходимы для их понимания.

Материалом для настоящего исследования послужили французские пословицы и поговорки в количестве 150 единиц, номинирующие концепт «вино», которые были подвергнуты семантическому, лингвокогнитивному и лингвокульту-

рологическому анализу. Данные языковые единицы были выделены нами путем сплошной выборки из существующих для рассматриваемого языка идеографических и наиболее авторитетных толковых словарей; также материалом для исследования послужили результаты анкетирования носителей языка за последние 5 лет.

Научная новизна исследования состоит в установлении лингвистических, когнитивных и психологических факторов, влияющих на возникновение пословиц и поговорок, а также в исследовании механизма отражения в них сознания, бытия и условий жизни французского народа. Показаны связи между национальным характером французов и его отражением в конкретных единицах языка.

Актуальность работы определяется общей тенденцией современной лингвистики к изучению языковых единиц различных этносов и возрастающим интересом к исследованию когнитивных механизмов, которые связывают язык и сознание, а также необходимостью изучения способов отражения в языке национального характера.

В работе были применены общие методы и частнометодические приемы исследования: метод контекстного анализа, заключающийся в расчленении фразеологического и лексического значения на семантические элементы — семы; сравнение словарных и контекстуальных значений фразеологических единиц (сопоставительный анализ). Общий подход к исследованию — индуктивно-дедуктивный (от анализа конкретного материала к обобщениям).

## **2. ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ КОНЦЕПТ КАК ОСНОВНАЯ ЕДИНИЦА ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИИ**

Вслед за С.Г. Воркачевым мы полагаем, что «язык, культура и этнос неразрывно между собой связаны и образуют средостение личности — место сопряжения ее физического, духовного и социального Я» [1. С. 24], что наглядно демонстрируется в лингвокультурологии, где значение анализируемых языковых единиц раскрывается сквозь их образы и ассоциации, отражающие языковое сознание носителей того или иного языка или культуры. Неотъемлемой частью языкового сознания является *лингвокультурный концепт*.

Следуя за В.И. Карасиком, мы полагаем, что «лингвокультурный концепт представляет из себя условную ментальную единицу, направленную на комплексное изучение языка, сознания и культуры» [7. С. 2]. «Выделение концепта как ментального образования, отмеченного лингвокультурной спецификой, — это закономерный шаг в становлении антропоцентрической парадигмы гуманитарного, в частности, лингвистического знания» [1. С. 26], — отмечает С.Г. Воркачев.

Однако в современной российской лингвистике понимание сущности лингвокультурного концепта представляется неоднозначным и весьма противоречивым, несмотря на активные исследования данного явления лингвистической науки (начало исследования концепта было положено в 90-х гг. прошлого столетия).

Мы полностью согласимся с Э. Лассан, утверждающей, что «теоретический аппарат, используемый в российской лингвистике, чрезвычайно перегружен как

привлечением терминологии семантического анализа, так и аппарата когнитивной лингвистики» [9. С. 10]. Мы также полагаем, что «соотношение между лексическим значением, многозначностью и концептом остается все столь же размытым...» [9. С. 9]. Тем не менее, несмотря на призыв Э. Лассан отказаться от использования термина «концепт» в пользу лексической единицы «понятие» (с одной стороны, безусловно, гораздо более ясной и логичной для русского языка), в своей работе мы намерены придерживаться термина «концепт», так как он представляется нам более всеобъемлющим, уже включающим в себя самую сущность «понятия».

Возвращаясь в данной связи к трудам В.И. Карасика, мы полагаем, что культурный концепт, являясь основной единицей лингвокультурологии, представляет собой *«многомерное смысловое образование, в котором выделяются ценностная, образная и понятийная стороны»* [6. С. 84].

Смысловая составляющая (ментальная функция), которую несет в себе лингвокультурный концепт, также заслуживает пристального внимания. Вслед за В.А. Масловой мы убеждены, что лингвокультурный концепт представляет собой *«ментальный способ репрезентации действительности... это как бы сгусток смысла, несущий важную культурную информацию и выраженный в виде знаков (в широком понимании знака): в языке, в искусстве»* [10. С. 25].

Э. Лассан, в свою очередь, определяет концепт как *«проявление интеллектуальной деятельности, как рефлексии над действительностью, однако эта рефлексия сохраняет память чувственного опыта (эмоции, оттенки, ассоциации и т.п.)»* [9. С. 15]. Интересно и доказательство Э. Лассан того факта, что концепт, не имея своей языковой природы, представляет собой *«ментальную сущность, репрезентацию, которую можно эксплицировать на языковом уровне (через посредство операций лингвистического характера), которая требует определенного языка описания»* [9. С. 15].

С самой сущностью лингвокультурного концепта тесным образом связано языковое сознание, в силу того, что «любой концепт — это элемент определенной концептуальной системы *носителя сознания* как информации о действительном или возможном положении вещей в мире» [1. С. 18]. Развиваясь в коллективном и индивидуальном языковом сознании, язык как социальное явление отражает особенности языковой культуры той или иной нации.

Таким образом, в нашем понимании лингвокультурный концепт, вслед за С.Г. Воркачевым, представляет из себя «культурно отмеченный вербализованный смысл, представленный в плане выражения целым рядом своих языковых реализаций, образующих соответствующую лексико-семантическую парадигму» [1. С. 30]. *«Эволюционируя и совершенствуясь в языковом сознании (например, для описания вина постоянно создаются новые языковые единицы, пополняется винная терминология, возникают фразеологические обороты, номинирующие данную реалию), мы считаем, что исследуемый нами лингвокультурный концепт «вино» представляет собой «многомерную интегрирующую эвристическую категорию»* [1. С. 38].

### **3. ПОСЛОВИЦЫ И ПОГОВОРКИ О ВИНЕ КАК ЕДИНИЦЫ ПАРЕМИОЛОГИИ И ФРАГМЕНТ КАРТИНЫ МИРА ФРАНЦУЗОВ**

Паремиология, являясь филологической наукой о поговорках и представляя из себя раздел фразеологии, привлекает все больше внимания как лингвистов, так и фольклористов. Поговорки представляют из себя объект исследования лингвистов-паремиологов и включают в себя пословицы, пословичные выражения, антипословицы, поговорки, веллеризмы, девизы, слоганы, афоризмы, загадки, приметы и другие изречения, основной целью которых является краткое образное вербальное выражение традиционных ценностей и взглядов, основанных на жизненном опыте народа. В своем исследовании мы ограничились анализом пословиц и поговорок, номинирующих лингвокультурный концепт «вино».

Формируя фразеологический фонд языка, пословицы и поговорки являются носителями духовной и социальной культуры любого народа, они справедливо считаются одним из наиболее ярких проявлений национально-культурной специфики языка. Лингвокультурологическая значимость пословиц и поговорок состоит в том, что они отражают мировидение языкового коллектива и воплощают концепты культуры с помощью языковых средств. Таким образом, взаимовлияние языка, культуры, традиции и истории в пословицах и поговорках представляется нам абсолютно очевидным.

Для Франции вино и все, связанное с употреблением этого напитка, является отражением национального характера и культуры. Вино в этой стране представляет собой объект культа и национальной гордости (вина производятся практически в каждом регионе страны). В пословицах и поговорках французского языка, имеющих отношение к лингвокультурной сфере «виноделие», в полной мере раскрываются особенности менталитета, культуры французского народа и его отношение к вину. Условия жизни, быт народа, своеобразие языкового развития оказывают влияние на возникновение поговорок и обуславливают их семантику, по-своему «преломляя» национальную французскую культуру. По мере развития виноделия коллективная память французского народа синтезировала в себе социокультурные коннотации, связанные с выращиванием винограда, производством и употреблением вина, которые в полной мере и нашли свое отражение в пословицах и поговорках о вине.

Таким образом, мы полагаем, что лингвокультурный концепт «вино» во французском языке представляет собой единое целое, в котором органично соединяются язык, культура и традиции, и, соответственно, анализ языкового материала, посвященного вину и реалии, связанные с ним, являются значимой частью миропонимания французского народа. С нашей точки зрения, пословицы и поговорки, в которых отражается лингвокультурный концепт «вино», можно рассматривать как отличительную черту французской нации.

Однако, несмотря на бесспорную лингвокультурологическую значимость пословиц и поговорок, мы считаем необходимым учитывать их архаическую и непродуктивную структуру; часто в них отражаются наиболее древние и устаревшие

представления об этническом характере и присутствуют архаические мотивы и образы, которые явились основой для создания их поэтико-содержательной структуры.

Представляя из себя «пласт языка древности», пословицы и поговорки не являются отражением современных концептов культуры и состояния менталитета. В настоящее время на место пословиц и поговорок приходят такие единицы паремиологии, как прецедентные фразы, рекламные слоганы, девизы, в которых в полной мере находит свое образное вербальное отражение современный национальный характер.

#### 4. АНАЛИЗ ПОСЛОВИЦ И ПОГОВОРОК, НОМИНИРУЮЩИХ ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ КОНЦЕПТ «ВИНО» ВО ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКЕ

Как отмечает С.Г. Воркачев, «ключевым в современном культурологическом и лингвокультурологическом подходе к концепту является, прежде всего, понятие *духовной ценности*: общественные представления о добре и зле, прекрасном и безобразном, справедливости, смысле истории и назначении человека и пр...» [1. С. 15]. Обозначенные духовные ценности и реалии в полном объеме и аккумуляруют в себе лингвокультурный концепт «вино».

Пословицы и поговорки во французском языке, номинирующие лингвокультурный концепт «вино», составляют ряд семантических групп, все они интересны и заслуживают лингвистического анализа, так как в них наиболее ярко и полно проявляется национальная специфика. Мы ограничимся анализом пословиц и поговорок, номинирующих лингвокультурный концепт «вино», в которых отражаются:

- 1) духовный мир человека,
- 2) отношение человека к природе,
- 3) народные мудрости французского этноса.

Данные семантические группы являются наименее изученными и наиболее сложными для перевода на русский язык, в них с наибольшей яркостью прослеживаются особенности культуры и менталитета французского народа.

Сама по себе лексема *vin* (вино) обладает достаточно большой фразеоспособностью (способностью создавать устойчивые выражения, включая пословицы и поговорки).

Вино воспринимается французским народом как «Божий дар», «чудо, дарованное Господом, которое нам преподносит природа». Французский народ склонен обожествлять вино, наделяя его неземными чертами.

Начнем наш анализ с языковых примеров, в которых вину придается божественный смысл:

- (1) *Le Christ n'a pas changé le vin en eau mais l'eau en vin* (Иисус Христос превратил не вино в воду, а воду в вино).

Данная фразеологическая единица является библейской поговоркой. Речь идет об известном библейском факте, первом чуде, совершенным Иисусом Христом

во время брачного пира в городе Кане, недалеко от Назарета, когда Иисус превратил воду в вино. В данной поговорке значение вина как сакрального напитка для французской нации, на наш взгляд, особенно велико.

Аналогичный смысл содержится и в следующем примере:

- (2) *De l'Assomption la clarté fait du vin la qualité* (На праздник Успения Богородицы (15 августа — прим. автора) производится вино высокого качества, дословно: «Свет Богородицы благоприятствует производству вина высокого качества»).

Французский народ искренне склонен верить, что благосклонность Богородицы способна повлиять на качество будущего вина, важнейшего гастрономического «продукта» страны, символа материального благополучия, стабильности и достатка (наравне с хлебом и сыром).

Французы — мастера юмора, это известная особенность их менталитета, они склонны находить веселое даже там, где его быть не может, иронизировать и подсмеиваться над самими собой и даже над религией. Очень интересной, на наш взгляд, в этой связи представляется поговорка, где присутствует ярко выраженный юмористический оттенок в отношении института церкви и религии в целом:

- (3) *Plus de vin se dépense aux Pardons que de cire* (Во время Святого Причастия тратится больше вина, чем воска).

Речь идет об освящении хлеба и вина особым образом и последующем их вкушении во время Святого Причастия (Евхаристии). В данном языковом примере присутствует ироничный оттенок, выраженный в том, что даже в церкви подчас происходит злоупотребление вином. Вину опять же придается сакральный смысл, его пьют и святые, и монахи.

Особый пласт среди пословиц и поговорок во французском языке, номинирующих концепт «вино» и составляющих семантическую группу «духовный мир человека», представляют пословицы и поговорки, где упоминаются святые (библейские персоналии), поклонение которым распространено исключительно на территории регионов Франции (в отдельных случаях и на территории Италии). Известно, что католики запасались святыми покровителями на все случаи жизни. Виноделы — не исключение, причем практически все святые виноделов — мученики (из-за аналогии между вином и пролитой кровью).

Виноделию покровительствует около 30 святых в разных странах и у разных народов. Как правило, у всех святых мучеников есть день рождения (день памяти, или день смерти). В народе считалось, что качество выращенного винограда и объем собранного урожая напрямую зависят от благосклонности того или иного святого, огромную роль в этом играли наблюдения простого люда, крестьян и фермеров за изменчивостью погодных условий.

- (4) *La rosée de Saint-Albin est, dit-on, rosée de vin* (Говорят, что роса, выпавшая на праздник Святого Албана, — роса истинного вина).

Здесь речь идет о важности осадков, количество которых и период выпадения влияют на свежесть будущего вина. В данной пословице упоминается архиепископ города Лиона, который жил в IV в., день его почитания — 15 сентября (во Фран-

ции считается, что самый лучший период для сбора винограда — с августа по середину сентября).

- (5) *Beau ciel à la Saint-Romain, Il y aura des denrées et du bon vin* (Если небо при Святом Романе будет ясное, то будет вам и еда и доброе вино).

Речь идет о дате 28 февраля, дне памяти Святого Романа (казалось бы, совсем отдаленной от даты сбора урожая), что еще раз свидетельствует о народной мудрости и склонности верить, что, даже ориентируясь на погоду в зимнее время, можно судить о качестве будущего вина.

Данная семантическая подгруппа является мало изученной и весьма непростой для перевода (это связано с тем, что в русском языке очень часто отсутствуют аналогичные библейские персоналии). Подобные факты необходимо учитывать при переводе, — мы предлагаем осуществлять перевод имен собственных в соответствии с действующими законами русского языка и не пытаться осуществить калькированный перевод. Подчеркнем, что анализируемые нами фразеологические единицы являются пословицами и поговорками и не имеют прямого отношения к библеизмам. Они представляют собой лишь сгусток культурной информации, выраженной посредством языка (библеизмами же, как отмечает В.И. Искандерова, являются «крылатые слова» французского языка и «чаще обозначаются терминами «locutions bibliques», «expressions d'origine biblique») [5. С. 30]. Тем не менее, справедливо будет отметить, что в данных пословицах и поговорках «выделяется интернациональная и национальная специфика менталитета наций» [5. С. 30].

Любопытно, что во многих пословицах данной семантической группы упоминается Святой Винсент из Бургундии, самый известный в мире покровитель виноделов, — и этому есть объяснение. В иконографии святой Винсент традиционно изображается молодым человеком в диаконском облачении с виноградной ветвью в руках. Определенной загадкой остается тот факт, почему именно этот святой был выбран покровителем виноделов. Наиболее распространенная версия звучит следующим образом: — первый слог имени Vincent по-французски произносится как «vin» (вино), что символично отражает судьбу святого, пролившего свою кровь за Христа. Другая версия предполагает, что тело Святого Винсента во время пыток подверглось таким же мучениям, как и виноград под прессом. Праздник Святого Винсента в Бургундии отмечают 22 января. В пословицах, где упоминается данный святой, вино вновь обретает божественный смысл; вера в то, что святой мученик может благоприятствовать хорошему урожаю, очень сильна в сознании французского народа:

- (6) *Saint-Vincent clair et beau, plus de vin que d'eau* (Если на Святого Винсента погода ясная, будет больше вина, чем воды);  
 (7) *Saint-Vincent trouble — met du vin dans ta gourde* (Если на Святого Винсента погода плохая, запасайся вином) (досл. «наполняй свою фляжку»);  
 (8) *Quand le soleil luit à la Saint — Vincent, le vin monte au sarment* (Если на Святого Винсента солнечно, побеги виноградной лозы поднимаются).

Вечные духовные ценности, такие, как милосердие и добро, также тесным образом связаны в языковом сознании французского народа с вином и находят

отражение в пословицах и поговорках, где упоминается еще один великий мученик — Святой Мартин (согласно легенде Мартин сжалился однажды над замерзающим бродягой, вытащив острый меч из ножен и разрезав свою теплую меховую накидку на две половины, отдав затем одну из них нищему). Позже, задремав, Мартин увидел во сне того самого бедняка, но уже с ликом Христа. Во Франции день Святого Мартина традиционно отмечается 11 ноября. Таким образом, с тех пор французы в этот день склонны лишний раз находить подтверждение безграничности таких вечных духовных ценностей, как милосердие и добро. Однако отдать дань Святому Мартину у французов означает не только хорошо выпить, но и «знатно откусать» (здесь также прослеживается отличительная черта национального французского характера — эпикурейство, страсть к праздникам, хорошей еде и удовольствиям в целом). Однако, несмотря на любовь к застольям и вину, чрезмерное употребление вина у французского народа порицается, высмеивается пьянство:

- (9) *Pour la Saint-Martin, âne qui ne boit du vin; âne deux fois, qui trop en boît* (На Святого Мартина только осел не пьет вина, но дважды осел тот, кто слишком много его пьет);
- (10) *A la Saint-Martin, faut goûter le vin, Notre-Dame d'après, de la table, il est près* (На Святого Мартина нужно выпить винца, после — в Нотр-Дам, а потом — к столу!) Обратим внимание, что в данном языковом примере часть сказуемого опускается (вместо *il faut goûter le vin*, употреблено *faut goûter le vin*), что недопустимо с точки зрения классических законов грамматики и позволительно только в просторечии и аргю. Переводчику необходимо учитывать эту особенность языка как при работе над аналогичными примерами, так и при переводе фразеологических единиц в целом.

Интересен здесь и орфоэпический аспект: слова в двух приведенных языковых примерах рифмуются, что придает им еще большую красоту.

Мудрость французского народа проявляется также в наблюдении (эмпирически) за погодными условиями и их влиянии на будущий урожай — для французских фермеров нет ничего хуже, чем неблагоприятные природные условия и погубленная виноградная лоза (вспомним об эпидемии филлоксеры, тли, уничтожившей виноградные лозы в конце XIX в., или о бунте в регионе Шампань в 1911 г.).

Данные исторические реалии (как и многие другие) нашли отражение в многочисленных поговорках и пословицах о вине. При уходе за своей виноградной лозой, заботе о ней в языковом сознании французского народа сформировались своеобразного рода приметы, которые воплотились в поговорках и пословицах:

- (11) *Saint-Marcellin, bon pour l'eau, bon pour le vin* (На Святого Марселина много дождей и много славного вина) (день Святого Марселина празднуется 2 июня, когда наступает самый пик сбора урожая).

Следующий языковой пример поражает своей поэтичностью, в нем также проявляется еще одна особенность истинно французского менталитета — склонность к куртуазности, романтичность, влюбчивость:

- (12) *Si le jour de la Saint-Samson, le pinson boit au buisson, l'amour peut chanter sa chanson, le vin sera bon* (Если на день Святого Самсона зяблик пьет воду с кустов, то любовь может петь свою песню и вино будет добрым).

Ценность вина для французского народа настолько высока, что сравнивается с основным продуктом питания — хлебом; уничтожить его — значит поставить под сомнение свое благосостояние, достаток:

- (13) *Gelée le soir à la Saint-Urbain anéantit fruits, pain et vin* (Мороз на Святого Урбана уничтожит фрукты, хлеб и вино);
- (14) *Beau temps vers le Saint-Jean, blés et vins abondants* (Если на Святого Жана погода хорошая, пшеницы и вина будет вдоволь).

Как уже было отмечено, природные условия играют огромное значение для французского народа в его отношении к жизни в целом и косвенно влияют на объем производимого вина, которое воспринимается как благо, Божий дар; хороший урожай — счастье и довольство в семье, процветание винодельческих хозяйств испокон веков является основой французской экономики, традиции, и, конечно же, культуры. В день памяти (рождения) того или иного святого виноделы воспринимали те или иные погодные условия как знамение, Божий знак и действовали соответствующим образом (принимались за сбор урожая, накрывали, оберегали его). От погодных условий напрямую зависел (и зависит по сей день) объем собранного виноделами урожая:

- (15) *A la Saint-Honoré, s'il fait gelée, le vin diminue de moitié* (Если на Святого Оноре подморозило, то вина получится вдвое меньше);
- (16) *Pluie du jour de Saint-Grégoire, autant de vin de plus à boire* (Если на Святого Грегуара идут дожди, то вина получится больше).

Многие из пословиц рифмуются, что придает им особую поэтичность и красоту:

- (17) *S'il pleut à la Saint-Médard, la vendange diminue d'un quart* (Если на Святого Медара идет дождь, урожай будет на четверть меньше).

В следующем примере проявляется такая черта французского народа, как предрассудительность, склонность к экономии, прогнозирование, стремление все просчитать заранее:

- (18) *Entre Saint-Denis et Saint-François, prends ta vendange quelle qu'elle soit* (Между праздниками Святого Дени и Святого Франсуа собирай обязательно свой урожай, каков бы он ни был).

В нашем материале встретился ряд пословиц и поговорок, где речь идет о погодных условиях, в которых непосредственное упоминание святых мучеников опускается и говорится лишь о влиянии погоды на качество будущего вина в целом. Усиливается вера в приметы, проявляется склонность к тщательному наблюдению за погодой, возрастает вера в предания; сквозь все это сквозит главная черта, объединяющая эти языковые единицы, — народная мудрость. Приведем несколько примеров:

- (19) *S'il pleut à la mi-août, le vin ne sera pas doux* (Если дожди пойдут в середине августа, вино будет несладким);
- (20) *Pluie et tonnerre d'août, promettent huile et vin partout* (Грозы и дожди в августе обещают много оливкового масла и вина);
- (21) *Rosée du soir et fraîcheur de mai appellent du vin et beaucoup de foin* (Вечерняя роса и майская свежесть обещают много вина и сена).

Как уже было частично показано выше, во французском языке фразеологизмы со стержневым компонентом *vin* могут вербализовать самые различные сведения о жизни человека, его чертах, привычках, традициях, исторических событиях, отношении к другим людям, о семье, дружбе, любви, материальном благополучии. Все они были созданы народом благодаря его мудрости, знаниям о тех или иных жизненных явлениях и реалиях, которые накапливались на протяжении столетий. В них раскрывается внутренний мир народа, делается акцент на каких-либо отдельных его особенностях.

Остановимся на анализе пословиц и поговорок, номинирующих лингвокультурный концепт «вино», которые мы отнесли к семантической группе «вино как интерпретация народной мудрости». Примечательно, что отношение к вину как символу благополучия и фрагмента культуры, выражающем народную мудрость, во французских пословицах и поговорках, номинирующих лингвокультурный концепт «вино», проявляется в том, что в них в большинстве своем преобладает положительная семантика (положительная коннотация).

Французов отличает умение дружить, ценить своих близких, налаживать связи; как правило, они очень коммуникабельны и с удовольствием вступают в общение. Вино является своего рода «добрым спутником» любого дружеского застолья. Эти черты национального характера нашли воплощение в пословицах и поговорках о вине:

- (22) *Or, vin, ami, et serviteur, le plus vieux est le meilleur* (Золото, вино, друзья и слуги с годами становятся лучше);
- (23) *Vin sans ami, vie sans témoins* (Вино без друга все равно, что жизнь без соседей).

Известными отличительными чертами национального характера французов являются также куртуазность, гедонизм, любовь к женщинам, жажда молодости, жажда жизни во всех ее проявлениях, любовь к красоте. Как отмечает С.Г. Тер-Минасова, «французы (в представлении русских — прим. автора), — это легкомысленные гуляки, эпикурейцы, думающие только о женщинах, вине и гастрономических удовольствиях» [14. С. 139]. Согласимся в данной связи и с Ж.В. Кургузенковой, полагающей, что «гедонизм французов вошел в качестве отличительной черты их национального характера во все исследования психологии данного народа» [8. С. 48]. Во всех приведенных ниже примерах прослеживается положительная коннотация, вино обладает позитивной семантикой, сравнивается с красивыми женщинами, молодостью, красотой и добром:

- (24) *Filles, vignes, sont fort malaisées à garder: sans cesse quelqu'un passe qui voudrait y goûter* (За дочерьми и виноградом сложно присматривать, так как проходящий мимо так и хочет их попробовать);
- (25) *Bon vin et femmes jolies sont deux agréables poisons* (Доброе вино и красивые женщины — два чудесных яда);
- (26) *Beauté sans bonté est comme vin éventé* (Красота без добра все равно, что выдохшееся вино);
- (27) *Où l'hôtesse est belle le vin est bon* (В доме, где хозяйка — красавица, и вино — доброе).

Почитание старших, уважение пожилых людей — также известная отличительная черта французов:

- (28) *Un bon vieillard ressemble à un bon vin qui a déposé sa lie* (Добрый старик напоминает хорошее вино, выдержанное на осадке).

Французы убеждены, что вино чрезвычайно полезно для организма:

- (29) *Un bon verre de vin enlève un écu au médecin* (Хороший бокал вина бережет твои денежки) (букв. «забирает эку у доктора», эку — денежная единица, прим. автора);
- (30) *Qui boit du Meursault, ne vit ni ne meurt sot* (Кто пьет Мерсо (известное вино из Бургундии — прим. автора), не живет и не умирает дураком. Часто в подобного рода пословицах и поговорках опускается лексема «vin» (вино), вследствие чего могут возникнуть определенные трудности лингвокультурного характера, и для поиска адекватных переводных эквивалентов необходимы знания как культуры, так и менталитета (в данном случае того, что Мерсо — это имя собственное, так именуется самое знаменитое белое бургундское вино).

Наряду со значением пользы вина для здоровья вновь прослеживается склонность французского народа к религиозности как его отличительной черте:

- (31) *Si tu bois du vin, tu dormiras bien; si tu dors, tu ne pêcheras pas; si tu ne commets pas de péchés, tu sera sauvé* (Если ты пьешь вино, ты будешь хорошо спать; если ты спишь, ты не будешь грешить; если ты не грессишь, то обретешь спасение);
- (32) *Qui mange bien, bois bien, qui bois bien, dort bien, qui dort bien, ne pêche pas; qui ne pêche pas va au ciel* (Кто хорошо ест, хорошо пьет, кто хорошо пьет, крепко спит, кто крепко спит, тот не грешит, кто не грешит — попадет в рай).

К семантической группе «вино как интерпретация народной мудрости» мы также отнесли пословицы и поговорки, где положительная семантика *вина* органично переплетается с опытом народа, его наблюдениями, знаниями и выводами о тех или иных жизненных явлениях и реалиях, а также об особенностях человеческой личности, которые накапливались на протяжении столетий и нашли свое отражение в пословицах и поговорках. Во всех пословицах ниже прослеживается любовь французского народа к вину:

- (33) *Bon bon, bon cheval* (Доброе вино как добрый конь);
- (34) *Depuis que le soleil et la lune brillent au firmament on a rien connu de meilleur que le vin* (С тех пор, как солнце и луна освещают небесный свод, человечество не знает ничего лучше, чем вино);
- (35) *Une journée sans vin est une journée sans soleil* (День без вина подобен дню без солнца).

Французский народ считал (и считает по сей день), что вино помогает увидеть глубже душу человека, понять его внутренний мир, возможно, способствует облегчению душевного состояния:

- (36) *Le vin est le miroir de l'homme* (Вино — зеркало души);
- (37) *Le vin est la caverne de l'âme* (Вино раскрывает врата души).

Подытожим наши наблюдения следующей самой известной французской поговоркой о вине латинского происхождения, «квинтэссенцией» вышеизложенного анализа:

*La vérité est dans le vin* — «Истина в вине».

## 5. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В статье было показано, что во французской лингвокультуре *вино* представляет собой одновременно и ценность и концепт, являющийся богатым источником культурной информации, в котором органично переплетаются язык и традиции французского этноса.

В пословицах и поговорках, номинирующих лингвокультурный концепт «вино» во французском языке, находят отражение такие вечные ценности, как добро, милосердие, любовь и забота о ближнем. Особенно отчетливо при анализе пословиц и поговорок о вине проявляется склонность французов к набожности, религиозности (можно полагать, что и сейчас характер французов весьма набожный); проявляется и мифологическое сознание этноса. В качестве особенностей менталитета французов заостряют на себе внимание такие черты, как предрассудительность, склонность к экономии; находят свое подтверждение такие известные особенности национального характера данного этноса, как гедонизм и куртуазность.

Анализ представленного языкового материала позволяет сделать вывод о том, что отношение к вину как фрагменту культуры в пословицах и поговорках французского народа характеризуется положительной семантикой.

Автором было также выявлено, что лингвокогнитивные особенности менталитета французского народа могут создавать определенные трудности при переводе пословиц и поговорок, номинирующих лингвокультурный концепт «вино». Поиск адекватных переводных эквивалентов может потребовать у переводчика определенных лингвокультурологических знаний.

© Дата поступления: 13.02.2016  
Дата принятия в печать: 25.04.2016

## ЛИТЕРАТУРА

- [1] Воркачев С.Г. Счастье как лингвокультурный концепт. М.: ИТДГК «Гнозис», 2004.
- [2] Гриненко К.М. Языковые средства презентации информационно-оценочного поля дискурса предметной области «дегустация вина»: автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Краснодар, 2010.
- [3] Глушкова Т.С. Винопитие как фрагмент русской языковой картины мира (на материале паремий, анекдотов, тостов, текстов СМИ и рекламы): автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Омск, 2009.
- [4] Голованова И.С. Художественный концепт «вино» в русской поэзии XVIII века: 30—90-е гг. XVIII в.): дисс. ... канд. филол. наук. Самара, 2007.
- [5] Искандерова В.И. Фразеологические единицы библейского происхождения в языке французской периодической печати: дисс. ... канд. филол. наук. М., 2005.
- [6] Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Изд-во «Перемена», 2002.

- [7] Карасик В.И., Слышкин Г.Г. Лингвокультурный концепт как элемент языкового сознания // *Методология современной психолингвистики: Сборник статей*. М.; Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2003.
- [8] Кургузенкова Ж.В. Особенности культуры франкоязычного мира сквозь призму фразеологии: дисс. ... канд. филол. наук. М., 2004.
- [9] Лассан Э.Р. «Прощание — скорбное слово» (прощание — жанр, концепт, речевой акт?) // *Вестник Российского университета дружбы народов*. Серия: Лингвистика. 2015. № 3. С. 7—22.
- [10] Маслова В.А. Странник в русской лингвокультуре: ценность, концепт, образ // *Вестник Российского университета дружбы народов*. серия: Лингвистика. 2015. № 3. С. 23—31.
- [11] Назарян А.Г. Фразеология современного французского языка. М.: Высшая школа, 1976.
- [12] Романова К.М. Средиземноморские субрегиональные реалии лингвокультурной сферы «виноделие»: на материале итальянского, испанского и французского языков: автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2008.
- [13] Телия В.Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический, и лингвокультурологический аспекты. М.: Школа: «Языки русской культуры», 1996.
- [14] Тер-Минасова С.Г. Языки межкультурной коммуникации. М.: Слово, 2000.

### СЛОВАРИ

- [15] Гак В.Г. Новый большой французско-русский фразеологический словарь. М.: Русский язык, 2005.
- [16] Назарян А.Г. Словарь устойчивых сравнений французского языка. М.: Изд-во РУДН, 2000.
- [17] Рецкер Л.И. Французско-русский фразеологический словарь. М.: Изд-во иностранных и национальных словарей, 1963.
- [18] Черданцева Т.З., Рецкер Я.И., Зорько Г.Ф. Итальянско-русский фразеологический словарь. М.: Русский язык, 1982.
- [19] Alain Rey, Sophie Chantreau. *Dictionnaire des expressions et locutions*. Paris: Le Robert, 1997.
- [20] Caradec François. *Dictionnaire du Français Argotique et Populaire*. P.: Larousse, 2001. Robert, 1997.
- [21] Duneton Claude. *Le Guide du français familier*. Paris: Éditions du Seuil, 1998. Le Petit Robert. *Dictionnaire de la Langue Française*. P.: Le Robert, 2003.

## PERCEPTION OF CULTURAL CONCEPT “WINE” IN FRENCH EVALUATIONAL WORLD VIEW

P.G. Loginova

Peoples' Friendship University of Russia  
*Miklukho-Maklaya str., 6, Moscow, Russia, 117198*

The paper focuses on analysis of idiomatic expressions such as proverbs and sayings in French language within two semantic groups such as «man's spiritual reality» and «wine as interpretation of folk wisdom». Their semantic features are discussed as well as their role in french evaluational world view. The author attempts to illustrate the peculiarities of cultural mentality and national character of French people within their attitude to wine as a cultural value. The author also focuses on intricacies of language and touches the difficulties of translation and interpretation of phraseological units that occur in the present study due to the absence of similar connotations in Russian culture. The language units that are exposed in the paper

and cited as examples were taken for analysis from up-to-date dictionaries, foreign research scientific works and were also kindly provided by native speakers.

Idiomatic expressions that include cultural concept «wine» in French language represent the interpretation of outworld fixed in collective consciousness that incarnates historical and cultural values. Wine culture in France is very ancient that is why language units related to concept «wine» represent profound linguistic material that is worth of being analyzed within the frame of language and culture as well as within the scope of intercultural communication.

**Key words:** phraseological units, cultural concept, wine, language units, cultural connotations, world view, idiomatic expression.

## REFERENCES

- [1] Vorkachev S.G. Schast'e kak lingvokul'turnyj koncept. M.: ITDGK «Gnozis», 2004.
- [2] Grinenko K.M. Jazykovye sredstva prezentacii informacionno-ocenochnogo polja diskursa predmetnoj oblasti «degustacija vina»: avtoref. diss. ... kand. filol. nauk. Krasnodar, 2010.
- [3] Glushkova T.S. Vinopitie kak fragment russkoj jazykovoj kartiny mira (na materiale paremij, anekdotov, tostov, tekstov SMI i reklamy): avtoref. diss. ... kand. filol. nauk. Omsk, 2009.
- [4] Golovanova I.S. Hudozhestvennyj koncept «vino» v russkoj poezii XVIII veka: 30—90-e gg. XVIII v.): diss. ... kand. filol. nauk. Samara, 2007.
- [5] Iskanderova V.I. Frazeologicheskie edinicy biblejskogo proishozhdenija v jazyke francuzskoj periodicheskoj pechati: diss. ... kand. filol. nauk. M., 2005.
- [6] Karasik V.I. Jazykovoj krug: lichnost', koncepty, diskurs. Volgograd: Izd-vo Peremena, 2002.
- [7] Karasik V.I., Slyshkin G.G. Lingvokul'turnyj koncept kak jelement jazykovogo soznaniya. *Metodologija sovremennoj psiholingvistiki: Sbornik statej*. Moskva; Barnaul: Izd-vo Alt. un-ta, 2003.
- [8] Kurguzenkova Zh.V. Osobennosti kul'tury frankojazychnogo mira skvoz' prizmu frazeologii: diss. ... kand. filol. nauk. M., 2004.
- [9] Lassan Je.R. «Proshhanie — skorbnoe slovo» (proshhanie — zhanr, koncept, rechevoj akt?). *Vestnik Rossijskogo universiteta družby narodov. Serija: Lingvistika*. 2015. № 3. S. 7—22.
- [10] Maslova V.A. Strannik v russkoj lingvokul'ture: cennost', koncept, obraz. *Vestnik Rossijskogo universiteta družby narodov. Serija: Lingvistika*. 2015. № 3. S. 23—31.
- [11] Nazarjan A.G. Frazeologija sovremenno go francuzskogo jazyka. M.: Vysshaja shkola, 1976.
- [12] Romanova K.M. Sredizemnomorskie subregional'nye realii lingvokul'turnoj sfery «vinodelie»: na materiale ital'janskogo, ispanskogo i francuzskogo jazykov: avtoref. diss. ... kand. filol. nauk. Ekaterinburg, 2008.
- [13] Telija V.N. Russkaja frazeologija. Semanticheskij, pragmaticheskij, i lingvokul'turologicheskij aspekty. M.: Shkola: «Jazyki russkoj kul'tury», 1996.
- [14] Ter-Minasova S.G. Jazyki mezhkul'turnoi kommunikacii. M.: Slovo, 2000.

## DICTIONARIES

- [15] Gak V.G. Novyj bol'shoj francuzsko-russkij frazeologicheskij slovar'. M.: Russkij jazyk, 2005.
- [16] Nazarjan A.G. Slovar' ustojchivyh sravnenij francuzskogo jazyka. M.: Izd-vo RUDN, 2000.
- [17] Recker L.I. Francuzsko-russkij frazeologicheskij slovar'. M.: Izd-vo inostrannyh i nacional'nyh slovarej, 1963.
- [18] Cherdanceva T.Z., Recker Ja.I., Zor'ko G.F. Ital'jansko-russkij frazeologicheskij slovar'. M.: Russkij jazyk, 1982.
- [19] Alain Rey, Sophie Chantreau. Dictionnaire des expressions et locutions. Paris: Le Robert, 1997.
- [20] Caradec François. Dictionnaire du Français Argotique et Populaire. P.: Larousse, 2001. Robert, 1997.
- [21] Duneton Claude. Le Guide du français familier. Paris: Éditions du Seuil, 1998. Le Petit Robert. Dictionnaire de la Langue Française. P.: Le Robert, 2003.