

УДК 81'22

В статье рассматриваются особенности французских арготических фразеологизмов, передающих характеристику человека и содержащих в своём компонентном составе единицы гастрономического культурного субкода. Особое внимание уделяется изучению реализации гастрономических наименований в составе характерологических арготических фразеологизмов как в нейтральном значении, так и в переосмысленных сниженных значениях. Авторы акцентируют внимание на выявлении основных тематических фразеологических групп, в которых важную роль играет гастрономическая метафора.

Ключевые слова и фразы: французское арго; характерологический фразеологизм; гастрономическая метафора.

Светлана Александровна Андросова

Юрий Григорьевич Синельников, к. филол. н., доцент

Кафедра французского языка

Белгородский государственный национальный исследовательский университет

androsova_s@bsu.edu.ru; sinelnikov@bsu.edu.ru

РОЛЬ ГАСТРОНОМИЧЕСКОЙ МЕТАФОРЫ В ХАРАКТЕРОЛОГИЧЕСКИХ ФРАЗЕОЛОГИЗМАХ ФРАНЦУЗСКОГО АРГО[©]

Нарастающий процесс проникновения элементов арго в письменно-литературный французский язык всё чаще рассматривают как положительное явление в языке. Выступая в защиту арго, лингвисты указывают прежде всего на то, что арго по своей сути представляет собой метафорический вокабуляр [5, р. 476] и выполняет в языке преимущественно метафорические функции: 1) функцию криптолалической конструктивности, которая выражается в создании нового, зашифрованного смысла первичного слова; 2) функцию открытия нового, т.е. создания лексем, обозначающих такие предметы и явления, для которых нет эквивалентов в литературном языке; 3) функцию усиления экспрессии; 4) функцию косвенной передачи намерений; 5) функцию криптолалического общения, подразумевающую создание своеобразной метафорической коммуникации [1, с. 76]. Так, несмотря на то, что в образовании лексических и фразеологических арготических единиц участвуют также метонимия и гипербола, ведущую роль учёные отводят всё же именно метафоре. Благодаря использованию в речи метафорического арго, французы реализуют три основные потребности: 1) экспрессивно насытить речь; 2) отдать дань моде; 3) сделать речь максимально лаконичной [Там же, с. 120].

Сама метафора отражает мировоззрение, мировидение, психологию и психику человека, который использует её в речи [Там же, с. 76]. Общеизвестно, что французы обращают значительное внимание на гастрономию. Эта национальная черта широко отражена и в арго. Так, многие французские характерологические арготические фразеологизмы - фразеологизмы, содержащие в своей семантике характеристику человека - имеют в своём компонентном составе гастрономические наименования. Под гастрономизмами понимаются лексические единицы со значением овощей, фруктов, продуктов питания, напитков и блюд. Роль гастрономической метафоры в образовании характерологических фразеологизмов французского арго огромна. Существует ряд исследований гастрономического культурного кода на материале французского языка таких учёных как Д. Ю. Гулинов, О. А. Дормидонтова, Е. В. Плетнёва. Однако на материале французской арготической фразеологии эта тема не получила должного освещения.

Проведённое исследование позволило установить, что гастрономические фразеолексы могут не иметь никакой связи со значением фразеологизмов, они образуют в данном случае фразеологические сращения. Так, семантика арготических фразеологических сращений «sentir l'ail», «manger de l'ail» несоотносима со значениями слов 'sentir' 'чувствовать', 'manger' 'есть', 'ail' 'чеснок', поскольку данные фразеологизмы употребляются при характеристике сексуальной ориентации человека, в значении «быть или казаться лесбиянкой».

Однако наиболее часто гастрономические наименования составляют образный «стержень» фразеологизмов, т.е. служат продуктивным источником образования арготических фразеологических единств. При этом гастрономические единицы могут создавать образную основу арготических фразеологизмов как в своём прямом гастрономическом значении, так и в переосмысленном арготическом. Так, многие наименования фруктов используются в арго для обозначения женского полового органа ('abricot' 'абрикос' → арго 'женский половой орган') и женской груди ('ananas' 'ананасы' → арго 'женские груди'; 'orange' 'апельсин', 'mandarine' 'мандарин' → арго 'маленькая женская грудь'). В связи с этим многие гастрономические фемининные фразеологизмы, т.е. те, которые используются при передаче характеристики только женщины, являются двуобразными: «avoir l'abricot en folie» (букв. 1) «иметь абрикос в безумии», 2) «иметь женский половой орган в безумии») - «быть сексуально перевозбуждённой женщиной»; «avoir des oranges (des mandarines) sur l'étagère (sur la cheminée)» (букв. 1) «иметь апельсины (или мандарины) на этажерке (или на камине)», 2) «иметь маленькие груди на этажерке (или на камине)») - «иметь маленькие упругие груди».

Одной из специфических особенностей арготических фразеологизмов с двумя образными основами является то, что вторичный образ может совпадать со значением фразеосемемы. Например: «être une poire molle» (букв. 1) «быть мягкой грушей», 2) «быть слабаком, размазней») - «быть тряпкой, безвольным человеком».

Гастрономизмы нередко подвергаются структурным модификациям (искажению, усечению, редупликации). Такие модифицированные наименования имеют, как правило, определённые арготические значения, которые создают вторичный образ фразеологизмов: «extrait de naveton» ('naveton' *арго* 'дурак, балда' ← 'nave' *нейтр.* 'репа') - «отъявленный дурак». При этом фразеологизмы с модифицированным гастрономизмом используются наряду с фразеологизмами с прототипным гастрономизмом:

«Il fallait que je sois un véritable extrait de nave pour m'être laissé refiler le paquet» (Malet L. «Le soleil n'est pas pour nous»). - «Я был бы последним идиотом, если бы позволил свалить на меня всё это неприятное дело».

Наибольшее число гастрономических арготических фразеологизмов наблюдается во фразеологической группе «Внешний облик человека». Для передачи внешней привлекательности человека используются фразеологизмы с гастросеммой 'jus' 'сок': «jeter du (son) jus» - «производить впечатление, быть шикарным, прекрасно выглядеть». У фразеологизмов, которые передают светлый цвет кожи человека, в качестве опорных компонентов выступают лексические единицы, обозначающие различные продукты питания, имеющие белый или очень светлый цвет: «être bronzé comme un pot de crème fraîche (un petit suisse)» (букв. «быть загорелым, как горшок сметаны (сливочный сырок)») - «иметь очень светлую, белую кожу». Высокий человек сравнивается со спаржей: «asperge montée (en graine)» (букв. «спаржа, идущая в семя»), «grande (longue) asperge» (букв. «большая (или длинная) спаржа») - «человек высокого роста». Для передачи неприятного, отвратительного, отталкивающего лица используются разные гастрономические метафоры: «face de crabe (de navet, d'œuf, de lard)» (букв. «лицо краба (репы, яйца, свиного сала)») - «мерзкая рожа». Большой нос сравнивается с четвертинкой бри (сыра): «quart de brie» - «огромный нос, "паяльник"». Полнота человека передаётся с помощью образа наполнения желудка супом: «(un gros) plein de soupe» (букв. «(толстяк) полный супа») - «жирный, упитанный человек, толстяк».

«- Hein? Qu'est-ce que tu dis? - Rien! Il a un drôle de quart de brie au milieu de la figure, le délégué!» (J.-P. Chabrol. «Le Bout-Galeux»). «- А? Что ты сказал? - Ничего! Ну и паяльник у делегата на физиономии!».

«T'occupe pas, plein de soupe! C'est mon affaire» (Bloch J.-R. «Toulon»). - «Да не вмешивайся, ты, толстяк! Это уж моё дело».

У фемининных фразеологизмов фразеологической группы «Внешний облик человека» гастрономическая метафора используется при передаче характеристики женской груди. Для этого привлекаются образы различных блюд, чаще всего приготовленных из яиц: «œufs sur le plat» (букв. «глазунья») - «маленькая плоская женская грудь».

Многие маскулинные фразеологизмы, т.е. такие фразеологизмы, которые применяются только при характеристике мужчин, построены на гастрономических образах. Для описания небритого или плохо выбритого лица распространён образ сухаря: «gasé à la (avec une) biscotte» (букв. «побритый сухарем») - «небритый или плохо выбритый». Для характеристики плешивой головы используется образ дыни или кокоса: «avoir le melon (le coco) déplumé» (букв. 1) «иметь оципанную дыню (или кокос)», 2) «иметь оципанную голову») - «быть плешивым».

Единицы гастрономической тематики продуктивны также в арготических фразеологизмах фразеологической группы «Индивидуально-личностные черты человека». Среди отрицательных черт доминирует жадность: «verser (servir) le potage à la seringue» (букв. «наливать (или подавать) суп шприцем») - «жадничать, дрожать над каждой каплей, над каждой крошкой», «chercher à (trouver à) tondre (sur) un œuf (sur les œufs)» (букв. «искать (или находить) возможность состричь шерсть с яиц») - «быть скупым, стараться по скупости на всём экономить, заработать»; «pain dur» (букв. «чёрствый хлеб») - «скупой человек». Среди положительных черт человека, передаваемых с помощью гастрономической метафоры, преобладает доброта: «une bonne (la meilleure, une excellente) pâte d'homme» (букв. «хорошее (или лучшее, отличное) тесто человека») - «добродушный, смиренный человек; добрейшая душа». Последний фразеологизм используется часто в функции оксюморона для передачи иронии:

«Laudrel a été condamné à perpétuité; je vous réponds qu'il ne s'évadera pas. C'est une bonne pâte d'assassin» (Duhamel G. «Les Hommes abandonnés»). - «Лодрель приговорён пожизненно; ручаюсь, что он не сбежит. Это добродушнейший убийца».

У арготирующих трусливый характер ассоциируется часто с репой: «avoir du sang de navet» (букв. «иметь кровь репы») - «быть малодушным, трусливым».

Значительная часть фразеологизмов фразеологической группы «Интеллектуальные свойства человека» также содержит в своём составе гастрономические элементы, т.к. многие из них являются арготическими субститутами лексической единицы 'голова': «avoir le coco» (букв. 1) «иметь кокос», 2) «иметь голову») - «быть немного не в своём уме, тронутым»; «(l'autre) pomme à l'huile (à l'eau)» (букв. «(другое яблоко) в масле (или в воде)») - «круглый дурак»; «en avoir dans le chou» (букв. 1) «иметь его в кочане», 2) «иметь его в голове»), «avoir du chou» (букв. 1) «иметь капусту», 2) «иметь голову (ум, рассудок)») - «быть башковитым, иметь голову на плечах».

«Dis donc, pomme à l'huile... Et le chiffre du coffre, tu l'as?» (Siniac P. «Les Morfalous»). - «Скажи-ка, простофиля... И шифр сейфа ты знаешь?».

«*Et l'autre pomme à l'eau qui esgourde tout ce qu'on dit avec ses micros à la con!*» (Tachet R. «*Le Père Noël a des grenades*»). - «*И этот круглый дурак, который слушает всё, что говорят в эти дурацкие микрофоны!*».

«*Soubise en avait dans le chou, pas de question. Mais il faisait trop de réclame*» (Dominique A.-Z. «*Entre le Gorille et les Corses*»). - «*Субиз бесспорно был башковитым. Но он слишком выставлял это напоказ*».

В образовании фразеологизмов, передающих отрицательную характеристику умственных возможностей человека, продуктивен образ наличия заливного в голове вместо мозгов: «*avoir de la galantine dans la boîte crânienne*» (букв. «иметь галантин (заливное) в черепной коробке») - «быть тупым, безмозглым, интеллектуально ограниченным». Образ подслащенной клубники используется во фразеологизмах, передающих значение «впадать в маразм, терять способность здраво размышлять»: «*sucrer des (les) fraises*» (букв. «сахарить клубнику»).

«*Pauvre Achille, je me rappelle, il s'était mis à sucrer les fraises 2 ans avant sa mort*» (Aymé M. «*Le Vin de Paris*»). - «*Как мне помнится, бедняга Ахиль стал впадать в маразм за два года до смерти*».

Фразеологизмы с положительной коннотацией построены часто на сравнении формы головы умного человека с яйцом: «*tête d'œuf*» (букв. «голова в форме яйца») - «интеллектуал, эрудит; выходец из высшей школы».

Гастрономические единицы продуктивны в создании предикативных арготических фразеологизмов с замкнутой структурой, используемых при передаче отрицательной характеристики интеллектуальных особенностей человека: «*il s'(y) entend comme à ramer des choux*» (букв. «он в этом соображает, как тот, кто подпирет капусту») - «он ничего в этом не смыслит, не соображает». Среди таких единиц значительное место занимают восклицательные фразеологизмы: «*quelle truffe!*» (букв. «какой трюфель (гриб)!»), «*quel œuf!*» (букв. «какое яйцо!») - «ну и дурак! какой болван!».

Фразео-тематическая группа «Физиологическое и физическое состояние человека» содержит множество гастрономических арготических фразеологизмов, служащих для передачи состояния сексуального возбуждения. В таких фразеологизмах используются в основном такие гастрономические наименования, которые по форме напоминают половые органы: «*avoir la banane*» (букв. «иметь банан»), «*avoir le bambou*» (букв. «иметь бамбук») - «быть в возбуждённом состоянии (о мужчине)»; «*avoir (mettre) le haricot à la portière*» (букв. «иметь (положить) фасоль у дверцы»), «*avoir le flageolet à la portière*» (букв. «иметь фляжолет (сорт фасоли) у дверцы (снаружи)») - «быть сексуально возбуждённой (о женщине)». Беременная женщина соотносится у арготирующих с пышным омлетом: «*omelette soufflée*» (букв. «пышный омлет») - «беременная женщина».

Гастрономические наименования часто выступают в качестве компаративных элементов, особенно во фразеологизмах фразео-тематической группы «Физиологическое и физическое состояние человека», передающих высокую степень алкогольного опьянения: «*bouffé (plein) comme une andouille(tte) (un boudin, un œuf)*» (букв. «набитый, как сосиска (или кровяная колбаса, яйцо)») - «вдрызг, мертвецки пьяный». Компаративные гастрономические фразеологизмы являются неотъемлемой частью фразео-тематической группы «Эмоционально-психологическое состояние», в частности фразео-семантической подгруппы «Удивление»: «*(en) tester (être) comme deux ronds (sous) de flan (de frites)*» (букв. «оставаться (или быть), как два круглых пирожных с густым заварным кремом (или как два кружка жареной картошки)'), «*en être (rester) comme une saucisse (une tomate, une tourte)*» (букв. «быть (или оставаться) от этого, как сосиска (или помидор, пирог)») - «быть вне себя от изумления, быть ошарашенным, обалдеть».

«*Le type de la mairie en est resté comme deux ronds de flan. Il n'en revenait pas, un sang-froid pareil, il a pensé que Fernande était une mère dénaturée*» (Curtis J.-L. «*Les forêts de la nuit*»). - «*Человек из мэрии просто пом разинул от изумления. Его ошеломило это поразительное хладнокровие Фернанды, и он подумал, что она лишена материнских чувств*».

Гастрономическая метафора продуктивна в образовании полисемичных характерологических единиц, т.к. гастрономический образ часто бывает достаточно объёмным. Анализ полисемичных гастрономических арготических фразеологизмов позволил выявить у них тенденцию к сужению семантики, а не к расширению. Так, например, у фразеологизма «*être dans le (en plein) potage*» (букв. «быть в (полном) супе») - а) «быть в неопределённости», б) «быть в тяжёлом положении», в) «потерять сознание, упасть в обморок» третье значение сведено до максимально узкой характеристики человека. Сужение значений фразеологизмов может доходить до гендерной избирательности этих арготических единиц в их определённых значениях. Так, первые два значения характерологического фразеологизма «*faire sa roïre*» (букв. 1) «делать свою грушу», 2) «делать своё лицо») - а) «быть всем недовольным, брюзжать», б) «задирать нос, воображать» ориентированы на характеристику лиц обоего пола, в то время как третье значение этого фразеологизма в) «изображать из себя недотрогу (о женщине)» значительно уже первых двух, т.к. имеет дополнительную фразеосему «женский род».

Гастрономизмы служат продуктивным источником интенсификаторов арготических фразеологизмов. Так, например, во фразеологизме «*bicher comme un rou dans la crème fraîche*» (букв. «радоваться, как вошь в сметане») - «ликовать, не помнить себя от радости; быть на седьмом небе» гастрономизм «*crème fraîche*» выступает лишь в роли интенсификатора, т.к. фразеологизм «*bicher comme un rou*» уже передаёт значение «ликовать, не помнить себя от радости; быть на седьмом небе».

Таким образом, развитие французского арготического фразеологического вокабуляра за счёт продуктивности гастрономической метафоры в языке связано с потребностями французов в арго как источнике необычной экспрессии, позволяющей ярко и образно обозначать значимые моменты повседневной жизни привычными гастрономическими наименованиями. Гастрономизмы наиболее продуктивны в образовании арготических фразеологизмов, передающих характеристику внешнего облика, индивидуально-личностных черт, интеллектуальных свойств и физиологического и физического состояния человека. Арготические

фразеологизмы, у которых гастрономические наименования выступают в качестве компаративных фразеологических, служат, как правило, для передачи степени алкогольного опьянения и эмоционально-психологического состояния удивления. Гастрономизмы используются также в роли интенсификаторов характерологических фразеологизмов французского аргю.

Список литературы

1. Глухова М. А. Метафоризация в аргю: дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Тверь, 2003. 214 с.
2. Гулинов Д. Ю. Национальная специфика французской лингвокультурной сферы «Гастрономия»: переводческий аспект: автореф. дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.20. Волгоград, 2004. 20 с.
3. Дормидонтова О. А. Характеристика человека через призму гастрономической метафоры как фрагмент языковой картины мира // Языковая картина мира в лингвистике и лингводидактике. материалы II Междунар. науч. конф. / отв. ред. Л. М. Ермакова; М-во обр. и науки РФ, ГОУ ВПО «Тамб. гос. ун-т им. Г. Р. Державина». Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г. Р. Державина, 2010. С. 58-61.
4. Плетнёва Е. В. Метафора повседневности в русской и французской языковых картинах мира: «Гастрономия», «Костюм», «Интерьер»: автореф. дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.20. Волгоград, 2006. 24 с.
5. Rigaud A. La langue populaire // Vie et langage. 1971. № 233.

**GASTRONOMIC METAPHOR ROLE
IN CHARACTEROLOGICAL PHRASEOLOGICAL UNITS OF FRENCH ARGOT**

Svetlana Aleksandrovna Androsova
Yurii Grigor'evich Sinel'nikov, Ph. D. in Philology, Associate Professor
Department of French Language
Belgorod State National Research University
androsova_s@bsu.edu.ru; sinel'nikov@bsu.edu.ru

The authors consider the peculiarities of the French argotic phraseological units which render a person's characteristic and comprise the units of gastronomic cultural sub-code and pay special attention to the study of gastronomic notions realization in the structure of characterological argotic phraseological units both in neutral meaning and in reconsidered lowered meanings and to the revelation of the basic thematic phraseological groups in which gastronomic metaphor plays an important role.

Key words and phrases: French argot; characterological phraseological unit; gastronomic metaphor.

УДК 81'373.611

В статье рассматриваются особенности изучения семантики сложных слов V+N с позиций когнитивного подхода. Особое внимание в работе авторами уделяется выявлению пропозициональных структур, соотносимых со словообразовательными значениями сложных слов V+N.

Ключевые слова и фразы: сложные слова; словообразовательное значение; пропозициональная структура.

Людмила Владимировна Бабина, д. филол. н., профессор
Кафедра английской филологии
Тамбовский государственный университет им. Г. Р. Державина
ludmila-babina@yandex.ru

Лидия Юрьевна Дьякова
Тамбовский государственный университет им. Г. Р. Державина
student-ka.club@yandex.ru

ИССЛЕДОВАНИЕ СЕМАНТИКИ СЛОЖНЫХ СЛОВ V+N В РАМКАХ КОГНИТИВНОГО ПОДХОДА[©]

Научно-исследовательская работа выполнена в рамках реализации ФЦП «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009-2013 годы, государственный контракт № 16.740.11.0547, проект «Исследование динамических процессов концептуализации и категоризации в языке».

Язык служит инструментом познания и отражения действительности, средством общения того или иного коллектива, поэтому он находится в постоянном движении, изменяется для того, чтобы быть в состоянии наиболее адекватно отразить изменяющуюся картину мира и удовлетворять потребностям языкового общества. «В каждом живом языке никогда не прекращается процесс пополнения его новыми словами. Часть их создается путем словообразования. Словообразование поэтому более непосредственно, чем многие другие