

Логинава Полина Гарриевна

ПАРЕМИИ, НОМИНИРУЮЩИЕ ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ КОНЦЕПТ "ВИНО", В АНГЛИЙСКОЙ И ФРАНЦУЗСКОЙ КУЛЬТУРАХ

В статье рассмотрены фразеологические номинации лингвокультурного концепта "вино" на примере изречений и афоризмов английских и французских писателей, поэтов и деятелей культуры. Особое внимание автор акцентирует на том, что во французской и английской лингвокультурах вино представляет одновременно и ценность, и концепт, воплощая в себе культурно-отмеченный вербализованный смысл. Намечая лингвокультурологическую специфику афоризмов и изречений о вине, автор иллюстрирует особенности национального характера носителей английской и французской культуры.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2016/10-2/35.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2016. № 10(64): в 3-х ч. Ч. 2. С. 116-120. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2016/10-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

GENITIVE IN THE MODERN GERMAN LANGUAGE BY THE MATERIAL OF THE PERIODICAL PRESS DISCOURSE

Levkovskaya Oksana Anatol'evna
Tambov State University named after G. R. Derzhavin
Oksana.85.07@mail.ru

The article examines the genitive case classification developed by German Germanist P. Eisenberg by the material of periodical press. The author identifies that earlier classifications differ cardinally from the classification under research. The analysis indicates that in the periodical press discourse all the genitive meanings are a variation of a single meaning – the meaning of attributiveness.

Key words and phrases: genitive; primary function; genitive case; secondary function; attribute; preposition.

УДК 81

В статье рассмотрены фразеологические номинации лингвокультурного концепта «вино» на примере изречений и афоризмов английских и французских писателей, поэтов и деятелей культуры. Особое внимание автор акцентирует на том, что во французской и английской лингвокультурах вино представляет одновременно и ценность, и концепт, воплощая в себе культурно-отмеченный вербализованный смысл. Намечая лингвокультурологическую специфику афоризмов и изречений о вине, автор иллюстрирует особенности национального характера носителей английской и французской культуры.

Ключевые слова и фразы: паремия; межкультурная коммуникация; лингвокультурный концепт «вино»; афоризм; национальный характер; вино как категория культуры; языковая картина мира; английский и французский этносы.

Логина Полина Гарриевна

Российский университет дружбы народов, г. Москва
polina-loginova@inbox.ru

ПАРЕМИИ, НОМИНИРУЮЩИЕ ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ КОНЦЕПТ «ВИНО», В АНГЛИЙСКОЙ И ФРАНЦУЗСКОЙ КУЛЬТУРАХ

1. Введение

В качестве социокультурного феномена и фрагмента языковой картины мира языковые единицы, номинирующие лингвокультурный концепт «вино» в европейских языках, за последние 20 лет привлекают все больше внимания со стороны лингвистов, изучающих данное явление в рамках лингвокультурологии, лингвистики и когнитивистики. **Вино** представляет из себя категорию мировой культуры – одна из первых реликвий, свидетельствующих о факте производства вина, была найдена на территории современного Ирана 5000 лет назад до нашей эры. В эпоху владычества Римской Империи, на мировую арену по производству вин выходят ведущие мировые винодельческие державы – Франция, Италия, Испания и Великобритания. Начиная с древних времен, в английском, французском, итальянском и испанском языках стали формироваться языковые единицы, описывающие процесс производства и употребления вина, а также связанные с этим реалии жизненного уклада, традиции народов и их культурные ценности. В настоящей работе мы остановимся на анализе фразеологических номинаций лингвокультурного концепта «вино».

В паремиологии как части фразеологии афоризмам, авторским оборотам – изречениям известных авторов (отрывкам из произведений, зафиксировавшим удачный образ), отведена особая роль. Они представляют собой образные единицы и знаки языка, определенную «разновидность гуманитарных констант» [4, с. 235] и имеют авторское происхождение, в отличие, например, от пословиц и поговорок. Благодаря своему лаконизму, афоризмы и изречения играют важную роль в процессе коммуникации, а также служат источником мудрости. Цель настоящей работы – в рамках статьи проанализировать некоторые наиболее яркие афоризмы и изречения великих французских и английских писателей, поэтов, деятелей культуры, номинирующих лингвокультурный концепт «вино», а также на их примере рассмотреть отношение к вину как к категории культуры у французского и английского этносов. Задача автора – проиллюстрировать особенности менталитета французского и английского народов посредством анализа паремий о вине. Новизна исследования заключается в доказательстве автором того факта, что концепт «вино» представляет собой комплексную единицу, в которой органично переплетаются язык и культура. В связи с этим, анализ языкового материала, посвященного вину, является значимой частью миропонимания французского и английского этносов. Материалом для анализа послужили паремии, отобранные из художественных произведений английской и французской литературы, а также из большого числа разнообразных электронных сборников английских и французских афоризмов. Привлекались и источники на английском и французском языках, посвященные культуре виноделия и потребления вин.

Несмотря на значительное количество работ, посвященных анализу концепта «вино» с самых разных лингвистических, лингвокультурологических и литературоведческих точек зрения, исследований, посвященных анализу паремий, номинирующих лингвокультурный концепт «вино» сквозь призму национального характера французов и англичан, на материале французского и английского языков, немного. Фрагментарно исследование языковых единиц данного лингвокультурного концепта на материале французского языка представлено в работах Ж. В. Кургузенковой [3, с. 243-249] и К. М. Романовой [6]. На материале английского языка языковые средства презентации предметной области «дегустация вина» были исследованы в работе К. М. Гриненко [2, с. 38-52].

Актуальность настоящего исследования определяется общей тенденцией современной лингвистики к изучению языковых единиц народов мира в их сопоставлении, а также все возрастающим интересом к исследованиям в области проблем межкультурной коммуникации, лингвокультурологии и языкового сознания представителей различных этносов.

2. Вино как лингвокультурный концепт и фрагмент языковой картины мира.

Роль паремий, номинирующих концепт «вино», в разрезе межкультурной коммуникации

Известно, что лингвокультурный концепт является составной частью языкового сознания. «Выделение концепта как ментального образования, отмеченного лингвокультурной спецификой, – это закономерный шаг в становлении антропоцентрической парадигмы гуманитарного, в частности, лингвистического знания» [1, с. 26], – отмечает российский психолингвист С. Г. Воркачев. Во французской и английской лингвокультурах *вино* представляет собой культурно-маркированный концепт и наряду с этим является ценностью, потому что «любое понятие, имеющее смысловую составляющую, может стать ценностью при соответствующем культурном контексте его функционирования» [5, с. 25]. Являясь категорией мировой культуры с древнейших времен существования человечества, концепт «вино» представлен «в плане выражения целым рядом своих языковых реализаций, образующих соответствующую лексико-семантическую парадигму» [1, с. 30]. Развиваясь и совершенствуясь в языковом сознании носителей французской и английской культур (для описания выращивания винограда, процесса производства вина и жизненных реалий, связанных с его употреблением, в английском и французском языках постоянно рождаются новые языковые единицы и возникают фразеологические обороты, номинирующие данную реалию), исследуемый нами лингвокультурный концепт «вино», наряду с изучением лингвокультурной сферы «виноделие» в целом, представляется автору более чем заслуживающим внимания. Таким образом, являясь «многомерной интегрирующей эвристической категорией» [Там же, с. 38], лингвокультурный концепт «вино» представляет собой комплексное ментальное образование и интерпретирует реальности коллективного сознания, являясь богатым источником культурной информации.

Наиболее ярко, на наш взгляд, лингвокультурный концепт «вино» находит свое воплощение именно во фразеологических единицах языка. Передаваясь из поколения в поколение, они являются «эмоционально-образными средствами выражения мысли» [7, с. 10]. «Поддающаяся часть фразеологизмов в своей основе содержит образ, метафорическое переосмысление которого и создает значение фразеологического оборота» [Там же, с. 32]. Образом в данном случае и является вино как категория мировой культуры. Рассуждая об определении объема фразеологии как разделе языкознания, В. Н. Телия вслед за С. И. Ожеговым понимает данную науку именно «в широком смысле»: к фразеологии в «широком смысле» С. И. Ожегов относит всю массу «авторских оборотов» (крылатые слова – любые отрезки контекста с законченным смыслом, употребляющиеся в речи как цитаты), всевозможные афоризмы, фразы, извлеченные из контекстов и ставшие ходовыми цитатами» [Там же, с. 81]. Мы полностью следуем за ученым и понимаем фразеологию именно в «широком смысле». Научным исследованием крылатых слов, авторских оборотов и изречений, главной целью которых является краткое, образное и вербальное выражение традиционных ценностей и взглядов, основанных на жизненном опыте народа, занимается подраздел фразеологии – паремиология. Авторские обороты, отрывки из произведений и изречения известных авторов имеют фиксированный состав и форму и содержат в себе «удачный образ или назидательное историческое событие» [Там же, с. 6]. В афоризмах, цитатах из художественных произведений, изречениях талантливых и известных писателей и поэтов проявляются все богатство и красота языка, они являются воплощением мудрости; заключенные в них образ и мысль часто носят назидательный характер и передаются из поколения в поколение, приобретая характер традиции.

Межкультурная коммуникация способствует синтезу разнообразных форм общения между индивидами и группами, которые принадлежат разным культурам. Рассматривая лингвокультурный концепт «вино» в разрезе межкультурной коммуникации, подчеркнем, что лингвокультурная сфера «виноделие» является достоянием многих национальных культур со своими особенностями, что приводит к появлению большого количества заимствований, взаимопроникновению и переплетению языковых единиц. В английском и французском языках лексические единицы, имеющие отношение к лингвокультурной сферы «виноделие», перекликаются друг с другом, лексический состав данной лингвокультурной сферы не является унифицированным.

Особый интерес при анализе лингвокультурного концепта «вино» в разрезе межкультурной коммуникации представляют изречения и цитаты великих английских и французских писателей, поэтов и деятелей культуры, которые много говорили и писали о вине как об уникальном явлении мировой культуры человечества.

3. Особенности английского и французского национальных характеров на примере паремий, номинирующих лингвокультурный концепт «вино», в рамках семантической группы «любовь к вину великих деятелей культуры»

В Великобритании, как и во Франции, производство вина осуществлялось с глубокой древности: во времена Римской Империи, виноградники располагались на территории современного Лондона, около военного

лагеря римлян Лондиниума. В XI веке в *Domesday book* (кадастровой книге, в которой перечислялись английские владения норманнов) было зарегистрировано уже около 40 виноградных хозяйств. В настоящее время на территории современной Великобритании располагается свыше 1800 га виноградников, функционируют около 470 виноделен. Начиная с XI века во Франции вино производилось на экспорт именно в Англию, англичане были крупнейшими потребителями вина в мире. Экспорт вин в Англию существенно увеличился в XII веке с началом стекольного производства, когда возникла возможность транспортировки вин. Таким образом, уже с глубокой древности во французском и английском языках стали формироваться языковые единицы, тем или иным образом описывающие вино, тесно перекликались языковые культуры. Вино стали воспевать в своих произведениях великие английские и французские поэты и писатели.

В рамках статьи рассмотрим паремии (афоризмы, изречения, цитаты из художественных произведений великих английских и французских писателей, поэтов и деятелей культуры), номинирующие лингвокультурный концепт «вино» и содержащие лексему *vin/wine* (вино), а также наметим связанные с данным явлением особенности национального характера обоих народов. Остановимся на анализе паремий, составляющих семантическую группу «любовь к вину великих деятелей культуры». В отобранных нами паремиях в подавляющем большинстве прослеживается положительная семантика; языковые единицы с отрицательной коннотацией встречаются весьма редко, что связано с огромной любовью английских и французских деятелей культуры к вину как самому благородному напитку человечества.

Саму сущность паремии составляет понятие «национального характера»: вслед за Н. М. Фирсовой, под национальным характером мы понимаем «своеобразие национальных психологических черт, менталитета... национальных традиций и обычаев, сформировавшихся под влиянием климатических и географических факторов» и «отраженных в специфике национальной культуры, в языке и коммуникативном поведении народа» [9, с. 51]. Понятие национального характера тесным образом связано с мудростью народа, его традициями, опытом, передающимися из поколения в поколение, а также с наблюдениями за жизнью, протекающей перед его глазами.

Отношение к вину как к благородному напитку всех времен и народов прослеживается в обеих французских и английских лингвокультурах: «*Jamais homme noble ne hait le bon vin*» [29, р. 85] / «Никогда благородный человек не пренебрегал хорошим вином» (досл. «не ненавидел хорошее вино»); «*Le vin est ce qu'il y a de plus civilisé au monde*» [21; 27] / «Вино – самая цивилизованная вещь на земле» (*здесь и далее перевод автора статьи Логиновой П. Г.*), отмечал Франсуа Рабле. Изречение с абсолютно идентичным смыслом принадлежит Эрнесту Хемингуэйю: «*Wine is one of the most civilized thing in the world*» [14, р. 5] / «Вино является самым цивилизованным напитком в мире». Великий американский писатель и политический деятель Бенджамин Франклин также весьма поэтично писал о вине: «*Wine makes daily living easier, less hurried, with fewer tensions and more tolerance*» [17] / «Вино облегчает повседневную жизнь, делая ее неспешной, менее напряженной, а нас – более терпимыми».

Вознося вино до вершин философии, великий Луи Пастер отмечал: «*Il y a plus de philosophie dans une bouteille de vin que dans tous les livres*» [22] / «В бутылке вина гораздо больше философии, чем во всех книгах». Поражает своей языковой красотой и следующее изречение Л. Пастера о вине: «*The flavor of wine is like delicate poetry*» [20] / «Аромат вина подобен изысканной поэзии». Отмечал Л. Пастер и пользу вина для здоровья человека: «*Le vin est le breuvage le plus sain et le plus hygiénique qui soit*» [17] / «Вино – самый здоровый и гигиеничный напиток».

В своем известном произведении «*Lettres de mon Moulin*» («Письма с моей мельницы», 1887) Альфонс Доде пишет знаменитую фразу о вине, вторая часть которой – *le vin est tiré, il faut le boire* – превратилась в пословицу, широко употребляемую в наши дни и соответствует русской поговорке «взялся за гуж, не говори, что не дюж»: «*Voyez-vous, mes enfants, quand le blé est mûr, il faut le couper; quand le vin est tiré, il faut le boire*» [13, р. 131] / «Слушайте, мои дети: как только пшеница созрела, ее нужно срезать, откупоренное вино нужно выпить». Вышеперечисленные примеры свидетельствуют об отношении к вину как благородному напитку, который благоприятно влияет на здоровье и стимулирует интеллектуальную деятельность, что в полной мере и нашло свое отражение в языке.

Отношение к вину с эстетической, высокодуховной точки зрения как к изысканному творению человечества прослеживается во многих произведениях художественной литературы французских писателей. В своем знаменитом сборнике стихотворений «*Cvetsy zla*» («*Les fleurs du mal*», 1857) великий французский поэт-символист Шарль Бодлер, вознося и восхваляя вино, писал: «*Le vin rend l'oeil plus clair et l'oreille plus fine!*» [11, р. 157] / «Вино делает взор более ясным, а слух – более чутким». Опять же у Ш. Бодлера мы находим следующее отношение к вину как продукту, стимулирующему интеллектуальный труд: «*Si le vin disparaissait de la production humaine, il se ferait dans la santé et dans l'intelligence un vide, une absence affreuse*» [10, р. 4] / «Если бы вино исчезло из продуктов, производимых человеком, в нашем здоровье и расудке образовалась бы чудовищная пустота». Вслед за Ш. Бодлером, воспевая вино и говоря о нем как о «воспитателе вкуса», отмечал роль этого благородного напитка в стимуляции мозговой деятельности и выдающийся французский поэт, драматург Поль Клодель: «*Le vin est un professeur de goût, il est le libérateur de l'esprit et l'illuminateur de l'intelligence*» [26] / «Вино воспитывает наш вкус (досл. является «учителем вкуса»), освобождает дух и воспламеняет разум». Данное изречение Поля Клоделя широко используется во франкоязычном медиапространстве для поддержания интереса и любви к культуре потребления вина. В приведенных нами примерах выше проявляются такие черты национального характера французских интеллектуалов, как гурманство, любовь к роскоши, изысканный вкус.

В английской и американской литературах также прослеживается поэтическое отношение к вину как к величайшему творению человечества. Об эмоциональной составляющей, свойственной процессу употребления вина, говорил литературный критик, поэт эпохи Просвещения Сэмюэль Джонсон: «*Wine gives a man nothing... it only puts in motion what had been locked up in frost*» [18] / «Само вино ничего не дает человеку... оно всего лишь приводит в движение то, что было заморожено и закрыто внутри нас на замок». Очень метафорична, на наш взгляд, фраза о роли вина в жизни человека, принадлежащая перу Клифтона Фадимана, известного американского писателя: «*To take wine into your mouth is to savor a droplet of the river of human history*» [23] / «Сделать глоток вина означает вкусить каплю из реки человеческой истории».

В изречениях о вине у носителей английской и французской языковых культур весьма часто прослеживается упоминание Бога, создателя (употребляется лексема *god/dieu*, что придает вину статус божественного напитка, вино обожествляется). Мы связываем данное явление с тем, что в английской и французской культурах вино часто носит сакральный характер, являясь одним из символов Святого Причастия. Бенджамин Франклин писал: «*Wine is constant proof that God loves us and loves to see us happy*» [16] / «Вино является постоянным доказательством того, что Господь любит нас и любит видеть нас счастливыми». Не менее поэтична и фраза из поэмы Виктора Гюго «*La fête chez Thérèse*» («Праздник у Терезы»): «*Dieu n'avait fait que l'eau, mais l'homme a fait le vin*» [28] / «Господь создал только воду, человек же произвел вино».

В паремиях, номинирующих лингвокультурный концепт «вино», проявляется и такая отличительная черта, свойственная обоим национальным характерам англичан и французов, как юмор. Приведем примеры, в которых истинно английский и французский юмор органично интегрирован в исследуемый нами лингвокультурный концепт «вино»: «*There are two reasons for drinking wine... when you are thirsty, to cure it; the other, when you are not thirsty, to prevent it... prevention is better than cure*» [15] / «Существуют две причины, почему стоит пить вино: когда тебя мучает жажда, для того, чтобы утолить ее, вторая причина – когда ты не хочешь пить – предотвратить появление жажды... предотвращение жажды лучше, чем ее утоление», – английский писатель-сатирик и поэт Томас Лав Пикок. Во французском языке интересна колоритная фраза ниже, сказанная известным юмористом, писателем и актером Пьером Даком: «*Si la vérité est dans le vin, qu'elle y reste!*» [25] / «Если истина в вине, пусть там и остается!». Данная фраза представляет из себя кальку с известной латинской пословицы «*In vino veritas*» («Истина в вине»).

Известные отличительные черты национального характера французов – куртуазность, гедонизм, жажда жизни, молодости и любви во всех ее проявлениях, а также любовь к красоте, в полной мере нашли свое отражение в паремиях о вине. Как отмечает С. Г. Тер-Минасова, «французы (в представлении русских – (прим. автора статьи П. Г. Логиновой)), – это легкомысленные гуляки, эпикурейцы, думающие только о женщинах, вине и гастрономических удовольствиях» [8, 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; такими их представляет художественная литература и кинематограф» [3, с. 48]. Рассмотрим примеры из классической и современной французской литературы. Известный гурман и эпикуреец, Александр Дюма-старший описывал вино следующим образом: «*Le vin est la partie intellectuelle d'un repas. Les viandes et les légumes n'en sont que la partie matérielle*» [19] / «Вино – интеллектуальная часть приема пищи. Мясо и овощи являются лишь частью материальной». В данном примере вновь прослеживается отношение к вину как к предмету культа, стимулирующему работу мозга (о чем было сказано ранее). Из современной французской литературы приведем цитату из книги французского писателя Фредерика Бегбедера «*Mémoires d'un jeune homme dérangé*» («Воспоминания необразумившегося молодого человека», 2001): «*A quoi reconnaît-on un bon restaurant? Les verres à vin y sont plus grands que les verres à eau*» [12, р. 54] / «По какому принципу распознается хороший ресторан? Бокалы для вина в нем выше, чем бокалы для воды».

В Великобритании, как и во Франции, вино испокон веков является своего рода «добрым спутником» любого дружеского застолья. В английской литературе в изречениях со стержневым компонентом *wine* вино часто сопоставляется с хорошим добрым другом, как писал великий поэт Томас Мур: «*What though youth gave love and roses, age still leaves us friends and wine*» [24] / «Молодость дарит нам любовь и розы, старость оставляет нам верных друзей и доброе вино».

Во всех приведенных примерах выше четко прослеживается положительная коннотация, вино обладает позитивной семантикой.

4. Заключение

В статье было показано, что во французской и английской лингвокультурах вино представляет собой концепт, в котором переплетаются язык, духовные ценности и традиции французского и английского этносов. Являясь этнически маркированным, лингвокультурный концепт «вино» аккумулировал в себе народную мудрость и опыт поколений.

В афоризмах и изречениях французских и английских писателей, поэтов и деятелей культуры прослеживается отношение к вину с высокодуховной точки зрения, как к самому благородному напитку человечества. Вино возводится до вершин философии, ему придается божественный смысл, оно стимулирует мозговую деятельность. В паремиях, рассмотренных выше, отражаются такие черты национальных характеров французов и англичан, как гедонизм, юмор, жажда жизни, куртуазность, гурманство, проявляется эстетство, свойственное носителям интеллектуальной культуры обеих наций, воспевается дружба.

Анализ представленного языкового материала позволяет сделать вывод о том, что отношение к вину как фрагменту культуры в паремиологии французского и английского народов на примере афоризмов, изречений и цитат известных литераторов и деятелей культуры характеризуется, в большинстве своем, положительной семантикой.

Список литературы

1. Воркачев С. Г. Счастье как лингвокультурный концепт. М.: ИТДГК «Гнозис», 2004. 192 с.
2. Гриненко К. М. Языковые средства презентации информационно-оценочного поля дискурса предметной области «дегустация вина»: дисс. ... к. филол. н. Краснодар, 2010. 157 с.
3. Кургузенкова Ж. В. Особенности культуры франкоязычного мира сквозь призму фразеологии: дисс. ... к. филол. н. М., 2004. 252 с.
4. Луков Вал. А., Луков Вл. А. Крылатые слова // Знание. Понимание. Умение. 2009. № 2. С. 235-238.
5. Маслова В. А. Странник в русской лингвокультуре: ценность, концепт, образ // Вестник российского университета Дружбы Народов. Серия «Лингвистика». 2015. № 3. С. 23-31.
6. Романова К. М. Средиземноморские субрегиональные реалии лингвокультурной сферы «виноделие»: на материале итальянского, испанского и французского языков: автореф. дисс. ... к. филол. н. Екатеринбург, 2008. 222 с.
7. Теля В. Н. «Что такое фразеология». М.: Изд-во «Наука», 1966. 86 с.
8. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. М.: Слово, 2000. 624 с.
9. Фирсова Н. М. О национальных характерах испаноязычных и англоязычных народов в сопоставительном плане // Филологические науки. 2004. № 2. С. 51-58.
10. Baudelaire Ch. P. Du vin et du haschisch [Электронный ресурс]. URL: http://poetes.com/textes/baud_vin.pdf (дата обращения: 30.08.2016).
11. Baudelaire Ch. P. Les fleurs du mal [Электронный ресурс] / edition du group «Ebooks libres et gratuits», 2003. 291 p. URL: http://ebooksgratuits.com/pdf/ baudelaire_les_fleurs_du_mal.pdf (дата обращения: 30.08.2016).
12. Beigbeder F. Mémoires d'un jeune homme dérangé. Paris: La table ronde, 2001. 147 p.
13. Daudet A. Lettres de mon moulin [Электронный ресурс] // La Bibliothèque électronique du Québec, collection à tous les vents. Paris: G. Charpentier, 1887. 304 p. URL: <http://beq.ebooksgratuits.com/vents/daudet-moulin.pdf> (дата обращения: 30.08.2016).
14. Hemingway E. Death in the Afternoon. N. Y.: Charles Scribners sons, 1932. 499 p.
15. <http://brainyquote.com/quotes/quotes/t/thomaslove390896.html> (дата обращения: 30.08.2016).
16. http://cleargrammar.com/quotes/B/Benjamin_Franklin/page-1.html (дата обращения: 30.08.2016).
17. <http://ecosalon.com/30-quotes-about-wine/> (дата обращения: 30.08.2016).
18. <http://en.proverbia.net/citastema.asp?tematica=1305> (дата обращения: 30.08.2016).
19. <http://evene.lefigaro.fr/citations/pierre-dac?page=3> (дата обращения: 30.08.2016).
20. <http://evene.lefigaro.fr/citation/vin-partie-intellectuelle-repas-viandes-legumes-partie-materiel-57208.php> (дата обращения: 30.08.2016).
21. <http://finestquotes.com/quote-id-35513.htm> (дата обращения: 30.08.2016).
22. <http://la-philosophie.com/citation-rabelais> (дата обращения: 30.08.2016).
23. <http://montpellierwinetours.com/fr/blog/112-citations-sur-le-vin> (дата обращения: 30.08.2016).
24. <http://quoteland.com/topic/Wine-Quotes/815/> (дата обращения: 30.08.2016).
25. <http://sterlingwineonline.com/wine-quotes/> (дата обращения: 30.08.2016).
26. <http://vinsetcultures.com/> (дата обращения: 30.08.2016).
27. http://voilabistrot.com/menus/Voila_wine.pdf (дата обращения: 30.08.2016).
28. Hugo V. La fête chez Thérèse [Электронный ресурс]. URL: <http://poesie-francaise.fr/victor-hugo/poeme-la-fete-chez-therese.php> (дата обращения: 30.08.2016).
29. Rabelais F. Gargantua et Pantagruel. Paris: Bibliothèque Larousse, 1913. 227 p.

PAROEMIAS NOMINATING LINGUOCULTURAL CONCEPT “WINE” IN THE ENGLISH AND FRENCH CULTURES

Loginova Polina Garrievna

Peoples' Friendship University of Russia, Moscow
polina-loginova@inbox.ru

The article considers the phraseological nominations of the linguocultural concept “wine” by the example of sayings and aphorisms of the British and French writers, poets and artists. The author pays particular attention to the fact that in the French and English linguistic cultures wine is both a value and a concept, embodying the culturally distinguished verbalized meaning. Outlining the linguo-culturological specificity of aphorisms and sayings about wine, the author illustrates the features of the national character of the English and French culture-bearers.

Key words and phrases: paroemia; intercultural communication; linguocultural concept “wine”; aphorism; national character; wine as category of culture; linguistic worldview; the English and French ethnic groups.