

Гашимов Эльчин Айдынович, Никишкова Мария Сергеевна

**АНГЛОЯЗЫЧНЫЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ АЛИМЕНТАРНЫЙ КОД: ЛИНГВОСЕМИОТИКА
ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ КАК ЕДИНИЦ ОБРАЗНОЙ СЕМАНТИКИ**

Статья посвящена рассмотрению англоязычных фразеологизмов как языковых и одновременно культурных знаков, семантика которых связана с лингвокультурным гастрономическим кодом (см. алиментарным). Образность изучаемых фразеологизмов - глуттонимов и фразовых глаголов исследуется с учетом их функциональных характеристик, в которых закодированы гастрономические культурные смыслы, рефлектирующие как пищевые, так и иные предпочтения англоязычных этносов (этические, социальные, институциональные).

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2017/2-2/30.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2017. № 2(68): в 2-х ч. Ч. 2. С. 110-113. ISSN 1997-2911.

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

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2017/2-2/

© 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

их автономность утрачивается, и определить лексический состав реплики оказывается проблематично. Поскольку перевод произошел с языка аналитического на язык синтетического строя, то понимание происходит пословно, чего не было в оригинале.

В качестве вывода отметим, что в процессе распознавания речевых сигналов при восприятии устной речи на языках аналитического строя слово чаще теряет свою автономность, чем при восприятии речевого потока на языках синтетического строя.

В частности, определенные трудности аудирования французской речи связаны с тем, что речевой поток здесь делится не на слова, как в русском, а на ритмические группы, состоящие из двух и более слов. Их лексический состав бывает трудно определить на слух, что может привести к непониманию аудируемого сообщения.

Список литературы

1. **Гаврилов Л. А.** Стилистика французского языка. М.: Военный университет, 2004. 196 с.
2. **Миллер Д., Галантер Ю., Прибрам К.** Планы и структура поведения. М.: Книга по Требованию, 2013. 239 с.
3. **Трубецкой Н. С.** Основы фонологии / пер. с нем. А. А. Холодовича; под ред. С. Д. Кацнельсона. Изд-е 2-е. М.: Аспект-Пресс, 2000. 352 с.
4. **Grammont M.** Traité de phonétique générale. P.: Delagrave, 1933. 482 p.
5. **Jespersen O.** Lehrbuch der Phonetik. Leipzig: Teubnet, 1926. 258 S.
6. **Lafon J.-C.** Le test phonétique et la mesure de l'audition. Eindhoven: Ed. Centrex, 1964. 235 p.
7. **Lafon J.-C.** Message et phonétique; introduction à l'étude acoustique et physiologique du phonème. P.: Presses Universitaires de France, 1961. 167 p.
8. **Polivanov E. D.** La perception des sons d'une langue étrangère // Travaux du cercle linguistique de Prague. Prague, 1931. № 4. 268 p.
9. **Stevens K. N.** Toward a Model for Speech Recognition // Journal of the Acoustical Society of America. N. Y., 1960. № 32. P. 47-55.

THE COMPARATIVE ANALYSIS OF SOUNDS PERCEPTION IN LANGUAGES OF ANALYTICAL AND SYNTHETIC STRUCTURE

Gavrilov Lev Alekseevich, Ph. D. in Philology, Professor
Military University of the Ministry of Defence of the Russian Federation, Moscow
lieutenant-en-chef@ya.ru

The article is devoted to differences of speech perception in the languages of synthetic and analytical structure. The languages of synthetic structure (Latin, Russian, German) are characterized by the indissoluble connection of several morphemes (lexical, inflectional, derivational), as well as the expression of grammatical relationships within a single word form. In listening of the speech in the languages of this structure we perceive successively one word form after another without the help of auxiliary words, word order and suprasegmental elements. For the languages of analytical structure (English, French) in case of the morphological invariability of words grammatical meaning is expressed by functional words, word order or interrelationship of the word with other words in a sentence. In this case, in listening we perceive the word as a part of the rhythmic group, equal to the phonetic word, which can combine several words and has one stress. This difference in the presentation of words to the recipient determines different mechanisms of speech perception in listening.

Key words and phrases: speech perception; sound; selectivity; pronunciation; word stress; phoneme.

УДК 811.161.1'42

Статья посвящена рассмотрению англоязычных фразеологизмов как языковых и одновременно культурных знаков, семантика которых связана с лингвокультурным гастрономическим кодом (см. алиментарным). Образность изучаемых фразеологизмов – глоттонимов и фразовых глаголов исследуется с учетом их функциональных характеристик, в которых закодированы гастрономические культурные смыслы, рефлектирующие как пищевые, так и иные предпочтения англоязычных этносов (этические, социальные, институциональные).

Ключевые слова и фразы: знак; глоттония; глоттоним; идиома; код; кодирование; культурный смысл; лингвосомиотика; образность; семантика; фразеологизм.

Гашимов Эльчин Айдынович, д. филол. н., доцент
Никишкова Мария Сергеевна, к. филол. н.
Московский городской педагогический университет (филиал) в г. Самаре
elchgash@mail.ru; colibrilolita@mail.ru

АНГЛОЯЗЫЧНЫЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ АЛИМЕНТАРНЫЙ КОД: ЛИНГВОСЕМИОТИКА ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ КАК ЕДИНИЦ ОБРАЗНОЙ СЕМАНТИКИ

Образное кодирование алиментарной (гастрономической/глоттонической) коммуникации, связанное с её минимальной (идиомы, фразеологизмы, устойчивые выражения) шифрованностью, как феномен этнолингвосомиотики до сих пор не являлось предметом научного исследования. Код может выйти за первичные денотативные рамки и начать символизировать «любые области инобытия, в том числе также безграничные обла-

сти» [1, с. 93]. Этот тезис относится и к алиментарному коду. С его помощью можно обозначать не только все, что связано с питанием, но и иные области культуры, и в первую очередь область ее ключевых ценностей. В нашей статье будут рассмотрены англоязычные фразеологизмы как языковые и одновременно культурные знаки, семантика которых связана с лингвокультурным алиментарным кодом.

Образность изучаемых фразеологизмов-глуттонимов исследуется нами с учетом их функциональных характеристик, в которых закодированы культурные смыслы, рефлектирующие не только пищевые предпочтения англоязычных этносов, но и другие сферы их бытия. Как показало наше исследование, пищевой код репрезентирован в относительно немногочисленных англоязычных фразеологизмах; как правило, в английской лингвокультуре происходит переключение пищевого кода на код повседневности и морализаторства (этический код).

Пищевой код достаточно прозрачной мотивировки содержится в таких англоязычных фразеологизмах, как *moo juice* – молоко; *mud* – низкосортный кофе; *maiden's delight* – кока-кола с фруктовой добавкой; *hand grenade* – гамбургер; *torpedo* – сэндвич огромного размера; *seagull* – куриное сое; *parson's nose* – куриная гузка; *dishwater* – пакетный суп; *angel food* – воздушное суфле; *sop in the pan* – мясо в горшочке; лакомый кусочек [2, с. 56].

Переосмысление англоязычных глуттонических культурных смыслов в прозрачно мотивированные фразеологические единицы осуществляется согласно следующей лингвосомиотической модели:

$$\{G^X [food] \rightarrow T-image_{f \rightarrow cmm} \rightarrow FI^Y [communication]\},$$

где G – глуттоним, составляющий внутреннюю форму гастрономического фразеологизма; $T-image_{f \rightarrow cmm}$ – процесс трансформации пищевого (гастрономического, глуттонического) образа в сжатый пищевой образ (FI), рефлектирующий тот или иной тип этноотношений. Верхние и нижние индексы уточняют собственно меню сем, детерминирующую переход (трансполяцию) образного перекодирования, т.е. от одного типа кода (пища) к другому (глуттонические отношения).

Приведем примеры семиотического наполнения данной модели.

(1) $\{dine [food] \rightarrow to\ have\ dinner \rightarrow to\ eat\ a\ meal\ at\ a\ restaurant \rightarrow dine\ out [communication]\} = I\ love\ to\ dine\ out\ at\ good\ restaurants$ [5, р. 11-12]. / Я люблю обедать в хороших ресторанах (пообедать, провести время за ужином) (здесь и далее перевод автора статьи – Э. Г.).

В данном примере (1) частичное переключение пищевого кода осуществляется за счет добавления семы «место потребления пищи – публичная локация потребления пищи»; в результате высвечивается коммуникативная составляющая внутренней формы фразеологизма – «есть и общаться, развлекаться» (см. значение *to dine out = to entertain at dinner*).

(2) $\{to\ do [food] \rightarrow to\ cook\ food \rightarrow to\ be\ cooked\ just\ right\ (just\ as\ one\ would\ cook\ a\ steak\ perfectly) \rightarrow done\ to\ a\ T [communication]\}$ (приготовление еды, пищи) = *The steaks were done to a T when my friend cooked them on the barbecue* [4, р. 22]. / Стейки были превосходно приготовлены, их друг готовил на гриле.

В примере (2) перекодировка пищевого образа также прозрачна: во внутреннюю форму ФЕ добавлены эксплицитные семы «корректность приготовления, т.е. следование рецепту», «приготовление стейка на косточке (*T-bone* = бифштекс из заднепоясничной (Т-образной) части говяжьей туши)» и имплицитная сема общения (во время вечеринки барбекю).

(3) $\{to\ eat [food] \rightarrow to\ consume\ food \rightarrow to\ eat\ expensive\ and\ high\ quality\ food \rightarrow eat\ high\ on/off\ the\ hog [social\ relations]\}$ (дорогая еда, эксклюзив) = *My uncle has been eating high on the hog since he got his new job* [5, р. 37]. / Мой дядя предпочитает жить на широкую ногу с момента получения новой работы.

В примере (3) также прозрачно частичное переключение сугубо пищевого кода на социально обусловленный гастрономический код, рефлектированный внутренней формой фразеологизма; в семантике ФЕ просматриваются эксплицитные семы «повышение уровня жизни» и «высокое качество еды и питания».

Алиментарные культурные смыслы переосмысляются также при фразеологическом перекодировании, когда их гастрономическое значение трансформируется в этическую (социально, лично и институционально ориентированную) плоскость [3, с. 17]. Так возникают фразеологизмы *to cook one's bacon / goose* (вырыть самому себе яму); *pork barrel* («казённый пирог», т.е. мероприятие, проводимое правительством для завоевания популярности); *quick at meat, quick at work* (кто быстро ест, тот быстро работает); *to be meat and drink to smb.* (доставлять большое удовольствие кому-л., хлеб: хлебом не корми); *a broth of a boy* (славный парень, молодец); *easy meat* (легкая добыча, жертва; доверчивый человек, простак); *to fish in troubled waters* (ловить рыбу в мутной воде); *to make fish of one and flesh of another* (относиться к людям неровно); *fish in the air* (пытаться совершить несбыточное); *to hand smb. a lemon* (всучить кому-л., какую-л. дрянь, надуть, сделать (кому-л., какую-л.) неприятность, обмануть (кого-л.)); *to eat the leek, to eat dog, to eat dust, to eat crow* (претерпеть обиду, оскорбление) [2, с. 144-149].

Образы пищи, питания, приготовления еды и ее потребления, составляющие внутреннюю форму фразеологической единицы, специфически семиотизируют широкий спектр коммуникативных ситуаций повседневности бытия членов любого этносоциума. Такое положение дел характерно и для англоязычного общества: модель переключения лингвокультурного пищевого (гастрономического) кода оказалась весьма продуктивной, что и показал наш материал.

Сама модель переключения пищевого кода в повседневные коды в терминах логики, в которую включены образные компоненты пищевого характера и процессы их трансполяции на сферы бытия и социально-институциональных отношений социума, выглядит следующим образом:

$$\{G^X [food] \rightarrow T-image_{fm \rightarrow sm} \rightarrow SI^Y [social\ relations]\},$$

где G – глоттоним, составляющий внутреннюю форму фразеологизма; $T-image_{fm \rightarrow sm}$ – процесс трансформации пищевого (гастрономического, глоттонического) образа в социально значимый образ (SI), рефлектирующий тот или иной тип этносоциальных отношений. Верхние и нижние индексы уточняют собственно меню сем, детерминирующую переход (трансполяцию) образного перекодирования, т.е. от одного типа кода (пища) к другому (социальные отношения).

Покажем фактическое наполнение данной модели:

{**cheese** ^[food] → **product of souring** ≈ **making irritated** → **cheese smb off** ^[social relations]} – *to annoy or irritate or anger someone* (быть раздраженным, выходить из себя) = *I cheesed off my neighbor when I borrowed his ladder without telling him* [4, p. 41]. / *Coced был раздражен в связи с тем, что я взял лестницу без спроса.*

Как видим, произошло переключение пищевого кода в код социальный, заключающееся в переосмыслении смысла глоттонического знака «сыр» во внутреннюю форму фразеологизма «злить или раздражать кого-л.». Основанием такого перекодирования послужила аналогия процесса окисления при производстве сыра как пищевого продукта с социальным процессом возбуждения негативных эмоций и состояний. Выявленная нами модель переключения кода также нашла свое отражение в формировании следующих идиом на основе образа приема пищи (глагол *to eat*):

(1) {**to eat** ^[food] → *to consume food* → *to be humbled* ≈ *to admit one's error and apologize* → **eat humble pie** ^[social attitude]} (социально значимое переосмысление – «признать свою ошибку», «ретироваться», «пойти на попятный», «проглотить обиду») = *Our boss was forced to eat humble pie after he made the wrong budget estimate for next year* [5, p. 37]. / *Шефу пришлось признать ошибки за неправильное распределение прошлогоднего бюджета;*

(2) {**to eat** ^[food] → *to consume food* → *to eat oneself from inside* ≈ *to be envious of smb or sth* → **eat one's heart out** ^[personal / social relations]} (при перекодировке реализована сема «зависть») = *I ate my heart out when I saw my friend's new bicycle* [Ibidem]. / *Меня поразил новый велосипед друга;*

(3) {**to eat** ^[food] → *to consume food* → *to take back something that one has said* ≈ *to admit that something is not true* → **eat one's words** ^[personal and social relations]} (при переключении пищевого кода на этический актуализована сема «взять свои слова обратно», «признать неправоту») = *I told my boss that I would soon quit my job but later I had to eat my words and tell him that I wanted to stay* [Ibidem, p. 37-38]. / *Сказав однажды шефу, что увольняюсь, пришлось взять вскоре свои слова обратно.* В процессе коммуникативной актуализации модели номинативного или лингвосемиотического переключения от алиментарного кода к кодам социально ориентированных типов участвуют также и англоязычные идиоматизированные глаголы (phrasal verbs). Их внутренняя форма оказывается минимально переосмысленной, семантически мало удаленной от основного смысла глагола за счет смысла послелога, все еще сохраняющей гастрономическую семиотику: в качестве примеров приведем фразальные глаголы **to bolt down** – *to eat your food very quickly* (заглатывать пищу); **to whip up** – *to produce or prepare (a meal) very quickly* (готовить на скорую руку); **to pig out** – *to eat a lot of food at one time* (обжираться); **to chop up** – *to cut (food) into pieces, usually with several sharp blows* (нарезать, шинковать); **to knock back** – *to drink or swallow (an alcoholic drink) quickly* (выпить, выдуть); **to eat out** – *to eat away from home, usually in a restaurant* (обедать в ресторане); **to fry up** – *the act of frying a meal, especially breakfast* (жарить); **to peel off** – *to remove the skin/rind/outer covering of fruit/vegetables etc.* (чистить, снимать кожуру); **to slice off** – *to divide or cut something from a larger piece* (резать ломтиками) [Ibidem, p. 110, 123, 131-133].

Подведем итоги.

Лингвокультурный гастрономический код представляет собой семиотический феномен, представляющий собой комбинацию знаков, включенных в семиосферу человеческих потребностей в выживании; знаков, представляющих собой номинации, включенные в процесс означивания потребности в пище и питье.

Формируя соответствующую сферу означивания, связанную с питанием, гастрономией, кулинарией, говорящие представители этносоциумов с помощью единиц гастрономической кодированной коммуникации семиотически транспонируют культурные смыслы пищевой сферы на иные участки своей повседневной жизни – этическую, социальную, институциональную и личностную области бытия.

Этот процесс носит образный характер; в нем участвуют такие образные языковые и дискурсивные элементы коммуникации, как идиомы и идиоматизированные глаголы. Как показало исследование, в англоязычном социуме процесс переключения кодов (перекодирования) производится сообразно двум лингвосемиотическим моделям: сугубо гастрономически ориентированной, когда перекодировка остается в рамках глоттонического спектра, и социально ориентированной, когда переключение кода ориентировано на иные особенности жизни этносоциума (этически детерминированная личная или публичная жизнь, социальная или институциональная коммуникация и т.п.). Внутренняя форма фразального глагола минимально переосмысливается и остается семантически мало удаленной от основного смысла глагола.

Список литературы

1. **Гашимов Э. А.** Социосемиотика лингвокультурного потребностного кода // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2009. № 2 (4). С. 92-94.
2. **Ермакова Л. Р.** Глоттонические прагматонимы и национальный характер (на материале русской и английской лингвокультур): дисс. ... к. филол. н. Белгород, 2010. 239 с.
3. **Савицкий В. М., Гашимов Э. А.** Лингвокультурный код (состав и функционирование). М.: Издательство СФ МГПУ, 2005. 173 с.

4. *Encyclopedia of Food and Culture* / edited by H. K. Solomon. N. Y.: Thompson, Gale, 2003. Vol. 1-3. 489 p.
5. *Encyclopedia of Foods: A Guide to Healthy Nutrition*. San Diego, California: Academic Press, 2002. 545 p.

**ENGLISH LINGUO-CULTURAL ALIMENTARY CODE:
LINGUO-SEMIOTICS OF PHRASEOLOGISMS AS THE UNITS OF FIGURATIVE SEMANTICS**

Gashimov El'chin Aidynovich, Doctor in Philology, Associate Professor
Nikishkova Mariya Sergeevna, Ph. D. in Philology
Moscow City University (Branch) in Samara
elchgash@mail.ru; colibrilolita@mail.ru

The article is devoted to studying English phraseological units as the linguistic and cultural signs semantics of which is associated with linguocultural gastronomic (alimentary) code. The figurativeness of the mentioned phraseologisms – gluttonyms and phrasal verbs – is analyzed considering their functional characteristics in correlation with gastronomic cultural meanings representing both alimentary and non-alimentary (ethical, social, institutional) preferences of the English ethnoses.

Key words and phrases: sign; gluttony; gluttonym; idiom; code; encoding; cultural meaning; linguo-semiotics; figurativeness; semantics; phraseologism.

УДК 81'22.221.18/112.2

Статья посвящена сопоставительному анализу фразеологизмов с компонентами ЛАЭГ/MANN. Проведенный анализ позволит понять культурную специфику осетин и немцев и избежать диссонанса при межкультурном общении. Исходная гипотеза исследования заключается в том, что в осетинском языке отражен патриархальный склад общества, сохраняющийся на современном этапе и выражающийся в четко предписанных ролях мужчины. В немецком языке есть предписания относительно того, что входит в обязанности женщин, однако мало что известно о том, какова роль мужчины.

Ключевые слова и фразы: языковая картина мира; фразеологизмы; национально-культурная специфика; осетинский язык; немецкий язык.

Дзахова Вероника Тамбиевна, д. филол. н., доцент
Калаева Регина Олеговна

Северо-Осетинский государственный университет имени К. Л. Хетагурова, г. Владикавказ
tambi69@mail.ru; regina.kalaeva@mail.ru

**РОЛЬ МУЖЧИНЫ В НЕМЕЦКОМ И ОСЕТИНСКОМ ОБЩЕСТВЕ
(НА МАТЕРИАЛЕ АНАЛИЗА ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ)**

Одним из первых лингвистов, обративших внимание на национальное содержание языка и мышления, является В. фон Гумбольдт. Он отмечал, что различные языки являются для нации органами их оригинального мышления и восприятия [4, с. 324]. Каждый человек имеет субъективный образ некоего предмета, который не совпадает полностью с образом того же предмета у другого человека. Слово, таким образом, несет на себе груз субъективных представлений, различия которых находятся в определенных рамках, так как их носители являются членами одного и того же языкового коллектива, обладают определенным национальным характером и сознанием.

Иными словами, именно в работах Гумбольдта можно найти истоки понятия «языковая картина мира», прочно вошедшего в современную лингвистику. При этом надо понимать, что, с одной стороны, условия жизни людей и окружающий их материальный мир определяют их сознание и поведение и находят отражение в их языковой картине мира; с другой стороны, человек воспринимает мир преимущественно через родной язык, что также определяет мышление и поведение. Языковая картина мира представляет собой, таким образом, образ окружающего мира, который является результатом всей духовной активности человека, возникает у человека в ходе всех его контактов с миром. Языковая картина мира помогает человеку ориентироваться в окружающем мире и обеспечивает определенное видение мира, интерпретируя воспринимаемые объекты и процессы.

Из всего сказанного логически вытекает, что каждый этнос имеет особую картину мира. Языковая личность организует содержание высказывания в соответствии с языковой картиной мира, и в этом проявляется специфически человеческое восприятие мира, зафиксированное в языке.

При анализе языковой картины мира надо учитывать, что, с одной стороны, у представителей разных народов наличествуют специфические языковые картины мира, являющиеся общими для всех представителей данного этноса. С другой стороны, существуют индивидуальные картины мира, которые различаются у разных представителей одного и того же этноса. Это следует учитывать, говоря о типологии языковых картин мира.