

materialy shkoly-seminara (VII Berezinskie chtenija). Vyp. 17. M.: INION RAN, ASOU, 2011. S. 241–246.

9. Rogozhnikova T.M., Kochetova G.R. Associativnaja cvetnost' zvukov bashkirskogo i tatarskogo jazykov // Vestnik Bashkirskogo universiteta. 2012. T. 17, № 3. S. 1313–1320.

10. Rogozhnikova T.M., Kudashov D.D., Kochetova G.R., Efimenko N.V. Programma dlja JeVM BATYR (Avtomatizirovannyj analiz slova i teksta): Svidetel'stvo o gos. registracii programmy dlja JeVM №2014613238. M., 2013.

11. Rogozhnikova T.M., Kudashov D.D. Programma dlja JeVM SChETOVOD (Avtomatizirovannyj analiz tekstov): Svidetel'stvo o gos. registracii programmy dlja JeVM № 2014618598. M., 2014.

12. Rogozhnikova T.M., Kudashov D.D., Jakovleva R.V. Programma dlja JeVM BJURGER (Avtomatizirovannyj analiz slova i teksta): Programma na jetape gos. registracii. M., 2016.

13. Russkij associativnyj slovar': v 6 kn. / Ju.N. Karaulov, Ju.A. Sorokin, E.F. Tarasov i dr. M.: Pomovskij i partnery; In-t rus. jaz. RAN, 1994–1998.

14. Tihonova-Rodina E.A. K istokam fonosemantiki: Ferdinan S. Mendoza o psevdofotostezii (sinestezii) // Predlozhenie i slovo: mezhvuz. sb. nauch. tr. Saratov: Izd-vo Sarat. un-ta, 2002. S. 773–778.

15. Jakovleva R.V. Jeksperimental'noe issledovanie associativnoj cvetnosti zvukov nemeckogo jazyka // Vestnik Tverskogo gosudarstvennogo universiteta. Ser. «Filologija». 2015. № 4. S. 214–221.

Study of associative color perception of sounds in the German language in the synchronic aspect

The article deals with the associative color perception of sounds in the German language, covers the results of the association experiments in sounds-and-colors accordance that was carried out as individual questionnaires in January 2014 – July 2015. The revealed steady associative relations between words and colors in the German language allowed creating the matrix of the associative colors of German language sounds that became the basis for the computer programme “Burger” which helps to analyze any word and text in German and make conclusions concerning the features of the dominant colors of the verbal model.

Key words: *associative color of a sound, association experiment, the German language, computer programme, automatized analysis.*

(Статья поступила в редакцию 01.02.2016)

Н.П. ГОЛОВНИЦКАЯ
(Волгоград)

ЯЗЫКОВАЯ ЛИЧНОСТЬ «НЕМЕЦКОЯЗЫЧНЫЙ ОФИЦИАНТ» В ГЛЮТТОНИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

Анализируется языковая личность «немецкоязычный официант», являющаяся базовой категорией лингвокультурологии и характеризующаяся определенными лингвосемiotическими параметрами в глуттонической коммуникации. Описываются коммуникативные стратегии немецкоязычного официанта как агента гастрономического дискурса.

Ключевые слова: *языковая личность, глуттоническая коммуникация, гастрономический дискурс, коммуникативные стратегии, семиотические маркеры.*

Лингвокультурология считается самым молодым направлением этнолингвистики. Её задачи – изучение и описание взаимоотношений языка и культуры, языка и этноса, языка и народного менталитета.

Одной из составляющих категориального аппарата лингвокультурологии является именно понятие языковой личности, изучение которой в отечественной лингвистике по праву связано с именем Ю.Н. Караулова, который под языковой личностью понимает «совокупность способностей и характеристик человека, обуславливающих создание им речевых произведений (текстов)» [3]. Понятие «языковая личность» образовано проекцией в область языкознания соответствующего междисциплинарного термина, в значении которого преломляются философские, социологические и психологические взгляды на общественно значимую совокупность физических и духовных свойств человека, составляющих его личностную определенность [1]. Как считает В.И. Карасик, «языковая личность представляет собой срединное звено между языковым сознанием – коллективным и индивидуальным активным отражением опыта, зафиксированного в языковой семантике, с одной стороны, и речевым поведением – осознанной и неосознанной системой коммуникативных поступков, раскрывающих характер и образ жизни человека, с другой стороны» [2]. Далее автор подчеркивает, что языковая личность в усло-

виях общения – коммуникативная личность – характеризуется множеством признаков, которые можно рассматривать в ценностном, понятийном и поведенческом аспектах.

Интересным представляется рассмотрение модельной личности «немецкоязычный официант», на примере которой можно создать образ немца в глазах других народов, сделать его менее абстрактным и более совпадающим с собственным мнением немцев о себе. При анализе языковой личности «немецкоязычного официанта», характеризующегося определенными лингвосомиотическими параметрами в глюттонической коммуникации, появляется возможность получить более точное представление о немецкоязычной картине мира и преодолеть стереотипы, которые неизбежно появляются при изучении национального характера того или иного народа.

Коммуникативная стратегия немецкоязычного официанта, агента гастрономического дискурса, состоит в задаче как можно профессиональнее, с учетом всех требований, предъявляемых к работнику данной сферы, обслужить посетителя и, используя все приемы воздействия на клиента, извлечь из этого процесса прибыль. Целью и стратегией клиента, посещающего данное заведение, является получение удовольствия от эмоционального комфорта, еды, питья, общения и как результат – самоутверждение.

Краткий этимологический словарь русского языка отмечает, что слово «официант» заимствовано в XIX в. из французского языка. Французское *officiant* – суффиксальное производное от *officier* – «служить, прислуживать». Лат. *officiare* – деривата от *officium* – «служба, должность» [5].

Немецкое слово «*Offiziant, der*» не связано с темой «пища» и означает, согласно определению по словарю Дудена, следующее: ein Amt versehen: 1) (veraltet) Zelebrant, 2) (veraltet) Beamter des einfachen Dienstes; (südd.) Hausmeistereiner Schule. – Исполнять службу: а) (устар.) служащий и б) (устар.) служащий простой службы и учитель (наставник) школы [6].

Участники гастрономического дискурса в немецкоязычной лингвокультуре номинированы следующими лексическими средствами: «официант» в значении «работник столовой, ресторана и т. д., подающий кушанья»: *der Kellner – der Oberkellner – der Steward – der Ober – der Ganymed*.

1. *Ober, der* – разговорная форма и является сокращением от *Oberkellner, der*, но в обращении теряет свою разговорную окраску:

«*Vielleicht weint sie auch?*» – «*So ein bisschen?*» – *He, Kellner, Herr Ober!*» (*Kellermann, «Der 9. November»*). «*Может, она и плачет?*» – «*Так, чуть-чуть?*» – *Эй, официант, господин официант!*»

2. *Oberkellner, der* – старший официант: *Manchmal verirrt sich auch zweifelhafte Elemente hier herein – aber sofort kam der Oberkellner, leider alles bestellt, die Herrschaften. Wie eine Orgel summt die tiefe Stimme des Oberkellners (Kellermann, «Der 9. November»*). – Случалось, что сюда забредали сомнительные личности, но немедленно появлялся старший официант: «*К сожалению, все занято, господа*», – низкий голос старшего официанта гудел как орган.

3. *Kellner, der* – официант (передает наиболее общее значение и не имеет эмоциональной окраски): *Das Speisen hatte hier die Form eines religiösen Kults angenommen. Die Kellner murmelten feierlich wie Priester, die die Beichte abhören (Kellermann, «Der 9. November»*). – Еда здесь походила на отправление религиозного культа. Официанты бормотали что-то торжественное, как священники, слушающие исповедь.

4. *Steward, der* – стюард (обслуживает пассажиров на пароходе и на самолете).

5. *Ganymed, der* – употребляется редко, в шуточной форме, как правило, при обращении к молодому официанту.

Официант-женщина (официантка) номинируется следующими лексемами: *die Kellnerin – die Serviererin – die Fräulein – die Stewardes*, например:

1) *Im Lokal bediente uns eine junge Kellnerin*. – В ресторане нас обслуживала молодая официантка;

2) *Serviererin* то же самое, что и *Kellnerin*. *Der Kaffee kam überraschend schnell, die Serviererin sah jetzt nur Robert an*. – Кофе подали удивительно быстро, теперь официантка посмотрела только на Роберта;

3) *Fräulein!* – так часто обращаются к молодой официантке. *Fräulein! Die Speisekarte bitte!* – Официантка! Пожалуйста, меню!

4) *Stewardes* – стюардесса, официантка на самолете, судне или в автобусах, например: *Die Stewardes brachte uns Tee und Kaffee*. – Стюардесса принесла нам чай и кофе.

Человек, посещающий любое заведение общественного питания, обозначается в немецком языке словом *Gast, der*, у которого два значения – гость (человек, пришедший в гости) и посетитель; *Stammgast, der* – постоянный посетитель, завсегдатай [6].

Официант и посетитель включены в алгоритм коммуникативных отношений, направленных, прежде всего, на извлечение прибыли от гедонистических намерений центрального участника гастрономического дискурса – клиента. Беседа базовой пары (официанта с посетителем) может выглядеть следующим образом:

Herr Ober! / Fräulein! Die Speisekarte bitte!

Ich hätte auch gern die Weinkarte.

Möchten Sie schon bestellen?

Was möchten Sie als Vorspeise / Hauptgericht / Nachspeise?

Wir möchten bestellen. Können Sie bitte uns bei der Auswahl helfen?

Was möchten Sie essen?

Was gibt es Gutes zu essen?

Was gibt es für den kleinen Hunger?

Was können Sie uns empfehlen?

Ich würde Ihnen zu ... raten. Das ist die Spezialität des Hauses.

В этикетном кодексе «Gaststättenkultur» зафиксированы коммуникативные и семиотические маркеры языковой личности немецкоязычного официанта: работник должен быть приветливым, доброжелательным, аккуратным, дисциплинированным, практичным, ответственным, четко исполняющим свои обязанности, любящим порядок [7].

Роль профессионального официанта заключается в создании непринужденной, свободной обстановки, в которой каждый посетитель чувствовал бы себя желанным гостем, причем работа официанта не сводится к простой подаче еды и напитков. Чтобы компетентно справляться со своими обязанностями, официант должен обладать целым рядом качеств и умений, в том числе приятной внешностью, честностью, трудолюбием и пунктуальностью, следить за своим внешним видом и быть всегда опрятным. Профессиональный официант обязан знать технологию приготовления блюд, подаваемых к столу, продукты, из которых эти блюда готовятся, и правила сервировки. Хорошие официанты должны быть в курсе, как организован и работает их ресторан, каковы обязанности персонала и все то, что относится к индустрии гостеприимства.

Портрет современного немецкоязычного официанта: подтянутый, элегантный, с хорошими манерами, умеющий быть находчивым и остроумным, готовый погасить конфликтную ситуацию в зародыше. От него в большой мере зависит поддержание в зале атмосферы радушия и гостеприимства.

Прекрасную кухню и великолепный интерьер может испортить элементарное неумение общаться с людьми, непонимание мотивов, которые заставляют человека делать то или иное. Официант должен быть тонким психологом, уметь предугадывать желания клиента и обладать надежно усвоенными навыками продаж. Прибыль – это все. Рестораторы делают максимум, чтобы поднять её. Они меняют стиль работы, имидж, тип кухни, методы обслуживания, нанимают новый персонал и увольняют старый, развивают или сокращают бизнес, проводят рекламные кампании и т. д. Хороший ресторан – дом родной. Смысл работы ресторана – в создании подобной «иллюзии», за которую люди платят деньги. Вот на эту самую «иллюзию» все и «работает»: интерьер, свет, музыка, меню, манера общения и форма официантов, способы подачи блюд, дополнительные бесплатные услуги. В работе хорошего и успешного ресторана должна быть некая деталь – именно она привлекает клиента. Это всего лишь то, чего нет у других, едва видимый, почти неуловимый шарм. В такой обстановке деньги для клиента становятся не главным, и он рассуждает так: пусть будет дороже, но с уважением и красиво. Вот это и зависит от официанта.

Конечно, трудно установить границу между учтивостью и желанием продать подороже. Но официант-психолог понимает, что люди ходят в ресторан не на последние деньги, и может по легким намекам распознать настроение гостя и сколько он собирается истратить. Официант с гостем один на один. Он принимает те или иные решения и совершает поступки, подстраиваясь под настроение гостя. Ограничен он чувством порядочности, меры и совести. Ведь расслабленный гость беззащитен. Хороший официант всегда помогает гостю ощутить комфорт и на какое-то время полную беспроblemность. Официант – продавец, но ещё и хозяин, советник, друг, защитник интересов. Только в этом случае гость откроет ему тайну своего кошелька. Ведь гость решил потратить деньги ещё до того, как официант подал ему меню. Задача официанта – помочь гостю лишь утвердиться в этом желании.

Для увеличения эффективности продаж существует несколько специальных приемов официанта.

1. Заслужи доверие. Верь в то, что говоришь. Убеди гостя, что ты – его искренний друг.

2. Будь безупречным. Важно, чтобы с первых же секунд гость понял, что попал к энергичному и симпатичному человеку.

3. Стань хозяином положения. Мягко займи в разговоре это место, превратись в человека, которому гость как бы делегирует свое право составить заказ.

4. Возбуди внимание гостя. Процесс общения с клиентом можно поделить на четыре стадии: внимание, интерес, желание, заказ. Вот примерный диалог:

– О, стейк жарят на специальной сковороде? А на какой?

– Из особого металла с волнистым покрытием.

– Да?

– Да, получается очень нежная корочка.

– А картофель?

– Картофель мы жарим в смеси из специальных фритюрных масел, он получается золотистого цвета, очень аппетитен и хрустит.

5. Умей задавать вопросы. Например: *Не хотите ли? Не кажется ли вам? Не думаете ли вы?* Такие вопросы помогают избежать спорных ситуаций и лишних разговоров. Они позволяют гостю понять, чего он хочет, вызывают у него чувство собственного достоинства.

6. Разговори гостя, а сам внимательно слушай. Семья, работа, деньги – эти ключевые вопросы всплывают очень быстро. И в то же время контролируй ситуацию за столом.

Профессиональный секрет официанта – он должен любить гостя в момент обслуживания – ни до, ни после. Уважение и любовь – такие вещи, которые не включишь в счет, а ощущаться они должны.

Как гласит этикетный кодекс «Gaststättenkultur», немецкоязычный официант должен быть:

– независимым, уверенным и контактным при общении с посетителями;

– предупредительным, внимательным, приветливым и корректным;

– всесторонне заинтересованным, красноречивым и иметь хорошее общее образование;

– обладать высокими профессиональными знаниями;

– элегантно при исполнении своих профессиональных обязанностей;

– иметь ухоженный внешний вид.

Приветствие и прощание не должно быть чопорным и чрезмерно вежливым: *Einen schönen guten Abend, gnädige Frau; Bitte beehren Sie uns bald wieder, meine Herrschaften*. Нельзя останавливать посетителей без приветствия фразами *Alles besetzt, meine Herren; Im Moment läuft hier nichts*. Официант не должен встречать гостей вопросительным взглядом и неприступностью.

Исходя из того, что основная цель общения «клиент–официант» состоит в стратегии извлечения выгоды, разговор-продажа (*Verkaufsgespräch*) составляет суть установления контакта между официантом и посетителем, в процессе которого официант старается разузнать специальные желания гостя и предложить ему спектр услуг заведения.

**Stufe des Verkaufsgesprächs
(ступени разговора-продажи)**

Psychologische Situation (психологическая ситуация)	Handeln des Mitarbeiters (действия сотрудника)
1. Gestaltung einer angenehmen Atmosphäre (создание приятной атмосферы)	Freundliche Begrüßung (радушное приветствие)
2. Erforschen der Wünsche und Bedürfnisse des Gastes (узнавание желаний и потребностей гостя)	Frage-Antwort-Technikeinsetzen (применять технику «вопрос-ответ»)
3. Argumente und Einwände des Gastes heraushören und verarbeiten (выслушать и осмыслить аргументы и возражения гостя)	Gastbezogene Argumente und Vorschläge entwickeln (развивать аргументы и предложения гостя)
4. Gewünschtes Leistungsangebot offerieren (оказать желаемую услугу)	Offensives Leistungsangebot (начать оказывать услугу)

Необходимо вести разговор-продажу наступательно, через активный совет, но при этом не становясь назойливым и не желая что-нибудь «навязать» гостю. Официант подает меню клиенту со словами: *Darf ich Sie bei der Auswahl des Menüs beraten? oder Darf ich Sie auf unsere heutige Tagesspezialität ... hinweisen? oder Besonders kann ich Ihnen heute ... empfehlen!*

При подаче меню клиенту официант должен избегать:

– выжидательной позы,

– вопросительного взгляда,

– стереотипных выражений *Bitte? oder Was wünschen Sie? oder Haben Sie schon gewählt?*

Если это возможно, нужно называть клиента по имени. Если гостя называют по имени, он, как правило, чувствует себя быстрее «как дома». И наоборот, если гость может обращаться к официанту по имени, то вместо анонимного *Fräulein* или устаревшего *Herr Ober* между ними устанавливается прямой контакт [7].

Если клиент остался недоволен качеством блюда или обслуживанием, т. е. заявил претензию, то в этой ситуации от официанта тре-

буется тонкое чувство понимания, терпимости и гостеприимное мышление, невзирая на то, справедлива претензия или нет. При этом разговоре официанту следует избегать следующих формулировок:

- Das ist bei uns völlig ausgeschlossen.*
- Das ist bei uns noch nie vorgekommen.*
- Sie sind der Erste, der ...*
- Da sind Sie sicher besonders empfindlich.*
- Das kann nicht stimmen.*
- Da müssen Sie sich täuschen.*
- Das können Sie nicht beurteilen.*

В немецкоязычных странах принято, что официант спрашивает, кто за что платит. Не является само собой разумеющимся, что один человек платит за всех.

- *Wir möchten bitte bezahlen!*
- Die Rechnung bitte!*
- *Ja, gern.*
- Zusammen oder getrennt/einzeln?*
- *Getrennt bitte. / Getrennte Rechnungen.*
- *Und was bezahlen Sie?*
- *Den Schweinebraten und den Wein?*
- *Das macht 23,80 Euro*
- *25 Euro bitte. Stimmt so.*
- Мы хотели бы заплатить/рассчитаться.
- Счёт, пожалуйста!
- Да, охотно.
- Вместе или отдельно?
- Раздельно, пожалуйста.
- За что платите вы?
- За жаркое из свинины и вино?
- Всего с вас 23,80 евро.
- Возьмите 25 евро. Сдачи не надо (пер. здесь и далее мой. – Н.Г.).

Официант – профессия сложная, мастерство владения техникой обслуживания дано не всем. Многие люди, посещающие ресторан, не только едят, но и самоутверждаются и, конечно, оценивают официанта, часто не в его пользу. Образ официанта в общественном мнении – набор предрассудков и комплексов. В проанализированных нами немецких текстах к официанту относятся по-разному: как к лакею и как к доброму приятелю.

Er hebt die Hand und sofortist der Kellner zur Stelle, mit leicht vorgeneigtem Oberkörper, das Serviertuch über dem Arm. «Ich habe vorhin mit dem Kellner ein kleines Essen zusammengestellt. Ich denke, ich habe euren Geschmack getroffen.» Er nickt dem Kellner zu. «Sie können servieren.» Der Kellner entfernt sich mit einer Verbeugung. Er fährt einige Minuten später den Servierwagen an den Tisch heran.

Während des Essens bemüht sich der Kellner in übereifriger Besorgnisständig um seine Gäste, denen er hier einen Teller auswechselt, da eine Platte noch einmal anbietet.

Professor Bär schnippt nach dem Kellner: «Noch eine Flasche.» Der Kellner tritt lautlos heran, schenkt nach und nimmt die leere Flasche aus dem Kühler, setzt die volle hinein und verschwindet lautlos.

В данном тексте, описывающем посещение ресторана профессором Бэром и его гостями, хорошо прослеживается покорность официанта и его готовность услужить, которая выражается языковыми средствами и невербальными: его осанкой (слегка наклонившись, с поклоном); манерой беззвучно передвигаться и т. д.

Professor Bär (der Gast)	Der Kellner
Hebt die Hand (поднимает руку)	Sofort ist ... zur Stelle (тотчас ... на месте)
	mit leicht vorgeneigtem Oberkörper (слегка наклонившись)
Nickt ... zu (кивает)	Entfernt sich mit einer Verbeugung (удаляется с поклоном)
	Bemüht sich ... in übereifriger Besorgnis ... ständig (постоянно хлопчет ... с чересчур рьяным опасением)
Schnippt (щелкает пальцами)	Tritt lautlos heran (подходит беззвучно)
	Verschwindet lautlos (исчезает беззвучно)

Совсем иное отношение посетителей Венского кафе к официанту показано в следующем тексте:

Die Wiener Kaffeehäuser haben ihre Stammgäste. Sie sprechen den Ober liebevoll mit seinem Vornamen an: «Herr Leo...?» Ja, ja, in Art einer Frage und nie in Art des Befehlstons (обращаются ласково по имени: «Господин Лео ...?» в форме вопроса и никогда в приказном тоне).

Anke schloss sich seiner Bestellung an und zählte der Serviererin bedachtsam alles auf. Die schaute ein wenig ungeduldig und auch verwundert auf das Mädchen herab, dann zu dem jungen Mann, dann ging sie.

«Einverstanden», sagte sie.

«Jetzt bestell ich was», rief er. «Noch mal dasselbe, Fräulein.»

«Torte auch?» fragte zweifelnd die hübsche Serviererin.

Robert lachte zufrieden. Der Kaffee kam überraschend schnell, die Serviererin sah jetzt nur noch Robert an. «Sie sind anscheinend ihr Typ», bemerkte Anke, «man guckt schon empört von den Nachbartischen zu uns herüber, weil wir so schnell bedient werden.»

«Lassen Sie doch die Leute gucken», meinte er. Und die Serviererin, hübsch ist sie, aber nicht mein Typ. Also, nochmals Prost und auf gute Zusammenarbeit bei der Eroberung unserer Stadt. Prost, liebe Dame Anke.

В этом тексте взаимодействие посетитель (молодая пара) и официантки построено на симпатии. Помимо «Fräulein», её называют «hübsche Serviererin». Она удивительно быстро и уверенно обслуживает понравившегося ей Роберта, чем вызывает зависть сидящих за соседними столиками клиентов.

Все вышесказанное позволяет сделать вывод о том, что языковая личность «немецкоязычный официант», характеризующаяся определенными лингвосомиотическими параметрами в глуттонической коммуникации и реализующая коммуникативные стратегии как агент глуттонии, является базовой категорией лингвокультурологии, отражающей менталитет обобщенного носителя немецкого языка.

Список литературы

1. Воркачев С.Г. Лингвокультурология, языковая личность, концепт: становление антропоцентрической парадигмы в языкознании // Филологические науки. 2001. № 1. С. 64–72.
2. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М., 2004.
3. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. М.: Наука, 1989.
4. Олянич А.В. Презентационная теория дискурса. Волгоград, 2007.
5. Шанский Н.М. Краткий этимологический словарь русского языка / под ред. С.Г. Бархударова. М., 1975.
6. Duden. Das große Wörterbuch der deutschen Sprache in 6 Bänden. Wien, 1976.
7. Gaststättenkultur: Handbuch / Autorenkoll. unter Leitung von Klaus Seidler. Berlin, 1991.

* * *

1. Vorkachev S.G. Lingvokul'turologija, jazykovaja lichnost', koncept: stanovlenie antropocentricheskoj paradigmy v jazykoznanii // Filologicheskie nauki. 2001. № 1. S. 64–72.

2. Karasik V.I. Jazykovoj krug: lichnost', koncepty, diskurs. M., 2004.

3. Karaulov Ju.N. Russkij jazyk i jazykovaja lichnost'. M.: Nauka, 1989.

4. Oljanich A.V. Prezentsionnaja teorija diskursa. Volgograd, 2007.

5. Shanskij N.M. Kratkij jetimologicheskij slovar' russkogo jazyka / pod red. S.G. Barhudarova. M., 1975.

Language personality “German language” in gluttonic communication

The article deals with the language personality “German language”, which is the basic category of linguistic culture and is characterized by some linguosemiotic parameters in gluttonic communication. The communicative strategies of a German language waiter as the agent of the gastronomic discourse are described.

Key words: *language personality, communicative strategies, gluttonic communication, gastronomic discourse, communicative strategies, semiotic markers.*

(Статья поступила в редакцию 19.02.2016)

Р.Й. МУХТАРОВА
(Набережные Челны)

СПЕЦИФИКА СЕМАНТИКИ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ С ГЕНДЕРНЫМ КОМПОНЕНТОМ В АНГЛИЙСКОМ И ТАТАРСКОМ ЯЗЫКАХ

Исследуется специфика семантики фразеологизмов с гендерным компонентом (т.е. обладающим семой пола) в английском и татарском языках. Выделяется национально-культурная, национально-концептуальная и национально-коннотативная специфика семантики фразеологизмов. Выявлено, что специфика не определяется семантикой гендерного компонента, а зависит от образного основания фразеологизма в целом.

Ключевые слова: *фразеологизм, семантика, специфика, компонент фразеологизма, национальная и культурная специфика.*

Целью данной статьи является установление специфики семантики фразеологических единиц (ФЕ) с гендерным компонентом в английском и татарском языках (АЯ и ТЯ). Под гендерным компонентом фразеологизма мы