

10. Юсупова Л.Г. Образность в когнитивистике // XVII Международная научно-практическая конференция «Языки и культура». Новосибирск: Изд-во ЦРНС, 2015. С. 150–154.

* * *

1. Bashkirsko-russkij slovar' / sost. Agishev I.M., Zajnullina G.D., Ishberdin Je.F. i dr. M.: Digora, 1996.

2. Safiullina F.S. Tatarsko-russkij frazeologičeskij slovar'. Kazan': Magarif, 2001.

3. Tatar halyk izhaty = Tatarskoe narodnoe tvorčestvo: hrestomatija. Kazan': Magarif, 2005.

4. Thorik V.I., Fanjan N.Ju. Lingvokul'turologija: uceb. posobie. 2-e izd. M.: GIS, 2006.

5. Fatih Urmanche. Tatar halyk izhaty = Tatarskoe narodnoe tvorčestvo. Kazan': Magarif, 2005.

6. Tales to tickle your funny bone: humorous tales from around the world / Norma J. Livo. 2007.

7. Uraksin Z.G. Russko-bashkirskij frazeologičeskij slovar'. M.: Rus. jaz. 1989.

8. Jusupova L.G., Pesina S.A. Jazyk i myshlenie kak osnovnoe napravlenie issledovanij v kognitivnoj lingvistike. Dostizhenija vuzovskoj nauki: sb. materialov IX Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. / pod obshh. red. S.S. Chernova. Novosibirsk: Izd-vo CNRS, 2014.

9. Jusupova L.G., Pesina S.A. Koncept kak kvant strukturirovannogo znaniya. Fundamental'nye i prikladnye issledovanija: problemy i rezul'taty: sb. materialov HV Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. / pod obshh. red. S.S. Chernova. Novosibirsk: Izd-vo CRNS, 2014.

10. Jusupova L.G. Obraznost' v kognitivistike // XVII Mezhdunarodnaja nauchno-praktičeskaja konferencija «Jazyki i kul'tura». Novosibirsk: Izd-vo CRNS, 2015. S.150–154.



Comparative characteristics of the concept “time” (based on English and Tatar works)

The article represents the detailed comparative characteristics of the concept “time” as one of the basic concepts of the Tatar and English cultures. It is found out that besides the direct temporal expressions, sentences with a large number of listings are used with the aim to emphasize durability, length of the action, the events that happened, the experience that was gained; the modifiers indicating the duration of the process and proving our judgment are determined. The author describes the correlation of number and time: number is a way to present the category of quantity in the language.

Key words: *culture, concept, language world picture, time.*

(Статья поступила в редакцию 19.02.2017)

П.Г. ЛОГИНОВА
(Москва)

СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПАРЕМИЙ, ВЕРБАЛИЗУЮЩИХ ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ КОНЦЕПТ «ВИНО», В ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА ФРАНЦУЗОВ И ИТАЛЬЯНЦЕВ

Рассматриваются лингвокультурный концепт «вино» и его роль в культуре и сознании французского и итальянского этносов на примере паремий в сопоставительном плане. Материалом для исследования послужила картотека паремий – французских и итальянских пословиц и поговорок, номинирующих лингвокультурный концепт «вино», которые были подвергнуты семантическому и лингвокультурологическому анализу.



Ключевые слова: *лингвокультурный концепт, паремия, языковая картина мира, сфера «виноделие», этнос.*

Виноделие как отрасль сельского хозяйства представляет из себя неотъемлемую часть средиземноморской культуры. Расцвет западной цивилизации в значительной степени связан с влиянием Римской империи, в эпоху владычества которой понятие «вино» оформилось в категорию мировой культуры и в настоящее время рассматривается как синтез ее материальных, духовных и социальных аспектов, представляя из себя сформировавшийся лингвокультурный концепт.

В средиземноморской культуре лингвокультурный концепт «вино» выступает как комплексное ментальное образование, функционируя в качестве способа интерпретации реальности коллективного сознания, и одновременно рассматривается как богатый источник культурной информации. В связи с этим языковые единицы, вербализующие лингвокультурный концепт «вино», наряду с лингвокультурной сферой «виноделие», заслуживают пристального внимания.

Франции и Италии принадлежит пальма первенства в производстве вин и распространении культуры виноделия. Во французском и итальянском языках издревле стали оформляться языковые единицы, описывающие процесс производства и потребления вина, а также связанные с этим реалии жизненного уклада и традиции народов. Многочисленные со-

циокультурные коннотации, сопряжённые с вином, аккумулировались в коллективной памяти французского и итальянского этносов, представляя, таким образом, кладёз культурной информации, отражающей преемственность поколений.

В качестве фрагмента языковой картины мира лингвокультурный концепт «вино» и лингвокультурная сфера «виноделие» представляют собой объект анализа широкого круга филологов и языковедов, исследующих данное явление в рамках лингвокультурологии и лингвистики. Комплексный анализ терминополья виноделия и виноградарства в рамках лексико-семантического и словообразовательного аспектов на материалах английского и русского языков в сопоставительном плане представлен в работе К.М. Мироновой [13]; репрезентация предметной области «дегустация вина» на материалах французского и русского языков исследована в работе К.М. Грищенко [4]; анализ фразеологических единиц с культурным компонентом «вино» на материале французского языка частично осуществлён в работе Ж.В. Кургузенковой [10]; средиземноморские субрегиональные реалии лингвокультурной сферы «виноделие» на материалах французского, испанского, английского и русского языков в сопоставительном плане исследованы К.М. Романовой [17].

Однако, несмотря на определённое количество работ, рассматривающих лингвокультурный концепт «вино» и сферу «виноделие» в лингвистическом и лингвокультурологическом разрезах, исследований, посвящённых анализу паремий с лингвокогнитивной точки зрения, вербализующих лингвокультурный концепт «вино» сквозь призму национального характера французов и итальянцев в сопоставительном плане, весьма немного.

В качестве одной из ценностных ориентаций французской и итальянской личностей на языковом уровне лингвокультурный концепт «вино» находит свое воплощение именно в обширных пластах фразеологической лексики. Анализ семантической структуры фразеологизмов делает возможным погружение в культуру и позволяет выявить особенности национального характера его носителей.

В рамках статьи рассмотрим паремии в пределах четырёх тематических подгрупп, а именно пословицы и поговорки французского и итальянского народов, вербализующие лингвокультурный концепт «вино». Цель настоящего исследования состоит в попытке обозначить лингвокультурологическую специфику

паремий, показав особенности менталитета, а также схожие черты национального характера, истории и быта французского и итальянского народов по отношению к вину как к категории культуры. Показано, что лингвокультурный концепт «вино» представляет из себя комплексную ментальную единицу, средоточие языка и культуры в языковом сознании французского и итальянского народов. На примере анализа паремий, вербализующих лингвокультурный концепт «вино», рассмотрены связи между национальным характером французов и итальянцев и его проявлением в конкретных единицах языка. В качестве материала для исследования выступил корпус французских и итальянских паремий, вербализующих лингвокультурный концепт «вино», которые были подвергнуты лингвокультурологическому анализу.

Языковая картина мира, представляя из себя категорию, детерминированную лингвистическими реалиями, складывается из общности культурных концептов. Совокупность культурных концептов, или концептосфера, аккумулируется в сознании того или иного этноса, воплощая в себе взгляды на окружающую действительность, свойственные той или иной нации в конкретный период ее культурного и исторического развития. Вслед за Д.С. Лихачевым мы убеждены, что богатство культуры нации определяется богатством ее концептосферы [11, с. 5].

Культурный концепт – базовое понятие языковой картины мира. С лингвокультурологической точки зрения настоящая лингвистическая категория исследована в трудах В.В. Воробьева, И.В. Зыковой, В.И. Карасика, М.Л. Ковшовой, В.А. Масловой, Г.Г. Слышкина, Ю.С. Степанова, В.Н. Телия, В.М. Шаклеина и других учёных. В настоящей работе термин «концепт» интерпретируется в рамках лингвокультурной концептологии вслед за основателями данной науки в лице С.Г. Воркачёва, В.М. Воробьева, В.И. Карасика и В.М. Шаклеина.

С.Г. Воркачев определяет лингвокультурную концептологию как «раздел или даже некую ипостась лингвокультурологии, как оном антропологической лингвистики: если лингвокультурология занимается исследованием лингвокультуры в целом, то лингвоконцептология изучает отдельные фрагменты лингвокультуры, представленные лингвокультурными концептами – конституирующими единицами этнического менталитета» [1, с. 20]. Говоря о лингвокультурном концеп-

те как о базовой единице лингвоконцептологии, учёный предлагает рассматривать концепт как «культурно отмеченный вербализованный смысл» [1, с. 30].

В работах В.И. Карасика и Г.Г. Слышкина лингвокультурный концепт рассматривается как «условная ментальная единица, направленная на комплексное изучение языка, сознания и культуры» [7, с. 2]. В.И. Карасик говорит о культурном концепте как о «многомерном смысловом образовании, в котором выделяются ценностная, образная и понятийная стороны» [6, с. 84].

Таким образом, лингвокультурный концепт представляет из себя многомерную, комплексную когнитивную единицу-структуру, а также эвристическую категорию, в которую глубоко интегрирована понятийная составляющая. Лингвокультурный концепт выступает как вербализованный смысл, некая условная ментальная единица, эволюционирующая в языковом сознании. Как отмечает Н.С. Найдёнова, «при контакте культур язык проявляет себя как гибкий и эффективный инструмент передачи элементов представления о мире» [15, с. 44].

Для Франции вино и все, связанное с употреблением этого напитка, служит отражением национального характера и культуры. Вино в этой стране представляет собой объект национальной гордости (вина производятся практически в каждом регионе страны). Ж.В. Кургузенкова подчёркивает, что «говорить о французском гурманстве невозможно без упоминания их национального напитка. Вино занимает особое место на кулинарном Олимпе Франции, но совсем особое место оно занимает в сердцах самих французов, которые, благодаря этой невероятной любви, поклонению и почитанию этого напитка, наделяют его особыми свойствами» [9, с. 55].

В Италии, как и во Франции, вино занимает одно из главенствующих мест в гастрономии и культурной жизни народа в целом. А.В. Павловская в своих исследованиях об Италии подчёркивает, что итальянцы очень серьезно относятся к выбору вин и напитков, а также незыблемо чтут традиции. «Так же серьезно, как к еде, итальянцы относятся и к напиткам. Что, где, когда и с кем пить – все это очень важно, и правила в этом вопросе столь же незыблемы, а порядок нерушим... Итальянцы пьют весь день, но при этом среди них крайне редко встретишь пьяных» [16].

Во французской и итальянской культурах реалии языка, содержащие культурный ком-

понент «вино», представлены «в плане выражения целым рядом своих языковых реализаций, образующих соответствующую лексико-семантическую парадигму» [1, с. 30]: с целью описания процесса выращивания винограда, процесса производства вина и жизненных реалий, связанных с его употреблением, во французском и итальянском постоянно возникают фразеологические обороты (поговорки и крылатые слова, афоризмы, изречения, клише), отражающие мировоззрение, культуру, национальный характер и менталитет французского, итальянского и испанского этносов. Таким образом, значительная роль в трансформации понятия «вино» в лингвокультурный концепт отводится именно фразеологии.

Исследование фразеологических единиц с компонентом «вино» представляется необходимым с целью реконструкции культурного пространства обозначенных этносов. Многообразии ФЕ, вербализующих понятие «вино» в ЯКМ французов и итальянцев, наравне с присутствием данной реалии в концептосфере повседневности, позволяет сделать вывод о том, что настоящая категория культуры выступает в качестве комплексного ментального образования и является богатым источником культурной информации. Количественный параметр и широкая представленность фразеологических единиц с культурным компонентом «вино» во фразеологических фондах французского и итальянского языков позволяют отнести понятие «вино» в культурах рассматриваемых этносов к сформировавшимся лингвокультурным концептам. Таким образом, во французской и итальянской лингвокультурах *вино* представляет собой одновременно и ценность, и концепт.

Согласно М. К. Головановской, «изучение этноса и его менталитета, конечно, должно базироваться на всестороннем изучении всего того бесценного материала, который можно получить из языка» [3, с. 22]. Во фразеологических единицах, вербализующих лингвокультурный концепт «вино» во французском и итальянском языках, ярчайшим образом находят свое отражение свойственные именно этим народам черты характера.

Многообразие выразительных средств языка представляет из себя «сокровищницу», в которой, как справедливо отмечает А.Г. Назарян, «одной из самых крупных жемчужин, бесспорно, является идиоматика. Её блеск никогда не тускнеет, ибо народ хранит ее как редчайшую драгоценность своего духовного богатства» [14, с. 285].

Как одна из ценностных ориентаций французской и итальянской личностей на языковом уровне, лингвокультурный концепт «вино» находит свое воплощение именно в обширных пластах фразеологической лексики. Анализ семантической структуры фразеологизмов делает возможным погружение в культуру и позволяет выявить особенности национального характера его носителей.

В рамках настоящего краткого исследования за основу принимается классическое (традиционное) понимание фразеологии вслед за В.В. Виноградовым, Н.М. Шанским, В.Н. Телией и другими выдающимися лингвистами. Фразеологию в классической интерпретации составляют образные выражения, обладающие структурой предложения, а именно: пословицы, поговорки, крылатые слова, цитаты, афоризмы, изречения, клише, а также прецедентные тексты. Они устойчивы и готовы для воспроизведения в речевом акте. Научным исследованием пословиц, поговорок, 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». В паремиях 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. В данных языковых реалиях проявляется национальное своеобразие языка, положительные и отрицательные коннотации, выявленные при их анализе, свидетельствуют об особенностях национального характера и специфике менталитетов французского и итальянского народов.

Говоря о любви французам к афоризмам, Н.М. Фирсова и А.С. Борисова отмечают, что «французы – красноречивая нация, которая с любовью и уважением относится к своему языку. Они обожают использовать в речи афоризмы, крылатые выражения, идиомы, цитировать известных людей» [19, с. 88].

Аналогичное отношение к своему родному языку прослеживается и у итальянцев. Красноречие, образность, выразительность их речи издревле привлекали внимание языковедов. Согласно Т.А. Казначеевой, «для итальянского языка характерна семантическая свобода, возможность менять значения при помощи бесчисленных окончаний существительных и прилагательных» [5, с. 229].

В исследованиях С. Г. Тер-Минасовой, С. Де Мадариаги, Т. Зэлдина, Ж.В. Кургузен-

ковой, А.С. Борисовой условно выделяются такие черты французского народа, как гедонизм, куртуазность, интеллектуализм, индивидуализм, эгоцентризм, практичность, оптимизм, патриотизм, свободолюбие, веселый нрав, юмор, набожность. В качестве отличительных особенностей итальянского национального характера такие исследователи, как Т.З. Черданцева, А.В. Павловская, Т.А. Казначеева, отмечают изящество, галантность, любовь к красоте во всех ее проявлениях, радужные, оптимистические отношения к жизни, любовь к родине и национальной культуре, врожденную вежливость.

Среди всего разнообразия особенностей национального характера французов и итальянцев выделяется их общая черта – любовь к вину и еде. Французов и итальянцев объединяет любовь к вину, гастрономическим удовольствиям, одним словом, гурманство. «Во Франции еда и вино – это культ, неиссякаемый источник удовольствий, образ жизни», – отмечают Н.М. Фирсова и А.С. Борисова [19, с. 87]. Аналогичный подход к жизни в равной степени свойствен и итальянскому народу: «Итальянцы любят поесть. Производство, закупка, приготовление пищи занимают большое место в их жизни. Трапеза может длиться 2 – 5 часов» [5, с. 228].

Рассмотрим, как некоторые из обозначенных особенностей национального характера обеих наций прослеживаются в паремиях, вербализующих лингвокультурный концепт «вино». Сама по себе лексема *vin* (франц.) / *vino* (итал.) – (вино) обладает достаточно большой фразеоспособностью (способностью создавать устойчивые выражения, включая пословицы и поговорки).

Пословицы и поговорки во французском и итальянском языках, номинирующие лингвокультурный концепт «вино», составляют ряд семантических групп. Все они интересны и заслуживают лингвокультурологического анализа, т. к. в них наиболее ярко проявляется национальная специфика и отражаются черты характеров французов и итальянцев.

В рамках настоящей статьи ограничимся анализом паремий, номинирующих лингвокультурный концепт «вино», в которых отображается любовь к вину сквозь призму доброты, дружбы, куртуазности, его пользы для здоровья, а также отношения человека к природе и Богу. Анализируемая семантическая группа рассматривается под общим названием «любовь к вину» и подразделяется на несколько тематических подгрупп.

В данных тематических подгруппах с наибольшей яркостью прослеживаются особенности культуры, национальная специфика, некоторые черты менталитета французского и итальянского народов и выявляется много схожего.

1. Тематическая подгруппа «вино, любовь, красота и доброта»

Куртуазность, галантность, любовь к женщинам, жажда молодости, жажда жизни во всех ее проявлениях, любовь к красоте, гедонизм можно рассматривать как отличительные черты французского и итальянского этносов. Как отмечает С.Г. Тер-Минасова, «французы (в представлении русских. – Прим. автора), – это легкомысленные гуляки, эпикурейцы, думающие только о женщинах, вине и гастрономических удовольствиях» [18, с. 139]. Аналогичные черты в полной мере свойственны и итальянцам – в этом отмечается сходство французского и итальянского национальных характеров.

Во всех приведенных ниже примерах прослеживается положительная коннотация, вино обладает позитивной семантикой, сравнивается с красивыми женщинами, молодостью, красотой и добром. Лингвокультурный концепт «вино» окутывается ореолом доброты, любви и красоты – во французском и итальянском языках имеются даже абсолютные эквиваленты со сходным смыслом, как, например: фр.: *Beauté sans bonté est comme vin éventé* (Красота без добра всё равно что выдохшееся вино), ср. итал.: *Bellezza senza bontà è come vino svanito* (абсолютный эквивалент).

Приведем еще примеры из французского языка: *Le vin de Bourgogne fait beaucoup de bien aux femmes, surtout quand ce sont des hommes qui le boivent* (Бургундское вино хорошо для женщин, особенно когда его пьют мужчины); *Filles, vignes, sont fort malaisées à garder: sans cesse quelqu'un passe qui voudrait y goûter: За дочерьми и виноградом сложно присматривать, так как проходящий мимо так и хочет их попробовать*; *Le vin de Bourgogne pour les rois, le vin de Bordeaux pour les gentilshommes, le vin de Champagne pour les duchesses* (Бургундское вино для королей, бордо для дворян, шампанское для герцогинь); *L'ivresse de la jeunesse est plus forte que l'ivresse du vin* (Молодость пьянит сильнее, чем вино).

В итальянском языке присутствуют не менее колоритные примеры: *Un buon vino, un buon uoto e una bella donna dura poco* (Доброе вино, человеческая добродетель и женская красота не длятся вечно); *Donna senza*

vedere e vino senza sentire, non se ne prende (Вино и женщину заглазно не выбирают); *Vino di tre, pane di quattro e donna di trenta facevano arrivare gli antichi a cento* (Женщина тридцати лет хороша, как трёхлетнее вино, хлебу дай остыть четыре часа и проживёшь лет до ста); *Senza il vino e senza il pane l'amore non val nulla* (Без вина и хлеба любовь не стоит ни гроша); *L'amore senza bacini è pane senza vino* (Любовь без поцелуев подобна хлебу без вина).

2. Тематическая подгруппа «вино и дружба»

Французов и итальянцев отличает умение дружить, ценить и любить своих близких, налаживать связи; как правило, они очень коммуникабельны и с удовольствием вступают в общение. Вино является своего рода «добрым спутником» любого дружеского застолья и сравнивается с золотом, верными слугами и, конечно же, друзьями, что нашло воплощение в пословицах и поговорках о вине: фр.: *Or, Vin, Ami, et Serviteur, le plus vieux est le meilleur* (Золото, вино, друзья и слуги с годами становятся лучше); *Vin sans ami, vie sans témoins* (Вино без друга подобно жизни без свидетелей); ср. итал.: *Amicizia e vino se non vecchi non valgono un quattrino* (Дружба и вино пока не постареют, не стоят и гроша). Приведем еще примеры из итальянского языка: *Amici, oro, e vin vecchio son buoni per tutto* (Друзья, золото и выдержанное вино хороши на все времена); *Amico e vino vogliono essere vecchi* (Друг должен быть старым, а вино – выдержанным); *Pane e vino preparano la tavola* (Ни одно застолье не мыслится без хлеба и вина).

3. Тематическая подгруппа «польза вина для здоровья»

Во французском и итальянском языках присутствует много паремий, в которых отмечается польза вина для здоровья. Общим для обоих этносов представляется значимость вина как самого целебного и благородного напитка человечества. Приведем примеры из французского: *Au matin, bois le vin blanc; le rouge au soir, pour faire le sang* (По утрам пей белое вино, по вечерам – красное, чтобы кровь была хорошей); *Qui boit du Meursault, ne vit ni ne meurt sot* (Кто пьёт Мерсо, не живёт и не умирает дураком). Пользу вина для здоровья отмечал и великий Луи Пастер: *“Le vin est le breuvage le plus sain et le plus hygiénique qui soit”* («Вино – самый здоровый и гигиеничный напиток»).

В итальянском языке присутствуют также не менее яркие примеры: *Il buon vino fa buon sangue* (Хорошее вино улучшает кровообра-

цену); *A chi non beve vino, Dio neghi anche l'acqua* (Того, кто не пьет вина, Бог лишает также и воды); *Pane e vino è la salute del contadino* (Хлеб и вино – залог здоровья крестьянина); *Vino e latte, sangue fatto* (Вино и молоко очищают кровь).

4. Тематическая подгруппа «Бог и вино»

Осмысление вина в категориях религиозного мировоззрения служит причиной его символической роли в духовных положениях Библии. Уже на этапе евхаристии вино фактически отождествляется с хлебом, ему придается огромный сакральный смысл, что со всей полнотой находит свое отражение в пословицах и поговорках о вине французского и итальянского этносов. В паремиях о вине проявляется набожность французского и итальянского народов, их склонность к религиозности. Приведём соответствующие примеры из французского и итальянского: *Qui mange bien, bois bien, qui bois bien, dort bien, qui dort bien, ne pêche pas; qui ne pêche pas va au ciel* (Кто хорошо ест, хорошо пьет, кто хорошо пьет, крепко спит, кто крепко спит, тот не грешит, кто не грешит – попадет в рай); *Le vin est nécessaire, Dieu ne le défend pas, sinon il eût fait la vendange à terre* (Без вина и жизнь не в радость, иначе виноград не был бы так сладок); *Qui bon vin boit Dieu voit* (Кто пьет хорошее вино, тот близок к Богу); *C'è un Dio per gli ubriachi* (Пьяного Бог бережет); *Chi non gli piace il vino e la figa il Signore lo castiga* (Кто не ценит вино и красивых женщин, Господь того наказывает).

Во французской и итальянской лингвокультурах паремии, вербализующие лингвокультурный концепт «вино», представляют собой одновременно и ценность, и концепт, выступающий в качестве богатого источника культурной информации, в котором органично переплетаются язык, традиции и опыт французского и итальянского этносов. Лингвокультурный концепт «вино» выступает как некий конгломерат, средоточие сведений об окружающей действительности в языковом сознании французского и итальянского этносов. Количественный параметр фразеологических единиц, вербализующих лингвокультурный концепт «вино», весьма высок. Будучи этнически маркированным, лингвокультурный концепт «вино» аккумулировал в себе народную мудрость поколений.

В пословицах и поговорках французского и итальянского народов с культурным компонентом «вино» прослеживается отношение к

вину с высокодуховной точки зрения, как к самому благородному напитку человечества. В паремиях, номинирующих лингвокультурный концепт «вино», отражаются такие черты национальных характеров французов и итальянцев, как гедонизм, куртуазность, гурманство, жажда жизни, молодости и любви, склонность к романтике и галантности; проявляется эстетство, свойственное носителям интеллектуальной культуры обеих наций, воспевается дружба, проявляется и мифологическое сознание этносов. Вину придается божественный смысл – французский и итальянский народы склонны обожествлять вино, наделяя его неземными чертами.

Анализ представленного языкового материала позволяет сделать вывод о том, что отношение к вину как фрагменту культуры в паремииологии французского и итальянского народов на примере пословиц и поговорок характеризуется, в большинстве своем, положительной семантикой и требует дальнейших лингвокультурологических исследований.

Список литературы

1. Воркачев С.Г. Счастье как лингвокультурный концепт. М.: ИТДГК «Гнозис», 2004.
2. Воробьев В.В. Лингвокультурология (теория и методы): монография. М.: Изд-во РУДН, 1997.
3. Головановская М.К. Ментальность в зеркале языка. Некоторые базовые мировоззренческие концепты французов и русских. М.: Языки славянской культуры, 2009.
4. Гриненко К.М. Языковые средства презентации информационно-оценочного поля дискурса предметной области «дегустация вина»: дис. ... канд. филол. наук. Краснодар, 2010.
5. Казначеева Т.А. Практический опыт межкультурной коммуникации: Италия // Вестник КГУ им. А.Н. Некрасова. Сер. «Педагогика. Психология. Социальная работа. Ювенология. Социокинетика». 2010. № 4. Т. 16. С. 227–231.
6. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Изд-во «Перемена», 2002.
7. Карасик В.И., Слышкин Г.Г. Лингвокультурный концепт как элемент языкового сознания // Методология современной психолингвистики: сб. ст. М.; Барнаул: Изд-во Алтайского ун-та, 2003.
8. Ковшова М.Л. Лингвокультурологический метод во фразеологии: коды культуры. 3-е изд. М.: ЛЕНАНД, 2016.
9. Кургузенкова Ж.В. Идентификация основных черт французского национального характера путем анализа способов когнитивного моделирования во французской фразеологии // Вестник

- Российского университета дружбы народов. Сер. «Лингвистика». 2011. № 3. С. 53–57.
10. Кургузенкова Ж.В. Особенности культуры франкоязычного мира сквозь призму фразеологии: дис. ...канд. филол. наук. М., 2004.
11. Лихачев Д.С. Концептосфера русского языка // Лихачев Д.С. Русская словесность. От теории словесности к структуре текста. М., 1997. С. 280–287.
12. Маслова В.А. Странник в русской лингвокультуре: ценность, концепт, образ // Вестник Российского университета дружбы народов. Сер. «Лингвистика». 2015. № 3. С. 23–31.
13. Миронова М.Н. Терминополе «Виноградарство и виноделие»: лексико-семантический и словообразовательный аспекты: дис. ...канд. филол. наук. Краснодар, 2009.
14. Назарян А.Г. Почему так говорят по-французски. М.: Изд-во «Наука», 1968.
15. Найденова Н.С. Источники формирования лексико-семантического поля «семья» во французском языке стран тропической Африки // Вестник Российского университета дружбы народов. Сер. «Лингвистика», 2010. № 1. С. 44–47.
16. Павловская А.В. Италия и итальянцы [Электронный ресурс]. URL: <http://regionalstudies.ru/publication/monograph/italyandtheitalians.html>.
17. Романова К.М. Средиземноморские субрегиональные реалии лингвокультурной сферы «виноделие»: на материале итальянского, испанского и французского языков: автореф. дис. ...канд. филол. наук. Екатеринбург, 2008.
18. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. М.: Слово, 2000.
19. Фирсова Н.М., Борисова А.С. Национально-прецедентные феномены в современных французских печатных рекламных текстах // Вестник Российского университета дружбы народов. Сер. «Лингвистика». 2011. № 3.
- Лексикографические источники**
20. Гак В.Г., Мурадова Л.А. Le nouveau grand dictionnaire phraséologique français-russe. М.: Рус. яз., 2006.
21. Гнездилова В.А. Французско-русский словарь пословиц и поговорок. М.: Мирта-Принт, 2010.
22. Когут В.И. Proverbes et dictons de France et leurs équivalents russes: Французские пословицы и поговорки и их русские эквиваленты: словарь французских пословиц и поговорок. СПб.: Изд-во «Антология», 2015.
23. Коток В.А. Разговорный итальянский: итальянско-русский, русско-итальянский словарь пословиц, поговорок, крылатых слов и выражений. М.: АСТ Москва: Восток – Запад, 2008.
24. Критская О.В. Французские пословицы и поговорки. М.: Изд-во «Высшая школа», 1963.
25. Назарян А.Г. Словарь устойчивых сравнений французского языка. М.: Изд-во РУДН, 2000.
26. Черданцева Т.З., Рецкер Я.И., Зорько Г.Ф. Итальянско-русский фразеологический словарь / под ред. Я.И. Рецкера. М.: Рус. яз., 1982.
27. Boggione V., Massobrio L. Dizionario dei proverbi (I proverbi italiani organizzati per temi). 30.000 detti raccolti nelli regioni italiani e tramandati dalle fonti letterarie. Torino, 2004.
28. Coupier J. Dictionnaire français-provençal / Association dictionnaire français-provençal, diffusion Edisud. Achevé d'imprimer en décembre 1995 sur les presses de Borel et Ferraud à Gignac-la-herthe.
29. Chatelain-Courtois M. Les Mots du Vin et de l'Ivresse. P.: Belin, 2001.
30. De Felice E., Aldo D. Dizionario della lingua della civiltà italiana contemporanea. Palumbo, 1974.
31. Duneton C. Le Guide du français familier. P.: Éditions du Seuil, 1998.
32. Lapucci C. Per modo di dire. Dizionario dei modi di dire della lingua italiana. Valmartina Editori in Firenze, 1971.
33. Radicchi S. In Italia: modi di dire ed espressioni idiomatiche. Roma, 1985.
34. Rat M. Dictionnaire des locutions françaises. P.: Ed. Librairie Larousse, 1981.
35. Rey A., S. Chantreau. Dictionnaire des expressions et locutions. P.: Ed. Les Usuels dictionnaires le Robert, 2000.
36. Ripert P. Dictionnaire des maximes, dictons et proverbes français / Maxi-Livres. Profrance pour la présente édition, 2001.
- * * *
1. Vorkachev S.G. Schast'e kak lingvokul'turnyj koncept. M.: ITDGK «Gnozis», 2004.
2. Vorob'ev V.V. Lingvokul'turologija (teorija i metody): monografija. M.: Izd-vo RUDN, 1997.
3. Golovanivskaja M.K. Mental'nost' v zerkale jazyka. Nekotorye bazovye mirovozzrencheskie koncepty francuzov i russkih. M.: Jazyki slavjanskoj kul'tury, 2009.
4. Grinenko K.M. Jazykovye sredstva prezentacii informacionno-ocenocnogo polja diskursa predmetnoj oblasti «degustacija vina»: dis. ...kand. filol. nauk. Krasnodar, 2010.
5. Kaznacheeva T.A. Praktičeskij opyt mezhkul'turnoj kommunikacii: Italija // Vestnik KGU im. A.N. Nekrasova. Ser. «Pedagogika. Psihologija. Social'naja rabota. Juvenologija. Sociokinetika». 2010. № 4. T. 16. S. 227–231.
6. Karasik V.I. Jazykovoju krug: lichnost', koncepty, diskurs. Volgograd: Izd-vo «Peremena», 2002.
7. Karasik V.I., Slyshkin G.G. Lingvokul'turnyj koncept kak jelement jazykovogo soznanija // Metodologija sovremennoj psiholingvistiki: sb. st. M.; Barnaul: Izd-vo Altajskogo un-ta, 2003.
8. Kovshova M.L. Lingvokul'turologičeskij metod vo frazeologii: kody kul'tury. 3-e izd. M.: LENAND, 2016.
9. Kurguzenkova Zh.V. Identifikacija osnovnyh chert francuzskogo nacional'nogo haraktera putjom

analiza sposobov kognitivnogo modelirovanija vo francuzskoj frazeologii // Vestnik Rossijskogo universiteta družby narodov. Ser. «Lingvistika». 2011. № 3. S. 53–57.

10. Kurguzenkova Zh.V. Osobennosti kul'tury frankojazychnogo mira skvoz' prizmu frazeologii: dis. ... kand. filol. nauk. M., 2004.

11. Lihachev D.S. Konceptosfera russkogo jazyka // Lihachev D.S. Russkaja slovesnost'. Ot teorii slovesnosti k strukture teksta. M., 1997. S. 280–287.

12. Maslova V.A. Strannik v russkoj lingvokul'ture: cennost', koncept, obraz // Vestnik Rossijskogo universiteta družby narodov. Ser. «Lingvistika». 2015. № 3. S. 23–31.

13. Mironova M.N. Terminopole «Vinogradarstvo i vinodelie»: leksiko-semantičeskij i slovo-obrazovatel'nyj aspekty: dis. ... kand. filol. nauk. Krasnodar, 2009.

14. Nazarjan A.G. Počemu tak govort' po francuzski. M.: Izd-vo «Nauka», 1968.

15. Najdenova N.S. Istočniki formirovanija leksiko-semantičeskogo polja «sem'ja» vo francuzskom jazyke stran tropičeskoj Afriki // Vestnik Rossijskogo universiteta družby narodov. Ser. «Lingvistika», 2010. № 1. S. 44–47.

16. Pavlovskaja A.V. Italija i ital'jancy [Elektronnyj resurs]. URL: <http://regionalstudies.ru/publication/monograph/italyandtheitalians.html>.

17. Romanova K.M. Sredizemnomorskie subregional'nye realii lingvokul'turnoj sfery «vinodelie»: na materiale ital'janskogo, ispanskogo i francuzskogo jazykov: avtoref. dis. ...kand. filol. nauk. Ekaterinburg, 2008.

18. Ter-Minasova S.G. Jazyk i mezhkul'turnaja komunikacija. M.: Slovo, 2000.

19. Firsova N.M., Borisova A.S. Nacional'no-precedentnye fenomeny v sovremennyh francuzskih pechatnyh reklamnyh tekstah // Vestnik Rossijskogo universiteta družby narodov. Ser. «Lingvistika». 2011. № 3.

Leksikografičeskie istočniki

20. Gak V.G., Muradova L.A. Le nouveau grand dictionnaire phraséologique français-russe. M.: Rus. jaz., 2006.

21. Gnezdilova V.A. Francuzsko-russkij slovar' poslovic i pogovorok. M.: Mirta-Print, 2010.

22. Kogut V.I. Proverbes et dictons de France et leurs équivalents russes: Francuzskie poslovice i pogovorki i ih russkie jekvivalenty: slovar' francuzskih poslovic i pogovorok. SPb.: Izd-vo «Antologija», 2015.

23. Kotok V.A. Razgovornyj ital'janskij: ital'jansko-russkij, russko-ital'janskij slovar' poslovic, pogovorok, krylatykh slov i vyraženij. M.: AST: AST Moskva: Vostok - Zapad, 2008.

24. Kritskaja O.V. Francuzskie poslovice i pogovorki. M.: Izd-vo «Vysshaja shkola», 1963.

25. Nazarjan A.G. Slovar' ustojčivyh sravnenij francuzskogo jazyka. M.: Izd-vo RUDN, 2000.

26. Cherdanceva T.Z., Recker Ja.I., Zor'ko G.F. Ital'jansko-russkij frazeologičeskij slovar' / pod red. Ja.I. Reckera. M.: Rus. jaz., 1982.

Comparative analysis of proverbs that verbalize the linguocultural concept “wine” in the language world picture of the French and the Italians

The article deals with the linguocultural concept “wine” and its role in the culture and thinking of the French and Italian ethnic groups by the example of the proverbs in the comparative aspect. The research is based on French and Italian proverbs and sayings regarding the linguocultural concept “wine” which were under the semantic and linguoculturological analysis.

Key words: *linguocultural concept, proverb, language world picture, sphere “winemaking”, ethnos.*

(Статья поступила в редакцию 05.12.2016)

В.В. ВОЛОХОВА

(Москва),

И.А. КАЛЮЖНАЯ

(Волжский)

ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ АНТРОПОНИМЫ В НЕМЕЦКОМ ГАЗЕТНОМ ДИСКУРСЕ (на материале книги Генриха Гофмана «Struwwelpeter»)

На материале значимых для немецкой лингвокультуры номинаций литературных персонажей из книги Гофмана “Struwwelpeter” выявлены и описаны факторы, которые влияют на приобретение литературным онимом статуса национально-прецедентного имени.

Ключевые слова: *прецедентное имя, прецедентный антропоним, структура значения, лексикализация имени, актуализация в дискурсе, газетный дискурс.*

Проблема прецедентности все чаще и чаще привлекает внимание отечественных и зарубежных лингвистов (Д. Б. Гудков, В. В. Красных, Г. Г. Слышкин). Сам термин «прецедент-