
МЕТАФОРИЧЕСКАЯ КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ ВИНА ВО ФРАНЦУЗСКОЙ ФРАЗЕОЛОГИИ

Ж.В. Кургузёноква

Кафедра иностранных языков
Филологический факультет
Российский университет дружбы народов
ул. Миклухо-Маклая, 6, Москва, Россия, 117198

В работе путем анализа культурного компонента значения фразеологических единиц французского языка выявляются сведения об исторических фактах и социальных преобразованиях, касающихся роли вина в культуре французского застолья.

Ключевые слова: французский национальный характер, фразеология, гедонизм, концепт, французская кухня, виноделие.

В различных страноведческих трудах (Т. Зэлдина, С. Мадариага и др.) отмечаются такие черты французского характера, как картезианство, эгоцентризм, прозелитизм, индивидуализм, гедонизм и некоторые другие [1; 2].

Однако наиболее стереотипным является то, что касается восприятия русскими французов. Как отмечает С.Г. Тер-Минасова, в представлении русских французы — это «легкомысленные гуляки, эпикурейцы, думающие только о женщинах, вине и гастрономических удовольствиях» [4].

Действительно, гедонизм французов вошел в качестве отличительной черты их национального характера во все исследования психологии данного народа; такими их представляет художественная литература и кинематограф. Сочетание склонности к моральной терпимости с рационалистической тенденцией во французской мысли естественным образом ведет к гедонизму. Гедонизм, оплодотворенный и отшлифованный интеллектом, ведет, в свою очередь, к утонченности. Для француза тело — инструмент интеллекта, а все удовольствия, даже удовольствия тела (в том числе от пищи), оказываются, таким образом, интеллектуальными удовольствиями, о которых надо рассуждать. А чтобы говорить об удовольствиях, надо иметь разветвленную систему речевых средств, позволяющую выразить все оттенки наслаждения.

Как известно, именно фразеология наиболее ярко и образно отражает языковую картину мира носителей языка и именно фразеологические единицы (далее — ФЕ) чаще всего содержат компоненты значения, транслирующие информацию о национально-специфических особенностях восприятия действительности, так как оценочно-эмоциональное мировосприятие является неотъемлемой составляющей любого национального характера.

Основной принцип французской кухни: «застолье + вино» остается неизменным в течение многих веков, вследствие чего история французского виноделия обросла не только множеством мифов и легенд, но также вооружилась обширными пластами языковых средств, позволяющих путем расшифровки способов ме-

тафорической концептуализации различных образов, лежащих в их основе, проникнуть в суть национального характера французов.

По употреблению виноградного вина Франция занимает первое место в мире, поэтому данному напитку принадлежит одно из главенствующих мест в национальной традиции застолья французов, что не могло не найти своего отражения на лексическом уровне языка.

Ниже приводится классификация вин. Цель подробной детализации способов номинации вина — обобщить лексику этой тематики в группы, обозначающие различные стадии производства вина, его употребления и, что наиболее существенно для данной работы, его социальную роль в жизни французов.

Самая базовая классификация вин затрагивает различные стадии его производства и употребления:

а) сорт винограда (*cépages*):

cabernet (каберне), *chasselas* (шасла), *fendant* (разновидность шасла), *gamay* (гаме), *grenache* (гренаш), *merlot* (мерло), *muscat* (мускат), *pinot* (пино), *riesling* (рислинг) (и др.: существует несколько сотен сортов винограда);

б) область производства (*régions d'origine*):

vin de Bourgogne, *de Loire*, *de Provence*, *du Rhin* (вина Бургундии, Луары, Прованса, Рейна);

в) тип маркировки (*types d'«appellations»*).

Во Франции самая старая и самая сложная система законов о вине. Законы определяют четыре категории качества для вин: *vin à appellation d'origine contrôlée* (А.О.С.), *vin délimité de qualité supérieure* (V.D.Q.S.), *vin de table*, *vin de pays*.

Самая высшая категория А.О.С. переводится как «Контролируемые наименования по происхождению». Вина этой категории находятся под контролем правительства. Чтобы получить Контролируемое наименование, вино должно соответствовать ряду четких требований по местности производства, сортам винограда, содержанию алкоголя, объему производства, способу обработки, подрезки лозы и т.д., выработанных специально для этого района Национальным институтом наименований по происхождению (ИНАО), созданным в 1935 году.

В основе Закона о Контролируемых наименованиях по происхождению лежит географический принцип. Виноград должен быть выращен, вино из него получено (обязательно разлито в бутылки) в регионе или в коммуне (или в индивидуальном винодельческом хозяйстве), которые указаны на этикетке. Во Франции существует около 300 вин с Контролируемыми наименованиями, но в иерархии АОС существует бесконечная градация: более специфическая и более ограниченная территория, более престижное наименование, более жесткие условия для приобретения наименования и для того, чтобы сохранить его. Вина Контролируемых наименований по происхождению могут быть областными, региональными, районными, коммунальными. Вино, имеющее самое общее наименование (областное), считается менее престижным, чем вино, имеющее специфическое наименование (коммуны или виноградника).

Следующая категория V.D.Q.S. — вина установленного высшего качества по происхождению — производятся в хороших, но не выдающихся регионах. Ог-

раничения по объему и сортам винограда менее жесткие. Однако эти вина должны в обязательном порядке проходить дегустацию. Эта категория была введена в 1949 году, количество вин в ней понемногу растет.

Vins de pays (деревенские или местные вина) разрешено изготавливать из большого количества сортов винограда, и объем их производства выше. Но многие виноградари изготавливают такие вина из определенных сортов винограда строго установленной местности.

Vins de table (столовые вина) — самая низкая категория в классификации. Это недорогие простые вина, не имеющие отчетливых особенностей, для повседневного употребления. Иногда эти вина бывают очень хорошего качества, особенно когда они изготовлены в районах с Контролируемыми наименованиями из винограда, снятого со слишком молодых лоз. Вне классификации находятся vins ordinaires (ординарные вина) или vins de consommation courante (Вина массового потребления). На их этикетках указывается только их спиртовое содержание;

г) год производства (millésimes);

д) спиртовое содержание (teneur en alcool — для вин массового потребления);

е) способ производства (mode de préparation):

vin d'assemblage (вино из различных сортов винограда), vin de coupage (купажное вино), vin de goutte / de mère / de première (вино из самотека и первого давления), vin de paille (соломенное вино — из винограда, подвяленного на соломенном мате), piquette (пикет — вино из виноградных выжимок), vin de canne (сахарная, тростниковая водка), vin de liqueur (ликерное вино).

Французский язык отличает многообразие эпитетов, сочетающихся с лексемой «вино» и номинирующих самые различные его качественные характеристики;

ж) классифицирующие характеристики (objectives /classifiantes):

vert = doux (молодое), sec (сухое), melleux (полусладкое), liquoreux (сладкое), mousseux = perlant = pétillant (шипучее, игристое);

з) общие свойства (qualités génériques):

— определение крепости вина:

fin (доброе старое вино), léger (легкое), plat (слабое), souple (слабое), soyeux / flatteur / séduisant (бархатистое), gras / onctueux (маслянистое, тягучее), puissant / agressif / ardent / généreux / ferme / dur / vigoureux (крепкое), astringent (вяжущее рот), âpre (терпкое), amer (горькое), corsé (крепленое), capiteux (крепкое), long en bouche (обладающее долгим послевкусием), harmonieux / bouqueté / riche / charpenté / équilibré / rond (выдержанное).

К этому богатому ряду эпитетов, характеризующих крепость вина во французском языке, хотелось бы добавить группу ФЕ весьма ярких с точки зрения национально-культурной специфики их образных основ. Как уже отмечалось выше, 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.

Как известно, любой форме фетишизма присуще одушевление предмета, так и французы присваивают вину качественные характеристики человека: «**qui a de l'âme**» (букв. — иметь душу); «**qui a de l'esprit**» (букв. — иметь ум); «**qui a de la chair**» (букв. — иметь плоть); «**qui a du corps**» (букв. — иметь тело); «**qui a du nombril**» (букв. — иметь пупок). Однако помимо очевидного «одушевления» вина французы наделили этот напиток ярко выраженными половыми признаками: «**qui a de la cuisse / qui a de la fesse**» (букв. — иметь бедра); «**qui a du corsage**» (букв. — иметь грудь) [5].

Как видно из вышеприведенных примеров, сакральный для французов напиток уподобляется женщине. Причем различные стадии производства вина сравнивают (от молодого до выдержанного) с возрастом женщины (вино из только что открытой бочки как юная девушка; из середины — молодая женщина 25—26 лет; кислое вино — женщина за 30). Следовательно, в силу ярко выраженной женской природы вина употреблять его — это удел мужчины («*Le vin fait du bien aux femmes quand ce sont les hommes qui le boivent*»). Такого мнения придерживаются не только представители сильного пола французской нации. Так, например, мадам де Помпадур писала, что «шампанское — это единственный напиток, который может пить женщина, не боясь испортить своей красоты» («*le champagne est le seul vin qu'une femme puisse boire sans s'enlaidir*») [5].

Безусловно, в современном французском обществе женщины, как и мужчины, отдают должное этому напитку. Однако не стоит отрицать, что для истинных знатоков французских вин употребление последнего равноценно сакральному акту любви. Поэтому в характеристиках, отбираемых французами для вина, воплощаются две неотъемлемые черты национального характера французов: гурманство и куртуазность;

и) определение вкусовых характеристик напитка или его запаха:

— аромат (*arôme ou nez: parfum, fragrance, bouquet*): *vin de nez* (ароматное вино), *vin fruité* (настойка на каком-либо фрукте).

Как известно, фруктовые настойки имеют множество разновидностей. Продолжают нашу классификацию примеры, в основе которых лежит аналогия (*par analogie*). Приведенный здесь список ароматизаторов показывает сортовую разновидность фруктовых настоек на вине: *vin de noix* (орех), *de truffes* (трюфель), *de framboise* (малина), *de cassis* (черная смородина), *de fraise de bois* (лесная земляника), *de banane* (банан), *de pomme* (яблоко), *de pêche* (персик), *de cerise* (вишня), *de citron* (лимон), *d'orange* (апельсиновая настойка на красном вине);

— *parfumé: miel* (мед), *caramel* (карамель, ирис), *vanille* (ваниль), *violette* (фиалка), *épicé* (острый), *moisi / fleurs blanches* (с плесенью), *tannique* (содержащее танин), *bouchon* (запах пробки), *bois / boisé* (с древесными нотками), *cèdre* (кедр), *chêne* (дуб), *fumé / goût de fumé / soufre / pierre à fusil* («с дымком»);

к) на основании качества:

— высокое: *vin de garde* (выдержанное вино), *distingué / élégant / délicat / subtil / gasé* (изысканное, утонченное);

— низкое: *vin foxé* (вино с кислоткой), *trompeur* (не ярко выраженный вкус);

— цветовые характеристики (couleur (robe)):

rouge = noir (красное), rosé / pelure d'oignon / saumoné (розовое), gris (бледно-красное вино), blanc (белое), clair / brillant / limpide / pâle (прозрачное, светлое), jaune (желтое), ambré (янтарное), or / doré (золотистое), marron (каштановое), carmin (карминовое), rubis (рубиновое), pourpre (пурпурное), violet (фиолетовое), tuilé (цвета черепицы), écaillé / argenté / aile de perdrix (серебристое);

л) классификация вин на основании его предназначения к употреблению (usages qualifiants): vin de bouche = vin de dégustation (дегустационное вино), vin de soif (легкое вино: предназначенное для утоления жажды);

м) классификация вин на основании его употребления:

— par métonymie, usages socialement définis: vin d'apéritif (аперитив), vin de dessert (десертное вино), vin de messe (церковное вино), vin de table (столовое вино);

— par synecdoque, rites d'usages: vin d'honneur (угощение в чью-либо честь), vin d'anniversaire (пирушка в честь дня рождения), vin de fin d'année / vin d'adieu (прощальная пирушка);

н) классификация вин на основании производимого эффекта (Stéréotypes évaluatifs). Здесь нам бы хотелось привести подгруппу ФЕ, номинирующую эффект, которое оказывает вино на человека. С точки зрения национально-культурной специфики данная подгруппа ФЕ относится к числу наиболее ярких. Национальный колорит в этом случае составляет тот факт, что для проведения аналогии при описании состояния изрядно выпившего человека французы выбрали повадки различных птиц и животных (сравнительный ряд отсутствует в языке-приемнике, в силу чего задачей переводчика является передача на русский язык самого эффекта производимого вином на человека):

— vin de singe («qui fait sauter et rire») (букв. — обезьянье вино) — вино, которое поднимает настроение;

— vin d'âne («qui assoupit») (букв. — ослиное вино) — вино, которое расслабляет, делает сонливым (ср. в русском: «разморило, развезло»);

— vin de cerf («qui fait pleurer») (букв. — олень вино) — плакать пьяными слезами;

— vin de pie («qui rend bavard») (букв. — сорочье вино) — вино, которое развязывает язык;

— vin de lion («qui rend querelleur, bagarreur») (букв. — львиное вино) — как выпьет, так в драку лезет;

— vin de renard («qui rend subtil et malicieux») (букв. — лисье вино) — плести интриги за столом;

— vin de porc («qui fait vomir») (букв. — свиное вино) — перебрать;

— vin à faire (qui fait) danser les chèvres — очень скверное и кислое вино (букв. — вино, которое заставляет плясать коз).

Этимологию последней ФЕ можно объяснить следующим образом: в старину вина хранили или перевозили не в бочках, как в наши дни, а в бурдюках из козьей шкуры. Но поскольку хранили и перевозили только хорошие вина, то чем больше их производили, тем больше приходилось свежевать коз для изготовления бурдюков. Плохие же вина потребляли на месте, что сохраняло жизнь многим козам,

ибо в этом случае бурдюки были не нужны, поэтому о плохом вине говорилось, что оно «заставляет плясать коз от радости» [3]. Безусловно, тема классификации вин практически неисчерпаема во французском языке. И количественный параметр лексем и ФЕ, существующих в языке для дескрипции какой-либо области жизнедеятельности человека, служит лишним доказательством значимости этой ценностной ориентации уже в рамках целой нации.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Зэлдин Т.* Все о французах. — М.: Прогресс, 1989.
- [2] *Мадариага С. де.* Англичане, французы, испанцы. — Спб.: Наука, 2003.
- [3] *Назарян А.Г.* Почему так говорят по-французски? — М.: Наука, 1968. — С. 73.
- [4] *Тер-Минасова С.Г.* Язык и межкультурная коммуникация. — М.: Слово, 2000. — С. 139.
- [5] *Chatelain-Courtois M.* Les Mots du Vin et de l'Ivresse. — P.: Belin, 2001. — P. 147—148.

METAPHORIC CONCEPTUALISATION OF «WINE» IN FRENCH PHRASEOLOGY

Zh.V. Kurguzenkova

Department of foreign languages
The Faculty of Philology
Peoples' Friendship University of Russia
Miklucho-Maklay str., 6, Moscow, Russia, 117198

On the basis of linguo-cultural analysis of the French phraseology the spectrum of cultural connotations of concept «wine» is defined.

Key words: French national character, phraseology, hedonism, concept, cuisine, viticulture.