

ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ЗООМЕТАФОРЫ

Язык и культура народа взаимосвязаны: язык отражает реальную действительность, а культура есть неотъемлемый компонент этой действительности. В языке находят отражение нравы, обычаи, ментальность народа, культурные традиции. Поэтому мир и предстает сквозь призму культуры и языка народа, который осмысливает этот мир. Изменяется действительность, меняются культурно-национальные стереотипы, изменяется и сам язык. Следовательно, содержание слова можно уяснить лишь на фоне той национальной культуры, в контексте которой возникло данное слово.

Ярким подтверждением данного факта является зоометафора, прошедшая процесс фразеологизации, потому что 1) во все времена, и древнему и современному человеку свойственно обращение к миру животных и моделирование душевного состояния через призму сравнения с ними; 2) одним из наиболее характерных параметров зоометафоры является антропометричность; 3) зоометафоры выразительны, ярки, широко используются в разных языках и контекстах, даже не содержащих прямого указания на реальную ситуацию.

Не вдаваясь в подробности формирования зоометафоры, обратимся к одной из её разновидностей — оценочно-экспрессивной, основная функция которой состоит в выражении оценочного отношения субъекта к обозначаемому. Образ в её основе не так выразителен, но модус фиктивности, компонент «как если бы» сохраняется во внутренней форме во всей полноте. Поэтому для её правильного понимания важен не столько денотативный компонент, сколько различного рода коннотации. Процесс формирования такой метафоры занимает длительный период и обусловлен как языковыми, так и внеязыковыми факторами. Рассмотрим некоторые из них.

Прежде всего, среди таких зоометафор выделяется широкий пласт интернационализмов. Например, во французском и русском языках зооним *ягненок* ассоциируется с покорностью, что объясняется существованием в культуре понятия об агнце божьем: *doux comme un agneau* (нежный как ягненок). Антиподом агнца является козел — архетип грешника. Дело в том, что в день отпущения грехов первосвященник, кладя руку на голову козла, возлагал на него грехи всего народа. Отсюда и интернациональный фразеологизм: *le bouc émissaire* (козел отпущения).

В процессе функционирования языка семантика слова может расширяться. Например, во многих языках *петух* является стереотипом хвастовства, высокомерия. Молодого юношу в окружении девушек называют «петухом»: *Regardez-le, ce jeune coq, avec toutes ces filles autour de lui!* Однако часто выбор животного для создания образа определяется степенью его распространённости на данной территории и его ценностью в быту. Так, во французском языке зооним *coq* (петух) занимает особое положение. Он является

символом Франции, датируемым эпохой римского вторжения: *De loin, apercevait l'église, son clocher et son coq. En football, les italiens ont écrasé les coqs gaulois.* Национальное блюдо называют *le coq au vin* (русск.: курица вине). *Coq* употребляется во многих выражениях: *rouge comme un coq* (красный как петух), *passer du coq à l'âne* (переходить от петуха к ослу «перепрыгивать» с одной темы разговора на другую), *vivre comme un coq râle* (русск.: кататься как сыр в масле). Примером расхождения образных ассоциаций является зооним *lapin* (кролик), который в русском языке практически не употребляется. Французский зооним *lapin* может обозначать веселого человека: *un fatieux lapin* (весельчак), чистого человека: *propre comme un lapin* (русск.: вылизанный как кошечка), трусливого: *avoir du sang du lapin* (иметь кровь кролика), убежать: *se sauver comme un lapin* (убегать как кролик), предательство: *poser un lapin, coup de lapin* (кроличий удар – предательство), ловеласа: *un chaud lapin, un sacre lapin* (сладкий кролик). Зооним употребляется и в функции ласкательного обращения, а усиление оценочности происходит благодаря детерминантам: *mon petit lapin*.

Порой избирательность не связана с повседневной жизнью людей. Так во французском языке с эпохи колониализма *верблюд* ассоциируется с неприятным, злым человеком: *Cette femme est un vieux chameau* (Эта женщина – старый верблюд, грубиянка) *Ah! la chameau! il est drôlement chameau!* Животное зебра экзотична для жителей Франции и Беларуси. Но во французском языке зооним *zèbre* служит для обозначения странного человека: *un drôle de zèbre* (чудак).

Одним из источников национальных образных употреблений зоонимов являются языковые факторы: фонетическое оформление наименований, законы эвфонии (рифма, ритм, аллитерация). В результате таких языковых явлений за словами закрепляются новые образные значения. Так, для обозначения красивого во французском языке используют зооним *la chouette* (сова). *Ah! Elle est chouette, ma femme!* (Моя жена – сова, зн. прелесть!). Данный перенос связан со сравнением *jolie comme une chouette*, которое, в свою очередь, обязано фонетической близости слов *chouette* и *choucas* (галка, птица с блестящим оперением). Для обозначения нечестного предпринимателя во французском языке используется зооним *faisan* (фазан, проходимец), звучание которого близко к *faiseur* (делец).

Количество образных значений, закрепленных за словом, зависит от коррелятов. Так, во французском языке ни одно животное не фигурирует под именем собственным (русск.: кот-Васяка). Во французском языке существуют *chat* и *matou* (кот). *Chat* ассоциируется с ласковым человеком: *Elle est chatte* (она кошечка), а *matou* (кот) используется для обозначения грубого человека, мужлана: *un gros matou!*

Анализ ряда зоометафор свидетельствует о том, что использование традиционных метафор в новом контекстном окружении приводит к обновлению метафоры, приобретению ею новых черт и обогащению литературного

образа. Данный тезис можно подтвердить на примере функционирования зоонима *волк (loup)* во французском языке. Согласно ряду мифов *волк* связывался с идеей смерти. В народе живет легенда о способности людей оборачиваться волком и творить злые дела. В дальнейшем зооним *волк* подвергся модификациям. Поэты-романтики сделали волка символом величия. Отсюда обращения *mon loup, mon petit loup, mon gros loup* – *волчонок мой* (русск.: *женишок мой*). Индивидуально-авторские метафорические образования способствовали развитию у зоонимов новых смысловых значений. Так, в XX в. возникли понятия, обозначающие амбициозных людей, стремящихся к успеху в разных областях: *les jeunes loups du sport, du disque. Pompidou mourant, Giscard célèbre et Chirac un jeune loup* (*Умирающий Помпиду, рассудочный Жискарь и Ширак, молодой волк (политик)*). *Le monde*, 26.05.06.). Этот метафорический перенос связан с крупными корпорациями, где карьера делалась за счет «пожирания» конкурентов, что, несомненно, ассоциируется с поведением волков, так как к тому времени уже существовали узואльно закрепленные выражения *l'homme est un loup pour l'homme* (*человек человеку волк*), *hurler avec les loups* (*с волками жить – по-волчьи выть*).

В современной литературе зоометафора встречается редко. Это можно объяснить тем, что многие ассоциации, закрепленные за животными, уже устоялись. В литературе же, рассчитанной на массовое потребление, доминируют общеизвестные, привычные номинации. В разговорной речи зоометафора используется очень интенсивно. С ее помощью можно метко выразить свое отношение к внеязыковым явлениям. Как для русского, так и для французского языков характерно широкое использование зоонимов в функции обращения. Употребляя зоонимы в обращении, говорящий не соотносит их с реальной ситуацией, а только выражает свое субъективное отношение: лесть, ласку, насмешку: *Il vous soulève une voiture comme rien. Oui, oui, un boeuf! Quant à sa soeur, elle lui rendrait des points. Elle, c'est une oie. Elle est dodu? Ah! Une caille! Ça fait combien de temps que nous sommes là à l'attendre? Une bonne heure, que nous faisons le pied de grue!*

Устойчивость и узнаваемость зоометафоры широко используется в рекламе. Вызывая четкие ассоциации, зоометафора внушает человеку определенное представление о товаре, например, в рекламе автомобиля, мысль о «повиновении» человеку, подобно прирученному зверю.

Дистанция между словом и предметом приводит к тому, что зоометафора является эффективным средством «мифологизации» действительности. Анализ показывает, что среди свойств, приписываемых человеку по аналогии с животными, наиболее распространенными являются следующие: морально-этические (порядочный, нежный, злой, жестокий); характеризующие внешний вид, физическое состояние (неуклюжий, высокий, худой), социально-коммуникативные (робкий, замкнутый), интеллектуальные (неумный, глупый, выдающийся). Преобладание зоометафоры с негативной оценкой свидетельствует о том, что человек ставит себя выше животного.

Таким образом, коннотации, порождаемые образом жизни и национальной культурой народа и закрепляемые в содержании зоометафоры, становятся знанием культурной информации.