Никишкова Мария Сергеевна

ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ КОД В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПОТРЕБНОСТНОЙ КОММУНИКАЦИИ

В статье рассматривается лингвосемиотическая актуализация потребностей в виде кодированных единиц (знаков, номинаций) англоязычных лингвокультур (Великобритания, США). Исследуются понятия лингвокультурного кода и кодированной потребностной коммуникации на материале глюттонии (гастрономии). Изучаются процессы англоязычного (североамериканского) кодирования / декодирования в контекстах сленгизованного / жаргонизированного и идиоматического общения субъектов глюттонии (гастрономии).

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2014/12-2/32.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2014. № 12 (42): в 3-х ч. Ч. II. С. 124-132. ISSN 1997-2911.

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

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2014/12-2/

© 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

SPECIFICS OF TRANSLATING WORD COMBINATIONS IN THE TARGET-LANGUAGE TEXTS ON THE SITE *TATAR-INFORM.RU*

Nabiullina Guzel' Amirovna, Ph. D. in Philology, Associate Professor
Sabirova Ramilya Rafikovna
Kazan (Volga region) Federal University
GuzelNab2@yandex.ru; ramilia-@mail.ru

The article is devoted to studying translator‘s syntactic transformations of the informative texts posted on the site *tatar-inform.ru.* The special attention is paid to the analysis of the basic types of syntactic transformations while translating from Russian into Tatar at the level of word combinations. On the basis of factual material the authors identify the active translator‘s transformations, such as substitution, transposition, omission of a word combination.

Key words and phrases: substantive word combinations; verbal word combinations; syntactic transformation; substitution; addition; transposition; omission.

УДК 811.161.1‘42
Филологические науки

В статье рассматривается лингвосемиотическая актуализация потребностей в виде кодированных единиц (знаков, номинаций) англоязычных лингвокультур (Великобритания, США). Исследуются понятия лингвокультурного кода и кодированной потребностной коммуникации на материале глюттонии (гастрономии). Изучаются процессы англоязычного (североамериканского) кодирования / декодирования в контекстах сленгизованного / жаргонизированного и идиоматического общения субъектов глюттонии (гастрономии).

Ключевые слова и фразы: глюттония; гастрономия; знак; жаргон; код; коммуникация; культура; лингвокультура; лингвосемиотика; потребности; сленг; идиома.

Никишкова Мария Сергеевна
Московский городской педагогический университет (филиал) в г. Самаре
colibrilolita@mail.ru

ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ КОД В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПОТРЕБНОСТНОЙ КОММУНИКАЦИИ©

«Духовные и материальные проявления,
выражающие собой сущность культуры,
образуют –культурный код”, систематизирующий
совокупность всех феноменов данной культуры,
позволяющий схематично их описать.
Культурный код, составляющий основу культуры,
можно представить как совокупность
основных ценностей и потребностей,
отражѐнных в языке и речи,
т.е. как лингвокультурный потребностный код».

Маргарет Мид,
американский антрополог

Пища (еда) является тем самым культурным феноменом, который, пожалуй, цементирует всю пирамиду человеческих потребностей, обеспечивая еѐ целостность и рефлектируя само существование человека в его разнообразных художественных образах и иных ипостасях, при этом способом подобной рефлексии выступает код, в свою очередь, представляющий феномен семиотики. Так, Норберт Франц отмечал, что «…многократное кодирование еды как культурного феномена широко используется в литературе и искусстве <…> Кушанья выполняют функцию индикатора отношений между персонажами, их социального положения» [34]. Иными словами, вступая в определенный тип коммуникации[1], *Homo sapiens* свою потребность в выживании, основанную

© Никишкова М. С., 2014

[1] Для нас в этой связи релевантны два термина; во-первых, это термин *потребностная коммуникация;* он рефлектирует феномен, который представляет собой «…общение, целью которого является удовлетворение первичных и вторичных нужд коммуникантов, первые из которых связаны с поддержанием жизни, повышением ее качества; вторые – с получением удовольствия, как физического, так и духовного (или, если угодно – культурно-обусловленного)» – см. подробно об этом в [21, с. 407]; второй термин – *лингвосемиотика потребностей*, введенный Т. Н. Астафуровой и А. В. Оляничем [4, с. 389], и, по мнению авторов, его объяснительная сила базируется на следующем тезисе: «Потребностная сфера бытия – широкое поле деятельности для особого раздела лингвистики, который мы предлагаем именовать *лингвосемиотикой потребностей*. В рамках этого направления сегодня осуществляется системное изучение процесса воплощения разнообразных типов потребностей в кластерах языковых и неязыковых *знаков*, выступающих как отдельные лексические номинации, языковые и речевые формулы, вербальные комплексы, способствующие формированию различных типов / видов текста / дискурса» [Там же, с. 250].

на необходимости в пище и питье, в ходе общения воплощает в гастрономические (глюттонические, кулинарные) образы, семиотизируя (кодируя) их как некоторые фиксированные последовательности знаков. Эти последовательности напрямую связаны с национальным языком и культурой, с которыми связаны представители соответствующего этносоциума. Именно они и являются тем, что в лингвокультурологии получило название лингвокультурного гастрономического кода. Прежде чем перейти к реализации основной задачи нашей статьи – описать виды и типы актуализации лингвокультурного гастрономического кода в англоязычной потребностной коммуникации – рассмотрим его связь с такими понятиями, как код и код культуры.

Как отмечает В. А. Маслова, понятие кода перекочевало в лингвистику из семиотики и базируется на соответствии плана содержания плану выражения: «Кодом задается значимость знака, а интерпретатор (пользователь) эту информацию расшифровывает. Правила прочтения задаются культурой: культурным хронотопом, культурной компетенцией интерпретатора. Следовательно, код вырабатывается и функционирует в культуре» [18, с. 137].

В. В. Красных под кодом культуры понимает некую «сетку», которую культура своеобразно «набрасывает» на окружающую действительность, «…членит, категоризует, структурирует и оценивает его» [16, с. 232]. Следуя установлениям тартуско-московской семиотической школы и вслед за Ю. М. Лотманом, ряд исследователей определяют культуру как «…знаковый феномен, складывающийся из большого количества кодов. Эти коды пребывают в постоянном взаимодействии, и перешифровка с одних кодов на другие приводит к созданию новой информации. Их называют культурными кодами, или языками культуры» [22, с. 492].

Н. Б. Мечковская определяет код как «…тот язык или его вариант,... который используют участники данного коммуникативного акта» [19, с. 23]. Знаковая система (язык в широком, семиологическом значении этого термина) выступает в одном из своих функциональных аспектов, а именно как генератор текстов и регенератор смыслов. Рассматриваемая под этим углом зрения, знаковая система обычно именуется кодом. Адресант кодирует сообщение, создавая текст, а адресат декодирует текст, воссоздавая сообщение. Эту трактовку понятия «код» можно сравнить с определением, приведенным в учебнике стилистики английского языка И. В. Арнольд: «Кодом называется набор значимых единиц и правил их соединения, позволяющий передавать сообщения» [3, с. 135].

И. В. Арнольд предлагает и иную – семиотическую – трактовку понятия «код»: «Код представляет собой систему знаков и правил их соединения для передачи сообщения по определенному каналу. Естественный язык является главным, но не единственным кодом литературы. Другие коды играют преимущественно вспомогательную роль и передаются в литературе через языковой код; таковы, например, коды обычаев и этикета, коды символов, свойственные поэтике, коды других видов искусств» [2, с. 30].

Понятие лингвокультурного кода непротиворечиво вытекает именно из понимания коммуникации как семиотического феномена, что справедливо отмечается В. М. Савицким: «…Если код представляет собой знаковую систему, выступающую в определенных функциях, а культурный код – образную систему культуры, рассматриваемую в ее знаковом аспекте, то лингвокультурный код – это культурный код, обретший естественноязыковое воплощение. Лингвокультурные коды обладают национально-культурной спецификой. Всякий носитель этнолингвокультуры с ранних лет усваивает эти коды вместе с родным языком» [28, с. 126].

Исследователи лингвокультурного кода обращают внимание:

– на его интегративную сущность, объединяющую концептосферу бытия и ее идиоматическую экспликацию соответствующими языковыми средствами (ср. позицию А. В. Папшевой: «…лингвокультурный код представляет собой результат интеграции культурного кода и естественного языка. Его планом содержания служит концептуальное поле, а планом выражения – лексико-фразеологическое поле. Планом содержания универсального лингвокультурного кода (этноязыка в целом) является концептосфера данного народа» [23, с. 5]);

– на его этноспецифичность, проявляющуюся в языковом кодировании языкового поведения отдельного этносоциума («Термином лингвокультурный код обозначаются этноспецифические проявления взаимосвязей языковой системы и культуры в речевом поведении в процессе общения в определенной лингвокультурной среде, <…> этноспецифические количественные показатели речевого поведения» [20]);

– на его символическую системность и исполнение им образной знаковой функции в общении («Под лингвокультурным кодом мы рассматриваем систему символов, объединенных тематической общностью, имеющих единую образную основу, выполняющих знаковую функцию и закрепленных за языковыми десигнаторами» [10, с. 188]);

– на его естественную языковую природу («…если код представляет собой знаковую систему, выступающую в определенных функциях, а культурный код – образную систему культуры, рассматриваемую в ее знаковом аспекте, то лингвокультурный код – это культурный код, обретший естественноязыковое воплощение. Лингвокультурные коды обладают национально-культурной спецификой. Всякий носитель этнолингвокультуры с ранних лет усваивает эти коды вместе с родным языком» [28, с. 126]);

– на его способность формировать социальные отношения и институциональные правила общения (ср.: «Не случайно в английском языке слово *code* означает не только ―код‟ (знаковая система), но и ―кодекс‟ / ―программа‟ (свод правил). Код и кодекс неразделимы. Всякий код есть средство, с помощью которого программируется (социально кодифицируется) человеческое поведение. Личность, по К. Марксу, есть совокупность общественных отношений. Эти отношения закодированы в культуре и составляют ядро личности как семиотического феномена» [Там же, с. 128]).

Лингвокультурный код – это «система означивания, то есть сформированная стереотипами лингвокультурного сознания совокупность знаков и механизмов» [1, с. 61-62]; его часто сопоставляют с матрицей, сеткой, которую культура «набрасывает» на окружающий мир. Так, М. Л. Ковшова, следуя идеям В. А. Масловой, указывает, что лингвокультурный код «…означает соответствие между планом выражения и планом содержания знака; кодом задаѐтся значимость знака, а интерпретатор эту значимость определяет, ―расшифровывает”, то есть понимает знак. Код, по метонимии, обозначает класс знаков и правила их ―прочтения” интерпретатором, которые, в свою очередь, обусловлены той или иной культурой, в которой они будут прочтены, тем или иным культурным хронотопом, культурной компетенцией интерпретатора и т.п. Код вырабатывается и осуществляет свою функцию в культуре» [15, с. 30].

В. А. Маслова справедливо утверждает, что лингвокультурные коды находятся во взаимодействии с древнейшими архетипическими и мифологическими представлениями о мире и универсальны; при этом как культура, так и язык выступают в виде совокупности разнообразных кодов, таких как космогонический, соматический, количественный, временной, предметный, природно-ландшафтный, архитектурный, сцентальный (обонятельный), экстернальный (код одежды), зоологический, геометрический, морской и т.д. коды. Значимое место среди выделяемых культурных кодов, репрезентированных в языке, В. А. Маслова отводит густальному (вкусовому) и гастрономическому кодам как базовым способам кодирования человеческой потребности в видовом выживании [18, с. 137].

Лингвокультурный код чаще всего рассматривался в его отношении к семиотическому кодированию различных образов действительности в виде идиом или фразеологических единиц английского [10; 12; 15; 24; 25], китайского [6] и русского языков [15].

Описанию лингвосемиотических характеристик лингвокультурного гастрономического кода также посвящено достаточное количество исследований. Так, Е. В. Капелюшник рассматривает этот феномен как кулинарный код культуры, представляющий собой систему «…образных и символических смыслов, связанных с блюдами традиционной кухни, а также их функционирование на бытовом и сакральном уровнях» [12, с. 20]. Исследователь полагает, что «…кулинарный код культуры нашел свое отражение в семантике образных средств языка и в системе образов, составляющих концептуальное содержание общеязыковой образной системы. Пищевая традиция, обретая в языке образное (эталоны и стереотипы) и символическое (символы) значение, наполняется вторичным значимым содержанием, формирует образный вербальный код культуры, содержательно соотносимый с другими способами воплощения кулинарного кода в национальной культуре (акциональный, ритуальный, обрядовый)» [Там же].

Э. А. Гашимов и В. М. Савицкий усматривают прямую связь между образной кодированностью коммуникации и гастрономией; они именуют лингвокультурный англоязычный гастрономический код потребностным кодом [7; 29].

Ритуально-обрядовый (т.е. образный) характер лингвокультурного гастрономического кода исследован Т. Б. Банковой на материале русскоязычных кулинарных обрядов в сибирских семьях [5].

В то же время разная степень предельности образного кодирования глюттонической / гастрономической коммуникации, связанная с еѐ минимальной (идиомы, фразеологизмы, устойчивые выражения) и максимальной (жаргонизированные и сленгизованные формы) шифрованностью как феномен лингвосемиотики до сих пор не являлась предметом научного исследования. Между тем еда и напитки оказывались ранее и сегодня непременно оказываются в центре образного кодированного общения в современной ситуации, когда, по меткому выражению Л. Н. Синельниковой, «…новые информационные технологии существенно изменяют речь, такие ее признаки как развернутость, соблюдение причинно-следственных связей, логичность, аргументированность и, наконец, нормативность, конвенциональность» [31, с. 66].

Исследователь справедливо полагает, что стремление к идиоматизации и сленгизации общения обозначает перспективу развития системы особых – сжатых, но всецело образных текстов, т.е. «…текстов с опорой на коммуникативную ситуацию без непосредственной представленности коммуникантов, с упрощенной синтаксической структурой, многочисленными клише, произвольными, нарушающими традиционные нормы языка новообразованиями. Культивирование момента актуальности в сжатом тексте создает благоприятные условия для естественного синтеза подготовленного и спонтанного, преднамеренного и непреднамеренного. Все это активизирует действие категории кода и текста, ее проявление в специфических условиях, когда сокращение текста будет сопровождаться созданием новых кодов» [Там же].

Каким же образом осуществляется лингвокультурное кодирование в этносоциальной гастрономической среде потребностной коммуникации? Как формируется этноспецифический лингвокультурный гастрономический код? Представляется, что этот процесс, прежде всего, является результатом конвенционального согласия коммуникантов его использовать для понимания только ими и носит трехсторонний характер: он связан с разными степенями герметичности общения.

Исследование универсальных структурных тенденций в феноменах кодированной коммуникации (жаргон, сленг, идиома) приводит нас к обнаружению таких кодификационных трендов, как тенденция к *замкнутости* (герметичности), тенденция к *разомкнутости* (промежуточному состоянию), тенденция к *открытости* для общения.

Для выявления соотношения между лингвокультурным гастрономическим семиозисом и *кодированностью соответствующей коммуникации* представляется нам необходимым изучить гастрономические знаки в ракурсе следующей триады: кодирование как социальная практика и необходимость (тайноречие, профессионализм) →

декодирование и частичное освоение социумом (доступная информативная насыщенность) → полное декодирование и полное освоение социумом, приближение семантики и смысла знаков к норме и их широкому словоупотреблению. Конвенциональность употребления кода ослабевает, как только сам код становится достоянием этносоциума (в конечном итоге – широкого социума) (см. об этом в: [25; 26; 27]).

В качестве примера приведем использование лингвокультурного гастрономического кода в такой сфере гастрономии, как производство и потребление типично британского продукта винокурения – виски. Его герметичный характер прослеживается, например, на этапе розлива и бутилирования с последующим присвоением артикула, который является абсолютно конвенционализированным (понятным только для профессионалов винокурения) герметичным кодом. Например, код артикула шотландского виски *Strathmill* имеет следующий вид маркировки на бутылке:

Strathmill 31 y. o. 1976 / 2008 44,8% Adelphi C#1126 227 bottles. Его декодированный вариант для непосвященных: виски *Strathmill* 31 года выдержки, дистиллирован в 1976 году, розлит в 2008, 44,8%, независимый боттлер *Adelphi*, бочка номер 1126, было выпущено 227 бутылок.

Перечисленным нами выше тенденциям соответствуют определенные кодированные состояния языковой гастрономической системы: жаргонизмы как максимально герметичные семиотические образования, имеющие хождение исключительно в профессиональной поварской (гастрономической) среде; сленгизмы и идиомы как полуоткрытые (полугерметизированные) семиотические образования, способные быть освоенными социумом; гастрономинации как открытые семиотические образования, широко апробированные и хорошо освоенные социумом.

В представленной статье обратим внимание сначала на *гастрономические поварские жаргонизмы* – номинации, соответствующие уровню полной семиотической герметизации; остальные виды полугерметизированных (сленгизмы) и разгерметизированных открытых (идиомы, фразеологизмы, устойчивые словосочетания) номинаций будут рассмотрены нами в последующих публикациях.

Поварские жаргонизмы – тот вид номинаций, который может быть типологизирован как совокупность семиотических кластеров, каждый из которых содержит тематически и профессионально детерминированные знаки гастрономического свойства. Нами выделены жаргонизмы, употребляемые работниками кухни, обслуживающего персонала заведений питания и зачастую гастрономическими критиками, пишущими о гастрономии и кулинарии, считающими себя профессионалами в оценке качества гастрономической продукции и индустрии питания. Это знаки, полностью закрытые для понимания людей вне кухни, для социума, поэтому можно говорить о них как элементах полностью кодированной или шифрованной (герметизированной) коммуникации.

В англо-американской зоне гастрономии сегодня общение поваров происходит на так называемом *Chef's Lingo* – жаргоне шефов, который представляет собой особую форму кодированной коммуникации профессионалов кухни, родившуюся в сложных условиях каторжного кухонного труда. Рэчел Рэй (Rachel Ray), автор и ведущая популярных кулинарных шоу в США, прямо указывает на причины появления этого специфического кухонного языка, который также именуется у профессионалов американского общепита как *Chefspeak*: «Working kitchens have their own brand of culinary jargon Chefspeak or Chef's Lingo – the fruits of laboring in an environment of high stress and higher temperatures» [38]. / Повара говорят: «Каждую рабочую кухню отличает фирменный кулинарный Поварской жаргон или Язык Повара – плоды, самоотверженно работающих в условиях высокого напряжения и высоких температур» (*Здесь и далее перевод автора – М. Н.*).

Что же представляют собой эти кодированные единицы общения?

Скарлет Линдеман, социолог и лингвист, более десяти лет подрабатывавшая в заведениях общественного питания Солт-Лейк Сити, утверждает: «Like all occupations, the professional kitchen has developed its own vernacular – one that is at once clever, efficient, and sometimes a little crude. Kitchen jargon strengthens workplace solidarity, confuses the uninitiated, and is often peppered with a shocking amount of expletives. Each kitchen will have its own unique patois, but many terms are widespread in the industry» [36] / «Как и во всех профессиях на профессиональной кухне сформировался свой язык, сочетающий ум, эффективность, иногда грубость. Кухонный жаргон укрепляет сплоченность коллектива, сбивает с толку непосвященных и часто, как следует, приправлен бранью. Каждая кухня создаст свой неповторимый язык, но многие термины широко распространены во всей индустрии».

В качестве примера она приводит типичный разговор поваров среднестатистического американского ресторана, который можно с уверенностью расценить как практически полностью герметизированный и недоступный для понимания непосвященных, подобно тому, как язык санскрита абсолютно непонятен для нелингвиста (ср. её предварительное замечание: «If you've never worked in a restaurant, this paragraph might as well be written in Sanskrit» [Ibidem]. / «Если вы никогда не работали в ресторане, этот пункт может также быть написан на санскрите».):

(1) «– So, how was last night's service?

– Oh man, we had over 90 covers, two 12-tops, a bunch of four-tops, tons of VIPs. By nine, we were really cruising, totally slammed, had already 86'd striper and tatin. I was running the pass when this huge pick-up was happening, we were doing that really soigne risotto with chanterelles – a la minute you know? The pick-up time is like 20 minutes. I got this really green cook on sauté, fired her a 4 by 4 by 3, half a dozen more on order, but when we go to plate she's short two fucking orders, so had to order fire two more on the fly, she was totally in the shit! We were so weeded! Food's dying on the pass. The rail is jammed up with dupes. The salamander stopped working. My porter no-showed. I really thought we might go down» [Ibidem].

Буквальный и семантически абсолютно непрозрачный перевод этого диалога как раз демонстрирует ситуацию, когда еѐ декодирование (понимание, когнитивное освоение) невозможно без знания лингвокультурного гастрономического кода, т.е. конвенциональных ключей когнитивной обработки кулинарного текста:

« – Итак, как было обслуживание прошлой ночью?

– О Боже, у нас было более 90 крышек, две 12-топы, куча четырех вершин, тонны VIP-персон. К девяти мы были действительно крейсерские, полностью захлопнулись, уже 86'd Striper и Tatin. Я бежал в проход, когда этот огромный пикап происходит, мы делали этот действительно Soigne ризотто с лисичками – а-ля минут, вы знаете. Пикап время как 20 минут. Я получил эту действительно зеленую повариху на sauté, выстрелил ей 4 на 4 на 3, еще полдюжины на заказ, но, когда мы идем к пластине, она короткая два чертовых приказа, так должен был заказать и огня еще два на лету, она была полностью в дерьме! Мы были такие сорняки! Питание умирает на перевале. Рельса застряла с обманутыми. Саламандра перестала работать. Мой носильщик не показался. Я точно думал, что мы могли бы пойти вниз» (*Перевод А. В. Олянича.*) [21].

Обратим внимание на то, что текст приведенного выше диалога содержит номинации как профессионально ориентированной коммуникации, так и этносоциокультурной специфики (подчѐркнуты в переводе). Горе-переводчик даже не сумел найти таким единицам соответствующих русскоязычных эквивалентов в силу их подобной семантической направленности и оставил их на языке оригинала. На самом деле, выражение *to have 86'd* на профессиональном поварском языке означает «закончиться (о готовом для раздачи блюде)», *Striper and Tatin* – наименование французского классического блюда «жареный полосатый окунь с картофельным тортиком», *soigne* – дескриптив, заимствованный из французского гастрономического словаря термин для обозначения густальной (вкусовой) деликатности и нежности текстуры приготовленного блюда, а *sauté* – это особый, принятый во французской классической национальной кухне способ приготовления блюда (ср.: «*Sauté – to cook (food) using a small amount of fat in an open pan over a relatively high heat, allowing the food to brown and form a crust stopping it from sticking to the pan as it cooks*» [37]. / «Сотэ – готовить (еду), используя небольшое количество жира в открытой кастрюле при относительно высокой температуре, доводя пищу до золотистого оттенка с хрустящей корочкой, не давая ей прилипнуть к кастрюле». (*Здесь и далее перевод автора – М. Н.*)

К профессиональным поварским жаргонизмам как элементам лингвокультурного гастрономического кода относятся также:

– *pass*, т.е. конвейер подготовки блюда, металлический прилавок, на котором блюда готовят к сервировке, «собираются» как конструктор; за процессом следит и им управляет особый повар (runs the pass) (см. разъяснение Скарлет Линдеман: «*The "pass" is the long, flat surface where dishes are plated and picked up by wait staff. The chef or high-level cook who "runs the pass" each night is in charge of letting the cooks know what they will be cooking as orders come in. They are in control of the watching the order tickets, monitoring the speed and rhythm of the coursing, and making sure each dish looks good before it goes out to the customer*» [36]. / «"Раздача" – длинная, плоская поверхность, на которую выставляют блюда, а официанты их разносят по залу. Шеф-повар или повар высокого разряда, каждый вечер составляет меню, чтобы повара знали, что они будут готовить из перечня заказов. Они следят за скоростью и темпом работы для того, чтобы блюдо замечательно выглядело перед подачей».

– *cover* – накрытие или сервировка ресторанных столиков, подготовка мест для гостей (90 *covers* – сервировка столиков на 90 гостей);

– *top* – гостевое место, соответственно *a "12 Top"* означает, что за столом будет 12 обедающих, *a "4top"* – четверо, *a "duece"* – двое;

– *VIPS* и их эквиваленты *PPX / NPR* как сокращенное наименование очень важных клиентов («Very Important Person», «Persone Txtrodinaire» and «Nice People Get Rewarded»); аббревиатуры, фиксируемые на сигнальных чеках, подаваемых метрдотелем ресторана кухонному персоналу для их сведения как предупреждение о необходимости обеспечения максимально высокого уровня качества блюд (tickets that signal to all staff that their work should be top-notch for these diners);

– глаголы *to cruise / to slam out* и их эквиваленты *to bang out / to jam out / to rock out*, акционимы-эмотивы, означающие уровень высокой занятости работой, очень быстрое обслуживание клиентов (to work extremely efficiently to keep up with high order volume);

– *pick-up* – множество тарелок на конвейере с блюдами, готовыми для подачи клиентам; *pick-up time* – предельное время подачи блюда гостю;

– *rail* – «рельс», металлическая полоса перед местом шефа на конвейере, на которую крепятся сигнальные чеки о заказах посетителей (a strip of metal that order tickets hang from, «the board»);

– *green cook* – молодой и неопытный повар, чья работа на кухне обычно заключается в сервировке и подаче блюда;

– *fire smb to sth* – жаргонизм, имеющий значение «(о шефе или главном поваре на линии) дать указание рядовому повару немедленно начать готовку или сервировку определенного количества блюд»; таким образом, фраза из нашего текста «I got this really green cook on sauté, fired her a 4 by 4 by 3, half a dozen more on order, but when we go to plate she's short two fucking orders, so had to order fire two more on the fly» должна быть переведена как «Я велел этому неумѐхе повару немедленно начать готовить четыре блюда соте впрок и три на заказ, но когда дошли руки до сервировки, у нее не хватило двух чѐртовых заказов, поэтому два заказа пришлось готовить буквально сходу»);

– *to die on the pass* – (о приготовленном блюде) остывать и терять вкус, портиться, ухудшаться, будучи не поданной вовремя клиенту из-за лени официантов (ср. пояснение Скарлет Линдеман: «*Hot food that is ready to be run that has been sitting on the pass for an inordinate amount of time getting cold and losing its soigne character because waitstaff are either too slammed or too lazy to pick it up*» [36]. / «Горячая еда, готовая к подаче и стоящая на раздаче слишком долго, остывает и теряет свою привлекательность, из-за нерасторопности / неповоротливости и лени обслуживающего персонала».

– *weeded* – поварской жаргонизм со значением «замотанный, запарившийся, забегавшийся, очень уставший» (ср. у Скарлет Линдеман: *«Used when a cook is really awfully busy, overwhelmed by tickets, and frantically trying to cook and plate his dishes»* [Ibidem]. / «Используется, когда повар действительно ужасно занят, ошеломлен заказами, и отчаянно пытается приготовить и выложить блюда на тарелку»);

– *jammed up* – забит плотно, заставлен (о конвейере подачи блюд, когда их не выносят в зал клиентам по причине лености официантов или иных задержек в обслуживании);

– *dupes* – чеки-дубликаты, обычно разных цветов, обозначающих тип и вид блюда (горячее, закуска, десерт и т.п.); когда их скапливается много на рельсе, это означает, что на раздаче концентрируется очень много блюд, предназначенных для выдачи клиентам, и это задерживает весь кухонный процесс (ср.: «When tickets are printed in the kitchen, they are usually printed on two- or three-ply color-coded paper which signify courses. This allows the person running the pass to keep track of and discard layers as courses leave the kitchen»);

– *salamander* – бройлер (высокотемпературная печь или нагреватель);

– *to no-show* – не высовываться, сбежать, спрятаться, смыться, увиливать от работы (так шефы говорят о подсобных рабочих и младшем кухонном персонале);

– *to go down* – потерпеть крах, испортить работу, не успеть вовремя, получить нагоняй от начальства или испытать неудовольствие и гнев со стороны клиентов (посетителей ресторана).

С точки зрения лингвосемиотики кодированной коммуникации жаргонизмы явно представляют собой закрытый код особой, социально и этнически значимой лингвокультуры и предстают перед исследователями как полностью герметизированные знаки профессионального общения. Они могут быть типологизированы как знаки-прагматонимы, под которыми мы понимаем «…различные категории имѐн собственных, имеющие денотаты в прагматической сфере деятельности человека, связанные с практической, предметной областью» [32, с. 43-50].

Термин «прагматоним» трактуется нами, вслед за Н. В. Подольской, как номинативная единица, денотатом которой является предмет или явление из сферы прагматической деятельности человека: продукт питания, предмет домашней утвари, мебель, одежда и др. [24]. На семиотическую и этнокультурную природу денотатов прагматонимов обратили внимание также Л. Р. Ермакова, А. М. Аматов и А. П. Седых; белгородские лингвисты полагают, что подобные онимы «…относятся к реальным знакам внешнего мира, вместе с тем они обладают особым, культурно обусловленным семиотическим ~~–за~~рядом”. Речь идет об этнокультурных коннотациях, вызывающих в сознании говорящего на национальном языке определенные ассоциации, обусловленные степенью его семиотической интегрированности в конкретный социокультурный континуум» [30, с. 45].

Поварские жаргонизмы как знаки-прагматонимы рассматриваемой нами англоязычной гастрономической сферы эксплуатируются их пользователями (носителями англоязычной гастрономической лингвокультуры) в целях достижения ряда прагматических целей, при этом структура знака и заложенные в него номинативные свойства используются по-разному.

Во-первых, кодированные гастро-жаргонизмы включены в непосредственную профессиональную коммуникацию на правах знаков-терминов, отчего они могут расцениваться как знаки-профессионализмы, и в типологии прагматонимов могут учитываться как:

– прагматонимы-инструментативы (кухонные инструменты типа: *a* «*salamander*» – *a high-temperature broiler*; *a* «*robocop*» – *a food processor*; *a* «*sizzle*» – *a flat, metal broiler plate*; «*combi*» – *an oven with a combination of heating functions*; «*fishspat*» – *a flat-angled metal spatula good for cooking fish*; *a* «*spider*» – *a wire skimmer*; «*chinacap*» – *a cone-shaped colander*; «*low-boy*» – *a waist-high refrigerator* / «саламандра» – бройлер высокой температуры (высокотемпературная печь или нагреватель); «робокоп» – кухонный комбайн; «шипение» – плоская, металлическая бройлерная пластина; «комби» – духовой шкаф в сочетании с функцией подогрева; «фишспэт» – металлический шпатель с тупым углом подходит для приготовления рыбы; «паук» – проволочная шумовка; «чайнакэп» – конусообразный дуршлаг; «лоу-бой» – холодильник высотой по пояс;

– прагматонимы-глюттонимы (наименования продуктов и блюд, например: «*protein*» – *raw meat*; «*flash*» – *a piece of meat that is slightly undercooked then put into the oven for a minute or two under raised temperature to get properly cooked*, *i.e. «flashed»* / «белок» – сырое мясо, «плоть» – слегка недоваренный кусок мяса, который кладут в духовой шкаф на минуту или две при повышенной температуре, чтобы приготовить его должным образом, т.е. «пропечь»;

– прагматонимы-сервисонимы (номинации качества, вида и типа обслуживания в заведении общественного питания, например «*waxing a table*» – *giving a table VIP treatment*; «*Check your plates*!»/ «*Ace*!» / «*Yellowtail*!» – *terms that signal about a boss or an important client come into the dining room*; «*to run the dish*» – *to carefully ferry the food out of the kitchen and accurately serve it to a client* / «натирка стола» – сохраняет его в наилучшем виде; - «Проверьте ваши тарелки!»/ «Туз!» / «Желтохвост!» - условия, указывающие на то, что начальник или важный клиент вошел в зал; «запустить блюдо» - аккуратно вынести блюдо из кухни и должным образом подать клиенту;

– прагматонимы-акторонимы (номинации профессионалов, например «*a blade*» – *an extremely qualified butcher or cook that is specifically good at grilling steaks*; «*a gamer*» – *a cook who is good at preparing game*

dishes, such as deer tongue in cranberry sauce or grouse with wild mushrooms and asparagus); *«a V-monger» – a cook that is good at preparing vegetarian dishes* / «лезвие» - чрезвычайно квалифицированный мясник или повар, который мастерски владеет приготовлением мяса на гриле; «геймер» – повар, который хорошо готовит блюда из дичи, например, олений язык в клюквенном соусе или куропатку с лесными грибами и спаржей); «Ви-мангэ» – повар, который хорошо готовит вегетарианские блюда;

– прагматонимы-процессивы (номинации кухонных процессов, например: «*running the pass*» – *to control cooks' labor on the «pass» – the long, flat surface where dishes are plated and picked up by wait staff. The chef or high-level cook who «runs the pass» each night is in charge of letting the cooks know what they will be cooking as orders come in. They are in control of the watching the order tickets, monitoring the speed and rhythm of the coursing, and making sure each dish looks good before it goes out to the customer* / «раздача» существует для организованной работы поваров – длинная, плоская поверхность, на которую они выставляют блюда, а официанты их разносят по залу. Шеф-повар или повар высокого разряда, каждый вечер составляет меню, чтобы повара знали, что они будут готовить из перечня заказов. Они следят за скоростью и темпом работы для того, чтобы блюдо замечательно выглядело перед подачей;

– прагматонимы-хрононимы (временные параметры работы на кухне, например: «*5 out*» – *when a cook yells «5 out» or «3 out on sirloin,» it signals to the other cooks that they will be ready to plate in said amount of time – 5 or 3 minutes*; «*a la minute*» – *French for "in the minute," and it refers to making a dish right then, from scratch. Instead of making a big batch of risotto during prep time and reheating portions of it hours later, a dish made «a la minute» is cooked from start to finish only when an order for it comes in* / «5» – когда повар кричит, «5» или «3 на филе», это сигнал для других поваров, что они подготовят блюдо к подаче в течение указанного времени – 5 или 3 минут; «a la minute» – по-французски «за минуту», что подразумевает приготовление блюда с нуля. Вместо того чтобы приготовить большую партию ризотто за определенное время и разогревать порциями в последующие часы, блюдо, приготовленное «за минуту», готовят от начала и до конца только тогда, когда на него поступает заказ;

– прагматонимы-локативы (обустройство места работы поваров на кухне, такие как «*on deck*» – *on cooking table; the cook running the pass will let the cooks know what they have on their cooking tables, for example, «4 steak, 2 quail, 1 blue, on order», so the cooks can mentally prepare and start setting up what they will be cooking throughout a diner's meal*; «*mise*» – *short for "mise en place», i.e. French for «everything in its place», a term that refers to all of the prepped items and ingredients a cook will need for his specific station, for one night of service* / «на палубу» – на кухонный стол; повар, ответственный за подачу, даст знать поварам, что у них на кулинарных столах, например, «4 стейка, 2 перепела, 1 мясо с кровью (очень сырая прожарка, когда мясо обжаривается в течение 10-20 секунд при температуре ниже 45^0C), на заказ», поэтому повара могут морально подготовиться и начать настраиваться на то, что они будут готовить в течение закусочной еды; «обновление» – сокращение от «организация рабочего пространства», т.е. от французского «всему свое место», термин, который обозначает, что все оборудование и ингредиенты, которые потребуются повару вечером, подготовлены на его рабочем месте;

– прагматонимы-вокативы (приказы и команды поваров во время руководства процессом готовки, например: *«Fire!» or «Pick-up!» – a command for a cook to start cooking a particular dish, e.g., «Fire! 6 broco, 3 polenta side, 1 lamb»*; *«Order fire» – to immediately start cooking a certain dish.* / «Огонь!» или «Забирай!» – команда для повара, чтобы начать готовить то или иное блюдо, например, «Огонь! 6 брокколи, 3 поленты стороны, 1 ягненок»; «Моментальный заказ» – немедленно начинайте готовить определенное блюдо.

Во-вторых, англоязычные поварские и иные гастрономические жаргонизмы могут выступать в качестве прагматонимов социализированного, т.е. антропоцентрического типа, рефлектирующих эмоциональное состояние людей кухни (прагматонимы-эмотивы); их речевое асоциальное поведение (прагматонимы-инвективы, например, непристойные ассоциации – *«bukkake», i.e. a swipe of yogurt, a squiggle of cream, or a splash of creme fraiche on a dish that resemble sperm* / «баккейк», т.е. капля йогурта, волна сливок, или свежие брызги сливок на блюде, напоминающие сперму); их социальный и профессиональный статус (прагматонимы-статонимы – «*a magnum*» *that means a chef who obtains Michelin stars for his outstanding cooking* / «магнум» означает, что шеф-повар, который получает звезды Мишлен за свою выдающуюся кулинарию); этническую принадлежность феноменов кухни (прагматонимы-этнонимы – «*nachos*» = *Mexican style pancakes* / «начос» = блинчики в Мексиканском стиле); досуговый характер деятельности, допускающий игровые или шутливые ситуации на кухне для разрядки трудового напряжения (прагматонимы-рекреативы, например, «*Sancho*» – *when a cook sneezes, a co-worker will announce «Sancho» according to the Mexican tradition of pointing out that someone named «Sancho» is in your house banging your wife while you are at work. It's a funny dig. The proper response is, «No mames guey! I'm not worried about Sancho».* / «Санчо» – когда повар чихнет, коллега объявит «Санчо», что по мексиканской традиции означает, что кто-то по имени «Санчо» – в вашем доме занимается сексом с вашей женой пока вы на работе. Это забавное выражение. Правильным ответом будет «ты, должно быть, шутишь, чувак! Санчо меня не волнует»); демонстративное поведение с клиентами (прагматонимы-демонстративы – «*cupcaking*» – *used when a barkeep is spending noticeably too much time and attention on an attractive patron sitting at the bar* / «капкейкинг» – используется, когда бармен флиртует с привлекательным клиентом, сидящем в баре.

В заключение отметим, что англоязычные поварские жаргонизмы представляют собой герметизированную коммуникативную систему, элементы которой варьируются семиотически и ситуативно в зависимости от лингвокультурной среды англоговорящих стран. Представленные в данной статье феномены кодированной коммуникации характерны для США, однако, в типологическом отношении они идентичны в гастрономии других англоязычных социумов, во многом перенявших манеры и модусы общения поваров США.

Список литературы

1. **Алефиренко Н. Ф.** Поэтическая энергия слова. Синергетика языка, сознания, культуры. М.: Academia, 2002. 390 с.
2. **Арнольд И. В.** Стилистика. Современный английский язык: учебник для вузов. Изд-е 4-е, испр. и доп. М.: Флинта; Наука, 2002. 384 с.
3. **Арнольд И. В.** Стилистика современного английского языка: стилистика декодирования. М.: Просвещение, 1990. 300 с.
4. **Астафурова Т. Н., Олянич А. В.** Россия лингвистическая: научные направления и школы Волгограда: монография. Волгоград: Волгоградское научное издательство, 2012. 389 с.
5. **Банкова Т. Б.** Кулинарный код сибирских семейных обрядов: объективации в языке // Сибирский филологический журнал. 2008. № 4. С. 128-138.
6. **Ветров П. П.** Основные коды языковой культуры в образном мировидении китайского этноса (на материале идиоматики «привычных речений») // Проблемы и методы современной лингвистики: сборник научных трудов. М.: Институт языкознания РАН, 2005. Вып. 1. С. 28-43.
7. **Гашимов Э. А.** Социосемиотика лингвокультурного потребностного кода // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2009. № 2 (4). С. 92-94.
8. **Гудков Д., Ковшова М.** Телесный код русской культуры: материалы к словарю. М.: Гнозис, 2007. 288 с.
9. **Дукальская И. В.** Фреймовый метод описания английского лингвокультурного кода «Артефакты». Метаязык artefactum // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2008. № 2. С. 59-62.
10. **Ефименко Т. Н.** Взаимодействие лингвокультурных кодов в процессе межкультурной коммуникации // Известия высших учебных заведений. Серия: Гуманитарные науки. 2012. Т. 3. № 3. С. 188-191.
11. **Зеленкина О. Ю.** Состав фразеологического кода английского языка (на материале номинативных и номинативно-коммуникативных фразеологических единиц): дисс. … к. филол. н. Самара, 2001. 148 с.
12. **Капелюшник Е. В.** Кулинарный код культуры в семантике образных средств языка: автореф. дисс. … к. филол. н. Томск, 2012. 21 с.
13. **Капелюшник Е. В.** Человек сквозь призму кулинарного кода культуры // Вестник Томского государственного университета. 2011. № 345. С. 11-14.
14. **Киреева И. И.** Структурно-семантические и прагматические характеристики английского лингвокультурного кода «Флора»: автореф. дисс. … к. филол. н. Самара, 2008. 16 с.
15. **Ковшова М. Л.** «Культурный код» как элемент культурной интерпретации фразеологизмов в лингвокультурологической парадигме исследования // Знание. Язык. Культура. Тула: Петровская Гора, 2007. С. 30-33.
16. **Красных В. В.** Этнопсихолингвистика и лингвокультурология. М.: Гнозис, 2002. 284 с.
17. **Лотман Ю. М.** Об искусстве. СПб.: Искусство – СПБ, 1998. 704 с.
18. **Маслова В. А.** Русский язык как совокупность кодов: растительного, архитектурного, духовного // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». 2011. Т. 24 (63). № 1. Ч. 1. С. 137-140.
19. **Мечковская Н. Б.** Социальная лингвистика: пособие для студентов гуманит. вузов и учащихся лицеев. Изд-е 2-е, испр. М.: Аспект Пресс, 2000. 207 с.
20. **Нечаева Н. В.** Лингвокультурная речеповеденческая интерференция в речи билингвов: прагмалингвистический компонент [Электронный ресурс]. URL: http://www.online-science.ru/userfiles/file/ekmgxvrnnv7texkq4ia4tcb18e8se73d.pdf (дата обращения: 12.03.2014).
21. **Олянич А. В.** Презентационная теория дискурса: монография. М.: Гнозис, 2007. 407 с.
22. **Папшева А. В.** Применение категории «код» в лингвокультурологии // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. 2010. Т. 12. № 3 (2). С. 492-494.
23. **Папшева А. В.** Структурно-семантические и функциональные характеристики английского лингвокультурного кода «Природа»: автореф. дисс. … к. филол. н. Самара, 2010. 24 с.
24. **Подольская Н. В.** Словарь русской ономастической терминологии / отв. ред. А. В. Суперанская; АН СССР; Ин-т языкознания. М.: Наука, 1988. 187 с.
25. **Редкозубова Е. А.** Лингвосемиотический подход к проблеме исследования характеристик кодированной коммуникации // Научная мысль Кавказа. 2008. № 3. С. 126-131.
26. **Редкозубова Е. А.** Лингвосемиотическое кодирование / декодирование в сленге // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Серия: Общественные науки. 2009. № 2. С. 124-127.
27. **Редкозубова Е. А.** Формирование лингвосемиотической теории сленга как феномена кодированной коммуникации // Известия Южного федерального университета. Педагогические науки. 2008. № 1-2. С. 217-225.
28. **Савицкий В. М.** Порождение речи: дискурсивный подход: монография. Самара: ПГСГА, 2013. 226 с.
29. **Савицкий В. М., Гашимов Э. А.** Лингвокультурный код (состав и функционирование). М.: Пирсон Эдьюкейшн, 2005. 173 с.
30. **Седых А. П., Аматов А. М., Ермакова Л. Р.** Глюттонимия и национальный характер русских и британцев: монография / Белгородский гос. нац. исследовательский ун-т. Белгород: Белгород, 2013. 228+1 с.
31. **Синельникова Л. Н.** Признаки дискурсивной матрицы гуманитарного пространства нового века // Политическая лингвистика. 2009. № 29. С. 56-68.
32. **Суперанская А. В.** V. Blanar. Theoria vlastneγo mena: рецензия // Вопросы языкознания. 1999. № 3. С. 43-50.
33. **Токарева И. Ю.** Культура как объект лингводидактики // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. 2013. № 1. С. 276-282.
34. **Франц Н.** Русская кухня и национальная идентичность [Электронный ресурс]. URL: http://www.uni-potsdam.de/u/slavistik/konferenz_rkki/russkaja_kuchnja.pdf (дата обращения: 12.03.2014).
35. **Ю. М. Лотман и тартуско-московская семиотическая школа.** М.: Гнозис, 1994. 560 с.
36. **http://firstwefeast.com/eat/kitchen-slang-101-talk-like-real-life-line-cook/** (дата обращения: 01.11.2014).
37. **http://wiktionary.academic.ru/108099/saut%C3%A9** (дата обращения: 01.1102014).
38. **http://www.chef2chef.net/articles/in-the-fire/chef-kitchen-slang.html** (дата обращения: 01.11.2014).

LINGUO-CULTURAL GASTRONOMIC CODE IN THE ENGLISH-LANGUAGE COMMUNICATION OF NEEDS

Nikishkova Mariya Sergeevna
Moscow City Teachers' Training University (Branch) in Samara
colibrilolita@mail.ru

The article considers the linguo-semiotic actualization of needs in the form of coded units (signs, nominations) in the English-language linguo-cultures (Great Britain, the USA). The notions of a linguo-cultural code and coded communication of needs by the material of gluttony (gastronomy) are researched. The processes of the English-language (North American) encoding / decoding in the contexts of slang / jargon and idiomatic communication of the subjects of gluttony (gastronomy) are studied.

Key words and phrases: gluttony; gastronomy; sign; jargon; code; communication; culture; linguo-culture; linguo-semiotics; needs; slang; idiom.

УДК 81
Филологические науки

В статье рассматривается наиболее значимый стилистический пласт – книжная фразеология. Предпринимается попытка анализа функционирования книжной фразеологии в языке художественных произведений. Автор обосновывает положение о том, что книжные фразеологизмы имеют повышенную эмоционально-стилистическую окраску официальности, торжественности, поэтичности и употребляются преимущественно в книжной речи.

Ключевые слова и фразы: фразеология; стилистический пласт; поэтический; устаревшие фразеологизмы; экспрессивность; стилистическая окрашенность.

Нургалина Халида Бариевна, к. филол. н., доцент
Сибайский институт (филиал) Башкирского государственного университета
halidanurgalina@mail.ru

ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ ЕДИНИЦЫ ВЫСОКОГО СТИЛИСТИЧЕСКОГО ТОНА©

К фразеологическим единицам высокого стилистического тона следует отнести книжную фразеологию.

Фразеологические единицы книжного характера в науке принято отличать от разговорных, с одной стороны, совершенно иной сферой употребления (это фразеологизмы, преимущественно или исключительно употребляемые в письменной речи), а с другой стороны, своей специфической «повышенной» экспрессивно-стилистической окраской (книжности, торжественности, патетичности и т.д.) [5, с. 67].

Книжная фразеология выступает как разряд устойчивых сочетаний слов, основной сферой употребления которых является строго нормированная литературная речь, стиль публицистических и научных произведений, язык художественных произведений и т.д. Например: англ. *center of gravity* – центр тяжести, *people of good will* – люди доброй воли, *take place* – иметь место, *come into effect* – вступить в силу, *fling down the gauntlet* – вызвать кого-либо на состязание; нем. *Eintrag tun* – причинить ущерб чему-л., *in Erfahrung bringen* – узнать что-л., *in Erinnerung bringen* – напомнить что-л.

Примеры: англ. The candidate *flung down the gauntlet* and challenged his opponent to a debate [11, p. 56]. / Кандидат вызвал своего оппонента на дебаты. Нем. Durch Christine *brachte* ich *in Erfahrung*, dass für mich eine Erziehungsanstalt in Aussicht genommen sei [9, S. 109]. / Через Христину мне стало известно, что решено отправить меня в исправительное заведение.

Книжные фразеологизмы взаимодействуют с фразеологическими единицами других пластов в процессе функционирования в научных, публицистических и художественных произведениях, а в устной речи они могут употребляться в одном ряду с межстилевыми и разговорными фразеологизмами. В этом отношении показательно исследование Н. А. Мещерского. Он пишет о том, что «традиционно-книжные выражения» закреплены «за общенародным фразеологическим фондом» [3, с. 39].

Книжные фразеологические единицы функционируют, как правило, в письменной речи, преимущественно в научном, публицистическом и официально-деловом стилях: англ. *to pay attention to* – нем. *Aufmerksamkeit schenken* – уделить внимание, подчеркнуть; *in Anwendung bringen* – применять, практиковать что-либо.

Англ. I had realized she *paid more attention to* her lodgers than she would ever again pay to me [12, p. 345]. / Я понимал ясно, что она уделяла больше времени своим жильцам, чем когда-либо мне.

Нем. Ihr alle wisst, dass wir Kommunisten die Waffe der bolschewistischen Selbstkritik rücksichtslos und in vollster Öffentlichkeit vor dem Proletariat *zur Anwendung bringen* [18, S. 78]. / Вы все знаете, что мы, коммунисты, пользуемся оружием большевистской самокритики, невзирая на лица, на глазах у всего пролетариата.

© Нургалина Х. Б., 2014