

ФИЛОЛОГИЯ

Научная статья

УДК 81

doi: 10.18522/2070-1403-2022-90-1-41-47

НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ С КОМПОНЕНТОМ-ЭТНОНИМОМ В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

© *Наталья Борисовна Боева-Омелечко¹, Кирилл Павлович Постерняк²*

¹*Южный федеральный университет г. Ростов-на-Дону, Россия,*

²*Ростовский базовый медицинский колледж г. Ростов-на-Дону, Россия*

¹*boeva1961@yandex.ru* ²*kir-posternyak@yandex.ru*

Аннотация. Актуальность данной работы обусловлена интересом современной науки к проблеме изучения этностереотипов, необходимого для прогнозирования и предотвращения межкультурных конфликтов. Цель работы состоит в проведении контрастивного анализа фразеологизмов английского и русского языков с целью выявления их национально-культурной специфики, а также особенностей представлений о других этносах, отраженных в данных фразеологизмах. Выявляются этностереотипы, сложившиеся в отношении различных народов в английской и отечественной лингвокультурах, и предпринимается попытка выявления экстралингвистических факторов, повлиявших на формирование данных стереотипов.

Ключевые слова: этноним, фразеологизм, этностереотип, межкультурный конфликт.

Для цитирования: Боева-Омелечко Н.Б., Постерняк К.П. Национально-культурная специфика фразеологизмов с компонентом-этнонимом в современном английском и русском языках // Гуманитарные и социальные науки. 2022. Т. 90. № 1. С. 41-47. doi: 10.18522/2070-1403-2022-90-1-41-47

PHILOLOGY

Original article

National-cultural specifics of phraseological units with an ethnonym component in modern English and Russian

© *Natalya B. Boeva-Omelechko¹, Kirill P. Posternyak²*

¹*Southern federal university. Rostov-on-Don, Russian Federation,*

²*Rostov medical college, Rostov-on-Don, Russian Federation*

¹*boeva 1961@yandex.ru* ²*kir-posternyak@yandex.ru*

Abstract. The relevance of this work is due to the interest of scientists in the problem of studying ethnostereotypes, which is necessary for forecasting and preventing intercultural conflicts. The purpose of the work is to conduct a contrastive analysis of phraseological units of English and Russian languages in order to identify their national and cultural specifics, and, ultimately, the peculiarities of ideas about other ethnoses reflected in these phraseological units. The paper identifies the ethnostereotypes, that have developed in relation to various peoples in English and Russian linguistic cultures, and attempts to describe extralinguistic factors that influenced the formation of these stereotypes.

Key words: ethnonym, phraseology, ethnostereotype, intercultural conflict.

For citation: Natalya B. Boeva-Omelechko, Kirill P. Posternyak National-cultural specifics of phraseological units with an ethnonym component in modern English and Russian. *The Humanities and Social Sciences*. 2022. Vol. 90. No 1. P. 41-47. doi: 10.18522/2070-1403-2022-90-1-41-47

Введение

Необходимым условием успешного межкультурного общения является учет концептуальной картины социума с присущими ей стереотипами, важнейшим средством репрезентации которых выступают фразеологизмы [6, с. 130]. Особое место среди них принадлежит фразеологизмам с этнонимическим компонентом, аккумулирующим этнические

стереотипы, отражающие обобщенные представления о своем и других этносах, существующие в определенной лингвокультуре [8, с.458]. Данные фразеологизмы, несомненно, обладают ярко выраженной национально-культурной спецификой, поскольку фиксируют особый взгляд на представителей других культур, отличающийся от представлений, присущих другим этносам. Отсутствие знаний о данной специфике может стать причиной межкультурного конфликта, что обуславливают актуальность ее изучения. Соответственно, цель работы состоит в проведении контрастивного анализа фразеологизмов английского и русского языков с целью выявления их национально-культурной специфики, а, в конечном счете, особенностей представлений о других этносах, отраженных в данных фразеологизмах. Важно отметить, что, говоря о национально-культурной специфике фразеологизмов, мы отграничиваем данное понятие от понятия «национально-лингвистическая специфика». При этом мы разделяем мнение Д.О. Добровольского, который отмечает, что национально-культурная специфика выявляется на основании сопоставления планов содержания, поскольку план выражения у разных языков заведомо различен [5, 41].

Национально-лингвистическая специфика – это отличия, связанные с разной техникой именования, но не обусловленные культурой (похожая форма – разные значения (*lit up like a Christmas tree* – в стельку пьяный и *разодеться как новогодняя елка* – о слишком пышном наряде) или похожие значения – разная форма (например, *lose one's bananas* и *белены объесться* – сойти с ума). В свою очередь, национально-культурной спецификой обладают 1) фразеологизмы, обозначающие названия реалий (например, *show him London* – перевернуть кого-либо вверх ногами), 2) фразеологизмы, понимание значений которых требует обращения к фактам культуры (например, как отмечает И.В. Зыкова [7], явление обмана фиксируется в русском фразеологизме *играть в жмурки*, отражающем представление о мире Жизни и мире Смерти, посредником между которыми выступает умерший, но еще не погребенный человек. Водящий является потенциальной жертвой смерти и спастись он может только обманув смерть, найдя себе замену, т.е. поймав другого игрока), 3) фразеологизмы, не имеющие аналогов в других языках (например, *the cat is out of the bag* – раскрыть тайну).

Объектом нашего исследования выступают фразеологизмы с компонентом-этнонимом, несомненно обладающие национально-культурной спецификой, поскольку так называемая «культуроносность» единиц, включающих лексемы с семантикой этнорегиональной и национальной принадлежности, не вызывает сомнения [11, с. 118].

Обсуждение

В ходе проведенного нами анализа фразеологизмов с компонентом-этнонимом, отобранных из фразеологических словарей английского и русского языков (Кунин, [9]. Баранов и Добровольский [1]; Молотков [10]; Бирих [2]) мы выделили ряд семантических групп данных фразеологизмов. К числу групп, совпадающих в обоих языках, относятся следующие: «образ жизни, привычки» (*Polish shower* – пользоваться одеколоном, вместо того чтобы принять душ), «этикет, антиэтикет» (*French Hello* – войти в комнату полную знакомых, не поздоровавшись, *уйти по-английски* – уйти, не попрощавшись), «болезни, плохое самочувствие, последствия травм и подобное» (*Dutch headache* – похмелье, *цыганский пот* – сильный озноб), «речевое взаимодействие» (*Scotch answer* и *еврейский ответ* – ответ вопросом на вопрос), «производственную сферу» (*Irishman's rise* – понижение в должности, *итальянская забастовка* – работать небрежно и медлительно), «ненадежность, обман» (*Chinese attack* – ложная атака, *еврейское золото* – подделка), «обычай, традиции, ритуалы, церемонии» (*Dutch treat* – свидание, на котором каждый платит за себя).

Однако только среди английских фразеологических единиц встречаются такие семантические группы, как «черты характера, качества личности» (*merry (mad, gay) Greek* – весельчак, собутыльник; *Italian person* – человек, высказывающий свое мнение чересчур громко), «психо-эмоциональное состояние» (*Dutch praise* – гневаться, злиться; *to get one's Irish up* – быть в ярости, бешенстве), «социальное происхождение, образование» (*Spanish teacher* – необразованный человек), «отношение к другим людям» (*to play someone for a Chinaman* –

считать кого-либо глупым), «затруднительные ситуации» (*Dutch luck* – неудача, *Chinaman's chance* – весьма слабый шанс на успех), «профессиональные качества» (*Chinese ace* – горе-летчик), «принятие каких-либо решений, включая юридические» (*Scotch verdict* – половинчатое решение), «преступная деятельность» (*Greek Lightning* – поджечь имущество, с целью получить страховку), «наркотики, алкоголь» (*Chinese tobacco* – опиум).

Вместе с тем, в русском языке представлена семантическая группа, отсутствующая среди английских фразеологизмов: «физиологические потребности» (*немцы играют в брюхе* – о чувстве голода, *калмык на шею сел* – желание спать). Как показывает проведенный анализ, большая часть английских фразеологических единиц с этнонимическим компонентом обозначает различные негативные привычки, качества и действия: употребление алкоголя, наркотиков, ненадежность, несоблюдение правил гигиены, плохое отношение к другим людям, преступление закона, т.е. в основном имеет негативные коннотации. Это связано с этническими предрасположениями, сложившимися на протяжении длительного исторического периода.

Фразеологизмы с этнонимом **Dutch** фиксируют очень негативное отношение англичан к голландцам. Причинами такого отношения являются следующие: 1) три англо-голландские войны 17 века, закончившиеся победой Нидерландов; 2) вытеснение англичан голландцами в Северной Америке, строительство Нового Амстердама (ныне Нью Йорк); 3) восхождение в 1689 г. на престол короля Виллема III из рода Оранских - правящей династии Нидерландов.

Голландцы, согласно фразеологизмам, обладают такими характеристиками как глупость, ненадежность, нечестность, грубость, агрессия, склонность к критике, пристрастие к алкоголю (*double Dutch* – ахинея, *Dutch bargain* – сделка, выгодная одной стороне, *Dutch blessing* – оскорбление, *Dutch uncle* – критикующий человек, *as drunk as a Dutchman* – очень пьян). Фразеологизмы с этнонимом *Dutch* также обозначают неприятности (*Dutch luck* – неудача, *to be in Dutch* – попасть в беду), безысходные ситуации (*Dutch act*, *Dutch cure* – самоубийство), несогласованность действий (*Dutch concert* – кто в лес, кто по дрова), помешательство (*go Dutch* – сойти с ума). Особо отмечается трусость голландцев (*Dutch defence* – капитуляция без боя).

Интересно отметить, что во многих фразеологизмах с этнонимом *Dutch* значение последнего по сути является эквивалентным значению отрицательных словообразовательных морфем *non-, un-, pseudo-*, и оппозиции слов *bargain – Dutch bargain, luck – Dutch luck, comfort – Dutch comfort, defence – Dutch defence* соответственно, эквивалентны по характеру противопоставления значений оппозициям однокорневых антонимов, обладающих антонимичными словообразовательными префиксами морфема – нулевая морфема [2, 199].

Значимость этнонима **French** для англосаксонской картины мира обусловлена близким расположением стран, многочисленными военными столкновениями между Англией и Францией, большое влияние французского языка на английский. Чрезвычайно важное значение в истории Англии и формировании английского языка имело Нормандское завоевание 1066, которое повлекло за собой углубление феодализации английского общества.

Взаимная неприязнь французов и англичан отражена в большом количестве фразеологизмов с этнонимом **French**. Данные фразеологизмы отражают такие отрицательные качества французов, как лень (*French living* – образ жизни, заключающийся в «лежании» на диване), трусость (*French advance* – наступление, которое по сути является отступлением), экстравагантность одежды (*French duke* – человек, одетый экстравагантно). Плохое поведение человека характеризуется как *done like a French*. Нередко идиомы с этнонимом *French* обозначают нечто непристойное, связанное с развратом (*French postcard* – непристойная открытка, *French pig* – венерическое заболевание).

Интересно отметить, что ряд стереотипов, закрепленных во фразеологизмах с этнонимом *French*, касаются реализации противоположных по целям стратегий вежливости и антивежливости [3, 86]. Данные фразеологизмы имеют отрицательные коннотации, независимо от того, какая из двух стратегий в них представлена. Так, в них фиксируется негативное отношение как к злоупотреблению нормами этикета (*French fare* – чрезмерная

вежливость), свойственному французам, так и к несоблюдению ими этих норм (*to take a French leave* - уйти не попрощавшись (первоначально употреблялось по отношению к гостям, которые покидали бал, не попрощавшись с хозяевами, *French hello* – войти в комнату полную знакомых, не поздоровавшись).

Во фразеологизмах с этнонимом **Italian** фиксируется жестокость итальянцев. В частности, это касается фразеологизма *Italian divorce*, описывающего ситуацию устранения супруга/супруги с помощью киллера, и фразеологизма *Italian mausoleum* – «багажник», связанного с жертвами мафии. Не осталось без внимания и представление об итальянцах как очень эмоциональных людях. Фразеологизм *Italian emotion* описывает эмоциональный взрыв в трудной ситуации. Также в рассматриваемых фразеологизмах прослеживается отношение к итальянцам как малокультурной нации, не соблюдающей правила гигиены (*Italian person* – человек, слишком громко высказывающий свое мнение, *Italian bath* – распылить на себя большое количество одеколона вместо того, чтобы принять душ).

Последние стереотипы касаются не только итальянцев, но и поляков, что показывают фразеологизмы с этнонимом **Polish** (*Polish exit / Polish goodbye* – уйти внезапно, без предупреждения, *Polish shower* – пользоваться одеколоном, вместо того чтобы помыться).

Испанцы предстают во фразеологизмах с этнонимом **Spanish** как жестокие и ненадежные люди (*Spanish Barry* – тот, кто обращается с другими жестоко, *Spanish exit* – переключать свою долю счета в ресторане на друзей,

Spanish money – «одни только слова!»), не соблюдающие, подобно полякам и французам, правила гигиены (*Spanish shower* – использовать большое количество одеколона, чтобы скрыть запах немытого тела).

Как показывают фразеологизмы с этнонимом **Greek**, грекам приписываются такие качества, как веселый нрав (*gay Greek* – веселый собутыльник), коварство и склонность к мошенничеству (*Greek gift* – дары данайцев – коварный, предательский дар, *Greek lightning* – поджечь имущество, с целью получения страховки, *Greek exit* – уйти, не заплатив свою долю счета). Также им приписывается нечистоплотность *Greek shower* – мыть только некоторые части тела).

Фразеологизмы с этнонимом **Jew** фиксируют негативное отношение, сложившееся по отношению к евреям-ростовщикам и евреям-торговцам. Во фразеологизмах фиксируется представление о евреях как скупых и нечестных людях, из всего извлекающих собственную выгоду (*Jew sheet* – денежный счет,

предоставленный друзьям; *Jew's bail* – еврейский залог –недостаточный залог, *Jewish piano* – кассовый аппарат).

Ирландия много лет была колонией Англии, начиная с XI века, когда нормандские войска впервые вторглись на территорию этой страны. Поэтому неудивительно, что к ирландцам у англичан в тот период сформировалось отношение как к низшей расе. Ирландцам, согласно фразеологизмам с этнонимом **Irish**, свойственны вспыльчивость *to get one's Irish up* – быть в ярости), неискренность и склонность к мошенничеству (*Irish lemons* – нечто фальшивое, *to weep Irish tears* – проливать крокодиловы слезы). Пренебрежительное отношение англичан к ирландцам отражено и во фразеологизме *Irish bull* – чушь, нелепица.

Негативное отношение англичан к шотландцам сформировалось по иной причине. В 1603 г. после смерти английской королевы Елизаветы Англия и Шотландия объединились. Однако между народами возникли разногласия в первую очередь в силу культурных различий. Шотландцы представляются англичанам, согласно фразеологизмам с этнонимом **Scotch**, как жадные и нерешительные люди (*to be Scotch* – быть жадным; *Scotch verdict* – половинчатое решение).

Отношение к китайцам, как показывают фразеологизмы с этнонимом **Chinese**, выражается в приписывании им таких отрицательных качеств, как непрофессионализм, неискренность, склонность к обману, глупость (*Chinese ace* – горе-летчик, *Chinese compliment* – притворный интерес к мнению других; *Chinese attack* – ложная атака; *to play someone for a Chinaman* – считать кого-либо глупым).

Во фразеологическом фонде английского языка есть и единицы с этнонимом *Tartar*, связанные с военными походами монголо-татар в XIII – XIV веках. Отношение к татарам как к врагам закреплено, в частности, во фразеологизме *to catch a Tartar*, который означает либо решительный отпор врагу (взять в плен татарина), либо женитьбу на злой женщине. Татарам приписывается вспыльчивость: *to turn Tartar* – разозлиться.

Как следует из примеров, подавляющее большинство фразеологизмов имеют отрицательную окраску, что связано как с историческими событиями, при которых та или иная нация становилась врагом Британии (в частности Англии), так и с неприятием чужих стереотипов, которые на обыденном уровне воспринимаются как странные, непонятные, вызывают удивление и насмешку [12, с. 491]. Во фразеологизмах с этнонимами отражается недоверчивое отношение англичан к иностранцам и постоянное ожидание от них неприятностей.

Для дальнейшего выявления национального своеобразия английских фразеологизмов с этнонимами сопоставим их с соответствующими фразеологизмами русского языка.

В английском языке представлены фразеологизмы с этнонимами *Dutch, French, Italian, Polish, Jew, Irish, Scotch, Spanish, Greek*, что обусловлено спецификой историей Англии, которая активно взаимодействовала с соответствующими странами и национальностями, в том числе в ходе войн за морское и экономическое господство. Даже если у Англии даже не было прямых контактов с каким-либо народом, как в случае с татарами, они могли опасаться этого народа как потенциального врага.

Этноцентризм, свойственный англичанам и проявляющийся в негативном отношении к иным этносам, отразившемся во фразеологизмах, нехарактерен для отечественной культуры. Фразеологизмы с компонентом-этнонимом немногочисленны и менее разнообразны по сравнению с английским языком. Более того, в отличие от английского, среди них нет резких инвективов.

Согласно русским фразеологизмам, **англичане** могут быть невежливы (*уйти по-английски*), **испанцы** темпераменты (*испанские страсти*), **евреи** хитры и нечестны (*хитрый как еврей, еврейский ответ, еврейское золото*), **китайцы** терпеливы (*китайское терпение*), хитры (*хитрый как 100 китайцев*), излишне вежливы (*китайские церемонии*), **татары** злы (*злее злого татарина*). Встречаются фразеологизмы с этнонимами **немец** (*немцы в брюхе играют* – о голоде), **калмык** (*калмык на шею сел* – желание спать), **цыган** (*цыганский пот* – озноб), но они не дают характеристики данным народам.

В английском и русском языках одинаковые негативные качества могут приписываться разным этносам. В этом случае мы имеем дело с фразеологизмами со сходной семантикой, но разными образными компонентами. Речь идет о таких качествах, как невежливость (*French leave* и *уйти по-английски*), неискренность (*Scotch answer* и *еврейский ответ*), чрезмерная вежливость (*French fare* и *китайские церемонии*), излишняя эмоциональность (*Italian emotion* и *испанские страсти*).

Выводы

Проведенный анализ показывает, что национальная специфика фразеологизмов с этнонимами проявляется 1) в выборе этнонимов, значимых для определенного социума в силу особенностей его истории и культуры. В английской фразеологии употребляются этнонимы *Greek, Italian, Polish, Scotch, Irish*, нетипичные для русской фразеологии. В свою очередь в русской фразеологии имеются единицы с этнонимами *немец, цыган, калмык*, отсутствующие в английской фразеологии; 2) в спектре отрицательных качеств, приписываемых другим этносам. В англосаксонской картине мира он значительно шире, чем в русской; 3) в детерминированности фразеологизмов с одинаковыми этнонимами разными экстралингвистическими причинами. Так, фразеологизмы с этнонимом *Tartar* в английском языке появились без прямых контактов Англии с татаро-монголами из-за потенциальной угрозы, исходящей от них, в русском фразеологизмы с этнонимом *татарин* – в силу системы политической и даннической зависимости русских княжеств от Монгольской империи с 1242 года до конца XV века; 4) в наличии в английском языке фразеологизмов-инвективов, отражающих крайне

враждебное отношение к отдельным этносам. Русские фразеологизмы с этнонимами свидетельствуют о толерантном отношении к другим этносам. Необходимо отметить, что многие этностереотипы, зафиксированные во фразеологизмах, утратили свою актуальность по прошествии времени, однако их анализ представляет значительный интерес для диахронического исследования данных стереотипов, необходимого для более глубокого понимания этностереотипов, существующих в современном мире.

Список источников

1. Баранов А.Н., Добровольский Д.О. Академический словарь русской фразеологии. 2-е изд. М.: ЛЕКСРУС, 2014. 1164 с.
2. Бирих А.К. Словарь русской фразеологии, историко-этимологический справочник. М.: Рус. яз., 1998. 700 с.
3. Боева Н. Б. Антонимическая когезия в современном английском языке // Текст и дискурс: традиционный и когнитивно-функциональный аспекты исследования. Сб. науч. тр. Рязань: РГУ, 2002. С. 199-203.
4. Боева-Омелечко (Боева) Н.Б. Вопрос как средство выражения стратегий вежливости и антивежливости в современном английском языке // Язык. Культура. Перевод. Коммуникация. Сб. науч. тр. М.: Тезаурус, 2015. С. 85-88.
5. Добровольский Д.О. Национально-культурная специфика во фразеологии // Вопросы языкознания 1997. С. 37-48.
6. Зыкова И.В. Контрастивная фразеология: путь от диалога языков к диалогу культур // Теория и практика лексикологических исследований. Вестник МГЛУ. 2007. Вып. 352. С. 129-139.
7. Зыкова И.В. Фразеологические образы и их национальная обусловленность // Вестник МГУ. Сер. 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2011. Вып. 2. С. 80-88.
8. Крысин Л.П. Лингвистический аспект изучения этностереотипов // Встречи этнических групп в зеркале языка. М.: Наука, 2002. С. 171-174.
9. Кунин А.В. Англо-русский фразеологический словарь / Лит. ред. М.Д. Литвинова. 4-е изд., перераб. и доп. М.: Рус.яз., 1984. 942 с.
10. Молотков А.И. Фразеологический словарь русского языка. М.: Рус. яз., 1978. 543 с.
11. Петроченко Л.А., Голубовская Е.А. О культурной и когнитивной основе семантики фразеологических единиц с Dutch // Вестник Омского университета. 2004. № 4. С. 117–121.
12. Тавадов Г.Т. Этнология. Современный словарь-справочник. М.: Диалог культур, 2007. 702 с.

References

1. Baranov A.N., Dobrovolsky D.O. Academic Dictionary of Russian Phraseology. 2nd ed. Moscow: LEXRUS, 2014. 1164 p.
2. Birikh A.K. Dictionary of Russian phraseology, historical and etymological reference. Moscow, 1998. 700 p.
3. Boeva N. B. Antonymic cohesion in modern english // Text and Discourse: Traditional and Cognitive-Functional Aspects of Research. Collection of Scientific Papers. Ryazan: Ryazan State University, 2002. Pp. 199-203.
4. Boeva-Omelechko (Boeva) N.B. A Question as a Means of Expressing the Strategies of Politeness and Anti-politeness in Modern English // Language. Culture. Translation. Communication. Collection of Scientific Papers. M.: Thesaurus, 2015. Pp. 85-88.
5. Dobrovolsky D.O. National-cultural specificity in phraseology // Problems of Linguistics 1997. Pp. 37-48.

6. *Zykova I.V.* Contrastive phraseology: the path from the dialogue of languages to the dialogue of cultures // Theory and practice of lexicological research. 2007. Issue 352. Pp. 129-139.
7. *Zykova I.V.* Phraseological images and their national predetermination // Bulletin of Moscow State University. Ser. 19: Linguistics and Intercultural communication. 2011. Issue. 2. Pp. 80 - 88.
8. *Krysin L.P.* Linguistic aspect of the study of ethnostereotypes // Meetings of Ethnic Groups in the Mirror of Language. Moscow: Science, 2002. pp. 171 - 174.
9. *Kunin A.V.* English-Russian Phraseological Dictionary / Ed. M.D. Litvinova. 4th ed., reprint and additional M.: Russian Language, 1984. 942 p.
10. *Molotkov A.I.* Phraseological dictionary of the Russian language. Moscow: Russian Language, 1978. 543 p.
11. *Petrochenko L.A., Golubovskaya E.A.* On the Cultural and Cognitive Basis of the Semantics of Phraseological Units with Dutch // Bulletin of the Omsk University. 2004. No. 4. Pp. 117-121.
12. *Tavadov G.T.* Ethnology. Modern Dictionary-Reference. Moscow: Dialogue of cultures, 2007. 702 p.

Статья поступила в редакцию 19.01.2022; одобрена после рецензирования 30.01.2022; принята к публикации 05.02.2022.

The article was submitted 19.01.2022; approved after reviewing 30.01.2022; accepted for publication 05.02.2022.