
ОЦЕНОЧНЫЙ КОМПОНЕНТ ВО ФРАЗЕОЛОГИЗМАХ С ЭТНОНИМАМИ В АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

УДК 81

DOI: 10.56246/18294480-2023.14-26

ТУЦКАЯ ЕКАТЕРИНА

*Студентка 5 курса Минского государственного
лингвистического университета*

электронная почта: tuczkaya.katya@bk.ru

СВИСТУН ТАТЬЯНА

*Заведующая кафедрой теории и практики английского языка Минского
государственного лингвистического университета,*

кандидат филологических наук, доцент

электронная почта: tess17@mail.ru

Этнонимы занимают особое место среди антропонимов, поскольку номинируют целую этническую общность со всеми присущими ей характеристиками.

Изучение фразеологических единиц с этнонимами позволяет актуализировать знания о том, как одно лингвокультурное сообщество относится к себе и другим, определить правила построения взаимодействия с иными сообществами. В работе анализируются фразеологизмы с этнонимами в русском и английском языках. В фокусе внимания находятся их лексико-семантическая специфика и особенности выражения категории оценки. По реализуемой ими оценке исследуемые единицы были разделены на фразеологизмы с нейтральной оценочной коннотацией, с положительной оценочной коннотацией и с отрицательной оценочной коннотацией. Было определено, что преобладают фразеологизмы с отрицательной оценкой. Было также установлено, что отрицательные качества в большинстве случаев приписываются представителям других народов, а положительные – своему, что указывает на реализацию в изучаемых языках противопоставления «свой» - «чужой». Существование подобной оппозиции, выраженное с помощью фразеологических единиц с этнонимами, отражает стереотипы, сложившиеся по

отношению к представителям других народов и национальностей в результате исторических контактов и взаимодействия.

Ключевые слова: фразеологизм, этноним, оценка, стереотип, положительная, отрицательная, нейтральная коннотация.

Общеизвестно, что фразеологические единицы того или иного языка – это источник сведений о национальной культуре, обычаях, верованиях, особенностях развития языка и истории народа. В связи с этим интересным представляется обращение к фразеологизмам с этнонимами, которые рассматриваются как носители разнообразных стереотипов, отражающих взгляд носителей языка на себя и окружающие народы. Этнонимы занимают особое место среди антропонимов, поскольку называют целое лингвокультурное сообщество со всеми присущими ему характеристиками. Фразеологизмы с компонентом-этнонимом содержат в своей семантике национально-культурный компонент, они фиксируют и передают от поколения к поколению культурные установки и стереотипы, т.е. отражают национально-маркированные стереотипы. В. Н. Телия отмечала, что соотнесение языковых значений с тем или иным культурным кодом и составляет содержание культурно-национальной коннотации, которая и придает культурную маркированность не только значениям фразеологизмов или слов, но и смыслу целых текстов [3, с. 219].

Материалом данного исследования выступили фразеологизмы английского и русского языков с компонентом-этнонимом. Под этнонимами понимаются названия наций, народов, народностей, племен, племенных союзов, родов и иных этнических общностей (этносов). Так, например, Г.Ф. Ковалев дает следующую дефиницию этого термина: этноним – это «любой не описательный (однословный) номинант, обозначающий людей по национальному признаку или по их государственной принадлежности» [1, с. 104], отмечая, что в основе этнической номинации лежит не только национальная принадлежность, но и территориально-географический фактор. Единицы, вошедшие в исследовательский корпус, были отобраны из фразеологических словарей [2; 4; 5; 6]. Общее количество проанализиро-

ванных фразеологизмов с этнонимами составило 100 (по 50 для каждого языка).

На первом этапе корпус фактического материала был проанализирован с точки зрения лексико-семантической отнесенности. В результате были выделены следующие группы:

1) наименования лиц, явлений и феноменов окружающей действительности: *Black Russian* (алкогольный напиток из кофейного ликера и водки), *Scotch mist* (густой туман), *цыганский дождь* (теплый дождь в солнечную погоду), *китайская грамота* (что-то непонятное);

2) наименования качества, характеристики человека или предмета: *After shaking hands with a Greek, count your fingers* (поздоровавшись с греком, пересчитай пальцы, т. е. греки склонны к обману и мошенничеству), *play Russian roulette* (играть в русскую рулетку; участвовать в любом безрассудном или опасном действии), *У немца на все инструмент есть* (немцы практичны и подходят к выполнению дела профессионально).

На втором этапе исследования были выделены три группы фразеологизмов с компонентом-этнонимом по реализуемой ими оценке: с нейтральной оценочной коннотацией; с положительной оценочной коннотацией; с отрицательной оценочной коннотацией.

В группу фразеологических единиц с нейтральной оценочной коннотацией относятся, как правило, единицы, которые номинируют явления и феномены окружающего мира: *русский ветер*, *ветер с Руси* (южный ветер), *German wheel* (реквизит, используемый в цирковых представлениях, выглядит как колесо, исполнитель располагается посередине и вращает его), *Indian summer* (бабье лето).

Фразеологические единицы с компонентом-этнонимом, реализующие положительную оценочную коннотацию, соотносятся, как правило, с родной культурой, т. е. отражают автостереотипы. Например, английская культура оценивается в проанализированных англоязычных фразеологизмах, как правило, положительно. Фразеологические единицы с компонентом *English* реализуют такие стереотипные представления, как простота, понятность: *in plain English* (понятным языком); умение: *put some English on it* (ударить или бросить мяч так, чтобы он вращался).

Этнические признаки, связанные с русскими в этнофразеологии русского языка, представлены следующими положительно оцениваемыми характе-

ристичками: смекалка: *обуть в русские лапти* (обмануть, перехитрить, проявить смекалку); хлебосольность, гостеприимство: *на русском хлебе отъелся* (о сытых или богатых иностранцах).

Фразеологические единицы с отрицательной оценочной коннотацией, как правило, содержат этнонимы, называющие другие культуры и народности. В исследуемом корпусе они представлено наиболее широко. Рассмотрим фразеологизмы с негативной оценкой на материале английского языка, а затем русского.

Фразеологизмы с компонентом-этнонимом *British* имеют негативную окраску и реализуют следующие стереотипы: лень, отсутствие инициативы *the British disease* (неспособность или нежелание быть максимально продуктивным); невезение *the best of British* (пожелание удачи, особенно когда шансов на успех мало).

В англоязычной культуре также отрицательно оценивают представителей голландского народа. Это связано, на наш взгляд, с тем, что англичане длительное время соперничали с этим народом, а потому все, что касается голландцев, воспринимается негативно. Голландцам, по мнению носителей англоязычной лингвокультуры, свойственны следующие отрицательно оцениваемые качества:

1) жадность: *Dutch treat / lunch / supper / date* (угощение (свидание), на котором каждый платит за себя);

2) расчетливость, стремление получить максимально возможную выгоду: *Dutch agreement / bargain* (соглашение (сделка), выгодное только для одной стороны);

3) пристрастие к спиртному: *Dutch courage* (пьяная удаля), *Dutch headache* (похмелье), *Dutch feast* (пирушка, на которой хозяин напивается первым);

4) высокомерие: *Dutch uncle* (тот, кто критикует и поучает) и *to talk like a Dutch uncle* (читать мораль);

5) неискренность: *Dutch comfort / consolation* (слабое утешение), *Dutch defence* (защита для видимости), *Dutch gold* (медная фольга, мишура);

6) что-то непонятное, странное: *double Dutch* (галиматья, тарабарщина), *it beats the Dutch* (это чрезвычайно странно);

7) отклонение от общепринятой нормы: *Dutch auction* (аукцион со снижением цен), *Dutch reckoning* (счет, взятый «с потолка»), *Dutch concert* (кто в лес – кто по дрова);

8) неприятности, неудача: *to be in Dutch* (иметь проблемы, неприятности, быть в затруднительном положении, в немилости); даже нечто зловещее *Dutch cure* (самоубийство), *to do the Dutch* (покончить с собой).

В корпусе фактического материала также представлены фразеологизмы, в которых репрезентируются стереотипы относительно ирландцев. Следует отметить, что в единицах с компонентом-этнонимом *Irish* объективируются отрицательно оцениваемые представления о представителях этого народа. Согласно проанализированным фразеологическим единицам, ирландцам приписываются следующие черты:

1) невежество, глупость: *Irish hint* (очевидный, прозрачный намек);

2) вспыльчивость, агрессивность: *to get one's Irish up* (быть в ярости, бешенстве);

3) невысокое социальное и материальное положение: *Irishman's rise / promotion* (понижение в должности или снижение зарплаты).

Фразеологизмы с компонентом-этнонимом *Scotch* актуализируют отрицательно окрашенные оценки представителей шотландской нации, которые включают в себя следующие стереотипные представления о национальном характере шотландцев: жадность *to be Scotch* (быть жадным); ненадежность, нерешительность *Scotch answer* (ответ вопросом на вопрос), *Scotch verdict* (половинчатое решение).

Французы, согласно проанализированному корпусу фразеологизмов, воспринимаются англичанами, как невоспитанные и не владеющие нормами этикета: *French leave* (уйти не попрощавшись, тайком).

В фразеологизмах с компонентом-этнонимом *Spanish* репрезентируются следующие стереотипные представления о национальном характере испанцев: лень, отсутствие инициативности *walk Spanish* (делать что-то из-под палки); отсутствие правил *old Spanish customs* (неортодоксальные, нерегулируемые или несанкционированные практики, которые, тем не менее, широко распространены и существуют давно).

Греки воспринимаются англичанами, прежде всего, как склонные к обману и мошенничеству, что находит свое выражение в следующих фразеологических единицах: *beware of Greeks bearing gifts* (бойтесь данайцев,

дары приносящих), *After shaking hands with a Greek, count your fingers* (поздоровавшись с греком, пересчитай пальцы). Такая национальная характеристика, приписываемая грекам, как неспособность выполнять свои обещания, находит отражение во фразеологизме *the Greek calends* (после дождичка в четверг).

В американском варианте английского языка представлены фразеологизмы, в состав которых входят этнонимы, номинирующие географически близкие к США народы, а именно мексиканцев и индейцев, и объективирующие стереотипные представления американцев о представителях этих народов. Согласно проанализированным в работе фразеологизмам, индейцы отличаются следующими характеристиками: стремлением к выгоде, расчету *Indian giver* (человек, сделавший подарок, а потом требующий его обратно); мстительностью *the Indian sign* (проклятие или заклинание, наложенное на человека, вызывающее постоянные несчастья или потерю воли).

Во фразеологизмах с компонентом *Mexican* актуализируются отрицательно оцениваемые стереотипы о мексиканцах: низкое социальное положение, бедность *Mexican breakfast* (завтрак, который ограничивается сигаретой и стаканом воды); стремление к экономии: *Mexican overdrive* (нейтральная передача, используемая при движении под уклон); неспособность решить проблему *Mexican standoff* (мексиканская дуэль (когда три (или более) близко стоящих человека целятся друг другу в голову, при этом ни один из них не целится в того, кто целится в него; когда ни одна из конфликтующих сторон не может одержать верх, но при этом никто не готов идти на компромисс, боясь тем самым признать своё поражение).

Во фразеологизме с компонентом *Italian* объективируется положительно оцениваемый стереотип об итальянцах как мастерах: *a fine Italian hand* (талант в определенной области).

Отрицательно оцениваемые этнические признаки, связанные с евреями в проанализированных фразеологизмах русского языка, представлены следующими характеристиками: жадность и скупость: *жидовская душа* (о корыстном человеке), *скупой как еврей*; обман: *еврейское золото* (сплав, имитирующий золото).

Китайцы воспринимаются в русскоязычной лингвокультуре через следующие оценочные характеристики: нечто сложное: *китайские церемонии*;



хитрость: *хитрый как сто китайцев*; антисоциальное поведение: *пьян как сто китайцев*.

Ключевым признаком этнического стереотипа цыган выступает в русскоязычной лингвокультуре такая индивидуальная черта личности представителей данного народа, как лживость: *цыган раз на веку правду скажет, да и то покается; цыгану без обману дня не прожить*. Выделенный ключевой признак формируют негативный образ представителей этой народности.

Таким образом, проведенный в работе анализ фразеологизмов с компонентом-этнонимом по параметру реализуемых ими коннотаций свидетельствуют о том, что в английской и русской фразеологии отрицательные качества приписываются представителям других народов, а положительные – своему, в результате чего реализуется противопоставление «свое» и «чужое». Во фразеологических единицах с этнонимами находят репрезентацию стереотипы, сложившиеся в конкретной лингвокультуре по отношению к представителям других народов и национальностей в результате исторических контактов и взаимодействия.

Список использованной литературы

1. Ковалев Г. Ф., Русская ономастика и ономастика России / Г. Ф. Ковалев, М., Школа-Пресс, 2003, 457 с.
2. Кунин А. В., Англо-русский фразеологический словарь / English-Russian Phraseological Dictionary / А. В. Кунин, М., Русский язык, 1984, 944 с.
3. Телия В. Н., Русская фразеология: семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / В. Н. Телия, М., Школа «Языки русской культуры», 2009, 288 с.
4. Фразеологический словарь современного русского языка / сост. Ю.А. Ларионова, М., Аделант, 2014, 512 с.
5. Фразеологический словарь русского языка / сост. И.В. Федосов, А.Н. Лапицкий, М., ЮНБЕС, 2003, 608 с.
6. Farlex Dictionary of Idioms (FDI) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: thefreedictionary.com. – Дата доступа: 10.10.2020.

**ԳՆԱՀԱՏՄԱՆ ՏԱՐԻՐ ԷԹՆՈՆԻՄՆԵՐՈՎ ԴԱՐՁՎԱԾԱՅԻՆ
ՄԻԱՎՈՐՆԵՐՈՒՄ ԱՆԳԼԵՐԵՆՈՒՄ ԵՎ ՌՈՒՍԵՐԵՆՈՒՄ**

ՏՈՒՑԿԱՅԱ ԵԿԱՏԵՐԻՆԱ

Մինսկի պետական լեզվաբանական համալսարանի

5-րդ կուրսի ուսանող

Էլփոստ՝ tuczka.katya@bk.ru

ՍՎԻՍՏՈՒՆ ՏԱՏՅԱՆԱ

Մինսկի պետական լեզվաբանական համալսարանի անգլերեն լեզվի փեսու-

թյան և պրակտիկայի ամբիոնի վարիչ,

բանասիրական գիտությունների թեկնածու, դոցենտ

Էլփոստ՝ tess17@mail.ru

Մարդաբանական անունների մեջ առանձնահատուկ տեղ են գրավում էթնոնիմները /ցեղանուններ/, քանի որ դրանք ներկայացնում են մի ամբողջ էթնիկ համայնք՝ իր բոլոր բնորոշ հատկանիշներով: Էթնոնիմների միջոցով դարձվածային միավորների ուսումնասիրությունը հնարավորություն է տալիս թարմացնել գիտելիքներն այն մասին, թե ինչպես է լեզվամշակութային համայնքը առնչվում իր և մյուսների հետ, որոշել այլ համայնքների հետ փոխգործակցության կառուցման կանոնները: Աշխատանքում վերլուծվում են ցեղանուններով կազմված դարձվածային միավորները ռուսերեն և անգլերեն լեզուներով: Ուշադրության կենտրոնում են նրանց բառային և իմաստային հատկությունները, գնահատման դասակարգումն արտահայտելու առանձնահատկությունները: Ըստ նրանց գնահատման՝ ուսումնասիրվող միավորները բաժանվել են չեզոք, դրական և բացասական գնահատողական լրացուցիչ իմաստ ունեցող դարձվածային միավորների: Պարզվել է, որ գերակշռում են բացասական գնահատական ունեցող դարձվածային միավորները, և այն, որ շատ դեպքերում բացասական հատկությունները վերագրվում են այլ ժողովուրդների ներկայացուցիչներին, իսկ դրականները՝ իրենց, ինչը ցույց է տալիս ուսումնասիրվող լեզուների՝ «յուրային» - «օտար» հակադրությունը: Դարձվածային միավորների օգնությամբ էթնոնիմներով արտահայտված նման հակադրության առկայությունը արտացոլում է այն կարծրատիպերը, որոնք ձևավորվել են այլ ժողովուրդների և ազգությունների ներկայացուցիչների նկատմամբ՝ պատմական շփումների և փոխազդեցության արդյունքում:

Բանալի բառեր՝ *դարձվածային միավոր, էթնոնիմ, գնահատում, կարծրատիպ, դրական, բացասական, չեզոք լրացուցիչ իմաստ:*

EVALUATION COMPONENT IN PHRASEOLOGICAL UNITS WITH ETHNONYMS IN THE ENGLISH AND RUSSIAN LANGUAGES

TUTSKAYA YEKATERINA

5th-year student of the Minsk State

Linguistic University

e-mail: tess17@mail.ru

SVISTUN TATIANA

Head of the Department of Theory and Practice of the English Language, Minsk

State Linguistic University,

PhD in Philological Sciences, Associate Professor

e-mail: tess17@mail.ru

Ethnonyms occupy a special place among anthroponyms, because they nominate an entire ethnic community with all its inherent characteristics. The study of phraseological units with ethnonyms makes it possible to update knowledge about how one linguocultural community relates to itself and others, to determine the rules for building interaction with other communities. The paper analyzes phraseological units with ethnonyms in Russian and English. The focus is on their lexical-semantic specificity and features of the expression of the evaluation category. According to their assessment, the units under study were divided into phraseological units with a neutral evaluative connotation, with a positive evaluative connotation and with a negative evaluative connotation. It was determined that phraseological units with a negative assessment prevail. It was also found that in most cases negative qualities are attributed to representatives of other people, and positive qualities are attributed to their own, which indicates the implementation of the opposition "one's own" - "alien" in the studied languages. The existence of such an opposition, expressed with the help of phraseological units with ethnonyms, reflects the stereotypes that have developed in relation to representatives of other people and nationalities as a result of historical contacts and interaction.

Key words: *phraseological unit; ethnonym; evaluation; stereotype; positive, negative, neutral connotation.*

Հոդվածը ներկայացվել է խմբագրական խորհուրդ 10.11.2022թ.:

Հոդվածը գրախոսվել է 17.11.2022թ.:

Ընդունվել է տպագրության 29.03.2023թ.: