

ков хлеб является сакральной пищей славян (результаты опроса также свидетельствуют о популярности хлеба). ОАО «Гроднохлебпром» активно продвигает этот хлеб на рынке: *Спадар Гарадзенскі, Спадар Гродненскі, Спадар Любительскі, Спадар Обеденный, Спадар Популярный, Спадар Шчодры, Спадар Талака*.

Тематическая группа, на наш взгляд, свидетельствует о том, что имена собственные – топонимы, гидронимы, антропонимы – составляют ядро нашего национального сознания и это находит отражение в наименованиях основного продукта – хлеба. Мы себя позиционируем как белорусскую нацию через имена собственные, значимые для нашей культуры и истории, нашего географического нахождения.

Исследование показало, что старшее поколение уделяет большее внимание названиям хлеба, сознательно выбирает нужный продукт, ориентируясь на вкусы, знание рецептуры и т.п. Название не всегда отражает характеристику особенностей хлеба (чаще, наоборот является «неговорящим»).

Изучение особенностей наименования хлеба, рассмотрение названия как источника информации, взаимосвязи названия и потребительского спроса могут быть полезны в брендировании хлеба нашего города, поскольку Гродно является уникальным туристическим объектом.

Библиографические ссылки

1. Библия в белорусском переводе: проблема высокого стиля [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://churchby.info/rus/183>. Дата доступа: 16.07.2018.
2. Лазарева О. Ю. Названия белорусского хлеба в системе онимических номинаций последнего десятилетия [Электронный ресурс]. Режим доступа: elib.bspu.by/bitstream/doc/3174/1/O%20хлебе.pdf. Дата доступа: 20.07.2018.

ТИПОЛОГИЧЕСКАЯ КЛАССИФИКАЦИЯ ЭТНОНИМОВ РУССКОГО ЯЗЫКА

И. Е. Плис

Белорусский государственный университет
Минск, Беларусь
e-mail: ira.plis.96@mail.ru

В статье рассматривается типологическая классификация этнонимов русского языка, используемых в русских пословицах и поговорках. На основе классификации Е.А. Голубовской выделяются наиболее значимые этнокультурные прототипы и выдвигается гипотеза об этнокультурном отношении нации в целом по отношению к малым этническим группам.

Ключевые слова: этноним; этническая группа; фразеологизм.

TYPOLOGICAL CLASSIFICATION OF THE ETHNONIMES OF THE RUSSIAN LANGUAGE

I. E. Plis

Belarusian State University

Minsk, Belarus

e-mail: ira.plis.96@mail.ru

In this article, a typological classification of the ethnonyms of the Russian language used in Russian proverbs and sayings is considered. Based on the classification of E.A. Golubovskaya, the most significant ethnocultural stereotypes are singled out and the hypothesis about ethnocultural attitude of the nation as a whole in relation to small ethnic groups is put forward.

Key words: ethnonym; ethnic group; phraseology.

Фразеология, содержащая в своем составе этнокультурный компонент любого языка, в той или иной мере отражает отношение носителя к другим этническим группам. С целью выявления семантических, прагматических и лингвокультурных характеристик этнонимов в русском языке нами было проведено практическое исследование 80 фразеологических единиц, отобранных методом сплошной выборки. Источниками послужили словари [2; 3; 4], а также материалы предыдущего исследования [5; 6].

Исследование выявило, что в русской фразеологии в качестве этнических прототипов чаще всего представлены представители следующих этнических групп: татары, цыгане, казаки, евреи, французы, украинцы, немцы, поляки, турки. Наиболее численны фразеологизмы с этнонимом «татары», так как татарский и русский народы имеют общую многовековую историю войн. Реже встречаются фразеологизмы с этнонимом «турки», так как в ходе боевых действий с представителями данной этнической общности на протяжении всей истории большая часть побед принадлежала русским. К «внутренним» этнонимам относятся 11 фразеологических выражений про русских, которые отображают основные черты характера русской нации.

На основе классификации Е.А. Голубовской [1] мы разделили исследуемые нами этнонимы русского языка согласно следующим критериям (нами был добавлен четвертый): «свой-чужой» (соответствующий или противоречащий общепризнанным нормам); «позитивный» – «негативный» (вызывающий положительную или отрицательную реакцию); «про» – «анти» (соответствующий функциям и характеристикам объекта или меняющий их на противоположные); «нейтральный» (выбранный в качестве случайного нейтрального примера или прототипа; может быть легко заменен другим словом).

Согласно параметру **первого** критерия «чужой» (противоречащий общепризнанным нормам) нами было выделено 69 этнонимов. Из них 12 относятся к представителям татарской этнической группы, 11 – цыганской, 10 – казацкой, 9 – еврейской, 8 – французской, 6 – украинской, 6 – немецкой, 4 – польской, 3 – турецкой. Например: *жид подаст одному ничего, а другому – меньше того; когда жид помирает – все свое хватает*. Следует учесть тот факт, что само наименование «жид» в славянском фольклоре не носит негативной коннотации, так как до середины XX в. оно считалось нейтральным, этимологически связанным со словами *Jew, Juda* в английском и немецком языках. Для русских евреи представляются скупыми, расчетливыми. Этот факт можно объяснить тем, что вплоть до начала XX века евреи жили за чертой оседлости, которая проходила по границам некоторых областей нынешних Беларуси и Украины, и только избранные представители еврейства имели право находиться в пределах Российской империи. Как правило, это были торговцы, купцы – люди делового склада ума, поведение которых шло вразрез с устоями бытовой и общественной жизни русских. Простой русский народ – автор пословиц и поговорок, не имел возможности соприкасаться с представителями простого еврейского люда, а мог только с так называемыми «элитарными» кругами того времени. Отсюда – преобладание негативного отношения.

Что касается параметра «свой» (соответствующий общепризнанным нормам), нами было выделено 11 этнонимов с данной этноконнотацией. К ним относятся эндоэтнонимы: *русский человек без родни не живет; русский ни с мечом, ни с калачом не шутит*. Любовь к семье, любовь к родине – основные черты русского характера.

Согласно **второму** критерию «позитивный» (вызывающий положительную реакцию) нами было выделено 18 этнонимов. Из них 8 относятся к представителям казацкой этнической группы, 10 – эндоэтнонимы. Например: *пришли казаки с Дону да погнали ляхов да дому; казаки – глаза и уши армии*. На протяжении всей истории казаки были самыми лучшими воинами, защитниками русских территорий от врагов.

Что касается параметра «негативный» (вызывающий отрицательную реакцию) нами было выделено 42 этнонимов. Их них 9 относятся к представителям еврейской этнической группы, 7 – татарской, 7 – цыганской, 5 – украинской, 4 – французской, 4 – немецкой, 3 – польской, 3 – турецкой. Например: *цыгану без обману дня не прожить; цыган даром мимо не пройдет*. Основные представления у русского народа о цыганах связаны с обманом и воровством.

Согласно **третьему** критерию «про» (соответствующий функциям и характеристикам объекта) нами было выделено 9 этнонимов. Из них 2 относятся к представителям французской этнической группы, 2 – польской, 2 – татарской, 1 – еврейской, 1 – турецкой, 1 – немецкой. Например: *это – суций француз* (говорлив, опрометчив); *настоящий немец* (точен, педантичен, причудлив). Это означает поступать в определенной ситуации соответственно, как принято у иной этнической группы.

Параметру «анти» (меняющий на противоположные функции и характеристики объекта) соответствует 1 фразеологизм с этнонимом польской этнической группы, 1 – цыганской: *у поляка и приказ рассказ* (обман, ложь); *цыганский пот пронял* (озяб). Данные фразеологизмы имеют противоположное значение.

Согласно параметру **четвертого** критерия «нейтральный» нами было выделено 20 этнонимов. Из них 5 относятся к представителям татарской этнической группы, 4 – цыганской, 4 – французской, 2 – казачьей, 2 – немецкой, 1 – русской, 1 – польской, 1 – украинской. Например: *у француза ножки тоненьки, душа коротенька; француз – кургуз; французский ветер*. Русские характеризуют французов как беззаботных и ветреных людей.

Следует отметить, что ряд фразеологизмов подпадает более чем под один критерий. Так, критерий «чужой» может сочетаться с критерием «негативный»: *хохол глупее вороны, а хитрее черта; хохол не соврет, да и правды не скажет*.

Таким образом, статистические данные свидетельствуют о том, что традиционно представители других этнических групп воспринимались русскими негативно. Это, по нашему мнению, можно объяснить тем, что в течение многовековой истории русские участвовали в различных военных конфликтах, а также контактировали с представителями разных национальностей, имеющие свои культурные и религиозные особенности. Поскольку Россия в ходе многовековой истории показала себя как ведущая мировая держава (наряду с такими империями, как Франция и Великобритания), то ее отношение к другим, «внешним» (не «внутренним») этническим группам можно расценивать как настороженное и даже высокомерное, в то время как отношение «малых» народов к «внешним» этническим группам можно охарактеризовать как терпеливое и миролюбивое, что подтверждается нашими предыдущими исследованиями [5; 6].

Библиографические ссылки

1. Голубовская Е. А. Особенности отражения этнических стереотипов в лексическом составе английского языка // Ученые записки РГСУ. Сер. Языковедение. – 2012. № 4. С. 124–130.
2. Даль В. И. Пословицы русского народа: в 2 т. М.: Художественная литература, 1989. Т.2. 430 с.

3. Избранные пословицы и поговорки русского народа / Н.П. Колпакова [и др.]. – М.: Гослитиздат, 1957. 204 с.
4. Ковалева С. 700 золотых пословиц и поговорок. М.: Астрель, 2010. 479 с.
5. Плис И. Е. Способы передачи англоязычного образного фразеологизма с этнонимическим компонентом на русский язык // Языковая личность и перевод: сб. материалов II Межвуз. науч.-образоват. форума молодых переводчиков, Минск, 5-6 дек. 2017 г. / редкол.: С.В. Воробьева (отв. ред.) [и др.]. Минск: Изд. центр БГУ, 2018. С. 92–95.
6. Плис И. Е., Значенок В. С. Этнонимы в белорусских и английских фразеологизмах // Языковая личность и эффективная коммуникация в современном поликультурном мире: сб. ст.: в 2 ч. / редкол.: О.И. Уланович (отв. ред.) [и др.]. Ч. 2. Минск: Изд. центр БГУ, 2018. С. 145–153.

ПАРАДЫГМЫ ТЭМПАРАЛЬНЫХ ПРЫНАЗОЎНИКАВЫХ АДЗІНАК З БАЗАВЫМІ КАМΠΑНАНТАМІ З СЕАНТЫКАЙ ‘ЧАСАВЫЯ АДРЭЗКІ’

Г. Ч. Рыжковіч

Гродзенскі дзяржаўны ўніверсітэт імя Янкі Купалы

Гродна, Беларусь

e-mail: annamichalouskaya@mail.ru

У артыкуле разглядаюцца тэмпаральныя прыназоўнікавыя спалучэнні беларускай мовы з базавымі кампанентамі – назоўнікамі, якія абазначаюць часавыя адрэзкі. Апісваюцца парадыгмы тэмпаральных прыназоўнікавых адзінак, прыводзіцца колькасць тэмпаральных прыназоўнікавых адзінак з базавымі кампанентамі дадзенай семантычнай групы, разглядаюцца фактары фарміравання парадыгм з базавымі кампанентамі – часавымі адрэзкамі.

Ключавыя словы: прыназоўнікавае спалучэнне; базавы кампанент; парадыгма; першасны прыназоўнік.

PARADIGMS OF TEMPORAL PREPOSITIONAL UNITS WITH SEMANTICS OF TIME INTERVALS

G. C. Ryzhkovich

Grodno State University named after Yanka Kupala

Grodna, Belarus

e-mail: annamichalouskaya@mail.ru

The article considers temporal prepositional combinations of the Belarusian language with basic components - nouns, which designate time intervals. Paradigms of temporal prepositions are described, the number of temporal prepositions with the basic components of a given semantic group is presented, the factors of the formation of paradigms with the basic components denoting time intervals are considered.

Key words: prepositional unit; basic component; paradigm; primary preposition.