

**РАЗДЕЛ 4**  
**ЯЗЫКОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ В СОВРЕМЕННОМ**  
**ПОЛИКУЛЬТУРНОМ МИРЕ**

**SECTION 4**  
**LANGUAGE COMMUNICATION**  
**IN THE MODERN MULTICULTURAL WORLD**

**СТРУКТУРА СЕМАНТИЧЕСКОГО ПОЛЯ**  
**ЭТНОФРАЗЕОЛОГИЗМОВ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА**

**THE STRUCTURE OF THE SEMANTIC FIELD**  
**OF PHRASEOLOGICAL UNITS WITH ETHNONYMS**  
**IN THE ENGLISH LANGUAGE**

***В.И. Аверченко***

***V.I. Averchenko***

Белорусский государственный университет

Минск, Беларусь

Belarusian State University

Minsk, Belarus

*e-mail: belonesha@mail.ru*

Статья посвящена анализу этнофразеологизмов английского языка, которые отражают эмоционально-оценочные этнические стереотипы – представления о поведении, личностных характеристиках, моделях общения представителей других этносов как результат межэтнического восприятия.

*Ключевые слова:* этностереотип; этнофразеологизм; этноним.

The article deals with analysis of phraseological units with ethnonyms in the English language, which highlights emotional and evaluative ethnic stereotypes – concepts about personal traits, communicative and behavioral models of representatives of different ethnic groups created as a result of inter-ethnic perception.

*Keywords:* ethnic stereotype; phraseological units with ethnonyms; ethnic name.

В языковом фонде каждого народа можно найти этномаркированные элементы, которые являются, во-первых, средствами материализации исторически структурированных стереотипов национальной ментальности, а, во-вторых, ключевыми инструментами культивирования этнических стереотипов у представителей последующих поколений носителей языка и культуры в силу билатеральной зависимости языка и сознания: «С одной стороны, языковые средства выступают единствен-

ным эффективным инструментом оязыковления процессов, состояний, содержательных компонентов индивидуального и массового сознания», с другой стороны, языковые единицы, встраиваясь в индивидуальное языковое сознание в процессе речевого онтогенеза, «формируют индивидуальные смыслы, выступая тем самым системообразующим звеном когнитивного моделирования действительности» [4, с. 4].

В силу отмеченного изучение этнонимической лексики представляется объективным способом выявления и определения качественного своеобразия акцентов национальной ментальности, а этнофразеология в массиве этнонимической лексики – это наиболее прозрачный и четкий экспликатор этнических маркеров в том или ином социуме.

Материалом нашего исследования акцентов и доминант этнокультурного мировидения носителей английского языка стали фразеологические единицы английского языка (включая и паремии) с компонентом-этнонимом – т.е. *языковая этноидиоматика*. Экспериментальный корпус нашего исследования составили **234** единицы английского языка, вычлененные с помощью метода сплошной выборки из ряда словарей и научных статей, что позволяет нам утверждать о его высокой репрезентативности. Итак, наш экспериментальный корпус составили этнофразеологизмы со следующими компонентами: **Arab** (4 единицы), **Welsh** (4 единицы), **American** (3 единицы), **British** (3 единицы), **English** (31 единица), **Greek** (9 единиц), **French** (6 единиц), **Jew** (2 единицы), **Russian** (15 единиц), **Chinese** (17 единиц), **Dutch** (42 единицы), **Ethiopian** (2 единицы), **Gypsy** (3 единицы), **Indian** (12 единиц), **Irish** (18 единиц), **Mexican** (10 единиц), **Scotch** (16 единиц), **Spanish** (6 единиц), **Swiss** (3 единицы), **Turk** (5 единиц), **Egyptian** (7 единиц), **Tartar** (2 единицы), а также группа фразеологических единиц с нечастотными этнонимами (14 единиц).

Статистический анализ позволил обнаружить репрезентативность различных этнонимов в этнофразеологии английского языка или, в образном выражении Т.И. Скоробогатовой, так называемые «рефлексы лингвокультурного взаимодействия народов», которые «представляют собой своеобразные сегменты этнической картины мира, которая находит свое выражение, прежде всего, в этнонимической лексике» [3, с. 97].

Дальнейший семантический анализ единиц экспериментального корпуса предполагал их классификацию по следующим критериям: *во-первых*, анализировалась их принадлежность к той или иной семантической группе, *во-вторых* – имело место выявление общей

оценки, представленной во фразеологической единице (положительная, отрицательная, отсутствие ярко выраженной оценки).

За основу семантической классификации этнофразеологизмов английского языка была принята классификация, предложенная Т.И. Скоробогатовой и Т.А. Шкуратовой [3, с. 103]. В частности, нами была осуществлена классификация корпуса этнофразеологизмов английского языка по следующим критериям:

1) по **денотативному значению**: а) собственно этнонимы; б) лингвонимы; в) топонимы;

2) по **сигнификативному значению**: а) этнокультурные реалии; б) антропологические характеристики, в) речевые клише;

3) по **коннотативному значению**: а) отрицательная оценка, б) положительная оценка, в) нейтральная: отсутствие ярко выраженного осуждения / одобрения.

Классификация по **денотативному значению** включает выделение следующих групп этнофразеологизмов:

а) собственно этнонимы (*an Englishman's home is his castle* – ‘мой дом – моя крепость’; *take a French leave* – ‘уйти, не попрощавшись’; ‘*Chinese tobacco*’ – опиум);

б) лингвонимы (*wardour-street English* – ‘архаическая английская речь’; *dictionary English* – ‘педантично правильный английский’; *broken English* – ‘речь, содержащая большое количество грамматических и произносительных ошибок’);

в) топонимы (*build castles in Spain* – ‘строить воздушные замки’, *from China to Peru* – ‘повсюду’, *the ten plagues of Egypt* – ‘что имеем не храним, потерявши, плачем’).

Классификация по **сигнификативному значению** позволила нам определить следующие группы этнофразеологизмов:

а) речевые клише (*Great Scott!* – ‘Вот те раз! Святые угодники!’; *when the Ethiopian changes his skin* – ‘когда эфиоп сменит кожу: никогда; после дождика в четверг; когда рак свистнет’);

б) этнокультурные реалии (*Dutchman's laudanum* – ‘растение, активно используемое как успокоительное средство’, *Chinese tumbler* – ‘китайский акробат, игрушка-неваляшка, Ванька-встанька’);

в) этнофразеологизмы, выражающие антропологические характеристики, которые, в свою очередь, подразделяется на единицы, обозначающие:

– индивидуальные черты личности / народа (*Arabian bird* – ‘птица феникс; в переносном смысле – уникум’, *with English sang-froid* – ‘с английским хладнокровием, выдержкой, сдержанностью’);

– социальный статус / роль личности (*street Arab* – ‘уличный мальчишка, дитя улицы, беспризорный ребенок’, *Welsh uncle* – ‘валлийский / уэльский дядя: двоюродный брат отца или матери; дальний родственник’);

– антисоциальное поведение (*to see Indians* – ‘напиться’, *Dutch cure* – ‘самоубийство’);

– физическое состояние и внешность (*Greek God* – ‘красивый мужчина’, *Indian belly* – ‘расстройство желудка’, *Dutch built* – ‘о человеке плотного телосложения’).

Также нами было определено *коннотативное* значение этнофразеологизмов: а) отрицательная оценка, б) положительная оценка, в) нейтральная: отсутствие яро выраженного осуждения / одобрения. По словам Е.Ф. Арсеньевой, коннотацию следует рассматривать, как «дополнительную информацию по отношению к сигнификативному значению, как совокупность семантических наслоений, включающих в себя оценочный, экспрессивный, эмоциональный и функционально-стилистический компонент» [1, с. 42].

Что касается причин образования таких коннотация, то нельзя не согласится со следующим утверждением Е.Л. Березович и Д.П. Гулик: «Причины образования определенных коннотаций у этнонимов носят экстралингвистический характер: они связаны с историческим, политическим, религиозным и психологическим контекстом существования данных лексем и их референтов. Все эти экстралингвистические причины дают толчок формированию коннотаций этнонимов, которые потом могут закрепляться в них узуально, становясь семантическим ядром производных и фразеологически связанных значений» [2, с. 233].

В нашем экспериментальном корпусе наиболее репрезентативными являются фразеологизмы со следующими этнонимами: **Dutch** (42 единицы), **English** (31 единица), **Irish** (18 единиц), **Chinese** (17 единиц), **Scotch** (16 единиц), **Russian** (15 единиц). Именно эти группы этнофразеологизмов были нами далее проанализированы согласно вышеупомянутой классификации (по денотативному, сигнификативному и коннотативному значению) (рис. 1, рис. 2, рис. 3).

Как свидетельствуют статистические данные, среди анализируемых этнофразеологизмов по *денотативному признаку* численно выделяются единицы с компонентом **Dutch**, который в подавляющем большинстве фразеологизмов фигурирует как *собственно этноним* (40 единиц). Фразеологизмы с компонентом **English** отмечены доминирующим присутствием лингвонима (English) в структуре фразеологической единицы (18 единиц), в то время, как, например, фразеологизмы

с компонентами **Irish** и **Russian** не имеют в своей структуре ни лингвонимов, ни топонимов, а только собственно этнонимы (рис. 1).

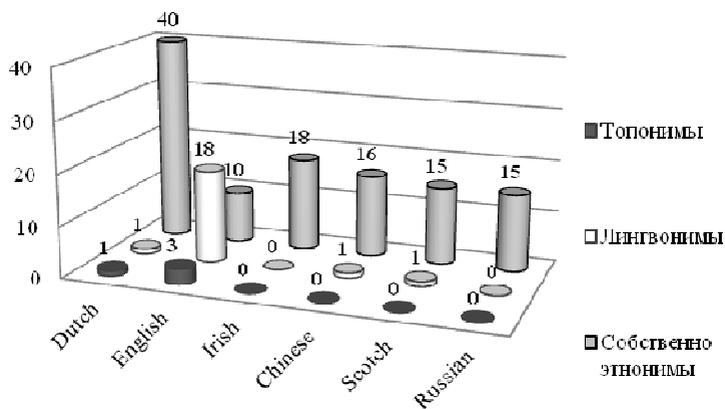


Рис. 1. Классификация этнофразеологизмов английского языка по денотативному признаку

Далее этнофразеологизмы были проанализированы по *сигнификативному признаку* (рис. 2).

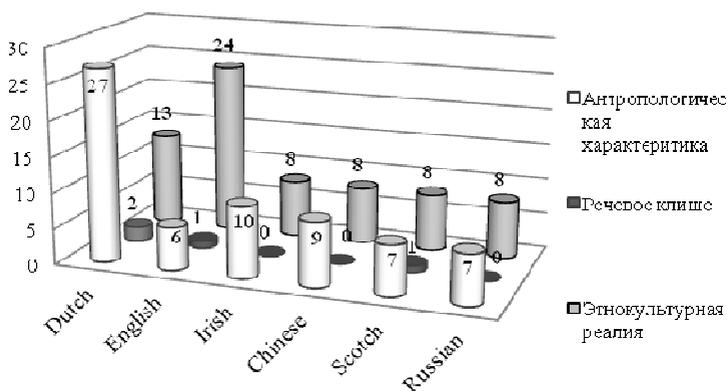


Рис. 2. Классификация этнофразеологизмов английского языка по сигнификативному признаку

Как свидетельствуют данные, наиболее численной является группа единиц, обозначающих *антропологические* характеристики – индивидуально-личностные черты, физические и социальные характеристики представителей этноса.

Так, среди корпуса фразеологизмов с компонентом **Dutch** (общее количество – 42) 27 единиц обозначают антропологические характеристики голландцев. В корпусе фразеологизмов с этнонимом **English** 6 единиц непосредственно передают характеристики представителей этноса, с этнокомпонентом **Irish** – 10 единиц, с компонентом **Chinese** – 9, **Scotch** – 7, **Russian** – 7. При этом все разнообразие обозначаемых антропологических характеристик может быть сведено к следующим отчетливо выделяемым группам: 1) индивидуальные черты личности / народа, 2) социальный статус / социальная роль личности, 3) (анти)социальное поведение, 4) физическое состояние / внешность (табл. 1).

Таблица 1

**Классификация этнофразеологизмов английского языка по критерию обозначаемых антропологических характеристик**

Семантическая группа	Dutch	English	Irish	Chinese	Scotch	Russian
Индивидуальные черты личности / народа	15	4	7	9	3	3
Социальный статус / роль личности	1	0	0	0	3	0
(Анти)социальное поведение	9	2	3	0	0	4
Физическое состояние и внешность	1	0	0	0	1	0

Данные отчетливо демонстрируют, что в группе антропоцентрических характеристик доминируют фразеологические единицы, акцентирующие *индивидуальные черты личности / народа*: **Dutch hospitality** – ‘недружелюбный, неприветливый прием’, **to talk for England** – ‘говорить подолгу, часами (о сверх разговорчивом человеке)’, **Irish witness** – ‘лживое свидетельство (лживость ирландцев)’, **Chinese accounting** – ‘подтасовка цифр, данных (фальшь, обман как черта личности)’, **be Scotch** – ‘быть жадным’, **Russian smile** – ‘хмурый’.

Следующей по репрезентативности в группе антропоцентрических характеристик выступает подгруппа фразеологизмов, номинирующих (*анти*)*социальное поведение*: **Dutch feast** – ‘пир, на котором хозяин напивается первым’, *he clips the King's English* (he is drunk) – ‘пьяный в стельку’, **Irish handcuffs** (when both hands are full of alcohol) – ‘пьянство: когда алкоголь в обеих руках’, **Russian marathon** – ‘соревнование по количеству выпитого алкоголя’ (о пьянстве русских), *talk to smb like a Dutch uncle* – ‘учить уму-разуму (заниматься нравоучением)’; *do the Dutch* – ‘совершить самоубийство’; *to have danced at an Irish wedding* – ‘иметь оба глаза подбитыми’ (после драки); **Mexican overdrive** – ‘езда с нарушением правил’.

Фразеологические единицы, обозначающие *социальный статус / социальную роль личности* представлены единично: *one's old Dutch* – ‘жена, «старуха», дама с внушительной внешностью’, **Scotch cousin** – ‘дальний родственник’ и др.

Наименее репрезентативными в анализируемых нами группах этнофразеологизмов оказались единицы, акцентирующие *физическое состояние и внешность*: **Dutch built** – ‘о человеке плотного телосложения’, **Scotch fiddle** – ‘зуд, чесотка’.

Выявленная статистическая репрезентативность различных антропологических характеристик в формировании этнических стереотипов позволяет сделать значимый вывод: в оценке представителей иных этнических групп акцентируются индивидуально-личностные черты, а именно, обнаруживается примат *черт характера, нравственности, ценностей, оценок и отношений* представителей этноса как элементов национальной ментальности и национального характера. Далее весьма существенное значение имеют типичные модели социального / антисоциального поведения: *пьянство, разгульный образ жизни, поведенческие привычки* (как, например, склонность к нравоучению, дракам, самоубийству и т.д.). При этом отчетливо доминирует *склонность к пьянству* как первичный признак в оценке социального поведения иностранца. Замечено, что менее значимы в формировании стереотипов: внешность, физические черты и социальный статус. Выявленное весьма показательно и косвенно подтверждает исторически сложившуюся в человеческом обществе универсальную, наднациональную склонность к формированию **сущностной оценки личности** и игнорированию формальных показателей при стереотипизации (внешности и общественного статуса), что повышает валидность этнических стереотипов и важность их учета в построении межкультурного диалога.

Группа *этнокультурных реалий* весьма репрезентативна (суммарно 69 единиц в объеме фразеологизмов с анализируемыми нами этнонимами): *Dutch agreement / bargain* – ‘делка, выгодная лишь для одной стороны, однобокая сделка’, *Dutch nightingale* – ‘лягушка’, *the King's English* – ‘язык социальной элиты, высокопарный язык’, *received English* – ‘нормативный литературный английский язык’, *Irishman's rise / promotion* – ‘понижение в должности или снижение зарплаты’, *Irish confetti* – ‘кирпичи’, *Chinese tobacco* – ‘опиум’, *Scotch marriage* – ‘брак между английскими молодыми влюбленными’ и др.

Как следует из приведенных примеров, к данной семантической группе нами были отнесены все фразеологические единицы, обозначающие все стороны этнокультурного бытия народа, а именно:

– **социофакты** (элементы культуры, межличностных взаимоотношений, социального устройства общества): *Dutch blessing* – ‘брань’, *Dutch hospitality* – ‘недружелюбный, неприветливый прием’, *thieves' Latin* – ‘воровской жаргон’;

– **артефакты** (материальные средства жизнеобеспечения антропоного происхождения): *Gipsy-table* – ‘круглый столик на трех ножках’, *Welsh wig* – ‘грубошерстная фуражка’, *Dutch wife* – ‘валик под подушку’; *Chinese wall* – ‘китайская стена’ (фг. ‘непреодолимое препятствие’); *Chinese tobacco* – ‘опиум’;

– **натурфакты** (элементы природной среды обитания народа): *Scotch mist* – ‘густой туман с морозящим дождем’, *Irish hurricane* – ‘полный штиль’, *Dutch nightingale* – ‘лягушка’.

Группа *речевых клише* представлена следующими этнофразеологизмами: *It beats the Dutch!* – ‘Это превосходит все! Ну надо же!’, *the Dutch have taken Holland!* – ‘Открыл Америку!’, *save as the Bank of England* – ‘быть как за каменной стеной’, *Great Scott!* – ‘Вот те раз! Святые угодники!’, *tell it to the Jews!* – ‘расскажи это своей бабушке’, *I'm a Dutchman if...* – ‘провалиться мне на этом самом месте, если...; будь я проклят, если’ (демонстрация уверенности в своей правоте), *from China to Peru* – ‘повсюду’.

В классификации по *коннотативному* значению группы этнофразеологизмов с репрезентативными этнонимами (Dutch, English, Irish, Chinese, Scotch, Russian) наиболее численной является группа элементов, представляющих **отрицательную** оценку: *Dutch agreement / bargain* – ‘делка, выгодная лишь для одной стороны, однобокая сделка; сделка, завершаемая выпивкой’, *Dutch feast* – ‘пир, на котором хозяин напивается первым’, *real England begins behind the nearest pub's threshold* – ‘настоящая Англия за дверями первого паба (о пьянстве)’, *English spliff* – ‘сигарета с коноплей’, *to get somebody's Irish up* – ‘раз-

гневать, рассердить, разозлить кого-либо’, *Chinese attack* – ‘ложная атака’, *Scotch verdict* – ‘оправдательный приговор, вердикт «вина не доказана»; половинчатое решение; неубедительный вывод’, *Russian salad party* – ‘оргия’ и др. (рис. 3).

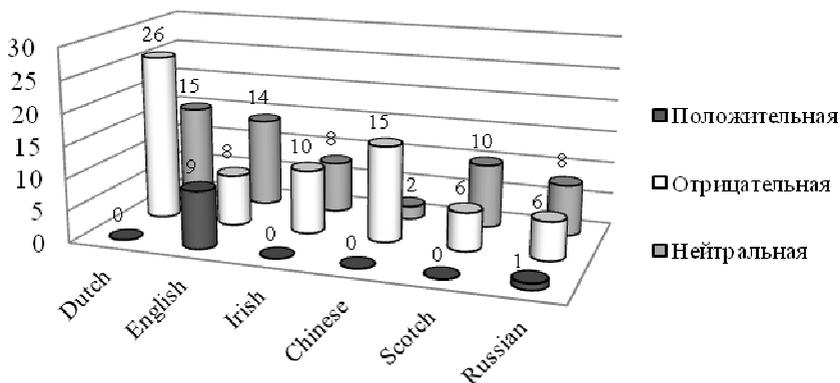


Рис. 3. Классификация этнофразеологизмов английского языка по коннотативному признаку

Фразеологические единицы с *нейтральной* оценкой уступают по репрезентативности (57 единиц в массиве этнофразеологизмов компонентом Dutch, English, Irish, Chinese, Scotch, Russian): *Dutch auction* – ‘аукцион (чрезмерно высокие цены снижаются, пока не найдется покупатель)’, *advanced English* – ‘говорить на языке молодежи’, *Irish hint* – ‘очевидный, прозрачный намек’, *Chinese tumbler* – ‘«китайский акробат», игрушка-неваляшка, Ванька-встанька’, *Scotch cousin* – ‘дальний родственник’, *Russian roulette* – ‘русская рулетка’ и др.

Наименее численной является группа единиц с положительной оценкой (10 единиц в массиве этнофразеологизмов с компонентами Dutch, English, Irish, Chinese, Scotch, Russian): *the King's English* – ‘язык социальной элиты’, *an Englishman's home is his castle* – ‘мой дом – моя крепость’, *dictionary English* – ‘педантично правильный английский’, *Russian up* – ‘починить по-русски’ (с помощью подручных средств).

Обнаружены и единичные случаи фразеологизмов, оценочность (положительная, отрицательная) которых контекстуально зависима, например: *It beats the Dutch!* – ‘Это превосходит все!; Ну надо же!’.

То же пропорциональное отношение справедливо и для всего экспериментального корпуса. Этнофразеологизмы с положительной

коннотацией составляют 20 единиц (8,5%), с отрицательной – 133 единицы (56,8%), с нейтральной – 81 единица (34,6%) в общем экспериментальном корпусе из 234 англоязычных этнофразеологизмов.

Отрицательная оценка однозначно доминирует в этнофразеологизмах во всем экспериментальном корпусе: *Polish parliament* ‘польский парламент, хаос, беспорядок, когда во время сессии невозможно принять решение’, *Italian hand* – ‘нежелательное влияние, вмешательство в чьи-либо дела’, *Egyptian vulture* – ‘стервятник’, *Spanish money* – ‘пустые слова’, *Mexican red* – ‘разновидность марихуаны’ и др.

Подводя итог проведенному семантическому анализу можно отметить, что статистические данные позволили обнаружить репрезентативность различных этнонимов в этнофразеологии английского языка. Наиболее частотными, при этом, выступают такие этнонимы, как Dutch и English, наименее репрезентативны: British, Jew, Swiss, Tartar.

Осуществленный лингвистический анализ этнофразеологизмов с позиции семантики свидетельствует о доминировании в идиомаобразовании (и, следовательно, в стереотипизации) черт, представляющих антропологические характеристики – т.е. те или иные свойства, присущие языковой личности – представителю этнокультурного сообщества.

В классификации этнофразеологизмов по денотативному значению доминирует подгруппа фразеологических единиц с *собственно компонентом этнонимом*. Фразеологические единицы с компонентом *лингвонимом* (названием национального языка) значительно уступают репрезентативности собственно этнонимов в этнофразеологии и наблюдаются в группе единиц с компонентом *English*. Наименее численной является подгруппа единиц с элементом *топонимом*.

По коннотативному значению в англоязычной этнофразеологии доминирует подгруппа фразеологических единиц с отрицательной оценкой. Фразеологические единицы с нейтральной оценочностью заметно уступают по репрезентативности. Наименее численной является подгруппа единиц с положительной оценочностью.

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Арсентьева, Е.Ф. Сопоставительный анализ фразеологических единиц (на материале фразеологических единиц, семантически ориентированных на человека, в английском и русском языках) / Е.Ф. Арсентьева. – Казань: Изд-во Каз. ун-та, 1989. – 126 с.

2. Березович, Е.Л. Ономазиологический портрет «человека этнического»: принципы построения и интерпретации / Е.Л. Березович, Д.П. Гулик // Встречи этнических культур в зеркале языка. – М.: Наука, 2002. – С. 232-253.
3. Скоробогатова, Т.И. Этническая картина мира и этнодиоматика (на материале английского и французского языков) / Т.И. Скоробогатова, Т.А. Шкуратова // Вест. Православ. Свято-Тихон. гуманитар. ун-та. Сер.3: Филология. – 2007. – № 9. – С. 97-114.
4. Уланович, О.И. Ментальные процессы и механизмы языкового сознания / О.И. Уланович // Кросс-культурная коммуникация и современные технологии в исследовании и преподавании языков: материалы II Междунар. науч.-практ. конф, Минск, 25 октября 2013 г.; под ред. О.И. Уланович. – Минск: Изд. центр БГУ, 2014. – С. 3-76.

**ДАТЫЎ КАРЫСЦІ / ШКОДЫ Ў СТРУКТУРЫ  
ПОЛЬСКАГА І БЕЛАРУСКАГА СКАЗА:  
ВЫНІКІ КАНТРАСТЫЎНАГА АНАЛІЗУ**

**DATIVUS COMMODI / INCOMMUDI IN THE STRUCTURE  
OF THE POLISH AND BELARUSIAN SENTENCES:  
THE RESULTS OF THE CONTRASTIVE ANALYSIS**

***С.А. Важнік***

***S.A. Vazhnik***

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт  
Мінск, Беларусь  
Belarusian State University  
Minsk, Belarus  
*e-mail: waznik@yandex.ru*

Современное польское простое предложение выделяется на фоне белорусского наличием в своей структуре специфической синтаксемы – датива пользы / вреда. Исследования в области исторического синтаксиса белорусского языка позволяют констатировать факт употребления оценочного датива в структуре белорусского простого предложения в середине XIX – начале XX века. Этот факт свидетельствует об общих – изосинтаксических – элементах в белорусском и польском языках в определённый период их развития.

*Ключевые слова:* датив пользы / вреда; синтаксическая модель; простое предложение; контрастивный синтаксис.

Modern Polish simple sentence stands out against the Belarusian one by the presence of a specific syntaxeme – dativus commodi / in commodi in its structure. Researches in the field of the historical syntax of the Belarusian language allow us to state the fact of the use of the evaluative dative in the Belarusian simple sentence structure in the middle of XIX – the beginning of