

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный профессионально-педагогический университет»

ЭТНОНИМЫ В АНГЛИЙСКОЙ ФРАЗЕОЛОГИИ КАК ОТРАЖЕНИЕ
НАЦИОНАЛЬНЫХ СТЕРЕОТИПОВ

Выпускная квалификационная работа
по направлению подготовки 44.03.01 Педагогическое образование
профилю подготовки «Образование в области иностранного языка
(английского)»

Идентификационный код ВКР: 113

Екатеринбург 2018

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный профессионально-педагогический университет»
Институт психолого-педагогического образования
Кафедра германской филологии

К ЗАЩИТЕ ДОПУСКАЮ:
Зав. кафедрой ГФ
_____ Б.А. Ускова
«11» июня 2018 г.

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
Этнонимы в английской фразеологии как отражение национальных
стереотипов

Исполнитель:

Обучающийся(аяся) группы № ИА-404 Кавалерова Н.А

_____ (подпись)

Руководитель
Т.А.

_____ к. филол. наук, профессор Знаменская
(подпись)

Нормоконтролер

_____ к. пед. наук, доцент Фоминых М.В.
(подпись)

Екатеринбург 2018
СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ ЭТНОНИМОВ, ОТРАЖАЮЩИХ НАЦИОНАЛЬНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ, В АНГЛИЙСКОЙ ФРАЗЕОЛОГИИ.....	8
1.1 Фразеология как часть национальной картины мира.....	8
1.2 Соотношение понятий фразеологии и паремиологии.....	15
1.3 Национальные стереотипы и их отражение в фразеологии.....	20
Вывод к главе I.....	30
ГЛАВА II. ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ С ЭТНОНИМАМИ В АНГЛИЙСКОЙ НАЦИОНАЛЬНОЙ КАРТИНЕ МИРА.....	33
2.1 Фразеологические единицы с этнонимом Dutch.....	33
2.2 Фразеологические единицы с этнонимом Greek.....	37
2.3 Фразеологические единицы с этнонимом Spanish.....	40
2.4 Фразеологические единицы с этнонимом Jewish.....	43
2.5 Фразеологические единицы с этнонимом Italian.....	45
2.6 Фразеологические единицы с этнонимом Polish.....	47
2.7 Фразеологические единицы с этнонимом Irish.....	49
2.8 Фразеологические единицы с этнонимом Chinese.....	50
2.9 Фразеологические единицы с этнонимом Russian	51
2.10 Фразеологические единицы с этнонимом French.....	53
Вывод к главе II.....	56
МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ: АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ ФРАЗЕОЛОГИИ В ИНОЯЗЫЧНОМ ОБРАЗОВАНИИ.....	59
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	63

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследуемой проблемы полностью обусловлена современным этапом развития английского языка и глобализационных общественных процессов. В настоящее время наблюдаются масштабные процессы глобализации английского языка, усиливаются миграционные процессы, направленные на необходимость формирования толерантного и эффективного межкультурного взаимодействия, уничтожение барьеров, мешающих коммуникации. Заметно широчайшее распространение языка в такой степени, что появляется необходимость изучения разговорных лексических единиц, обладающих национальным характером.

Многие ученые-лингвисты, такие как М. Хайдеггер, Т. Г. Никитина и другие, говорят о картине мира не как о зеркальном отражении действительности, а как о способе его интерпретации, причем языковая картина мира является «домом бытия» для всего лингвокультурного общества. Она формируется многими языковыми лексическими средствами, частью которых являются фразеологизмы, отражающие национальный характер.

Миграционные процессы и различия в культурных нормах часто ведут к тому, что возникают коммуникационные барьеры между представителями разных национальностей. Следует заметить, что чаще всего такие барьеры являются следствием национальных стереотипов, проявляющихся в поведении или мировоззрении.

Именно тот факт, что такая особенность развития общества свойственна современному этапу XXI века, а также увеличение стереотипов

и необходимость формирования толерантности, а также признание своей нормы не единственно возможной формирует необходимость изучения данной темы.

Помимо этого, изучение этнонимов, относящихся к фразеологическим единицам, только подчеркивает актуальность исследования.

Степень изученности проблемы. Изучением национально-культурной лексики, особенностей национальных стереотипов, проявляющихся в лексической структуре языка в качестве этнонимов, занималось большое количество как отечественных, так и зарубежных ученых. Были написаны статьи И.Е. Аверьяновой, Л. А. Бобровник, Е. И. Дибровой, В. И. Карасик, И. А. Кондаковой, О. В. Маруневич, Т. Л. Павленко, В. В. Панина, П. В. Пантюховой, Е. Ю. Соболевой, И. А. Стернина и других.

За основу взяты работы Н. Ф. Алефиренко, В. Б. Гольдберг, С. В. Гринева, Л. И. Гришаевой, Т. Г. Грушевицкой, Д. А. Жоржوليани, В. И. Карасик, В. А. Масловой, Р. З. Мурясова, А. В. Павловской, Э. М. Солодухо, И. А. Стернина, В. Н. Телии, С. Г. Тер-Минасовой, И. И. Чернышева и других.

Защищены докторские и диссертации Л. В. Архипкиной, Ю. В. Белогрудовой, Д. О. Добровольского, Ю. А. Долгополова, Б. Т. Кашарокова, А. В. Кунина, Л. А. Лебедевой, К. Р. Назарова, Д. С. Скнарера, Ю. П. Солодуба, И. В. Труфановой, С. К. Широковой.

Гипотеза исследования заключается в том, что при сопоставлении различий в национальных культурных нормах можно выявить особенности этнонимов, обладающих характером национальных стереотипов.

Объектом исследования являются этнонимы в составе английских фразеологических единиц (далее ФЕ).

Предметом исследования выступают этнические стереотипы в составе ФЕ с компонентом-этнонимом.

Цель исследования заключается в выявлении этнических стереотипов, которые заложены в английских фразеологизмах с компонентом-этнонимом (на примере: Dutch, French, Chinese, Russian и др.).

Реализации поставленной цели способствуют следующие задачи:

- исследовать роль фразеологии в создании национальной картины мира;
- соотнести понятия фразеологии и паремиологии;
- определить роль этнонима в составе ФЕ;
- рассмотреть национальные стереотипы и их отражение в фразеологии;
- выявить отраженные в английских фразеологизмах этнические стереотипы и проанализировать пути их возникновения;
- определить наиболее приоритетные для оценки английским этносом национальные характеристики, которые отразились в английской фразеологии.

Теоретико-методологическую базу составляют:

- работы Т.Ф. Ефремовой, направленные на описание особенностей фразеологических единиц;
- эмпирические исследования И. В. Арнольда, М. В. Никитина, И. И. Туранского и других.

Теоретическая значимость данного исследования заключается в систематизации имеющихся на данный момент представлений об этнониме и его месте в составе ФЕ, а также в анализе английских этнонимов Dutch, French, Chinese, Russian и др. в составе ФЕ, выражающих национальные стереотипы.

Практическая ценность работы состоит в том, что ее результаты могут быть использованы в лекционных курсах по общему и сопоставительному языкознанию, лексикологии, лингвокультурологии, фразеологии английского языка, а также могут быть полезны в практическом курсе английского языка как иностранного.

Исследуемые положения могут быть использованы в ходе проведения научных конференций студентов языковых, лингвистических, филологических факультетов, а также служить темой дальнейшего изучения.

Отсюда формируется **новизна исследования**: глобализация английского языка в последние десятилетия привела к необходимости его изучения и выявлению факторов эффективной межкультурной коммуникации, что требует знания культурных и ментальных отличий, проявляющихся в идиомах, фразеологизмах и т.п. Знание национальных стереотипов, проявляющихся в качестве фразеологических единиц, позволяют вывести

изучение английского языка на новый уровень и сформировать высокий уровень коммуникативной компетенции.

Эмпирическая база исследования включает в себя:

- фразеологические словари А. А. Легостаева, С. И. Лубенской, М. И. Степановой, Farlex, М. М. Mathews;
- англо-русские и русско-английские словари Н. Н. Амосовой, Д. И. Квеселевич, А. В. Кунина, В. К. Мюллер;
- толковые словари W. A. Craigie, Longman.

Для реализации заявленных задач использовались следующие **методы исследования**: метод типологического и лингвистического описания, а также методы сравнительного и количественного анализа для установления национально-культурных компонентов в структуре фразеологического значения.

Материалом для данного исследования послужили лексические выражения, этнонимы и ФЕ, извлеченные методом сплошной и частичной выборки из следующих словарей: «Англо-русский фразеологический словарь» под ред. А. В. Кунина, «Collins English Dictionary», «A Dictionary of American English on Historical Principles» и другие.

Апробация. Результаты данной работы были представлены на Международной студенческой научной конференции «Актуальные проблемы

филологии и методики преподавания иностранных языков» [Екатеринбург, 2018].

Структура работы включает в себя введение, 2 главы, 13 параграфов, методические рекомендации, заключение и список использованной литературы.

Во введении обосновывается актуальность темы работы, формулируются цель и задачи исследования, указываются теоретическая база и методы исследования, а также оцениваются новизна и практическая значимость работы.

В Главе I приводится обзор теоретических основ науки о фразеологии, описывается структура фразеологического значения, рассматриваются понятия национальной языковой картины мира, этнонима и его роль во фразеологическом фонде языка, а также национальные стереотипы, сформировавшиеся с течением истории и отражающие отношение к другим нациям в английском языке.

В Главе II производится исследование этнонимов в контексте сопоставления с культурно-национальными представлениями англичан.

В методических рекомендациях рассмотрены аспекты, касающиеся важности преподавания фразеологии в процессе обучения английскому языку.

Заключение содержит основные результаты и выводы по проведенному исследованию.

ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ ЭТНОНИМОВ, ОТРАЖАЮЩИХ НАЦИОНАЛЬНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ, В АНГЛИЙСКОЙ ФРАЗЕОЛОГИИ

1.1 Фразеология как часть национальной картины мира

Понятие «языковой картины мира» впервые упоминал в своих идеях Вильгельм фон Гумбольдт, оно восходит к идеям неогумбольдтианцев о внутренней форме языка. Гумбольдт был одним из первых лингвистов, кто обратил внимание на национальное содержание языка и мышления. Он отмечал, что «различные языки являются для нации органами их оригинального мышления и восприятия» [Гольдберг 2014: 56]. У каждого человека своё восприятие чего-либо и свой субъективный образ некоего предмета, который не совпадает полностью с образом того же предмета у другого человека. Стать объективным это представление может, только прокладывая «себе путь через уста во внешний мир» [Там же: 56]. Можно сказать, что слово несет какой-то груз субъективных представлений, различия которых находятся в определенных рамках, так как их носители являются членами одного и того же языкового коллектива, обладают определенным национальным характером и сознанием.

Картина мира, закодированная средствами языковой семантики, со временем может оказаться в той или иной степени пережиточной, реликтовой, лишь традиционно воспроизводящей былые оппозиции в силу естественной недоступности иного языкового инструментария. С помощью последнего создаются новые смыслы, для которых старые служат своего рода строительным материалом.

В основе формирования этнического сознания и культуры в качестве регуляторов поведения человека лежат как врождённые, так и

приобретаемые в процессе социализации факторы – культурные стереотипы, которые

усваиваются с того момента, как только человек начинает идентифицировать себя с определённым этносом, определённой культурой и осознавать себя их элементом.

Все эти элементы, конструкции и ассоциируемые с ними поля служат материалом для формирования новых понятий, перерабатываются сознанием человека, творящим новые гносеологические образы элементов действительности. При этом в сфере отражения невидимого мира основной массив этих образов произведен именно при опоре на языковые сущности. Достаточно отметить, что такие абстрактные понятия, как «добро», «сомнение», «решение», «воля», «долг», не только сконструированы человеком как константы его внутреннего мира, но и получили развитие и детализацию при непосредственном участии вербально-ассоциативных механизмов. Ср., например, «искоренить зло», где вскрывается осознание того, что эта сущность как бы имеет корни, то есть эта причина достаточно постоянна (воспроизводима); в высказывании «сомнение закралось в ее душу» очевидна ассоциация сомнения с чем-то затаенным, в сочетании «червь сомнения» – с чем-то разъедающим. То, что слово «долг» не может сочетаться со словом «низкий» (ср. высокий долг), показывает, что это понятие включает в себя осознание обязанности делать добро как этическую норму, а то, что поступок может быть интерпретирован как низкий, но не определяется словами «высокий», «почетный» и т. п., говорит об отсутствии в этом понятии связи с нравственной «высотой» [Грушевицкая 2012: 168].

Так как предметом настоящего исследования являются фразеологические единицы, отражающие национальные стереотипы, рассмотрим некоторые аспекты фразеологии, как носителя прагматической информации.

Изучением фразеологических единиц тщательно занималась А. А. Махонина, которая в своих работах выделяет различные

экстралингвистические факторы появления безэквивалентных единиц в различных языках:

- культурно-историческое развитие носителей языка;
- образ жизни и особенности введения хозяйства народа;
- национальные обычаи и традиции;
- менталитет и психология национальности народа.

Появление фразеологизмов, не имеющих эквивалента в других языках, связано именно с традициями народа, которые отражаются на языке в виде появления лакун, имеющих лингвистические факторы, влияющие на образование лакунарных фразеологических единиц, выделяемые Л. К. Байрамовой в научных трактатах о лакунарных единицах [Байрамова 2011: 22-28]:

– неконгруэнтность в системе наименования, которая возникает из-за наличия разграничения лакунарных единиц согласно языковым уровням. Так, в английском языке существует фразеологизм «take yourself together» (возьми себя вместе), что не имеет прямого, дословного перевода на русский язык, но и имеет похожий фразеологизм «возьми себя в руки»;

– несовпадение семантического объема. Такое явление часто встречается при сопоставлении языков, что создает трудности во время перевода. Например, английское выражение «old cat» имеет в речи два значения: «старая кошка», описывающее возраст животного, и «наглец, который лезет, куда не просят», которое описывает черты характера человека. Однако, в русском языке второго значения нет. Русское слово «тряпка» может переводиться как «лоскуток ткани», «наряд женщины», причем этот наряд очередной и не совсем нужный, и «бесхарактерный человек», но в английском языке такого сопоставления нет;

– заимствование и калькирование является одним из факторов появления лакун в других языках. Так, в английский язык из кругов мюнхенских художников пришел фразеологизм «kitsch», обозначающий

дешевую поддельную картину или безвкусный неудавшийся фильм в русском языке.

– эвфемизация возникла из-за того, что существует желание народа выразить не прямо название явления или объекта, а с помощью описания его характерных черт, свойств, а также способом формирования самого явления.

Например, в английском языке существует фразеологизм «a cold in the head» (холод в голове), который в русском языке имеет перевод, как «насморк». Тем самым, англичане стараются передать название болезни, описывая ее характерную особенность, что не предоставляет эквивалентного перевода.

Благодаря рассмотрению основных причин возникновения фразеологических единиц и фразеологизмов можно выделить 2 основные причины возникновения таких единиц в научной теории, как таковых:

– лингвистические причины предполагают своеобразие в языковой системе и несовпадения в развитии систем разных сопоставляемых языков;

– экстралингвистические причины предполагают наличие всевозможных культурных, исторических, духовных традиций народа, социальных и географических условий жизни, наличие разного менталитета, обычаев и традиций, что, в первую очередь, приводит к появлению фразеологических единиц.

Конечно, наличие фразеологических единиц в той или иной языковой культуре народа является характерной чертой, отличающейся способом формирования, местами употребления и значениями.

Д. Кристал предлагает классификацию английских лакунарных фразеологизмов [Crystal 1990: 276]:

– фразеологические единицы, представляющие традиции и обычаи англичан;

– фразеологизмы, связанные с реалиями английского языка и культуры;

– фразеологизмы, связанные с именами королей, ученых, писателей и их творчеством;

– фразеологизмы, связанные с английскими верованиями, преданиями и поверьями;

– фразеологизмы, показывающие астрологические ошибки.

Например, существует английский фразеологизм «Black Prince».

Поверья отразились на появлении лакунарной фразеологической единице «black sheep» (отмеченная печатью дьявола), которая употребляется в случаях полного отсутствия удачи и счастья в жизни человека. Такой английский фразеологизм можно применить в русской культуре к девушке, мужа которой постоянно умирают, или которая не может выйти замуж.

А. В. Кунин – лингвист в области изучения фразеологизмов английского языка и их сопоставления с русским языком, выделяет следующие типы межъязыковых фразеологических лакун английского языка [Кунин 2015: 998]:

– фразеологизмы, отражающие обычаи и традиции англичан;

– фразеологизмы, отражающие английские культурные реалии;

– фразеологизмы, представляющие собой имена писателей, и исторических деятелей Британии;

– фразеологизмы, связанные с английскими легендами и другие.

Из данной классификации видно, что англичане акцентируют внимание на своей традиции и истории.

Л. К. Байрамова исследует фразеологизмы не только в плане употребления, но и отношения к языковой структуре народа, из чего выделяет 2 класса лакунарных единиц [Байрамова 2011: 41]:

– уровневые фразеологические единицы, которые включают в себя фразеологизмы, морфемные, стилистические, морфологические, синтаксические и фонетические единицы языка.

– мотивированные и немотивированные лакунарные единицы, уже связаны с ранее описанными причинами. Немотивированные фразеологические единицы появляются вопреки наличию соответствующей реалии в жизни народа одного из сопоставляемых языков.

К теме нашего исследования имеют отношение мотивированные фразеологические единицы, которые включают в себя фразеологические средства, возникшие из-за необходимости отражения отношения к другим культурам. Ученые выделяют в качестве мотивированных фразеологических единиц следующие единицы:

– этнографические фразеологические единицы, представляющие собой фразеологизмы, отражающие традиции повседневной жизни и быта народа сопоставляемых языков.

Например, в Англии существует специальное название черной шапочки, в которой студенты получают квалификацию магистра, «square academic cap». Однако, если в Великобритании ее надевают все выпускники университетов, то в России только те, кто имеет как минимум магистерское образование. Здесь она носит название «конфедератка».

– лингвокультурологические фразеологические единицы, выражающие историю и социум народов различных языков;

– ментальные единицы, которые отражают мировосприятие народа, способ мышления и самосознания.

Для проведения исследования необходимо выявить признаки фразеологических единиц. Рассмотрение признаков позволит создать понимание того, чему фразеологические единицы отличаются от обычных слов и словосочетаний.

Характерными признаками фразеологических единиц являются следующие:

- воспроизводимость;
- раздельноформленное строение;
- устойчивость;
- целостность значения.

Соприкасающимися понятиями являются целостность и устойчивость, которые направлены на описание похожих, но не тождественных признаков фразеологической единицы.

Следует заметить, что все устойчивые языковые единицы являются воспроизводимыми, однако обратное не верно, так как не все воспроизводимые единицы будут устойчивы.

Воспроизводимость – это регулярная повторяемость языковых единиц разной степени сложности. Воспроизводятся пословицы и поговорки: «A bird in the hand is worth two in the bush» (Лучше синица в руках, чем журавль в небе); «A bad compromise is better than a good lawsuit» (Худой мир лучше доброй ссоры); составные термины и наименования: «a bosom friend» – закадычный друг; «Adam's apple» – адамово яблоко; собственно фразеологизмы: «To hang by a thread» (Висеть на волоске), «to sit on the phone» (Висеть на телефоне) [Жоржолиани 2016: 191].

Устойчивость – это мера, степень семантической слитности и неразложимости компонентов. Устойчивость служит формой проявления идиоматичности. Так, фразеологизмы с целостным немотивированным значением типа «To kill two birds with one stone» – «убить двух зайцев», характеризуются большей устойчивостью, чем фразеологизмы с целостным мотивированным значением типа «To measure another's corn by one's own bushel» – «мерить на свой аршин» (букв.: «мерить чужое зерно своим собственным бушелем»).

Целостное значение – это такое общее (единое) значение фразеологизма, которое трудно или невозможно вывести из значения образующих частей. Целостность значения фразеологизма достигается полным или частичным переосмыслением компонентов, в результате чего они, как правило, расходятся в значении с соответствующими словами свободного употребления [Карасик 2010: 20].

Например, выражение «he is wet behind ears» дословно переводится «у него мокро за ушами», а само значение фразеологического выражения – «он ещё зелёный», то есть неопытный. Это английское выражение соответствует русскому фразеологизму «у него молоко на губах не обсохло».

Кроме того, одной из характерных черт фразеологизма является метафоричность, образность. Именно удачно найденный образ и способствует закреплению в языке ФЕ. Иначе говоря, чаще всего фразеологизм – это понятие, выраженное в образе.

Фразеологизм рождается в языке не для называния предметов, признаков, действий, а для образно-эмоциональной их характеристики. Образуются фразеологизмы в результате метафорического переноса, переосмысления значений свободных словосочетаний. Например, фразеологическая единица «to swim like a stone» в значении «тонуть, не держаться наплаву» появилась благодаря сравнению слова «stone» с его качествами, как «тяжёлый, неживой». Важность образности фразеологизмов заключается в том, что именно этот признак лежит в основе всех остальных выразительных качеств: эмоциональности, оценочности, экспрессивности. Эмоциональность фразеологии – это способность фразеологизма не только называть предмет, явление, но и выразить определённое чувство говорящего или пишущего (балалайка бесструнная – очень болтливый человек, пустомеля). Оценочность фразеологических единиц – качество, производное от их эмоционального значения.

1.2 Соотношение понятий фразеологии и паремиологии

В предыдущем параграфе уже было дано понятие фразеологизма, в данном разделе рассмотрим особенности соотношений двух данных понятий.

В настоящее время лингвистике свойственен антропологический подход, который заключается в изучении различных феноменов взаимодействия культуры и языка. «Достаточно широким полем для изучения является сопоставление таких языковых аспектов функционирования, морфологических и синтаксических особенностей паремиологии и фразеологии, а также их генезиса, которые нашли отражение

при изучении темы сопоставления национальных особенностей и фразеологических единиц языка» [Кашароков 2015: 35].

Сейчас наука развита настолько сильно, что открывает широкие возможности для осуществления большого количества прикладных и практических исследований различного языкового материала, что неизбежно приводит к описанию языковых единиц не только с помощью лингвистических методов, но и философско-культурных.

Философско-культурный метод является крайне необходимым, в особенности при исследовании методологического набора языковых форм, которые реализуют особенные прагматические и лексико-семантические функции. Другими словами, такими языковыми формами в любом языке являются клише, о чем говорит В. В. Панин [Панин 2015: 212].

Именно поэтому в настоящее время является крайне важным использование таких методов исследования соотношений различных языковых и культурных особенностей, как [Скнарёв 2016: 240]:

- описательный анализ, направленный на систематизацию теоретических положений по теме;
- лингвокультурологический характер, показывающий особенности проявления различных национальных, культурных и ментальных особенностей в системе языковых единиц;
- структурно-семантический анализ, направленный на выделение различных стилистических полей, позволяющих выяснить взаимосвязи различных языковых единиц между собой;
- дискурс-анализ;
- контент-анализ.

Такие методы используются во многих исследованиях ученых, к которым в настоящее время относятся Ю. С. Степанова, В. Н. Телия, А. Вежбицкая, В. В. Митрофанова, А. М. Чепасова и др. [Телия 1996: 288].

Следует заметить, что выбор тех или иных методов исследования языковых единиц в контексте философско-культурного анализа обусловлен

спецификой исследуемых языковых единиц, а также прагматической частью исследования, которая также связана с лингвистическим феноменом.

Такие методологические методы исследования языковых единиц применяются в науке в том случае, когда «возникает необходимость исследования сверхязыковых единиц, к числу которых относятся пословицы, поговорки, загадки и фразеологизмы» [Широкова 2015: 179].

Фразеология в настоящее время является одним из доминирующих полей для исследования, в отношении которого существует большое количество исследовательских и научных работ, а именно:

- монографии: В. Н. Телия, В. Н. Пелепейченко, Л. Г. Скрипник и др.;
- учебные пособия: В. Н. Телия, И. Б. Иванова, В. А. Маслова;
- научно-популярная литература: А. М. Чепасова, В. Д. Ужченко, Ю. С. Баскова и др.

«Фразеология – раздел науки о языке, изучающий фразеологическую систему в её современном состоянии и историческом развитии, является одной из самых интересных областей языкознания. Он широко представляет взору изучающего поле народного и литературного красноречия, помогает глубже познать культуру и историю той страны, чей язык берется для изучения с точки зрения фразеологии.

Слово «фразеология» происходит от греческого *phrasis* «выражение, оборот речи» и *logos* «понятие, учение» и имеет несколько значений. В качестве лингвистического термина оно употребляется для обозначения особой отрасли языкознания, которая изучает устойчивые словосочетания, называемые фразеологическими единицами или фразеологизмами (реже фразеологическими оборотами), а также для обозначения совокупности подобных сочетаний, свойственных данному языку» [Соболева 2012: 277].

Фразеологические единицы языков составляют собой группу уникалий, которые, согласно определению И. Е. Аверьяновой, являются структурными характеристиками одного языка или группы родственных языков. [Аверьянова 2012: 19].

«Фразеологизм, фразеологическая единица (ФЕ) – общее название семантически несвободных сочетаний слов, которые не производятся в речи (как сходные с ними по форме синтаксические структуры – словосочетания или предложения), а воспроизводятся в ней в социально закреплённом за ними устойчивом соотношении смыслового содержания и определенного лексико-грамматического состава. Семантические сдвиги в значениях лексических компонентов, устойчивость и воспроизводимость – взаимосвязанные универсальные и отличительные признаки фразеологизма» [Белогрудова 2015: 210].

Несколько иное мнение и направление свойственно паремиологии.

И. В. Труфанова говорит о том, что лингвисты внесли большой вклад в изучение загадок, пословиц и поговорок, выступающих в качестве языкового феномена, которому свойственна формальная репрезентация [Труфанова 2015: 230].

И. И. Чернышева также уделяет большое внимание изучению пословиц и поговорок, из структурно-семантическим трансформациям и подтипам, при этом она затрагивает именно проблему паремиологии [Чернышева 2017: 199].

Если говорить о степени изученности паремиологии в современной науке, то можно выделить достаточное количество ученых, которые внесли свой вклад в развитие данной науки. К таким ученым относятся следующие:

– теория клише была введена в контексте паремиологии Г. Л. Пермяковым, В. В. Митрофановой, В. Г. Сибирцевой, А. В. Насыбулиной и др.

В центр своих исследований в контексте паремиологии ученые положили набор различных прагматических, когнитивных, структурно-логических, культурологических, семантических аспектов, которые направлены на описание паремий и идиом, а также предоставления их детального определения.

Наиболее ясно и четко определение понятия паремиологии и паремии дается в монографиях В. В. Митрофановой и Т. Л. Павленко, которые проводили свои исследования на стыке фольклора и сравнительного языкознания. С помощью разработки наиболее полного понятия паремии ученые смогли создать полную языковую картину существования данного языкового феномена [Павленко 2013: 49].

Если говорить об особенностях и структуре фразеологизмов относительно культурологического аспекта, то можно определить фразеологизмы, как продукт культурной и общественной жизни народа, который оформился в виде вербального средства представления национальных и ментальных особенностей представителей некоторой культуры.

Существует несколько причин того, что фразеологизмы определяются в культурологическом контексте именно как способы представления окружающего мира [Назаров 2011: 15]:

– во-первых, неоспоримость глубоких древних истоков названного языкового феномена, о чем говорят такие ученые, как Д. С. Лихачёв, В. Я. Пропп, Вяч. Вс. Иванов, А. А. Потебня;

– во-вторых, специфика той общественно-социальной функции, которую несет в себе проблема генезиса фразеологизма и загадки, что представлено в работах таких ученых, как В. В. Митрофанова, Е. В. Слепушкина, В. Н. Пелепейченко.

Многими учеными проводились сравнительные исследования, направленные на выяснение взаимосвязей между тематическим и формальным взаимодействием фразеологических единиц и окружающей реальностью, которая иногда выступает в качестве магической формулы, а фразеологизм, в таком случае, выступает в качестве клише или стереотипа.

Такие направления деятельности по анализу фразеологических единиц и их взаимосвязей с паремиологией привели к тому, что предметом исследования ученых стали этимологические корни фразеологических

единиц, выступающих в качестве метафор. Так, примерами авторов, которые уделяли внимание рассмотрению фразеологических единиц с такой точки зрения являются А. А. Потебня, В. Д. Ужченко, В. И. Кононенко и др.

По нашему мнению, это позволит сформировать системный подход к изучению паремий и фразеологизмов в свете языковой картины мира, культурных традиций народа, законов вербальной коммуникации, учитывая при этом специфику и ментальную значимость языковых форм. Если говорить о паремиях, то как предмет собирания, исследования, систематизации они рассматриваются множеством дисциплин: лингвистикой, фольклористикой, культурологией, антропологией, историей литературного языка и т.п. Создано достаточно много гипотез, представленных видными исследователями прошлого и настоящего, рассматривающими происхождение, закономерности развития, социально-общественную роль и коммуникативные функции фразеологизма.

Другими словами, и паремия, и фразеологическая единица находятся одновременно в трёх взаимосвязанных плоскостях [Гринёв 2011: 80]:

- лингвальной (собственно языковой);
- логикосемиотической;
- предметной (план реалий).

Это приводит к необходимости синтезирования методов исследования подобного многоаспектного материала.

1.3 Национальные стереотипы и их отражение в фразеологии

Языковой стереотип является достаточно важным понятием в лексике, который часто реализуется в практике речи в качестве этнонимов, представляющих собой наименования представителей других наций. Тот факт, что стереотипы выражают отношение одной нации к другим народам, часто приводит к тому, что в лингвистике появляются различные коннотации, закрепляемые за этнонимами.

Этнонимы не появляются как данность в готовом виде, а в течение длительного времени развиваются на фоне сложных социальных отношений, впитывая в себя любые изменения в экономической и политической жизни народов.

На ранних стадиях представители этнической общности, используя самоназвания, стремились к противопоставлению себя другим («чужим») этносам через отношение «мы» – «они», национально-культурной идентификации, что носит название «свой/чужой» в системе межкультурной коммуникации [Архипкина 2015: 233].

Термин «свой» в данном контексте подразумевает тот круг явлений, событий, процессов, объектов окружающее действительности, которые воспринимаются человеком как знакомые, адекватные и нормальные, которые имеют место быть.

Противоположным понятием является термин «чужой», который направлен на описание событий, явлений, объектов, находящихся за пределами само собой разумеющимися понятиями и привычных явлений. Специфика человека в настоящее время такая, что все «чужое» воспринимается представителями разных культур как странное, плохое и несущее угрозу существованию [Соболева 2012: 277].

На основе всего вышесказанного, можно сделать вывод о том, что этноним, который выступает в качестве компонента устойчивого сочетания, может выражать две стороны действительности [Маруневич 2016: 83]:

- с одной стороны, этнонимы направлены на предоставление характеристики конкретной этнической группы;
- с другой стороны, этнонимы направлены на формирование общих представлений о «чужом», обладающим отрицательной коннотацией.

Если рассматривать национальный стереотип или этноним в качестве характеристики какой-либо группы, то можно заметить несколько характерных особенностей. Так, в английском языке очень много фразеологических единиц, имеющих слово Dutch «голландский, голландец».

Такой концепт является доминирующим, относительно которого англичан формируют негативные этнонимы. Межнациональный конфликт между представителем Великобритании и Голландии возник во времена правления Екатерины I в Великобритании, которая наладила деловые отношения с Голландией [Кондакова 2012: 81].

Помимо этого, большое количество фразеологизмов в английском языке возникло как следствие англо-голландской войны в конце XVII века. По свидетельствам английских моряков, капитан голландского военного судна ставил на палубе открытую бочку вина и приказывал подчиненным пить его, чтобы набраться храбрости перед боем.

Практически во всех значениях, применяемых с данным словом, можно выявить существование отрицательной направленности, причем отрицательная направленность характеризуется представлением негативно-оценочной характеристики голландцам, как отдельной нации.

На основе этих данных, можно рассмотреть пример реализации национального стереотипа в английском языке. Согласно английской точки зрения, голландцы, как отдельная нация, обладают следующими отрицательными чертами:

– голландцы жадные и прижимистые, что видно из фразеологизма *Dutch treat – lunch, supper, date* представляющего собой угощение или свидание, за которое каждый из присутствующих платит сам. Для англичан является крайней формой невежливости тот факт, что женщины платят за себя сами;

– голландцы расчетливы и стремятся получить выгоду, поэтому в английском языке существует фразеологизм *Dutch agreement (bargain)*, переводящееся как соглашение, которое может быть выгодно только для одной стороны;

– голландцы любят спиртное, что доказывается наличием таких фразеологических единиц, как *Dutch courage – пьяная удача, Dutch headache*

– похмелье, *Dutch feast* – пирушка, на которой хозяин напивается первым, *Dutch bargain* – «делка, сопровождаемая выпивкой»;

– англичане считают голландцев высокомерными и строгими, поэтому фразеологические единицы, описывающие человека, который постоянно критикует или читает мораль с помощью такого слова, например, *Dutch uncle* – тот, кто критикует и поучает; *to talk like a Dutch uncle* – читать мораль;

– используемое слово в английской лексике часто ассоциируется с ненастоящим или ненадежным, исходя из чего, модно заметить большое количество фразеологизмов, как *Dutch comfort (consolation)* – слабое утешение, *Dutch defence* – защита для видимости, *Dutch gold* – медная фольга, мишура;

– слово *Dutch* означает что-то странное и непонятное для англичан, поэтому к нему не выражают доверия. Примерами фразеологических единиц, отражающих такую тенденцию, являются следующие: *double Dutch* – галиматья, тарабарщина, *it beats the Dutch* – это чрезвычайно странно;

– также это слово применяется в том случае, когда англичане стремятся описать что-то, что сильно отличается от привычного. Следует заметить, что отличие голландской культуры от английской не говорит о том, что одна из них неправильная. Каждая из культурных норм имеет место быть, однако в разных национальных контекстах. Примерами фразеологических единиц, направленных на описание непривычного, являются такие, как *Dutch auction* – аукцион со снижением цен, *Dutch reckoning* – счет, взятый «с потолка», *Dutch concert* – «кто в лес кто по дрова» (другое значение этого выражения опять же связано с алкоголем – шум и крики пьяной толпы);

– помимо того, к рассматриваемому слову начинают приписывать и другие отрицательные коннотации, которые заключаются в виде фразеологических единиц, приносящих неудачу, несчастье и т.п., как в случае, *to be in Dutch* – иметь проблемы, неприятности, быть в затруднительном положении, в немилости; даже нечто зловещее – *Dutch cure* – самоубийство, *to do the Dutch act (sl.)* – покончить с собой;

– помимо всего выше сказанного, существует отдельный фразеологизм, также направленный на описание негативных коннотаций и последствий действия, как *I am a Dutchman if... – пропади я пропадом, если...*

Следует заметить, что большое количество таких качеств и свойств, которыми англичане и американцы навязывают голландцам, проявляются в стереотипах, которые имеют отношение уже к другим национальностям.

Следовательно, появляется автоматическое неприятие всего того, что является чужим и входит в противопоставление со своим: своими нормами, ценностями, обычаями, мировоззрением и т.п.

Мы не будем подробно останавливаться на примерах национальных стереотипов в английском языке, так как более детально они описаны во второй главе. В данной части работы рассмотрим теоретические положения.

«В английском языке существует большое количество фразеологизмов и устойчивых сочетаний, которые обладают национально-культурным характером и относящихся к разным народностям» [Маруневич 2015: 49].

В представлении носителей языка за каждым этнонимом закрепляется определённый набор стереотипов, который отражает объективно или с точки зрения носителя языка присущие данному этносу черты характера, особенности интеллектуального и культурного развития. В процессе приобретения этнонимом целого ряда дополнительных коннотаций у него возникают новые переносные значения, что делает возможным функционирование этнонима в составе (ФЕ). Поэтому этнонимы играют главную роль в ФЕ при передаче лексического значения о той или иной нации.

В интерпретации ФЕ выделяют обычно отрицательный, положительный и нейтральный компоненты фразеологического значения, в основе которых лежит осуждение, одобрение или отсутствие ярко выраженного одобрения и осуждения как констатация социально устоявшейся оценки какого-либо явления, в данном случае оценки этноса.

Значительным недостатком национальных стереотипов английского языка является тот факт, что стереотипы представляют собой лишь такие лексические единицы, которые отражают мнение англичан о представителях других народов, при этом часто такие национальные стереотипы не подкреплены какими-либо доказательствами, исходя из известных лексических единиц, можно сказать о том, что англичане сформировали устойчивое, не всегда положительное мнение и отношение к другим нациям.

В данном случае можно выделить две проблемы национальных стереотипов английского языка [Маслова 2013: 189]:

- этнонимы часто обладают отрицательными коннотациями;

- национальные стереотипы представляют собой не доказываемые

- факты, а лишь предположения англичан о том или ином качестве представителя другой культуры;

- резкое и негативное отношение к другим нациям может привести к межкультурным конфликтам, а также проявлению этноцентризма, который не является нормальным понятием в современном обществе, в котором все ведущие страны являются многонациональными;

- однако проявление этноцентризма может приводить и к положительным качествам: с помощью неприятия другой культуры происходит полное принятие своей собственной, самобытность которой теряется с течением времени. С помощью этноцентризма можно осуществлять процесс национальной самоидентификации, которая, в свою очередь, направлена на то, чтобы реализовать функцию сохранения целостности и специфичности группы, а также поддержания идентичности.

Несмотря на то, что этноцентризм и неприятие другой культуры не является положительным фактором развития общества, можно предположить, что такая направленность англичан может выступать в качестве механизма развития общества.

Считается, что человек не может развиваться нормально без вступления в межличностные конфликты, в то время, как и нация не может нормально развиваться без вступления в межнациональные конфликты.

Современная лингвистика уделяет огромное внимание изучению особенностей стереотипов в английском языке, формирующихся на национальной основе.

Как уже было сказано ранее, формирование национальных стереотипов подчиняется закону разного развития культур и наций, при этом отдельного внимания заслуживают расположения стран с разными нациями. Чем ближе страны расположены друг к другу, тем более похожими являются их языки, а, соответственно, и национально-культурные и ментальные особенности.

Маленькое географическое расстояние приводит к уменьшению количества фразеологических единиц, которые формируются на основе культурных различий. Следует заметить, что «соседство стран между собой, хоть и говорит о наличии схожих ментальных и национально-культурных особенностей, но не говорит о том, что народы должны находиться в хороших отношениях» [Долгополов 2016: 263].

Примерами такого отрицательного соседства могут быть страны, входящие в состав Британского Королевства, а именно Шотландия, Ирландия и Англия, которые находятся в конфликтных отношениях между собой.

В английском языке очень много национальных стереотипов, которые негативно отражают особенности шотландцев, валлийцев или ирландцев, несмотря на то что все они являются частью одного королевства. Примерами этнонимов негативного отношения между соседними народами могут быть такие фразеологические единицы английского языка, как [Лебедева 2013: 296]:

Scotch coffee – кипяток, подкрашенный горелым сухарём»;

to Scotch a deal – тормозить соглашение;

Welsh comb – пятерня вместо расчески;

to Welsh on a bet – не заплатить, если проиграл в пари;

to get one's Irish up – разозлиться, выйти из себя;

Irish hoist – пинок под зад;

Irish evidence – лжесвидетельство.

Англичане имеют межнациональные конфликты с шотландцами, валлийцами и ирландцами из-за того, что ранее Англия присоединила Шотландию, Уэльс, Ирландию к себе, а также ввела в качестве государственного и единственно возможного языка для обучения английский, что вызвало ряд недовольств со стороны представителей других наций.

В свою очередь, представители других наций стали проявлять сильнейшее негативное отношение по отношению к англичанам, что привело к появлению межнациональных конфликтов.

Фразеологические единицы, которые содержат в себе компонент *French*, часто ассоциируются с распущенностью в интимных отношениях и чрезмерной раскованностью. Примерами таких фразеологических единиц могут быть следующие [Мурясов 2014: 198]:

French postcard – порнографическая открытка;

to assist in the French sense – присутствовать, но не помогать.

Видно, что англичане акцентируют внимание на негативные, по их мнению, стороны, такие как сексуальные отношения, а также сдержанность и воспитанность.

Отдельного внимания заслуживает фразеологическая единица *French leave* – уход без прощания, дезертирство, которая стала следствием особенностей французов покидать гостевой дом без прощания с хозяевами или держателями дома, при этом такая особенность была свойственна самим англичанам.

Помимо того, что англичане считают французов крайне негостеприимными, представители немецкой культуры также считаются негостеприимными, что подчеркивается таким фразеологизмом, как *sich französisch verabschieden u sich auf Französisch empfehlen*. Подобного мнения

англичане являются относительно испанцев, что проявляется в фразеологизме *despedirse a la francesa* [Пантюхова 2015: 213].

Интересной особенностью национальных стереотипов, которые касаются особенностей приема гостей дома и покидания дома, является то, что, французы, немцы и русские считаются негостеприимными только в английской культуре – тем самым, отсутствует истинное доказательство такой точки зрения. Однако сами англичане также считаются крайне негостеприимными и далеко не вежливыми, что выражается одновременно в лексике нескольких культур, а именно [Стренин 2016: 13]:

– в русской культуре существует понятие *уйти по-английски*, которое означает, что человек покидает место не попрощавшись, молча, без предупреждения и объяснений;

– во французском языке существует такой фразеологизм, как *filer à l'anglaise*;

– в итальянском языке также существует фразеологизм, выражающий невежливость англичан: *partire all'inglese*. Почти все народы, с которыми контактировали британцы и американцы англосаксонского происхождения, начиная с XVII века, получили пейоративные этнические прозвища: ирландцы, немцы, голландцы, французы, итальянцы, испанцы и португальцы, латиноамериканцы, евреи, индусы, китайцы, корейцы, вьетнамцы, японцы, эскимосы, индейцы и представители черной расы. Наиболее устойчивые и сильные этнические предубеждения и, соответственно, этнические инвективы в английском языке возникли к тем народам, которые были в определенные периоды наиболее опасными экономическими конкурентами.

Особенно характерно в этом смысле отношение к евреям. На протяжении длительного периода европейской истории евреи олицетворяли товарно-денежные отношения в недрах натурального хозяйства. Развитие товарно-денежных отношений было объективной закономерностью, которая не зависела от чьей-либо злой и доброй воли. Но процесс этот был весьма

болезненным. Задолженность и разорение легко ассоциировались в отсталом сознании с образом еврея-ростовщика или еврея-торговца, который становился, таким образом, символом всяческих неприятностей и способствовал возникновению большого количества этнических стереотипов с негативной коннотацией в адрес евреев.

На основе всего вышесказанного, можно сделать вывод о том, что в основе этнонимов, отражающих национальный характер в понимании англичан, лежат огромные отличия в культурных и моральных нормах. Различие приводило к появлению недоразумений со стороны коренного населения и европейских исследователей, прибывавших на территории таких народов во времена больших открытий в XV веке. Европейцы воспринимали предлагаемые им предметы в качестве подарков со стороны щедрых туристов, когда те имели ввиду торги и желание получить равнозначный товар от иностранцев.

Возникает мнение, что ФЕ с этнонимами возникли на основе недопонимания и незнания языка, поэтому не всегда правильно отражали ментальные и национальные различия. Однако с течением времени и разъяснением данные этнонимы остались в неизменном виде и так же сохранили свой смысл.

Помимо того, что англичане внесли в свой лексикон большое количество фраз, негативно описывающих различные народы и культуру, в большинстве примеров англичане также сформировали представление о людях, сильно зависящих от алкоголя, наркотиков, из-за чего возникли сленговые единицы в английском языке, как

Indian list – список лиц, которым не следует продавать алкоголь;

to see Indians – опьянеть;

Chinese tobacco – (сленг) опиум;

Indian hay/grass – марихуана.

На основе вышесказанного, можно сделать вывод о том, что формирование ФЕ с этнонимами у англичан основывалось на негативном

впечатлении об особенностях представителей других наций, которые проявлялись в пороках, отрицательном поведении, негативном соседстве или колонизации, отсутствии принятых на территории Великобритании стандартов и т.п.

В данном разделе исследованы лишь общие черты отражения национальных качеств в стереотипах англичан, однако следует более детально изучить особенности формирования ФЕ с этнонимами, что сделано в следующей главе.

Выводы к главе I

В настоящее время представляется перспективным изучение специфики фразеологии на фоне языковых единиц, отличающихся повышенной социальностью, связью с жизнью общества.

Каждый язык уникален по-своему. В силу человеческих качеств, традиций общества, взаимоотношений с другими народами, все языки мира имеют что-то общее, то, что позволяет систематизировать и сравнивать их между собой. Одной из лингвистических универсалий, объединяющих людей разных континентов, являются фразеологические единицы, ведь нет ни одного языка, в котором не было бы фразеологизмов. Под фразеологическими единицами мы понимаем: устойчивые сочетания слов с осложненной семантикой, не образующиеся по порождающим структурно-семантическим моделям переменных сочетаний. Фразеологизмы отражают историю народа, своеобразие его культуры и быта, описывают человека и его сферы деятельности. Несмотря на то, что именно в них отражается отношение одной нации к другой, ФЕ с этнонимами уделяется незначительное внимание.

Особенностью английских этнонимов является тот факт, что большинство из них – частично или полностью субстантивированные прилагательные. В английском языке используются разные способы наименования отдельного представителя этнической общности, группы отдельных представителей общности и всей общности как единого целого. Анализ этнонимов в составе фразеологических единиц (ФЕ) дает существенные результаты в выявлении языкового кода в лексико-семантическом пространстве языка и национального образа мира в лингвокультуре в силу того, что наиболее рельефно отражают национально-культурную специфику этносов и представляют собой антропологический

код лингвокультуры. С целью выявления элементов языкового кода в лексико-семантическом пространстве английского языка и установления специфики национального образа мира англичан нами проведен анализ английских фразеологизмов-этнонимов, описывающие определенные качества той или иной нации и народа.

Глава направлена на рассмотрение теоретических особенностей, касающихся формирования этнонимов, выражающих национальные стереотипы в системе английского языка. Изучение этнонимов происходит на основе их выделения в системе фразеологических единиц, что позволяет сопоставить ментальные и национально-культурные особенности англичан и других наций.

Субъективный образ предмета и исторические события выявляются в формировании ФЕ, несущих в себе некоторый смысл, отражающий культуру другой страны. Во всех употребляемых ФЕ с этнонимами англичане выражают как можно больше характеристик представителей других наций.

Исходя из оценки представленных в главе ФЕ, можно сделать вывод о том, как англичане проявляют свое отношение к другим нациям, чему есть адекватное оправдание.

Этнонимы в английском языке, оформившиеся в настоящее время в фразеологизмы, имеют полное историческое подтверждение, что говорит об отсутствии выдумки англичан. Именно произошедшие исторические события оказали влияние на межгосударственные и межнациональные стереотипы, которые в свою очередь являются национальной картиной мира. Как было отмечено в главе 1.3, почти все народы, с которыми контактировали британцы и американцы англо-саксонского происхождения, начиная с XVII века, получили пейоративные этнические прозвища, наиболее устойчивые и сильные этнические предубеждения и, соответственно, этнические инвективы в английском языке возникли к тем народам, которые были в определенные периоды наиболее опасными экономическими конкурентами.

Несмотря на то, что английские этнонимы не отражают принципов политкорректности и толерантности, о которых говорили именно англичане, они являются следствием культурной картины мира, поэтому должны существовать в языке.

ГЛАВА II. ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ С ЭТНОНИМАМИ В АНГЛИЙСКОЙ НАЦИОНАЛЬНОЙ КАРТИНЕ МИРА

Уникальность такого языкового явления как этнонимия объясняется тем, что каждый этнос характеризуется «единой территорией, реальными экономическими связями, единым языком (в пределах которого возможно варьирование) и общей культурой». К тому же, подчиняясь нормам языка, этнонимическая лексика требует специального изучения, вследствие возникновения специфичных закономерностей внутри самой подсистемы. Возможность функционирования этнонима в составе фразеологических единиц определяется приобретением дополнительных коннотаций и, соответственно, новых переносных значений. Фразеологизмы с этническим компонентом отражают национальные особенности народов, образ их мышления

Были рассмотрены 111 фразеологические единицы с этнонимами Dutch (27 единиц), Greek (12 единиц), Spanish (12 единиц), Irish (12 единиц), French (10 единиц). Chinese (9 единиц), Italian (8 единиц), Jewish (8 единиц), Polish (7 единиц), Russian (6 единиц).

2.1 Фразеологические единицы с этнонимом Dutch

Наиболее употребительным этнонимом из рассмотренных этнонимов является Dutch (голландский). Данный факт, по всей видимости, объясняется историческим соперничеством Великобритании с Голландией в войнах на море в 17 веке. Англо-голландские войны 17 века были вызваны торговым и колониальным соперничеством двух экономически наиболее развитых государств 17 века – буржуазной республики Соединённых провинций

(Голландской республики), занимавшей господствующее положение в посреднической морской торговле и в международной колониальной экспансии 1-й половины 17 в., и Англии, буржуазия которой с победой революции встала на путь активной борьбы со своим главным торговым и колониальным соперником. Интересы обеих стран сталкивались в Ю.-В. Азии, Америке, Африке, на европейском (в частности, русском) рынке. Первая Англоголландская война (1652–54) была объявлена Голландской республикой в ответ на принятие английским парламентом Навигационного акта 1651, направленного против голландской посреднической торговли. Морские сражения (крупнейшие – Плимутское в 1652 году, Ньюпортские сражения 1652 и 1653 годах, Портлендское сражение в 1653 году) шли с переменным успехом. Постепенно перевес сил склонялся в сторону Англии, обладавшей сильным военно-морским флотом и установившей блокаду голландского побережья. Большой ущерб Голландии наносили действия англичан на торговых путях. По Вестминстерскому мирному договору (14 апреля 1654) Голландия должна была фактически примириться с Навигационным актом.

Неудивительно, что практически во всех значениях ФЕ с этнонимом Dutch прослеживается негативно-оценочная характеристика. Чаще всего, компонент Dutch символизирует нечто "плохое, ненастоящее, ненадежное".
Примеры:

- *and I'm a Dutchman* – используется, для того чтобы высказать недоверие:

"I've got a date with Claudia." *"Oh yeah, and I'm a Dutchman."* [Электронный ресурс 69].

“У меня свидание с Клаудией.” “Провалиться мне на этом месте, если это так.”

- *The Dutch cure* – суицид:

Well, Bob took the Dutch cure last month. It is hard to believe.
[Электронный ресурс 69].

Боб покончил собой в прошлом месяце. В это трудно поверить.

Таблица 2.1 Этностереотипы о голландцах, выраженные в ФЕ с этнонимом

Dutch.

Черты этноса (этностереотипы)	Позитивные коннотации	Негативные коннотации	Нейтральные коннотации	Кол-во ФЕ с этнонимом
Расчетливость, скупость	—	<i>Dutch gold</i> – фальшивое золото; <i>Dutch bargain</i> – сделка, выгодная лишь для одной стороны; <i>Dutch treat / feast</i> – угощение, оплаченное в складчину; <i>a Dutch reckoning</i> - счет, увеличиваемый трактирщиком в случае отказа посетителя оплатить его по причине якобы слишком большой суммы; <i>Dutch doll</i> ; <i>Dutch disease</i>	—	6
Отношение к алкоголю	—	<i>Dutch agreement</i> – соглашение между подвыпившими людьми, о котором, потом никто не вспомнит; <i>Dutch feast</i> – пир, на котором хозяин напивается первым; <i>Dutch headache</i> – похмелье; – <i>as drunk as a Dutchman</i> -очень пьян	<i>Dutch bargain</i> – сделка, завершённая выпивкой; <i>Dutch courage</i> – храбрость во хмелю, пьяная удаля (море по колено	6
Ненадежность, фальшивость, отрицательные качества	—	<i>Dutch widow</i> – проститутка; <i>Dutch wife</i> – резиновая женщина; <i>Dutch comfort</i> – слабое утешение; <i>Dutch defence</i> – мнимая защита; <i>in Dutch</i> – в неприятном, трудном положении;	<i>Dutch nightingale</i> – лягушка	7

		<i>flying Dutchman</i> – странствующий, ненадежный человек;		
Грубость, агрессия, чрезмерная эмоциональность	–	<i>Dutch blessing</i> – оскорбление; <i>beat the Dutch</i> – превзойти все ожидания, зайти слишком далеко	–	2
Суматоха, странность	–	<i>cat's (или Dutch) concert</i> – кошачий концерт (кто в лес, кто по дрова); <i>double Dutch</i> – бессмысленность; <i>Dutch auction</i> – аукцион со снижением цен;	–	3
Занудство, строгость	–	<i>Dutch uncle</i> – человек, который поучает, критикует; <i>to talk like a Dutch uncle</i> – читать нотации; <i>old Dutch</i> – человек, который то и дело ворчит	–	3

Рассмотрев 27 фразеологических единиц с этнонимом Dutch, выделены отрицательные коннотации (24 единицы), нейтральные коннотации (3 единицы), положительных нет. Сравнив черты этноса, выявили, что англичане воспринимают голландцев, как ненадежных, фальшивых (6 единиц), скупых и расчётливых людей (6 единиц). Людей, имеющие пристрастие к алкоголю (4 единицы), странных (3 единицы), занудных (3 единицы), а также грубых людей (2 единицы).

Представляется интересным проследить этимологию отдельных словосочетаний с компонентом Dutch. Так, например, фразеологизм «Dutch courage» (смелость во хмелю) восходит к периоду англо-голландской войны конца XVII века. По свидетельствам английских моряков, капитан голландского военного судна ставил открытую бочку вина на палубу и

приказывал подчиненным пить его, чтобы набраться храбрости перед боем [Арсентьева 1994: 123].

2.2 Фразеологические единицы с этнонимом Greek

Представляется интересным проанализировать немногочисленные фразеологизмы с этнонимом Greek (грек, греческий). Как отмечает М.Н. Лапшина, в древнеанглийском языке слово Greek имело нейтральное значение, но в результате последующего пейоративного сдвига появилось представление о греках как о веселых, легкомысленных, склонных к мошенничеству людях [Лапшина 1996, с.59]. Данное устойчивое представление эксплицируется в таких выражениях, как: *Gay Greek* – merry fellow; merry drinking companion (веселый собутыльник);

- *Greek gift* – подарить подарок с намерением обмануть, причинить вред:

“I can't believe Melanie brought me cookies today, when we've been fighting for weeks.” “Beware of Greeks bearing gifts” [Электронный ресурс 70].

“Не могу поверить, что Мелани принесла мне печенья сегодня, мы не разговаривали неделями.” “Будь осторожна с подарком.”

- *the Greek calends* – время, которое, как ожидается, никогда не придет или не произойдет. Ссылка на день новолуния и первый день месяца в древнеримском календаре, который греки не соблюдали:

You lent that leech John more money? It'll be at the Greek calends when he pays you back [Электронный ресурс 71].

Ты одолжил пиявке Джону денег? Ну, обещанного три года ждут.

Таблица 2.2 Этностереотипы о греках, выраженные в ФЕ с этнонимом Greek

Черты этноса (этностереотипы)	Позитивные коннотации	Негативные коннотации	Нейтральные коннотации	Кол-во ФЕ с этнонимом
Легкомысленность, склонность к выпивке	—	<i>Gay Greek</i> – веселый собутыльник	—	1
Склонность к мошенничеству	—	<i>Greek gift</i> – дары данайцев, т.е. коварный, предательский дар; <i>Greek</i> – хитрый, человек, передергивающий факты; <i>Greek exit</i> – уйти, не заплатив свою долю счета; <i>Greek closing / Greek Lightning</i> – поджечь какое-то имущество с целью получить страховку; <i>the Greek calends</i> ;	—	5
Неясность	—	—	<i>It's all Greek to me</i> – «для меня это китайская грамота»; <i>Greek</i> – невнятная речь, тарабарщина;	2
Образ жизни	—	<i>when Greek meets Greek, then comes the tag of war</i> посл. – «когда встречаются достойные друг друга соперники, сражения не миновать»; <i>Greek breakfast</i> – завтрак, включающий в себя холодный кофе и сигарету; <i>Greek shower</i> – мыть только некоторые части тела / использовать дезодорант вместо того чтобы помываться;	<i>Greek Deadline</i> – крайний срок того, что должно быть выполнено в любом случае;	4

Среди фразеологизмов с этнонимом Greek, выявлено, что англичане воспринимают их как людей склонных к мошенничеству (5 единиц). Так же греки ассоциируются с чем - то непонятным, предполагается это связано с греческим алфавитом и грамотой. Отсутствуют положительные коннотации, нейтральных коннотаций 2 фразеологические единицы.

Фразеологизмы с положительной оценочностью немногочисленны. Интересен тот факт, что положительную интеллектуальную оценочность содержит ФЕ с этнонимом British: *The Best of British* – said in order to wish someone luck. Выводы напрашиваются сами собой: самосознание у нации высокое, и соответственно, сами себя негативно они не характеризуют. Англичане считают себя законопослушными, вежливыми, великодушными, галантными, стойкими и справедливыми. Еще одним примером ФЕ с положительной оценочностью является ФЕ *The American dream* – the belief that everyone in the US can be rich and successful if they work hard enough (американская мечта). Как видно, данный фразеологизм содержит этноним American. К американцам у англичан особое отношение. Согласно социологическим опросам Американцы им, в общем, нравятся и нравились бы еще больше, если б не кичились так своим, так называемым, американством. Англичане считают американцев тоже англичанами, только превратившимися во что-то не совсем понятное в результате неудачного стечения обстоятельств и всеобщего недопонимания. Англичане воспринимают остальной мир как игровую площадку, где взаимодействуют некие команды - группы народов, каждый со своими обычаями и культурой - и можно на все это либо смотреть со стороны и развлекаться, либо использовать себе во благо, либо просто списать со счетов за ненужностью - в зависимости от желания. Печальный опыт научил англичан всегда ожидать от других худшего, так что они бывают приятно удивлены, если ничего подобного не происходит; ну а если их дурные предчувствия все же

оправдались, они с удовлетворением отмечают свою правоту [Вострых 2010: 5].

2.3 Фразеологические единицы с этнонимом Spanish

Рассмотрим отражение отношения англичан к испанцам в таблице найденных нами ФЕ с этнонимом Spanish.

Выражения с этнонимом Spanish характеризуют испанцев как: хулиганов: *to spanish* присвоить чью-то еду или какую-то вещь; *Spanish Monkey* – синяк; заядлых болельщиков: *Spanish commentary* – лучшее комментирование игры (в особенности футбола) в мире. Делает любое соревнование более интересным и захватывающим; негодяев: *Spanish Barry* – тот, кто обращается с кем-то плохо, в бесчеловечной и унижающей достоинство форме; бессовестных людей: *Spanish exit* – вместо того, чтобы оплатить счет в ресторане, человек перекладывает свою долю на друзей; *Spanish money* – «одни только слова!»; людей, принимающих наркотики: *Spanish homework* – «подпольный» термин для обозначения марихуаны. Обычно используется при общении подростков между собой, в присутствии взрослых (родители, учителя); нерях: *Spanish shower* – использовать большое количество одеколора, чтобы скрыть запах невымытого тела; невежественных, глупых людей: *Spanish Teacher* – необразованный человек; тот, кто учит вымышленным идеям.

Old Spanish customs / Spanish practices – неофициальная или незаконная практика, широко используемая на рабочих местах. Некоторыми считается неполиткорректным выражением, однако часто используется средствами массовой информации, когда речь идет о трудовых спорах и конфликтах. Благодаря реформам, проведенным в 80-х годах премьер – министром Великобритании Маргарет Тэтчер, несанкционированных случаев протеста на производстве становится все меньше. Происхождение выражения спорно [Шитова Л.Ф 2012: 86].

- *walk Spanish* – заставить кого-то уйти, выкинуть за шиворот, данное выражение относится к действиям пиратов.

"Why are you home so early?" "Well, they made me walk Spanish."

[Электронный ресурс 69].

“Ты почему так рано дома?” “Они выкинули меня за шкуру.”

- *The Spanish inquisition* - чрезмерный, необычный или обширный допрос или допрос над чем-то мирским. Нет пыток в настоящее время, однако. Назначенная роль папской инквизиции, созданной в 15 веке в Испании, для расследования и наказания обращенных евреев и мусульман, считающихся неискренними. Также тех, кто подозревается в ереси и не остается в рамках предписанных догм.

“Where were you last night?” “At home.” “Why didn't you answer my calls?” “My phone was dead.” “Well why didn't you call?” “Damn! what the hell is this? the Spanish inquisition?” [Электронный ресурс 70].

“Где ты был прошлой ночью?” “Дома.” “Почему не отвечал на телефон?” “Села батарея на телефоне.” “Почему не позвонил?” “Что это, допрос (Испанская Инквизиция)?”

Таблица 2.3 Этностереотипы об испанцах, выраженные в ФЕ с этнонимом Spanish

Черты этноса (этностереотипы)	Позитивные коннотации	Негативные коннотации	Нейтральные коннотации	Кол-во ФЕ с этнонимом
Хулиганство	–	<i>to Spanish</i> – присвоить чью-то еду или какую-то вещь; <i>Spanish Monkey</i> – синяк; <i>Spanish walk</i> – выкинуть кого – либо за шиворот	–	3

<p>Образ жизни, бытовая и социальная культура нации</p>	<p><i>Spanish commentary</i> – лучшее комментирование игры</p>	<p><i>build castles in Spain</i> – мечтать, иметь планы, которым не суждено сбыться; <i>Spanish Teacher</i> – необразованный человек; тот, кто учит вымышленным идеям; <i>The Spanish Inquisition</i> – «Испанская инквизиция», пытка; <i>Spanish Barry</i> – тот, кто обращается с кем-то плохо, в бесчеловечной и унижающей достоинство форме; <i>Spanish exit</i> – вместо того, чтобы оплатить счет в ресторане, человек перекладывает свою долю на друзей; <i>Spanish money</i> – пустые слова; <i>Spanish homework</i> – «подпольный» термин для обозначения марихуаны; <i>Spanish shower</i> – использовать большое количество одеколona, чтобы скрыть запах немытого тела; <i>old Spanish customs/practices</i> – неофициальная или незаконная практика, широко используемая на</p>	<p>–</p>	<p>9</p>
---	--	---	----------	----------

		рабочих местах		
--	--	----------------	--	--

Сравнив фразеологические единицы с этнонимом Spanish, видно, что англичане считают их хулиганами (3 единицы), но также выделяют и положительную черту характера – это болеть за свою команду.

2.4 Фразеологические единицы с этнонимом Jewish

Как уже отмечалось в главе 1.3 отношения англичан к другим нациям плотно зависело от исторических событий. Наиболее устойчивые и сильные этнические предубеждения и, соответственно, этнические инвективы в английском языке возникли к тем народам, которые были в определенные периоды наиболее опасными экономическими конкурентами.

На протяжении длительного периода европейской истории евреи олицетворяли товарно-денежные отношения в недрах натурального хозяйства. Развитие товарно-денежных отношений было объективной закономерностью, которая не зависела от чьей-либо злой и доброй воли. Но процесс этот был весьма болезненным. Задолженность и разорение легко ассоциировались в отсталом сознании с образом еврея-ростовщика или еврея-торговца, который становился, таким образом, символом всяческих неприятностей и способствовал возникновению большого количества этнических стереотипов с негативной коннотацией в адрес евреев.

- *worth a Jew's eye* – очень ценное, данное выражение берет начало с тех времен, когда жестоким способом отнимали деньги у евреев.

Have you seen that painting? It's an original, so it must be worth a Jew's eye. [Электронный ресурс 70].

Ты видел картину? Это оригинал, так что это должно стоить много денег.

- *The wandering Jew* – вечный жид, Агасфер; вечный странник. Вечный жид – фигура из средневекового христианского фольклора, легенда о котором начала распространяться в Европе в 13 веке. В легенде говорится об еврее, который насмеялся над Иисусом по дороге на казнь, за что был проклят и обречен ходить по земле до Второго Пришествия:

And here am I a walking about like the wandering Jew. (Ch. Dickens)

Вот и я, вечный странник.

Таблица 2.4 Этностереотипы об евреях, выраженные в ФЕ с этнонимом Jew/Jewish

Черты этноса (этностереотипы)	Позитивные коннотации	Негативные коннотации	Нейтральные коннотации	Кол-во ФЕ с этнонимом
Скупость, склонность к мошенничеству	–	<i>Jew</i> – a mean person, a skinflint; (Еврей - средний человек, скинмонт); <i>Jew sheet</i> – денежный счет, предоставленный друзьям; <i>Jew's bail</i> – еврейский залог – недостаточный залог; <i>Jewish piano</i> – кассовый аппарат; <i>Jew cheque</i> – any form of cheque that is obtained through fraud (; Проверка евреев - любая форма проверки, полученная путем мошенничества)	–	5

Образ жизни	<i>Jewish</i> – умный, дорого одетый; <i>worth a Jew's eye</i> – очень ценный	–	<i>The wandering Jew</i> – вечный скиталец	3
-------------	---	---	--	---

Сравнение стереотипных этнонимов показало, что евреи воспринимаются, как скупые, склонные к мошенничеству люди (8 единиц). Положительных коннотаций 2 единицы, а нейтральных коннотаций 1 фразеологическая единица.

2.5 Фразеологические единицы с этнонимом *Italian*

В отношении жителей жаркой Италии существует немало стереотипных представлений. Что касается самого этнонима *Italian*, то тут мы обнаружили такую трактовку: *Italian* – красивый, умный человек, готовящий вкусную еду, любящий семью и жизненные ценности; *Italian person* – человек, который высказывает свое мнение чересчур громко.

- *a fine Italian hand* – красивый разборчивый подчерк, изысканный стиль письма, который заменил готический шрифт в некоторых частях Европы, начиная с 17-го века:

I can't understand any of the old Gothic texts we're archiving. Thank goodness for the ones written in a fine Italian hand that I can actually read!
[Электронный ресурс 69].

Я не могу понять ни одного из старых готических текстов, которые мы архивируем. Слава Богу что, кто – то написал это прекрасным подчерком и можно разобрать.

- *Italian bath* – распылить на себя большое количество одеколона, вместо того чтобы принять ванну:

Can you feel the smell? Guess John took an Italian bath [Электронный ресурс 72].

Чувствуешь этот запах? Кажется Джон распылил на себя большое количество одеколона.

Итальянцев наделяют следующими качествами: неряшливость: *Italian bath* – распылить на себя большое количество одеколона, вместо того чтобы принять ванну; *Italian sub* – неприятно пахнущий человек; красивая внешность: *Italian beast* – привлекательный мускулистый мужчина; эмоциональность: *Italian Emotion* – состояние, которое испытываешь, когда жизнь посылает трудности (может состоять из печали, ярости, тоски и решимости); *Italian divorce* – разорвать брачные отношения, наняв киллера, чтобы он устранил супруга / супругу. Выражение *Italian mausoleum* – «багажник», касается стереотипного представления о жертвах итальянской мафии, которых прятали в багажник машины. С этнонимом Italian связывают что-то плохое, неудавшееся: *Italian cruise ship* – большой провал.

Таблица 2.5 Этностереотипы об итальянцах, выраженные в ФЕ с этнонимом Italian

Черты этноса (этностереотипы)	Позитивные коннотации	Негативные коннотации	Нейтральные коннотации	Кол-во ФЕ с этнонимом
Неряшливость	—	<i>Italian bath</i> – распылить на себя большое количество одеколона, вместо того чтобы принять ванну; <i>Italian sub</i> – неприятно пахнущий человек;	—	2
Эмоциональность	—	<i>Italian divorce</i> – разорвать брачные отношения, наняв киллера, чтобы он устранил супруга / супругу	<i>Italian Emotion</i> – состояние, которое испытываешь, когда жизнь посылает трудности	2

Образ жизни, бытовая и социальная культура нации	<i>a fine Italian hand</i> – красивый разборчивый почерк	<i>Italian cruise ship</i> – большой провал; <i>Italian mausoleum</i> – «багажник», касается стереотипного представления о жертвах итальянской мафии, которых прятали в багажник машины; <i>Italian beast</i> – привлекательный мускулистый мужчина	–	4
--	--	---	---	---

В таблице 2.5 фразеологические единицы с этнонимом Italian (8 единиц), присутствуют положительные коннотации (1 единица) и нейтральные коннотации (1 единица). Итальянцы, по мнению англичан, являются людьми эмоциональными, любят махать руками и громко разводятся.

2.6 Фразеологические единицы с этнонимом Polish

Полякам приписывают следующие характеристики: отсутствие воспитания: *Polish Exit / Polish Goodbye* – уйти внезапно, без предупреждения, не сказав никому «до свидания»; лень: *Polish Holiday* – отсутствие начальника в рабочий день; глупость: *Polish Moment* – мгновенная вспышка глупости; неряшливость: *Polish Shower* – пользоваться одеколоном вместо того чтобы помыться; любовь к веселью, праздникам: *Polish Birthday* – день рождения, который длится не один, а несколько дней; любовь к спиртному: *Polish martini* – рюмка виски и стакан пива.

Polish parliament - Выражение «Польский парламент» означает хаос, беспорядок, когда во время сессии невозможно принять решение. Корни

выражения уходят в 17-18 вв., когда любой член польского парламента имел право наложить вето, поэтому для решения любого вопроса требовался полный консенсус, достичь которого было практически невозможно. Первоначально это право использовалось только для решения технических вопросов, но впоследствии им стали злоупотреблять. Сегодня это выражение используется, чтобы подчеркнуть невозможность эффективного обсуждения проблем, когда в законодательном собрании представлено слишком много партий. Выражение популярно во всех скандинавских языках [Шитова 2012: 82].

– *Polish moment* – мгновенная вспышка глупости:

It was a Polish moment, when I said “No” to his invitation. I’m so stupid.

[Электронный ресурс 72].

Это была мгновенная вспышка глупости, когда сказала “Нет” на его приглашение. Я такая глупая.

– *Polish martini* – рюмка виски и стакан пива:

I have a bad hang - over, after yesterday’s Polish martini [Электронный ресурс 71].

У меня жуткое похмелье после вчерашнего выпитого виски и стакана пива.

Таблица 2.6 Этностереотипы о поляках, выраженные в ФЕ с этнонимом Polish

Черты этноса (этностереотипы)	Позитивные коннотации	Негативные коннотации	Нейтральные коннотации	Кол-во ФЕ с этнонимом
Разное	<i>Polish Birthday</i> – день рождения, который длится не один, а несколько дней;	<i>Polish exit / Polish goodbye</i> – уйти внезапно, без предупреждения, не сказав никому «До свидания»; <i>Polish holiday</i> – отсутствие начальника в рабочий день; <i>Polish moment</i> – мгновенная вспышка глупости; <i>Polish shower</i> –	–	7

		пользоваться одеколоном вместо того чтобы помыться; <i>Polish martini</i> – рюмка виски и стакан пива; <i>Polish parliament</i> – хаос, беспорядок, «Польский парламент»;		
--	--	---	--	--

Сравнив фразеологизмы Polish (7 единиц), были выявлены положительные коннотации (1 единица), нейтральных коннотаций нет.

2.7 Фразеологические единицы с этнонимом Irish

В американском варианте английского языка существует фразеологизм *to get one's Indian up*, имеющий значение «беситься, лопаться со злости, лезть в бутылку»; британский вариант этой идиомы звучит как *to get one's Irish up*, что позволяет провести некоторые параллели между образом индейцев в сознании американцев и этнокультурными стереотипами, существующими у британцев по отношению к ирландцам (вспыльчивый, агрессивный, дикий).

- *get (one's) Irish up* – стать или вызвать злость, враждебность, защиту или раздражительность:

Bred got his Irish up when his parents brought up the subject of college.

Бред становится злым, когда поднимается вопрос о колледже.

- *Luck of the Irish* - удача связана с ирландским народом:

“ *How did you manage to do it?*” “*It's the luck of the Irish, I guess.*”

[Электронный ресурс 73].

“Как ты справился с этим?” “Я думаю это просто удача.”

Таблица 2.7 Этностереотипы об ирландцах, выраженные в ФЕ с этнонимом Irish

Черты этноса (этностереотипы)	Позитивные коннотации	Негативные коннотации	Нейтральные коннотации	Кол-во ФЕ с
-------------------------------	-----------------------	-----------------------	------------------------	-------------

				ЭТНОНИМОМ
Разное	<i>luck of the Irish</i> – удача связана с ирландским народом;	<i>to get somebody's Irish up</i> – рассердить кого-либо; <i>Irish lemons</i> - нечто фальшивое; <i>an Irish hoist</i> – пинок под зад; <i>Irish</i> – проливать крокодиловы слезы; <i>Irish bull</i> – очевидный абсурд, нелепость	<i>Dumb Paddy</i> – ирландец-эмигрант, не понимающий по-английски и уставший от долгой дорогой; <i>Irish apple</i> – картофель; <i>Irish pendant</i> – (мор.) кусок свободно свисающей веревки от корабельных снастей; <i>Irish spoon</i> – лопата, <i>Irish hurricane</i> – полный штиль; <i>Irish hurricane</i> – полный штиль; <i>Irish hint</i> – простое утверждение;	12

Среди фразеологических этнонимов Irish (12 единиц), большое разнообразие нейтральных коннотаций (6 единиц), отрицательных коннотаций (5 единиц) и одно положительное выражение.

2.8 Фразеологические единицы с этнонимом Chinese

Таблица 2.8 Этностереотипы о китайцах, выраженные в ФЕ с этнонимом Chinese

Черты этноса (этностереотипы)	Позитивные коннотации	Негативные коннотации	Нейтральные коннотации	Кол-во ФЕ с этнонимом
-------------------------------	-----------------------	-----------------------	------------------------	-----------------------

Игры	—	—	<i>Chinese puzzle</i> – Китайская головоломка (деревянная или металлическая); головоломка, трудно разрешимая задача; <i>Chinese tumbler</i> – «Китайский акробат», игрушка – неваляшка, Ванька-встанька	2
Суматоха		<i>Chinese fire drill</i> – суматоха, полный беспорядок; <i>Chinaman`s nightmare</i> – хаос, буря смешанных чувств		2
Агрессия		<i>a bull in a china shop</i> - очень неуклюжий, слон в посудной лавке	<i>Not for all the tea in China</i> – ни за какие коврижки; ни за что на свете	2
Фальшивость		<i>Chinese accounting</i> – подтасовка цифр, фальшивое счетоводство; <i>Chinese attack</i> – ложное, демонстративное наступление; <i>Chinese copy</i> – китайская подделка		3

Среди фразеологических единиц с этнонимом Chinese (9 единиц), выделены нейтральные коннотации (3 единицы), положительных нет.

2.9 Фразеологические единицы с этнонимом Russian

При рассмотрении этностереотипа «Россия/русские» выявлена низкая степень фразеологизации элементов «Russian/Russia» –обувь (*Russian boot*), блюда (*Russian salad*), одна ФЕ, характеризующая ситуацию, содержит отрицательную коннотацию (*Russian roulette*), ФЕ с элементом «the USSR» не обнаружено. Также обнаружены ссылки на пейоративное общенное употребление лексемы *Ruski*. [Голденков 2003: 191] Низкая степень лексикографирования концепта может свидетельствовать о меньшей значимости этноконцепта «Россия/русские» в английском языке по сравнению с концептами «French/France» и «China/Chinese». В обыденном сознании носителей английского языка русские ассоциируется с опасностью, агрессией и жестокостью: *Scratch a Russian and you will find a Tartar*. Лексема *Tartar* (татарин) также встречается в таких фразеологических единицах, как *to catch a Tartar* – получить решительный отпор, встретить сильного противника; *to turn Tartar* – разозлиться, прийти в ярость, стать раздражительным. Переносные значения данной лексемы в европейских языках предположительно возникли под влиянием военных походов монголо-татар в XIII-XIV вв. Позже татары в сознании европейцев начинают устойчиво ассоциироваться с русским этносом. Однако помимо экстралингвистических факторов, переносные значения лексемы *Tartar* появились вследствие того, что в английском языке название этноса сходно слову *Tartarus* – преисподняя.

Так же должны отметить возникшую сравнительно недавно поговорку *The Russians are coming*, подчеркивающую агрессию русских. В 1966 г. на экраны вышел художественный фильм с аналогичным названием. Главная идея фильма, повествующего о событиях Холодной войны, – показать «красную» опасность, идущую от русских и угрожающую всему остальному миру.

Таблица 2.9 Этностереотипы о русских, выраженные в ФЕ с этнонимом

Russian

Черты этноса (этностереотипы)	Позитивные коннотации	Негативные коннотации	Нейтральные коннотации	Кол-во ФЕ с этнонимом
Национальные черты характера, образ жизни, быт, культура	—	<i>Russian roulette</i> – «Русская рулетка»: очень опасный риск;	<i>Black Russian</i> // <i>White Russian</i> – первый коктейль состоит из кофейного ликера и водки, в последний добавляются взбитые сливки; <i>Russian bear</i> – «Русский медведь» – коктейль из водки, ликера, какао и сливок; <i>Russian boots</i> – Высокие сапоги (женские); <i>Russian salad</i> – Салат оливье в странах Западной Европы и Латинской Америки обычно называется Русским салатом; <i>The Russian soul</i> – русская душа: смутная	6

В целом в силу того, что на языковом уровне концепт «Россия/русские» находит крайне ограниченное выражение, можно лишь

отметить устойчивость нейтральной (5 единиц) или негативной (1 единица) оценочной составляющей.

2.10 Фразеологические единицы с этнонимом French

Для фразеологизмов, содержащих компонент French, стереотипной является ассоциация с раскрепощенностью, иногда распущенностью в интимных отношениях: *French kiss* – a kiss involving insertion of the tongue into the partner's mouth (французский поцелуй); *French pox* – syphilis (сифилис); «French postcard» – a pornographic postcard (порнографическая открытка).

Негативный образ французов как легкомысленной нации, помешанной на интимной жизни, породил большее количество сленговых этнических стереотипов с вульгарной коннотацией. Наиболее часто встречаются слова и словосочетания именно сексуального характера, к примеру: *French disease* – венерическая болезнь, сифилис; *French postcard* – открытка эротического содержания; *French cinema* – киноматограф, специализирующийся на фильмах эротического жанра; *French library* – книжный магазин «для взрослых»; *French letter, French coat* – презерватив; *French flower* – непорядочный человек, беспорядочный в своих связях. Некоторые этнические стереотипы касаются плохого воспитания французов и их неприятия гигиены: *French Bath* – использование в больших количествах дешевого одеколона, чтобы перебить запах; *French it* – «умойся», «освежись»; *French Advance* – отступление, уход от дел ; *French leave* – 1) уход без прощания; незаметный уход; уход по-английски 2) уход без разрешения, прекращение работы без предупреждения; *French Hello* – войти в комнату полную знакомых, не поздоровавшись. Такие отрицательные черты характера, как лень, невежество, заносчивость и т.д., также

приписываются французской нации: *French living* – образ жизни, заключающийся в «лежании» на диване, с пивом и просмотре телевизора; *French phenomenon* – убеждение, что любой продукт, сделанный во Франции, должен быть вершиной изыска. Французы считаются законодателями моды. Но часто мода граничит с чудачеством, как можно заметить из примера: *French duke* – человек, одетый пышно, экстравагантно, театрально.

Таблица 2.10 Этностереотипы о французах, выраженные в ФЕ с этнонимом French

Черты этноса (этностереотипы)	Позитивные коннотации	Негативные коннотации	Нейтральные коннотации	Кол-во ФЕ с этнонимом
Раскрепощённость; распушенность	—	<i>French postcard</i> – непристойная открытка; <i>French pox</i> – сифилис; <i>French cinema</i> – кинематограф, специализирующийся на фильмах эротического жанра	<i>French kiss</i> – французский поцелуй	4
Безответственность	—	<i>French leave</i> – Французский отпуск. Отсутствие или отъезд из какого-либо места или события без церемоний, разрешения или объявления; <i>to assist in the French sense</i> – присутствовать, но не помогать	—	2
Отношение к одежде, стилю	—	—	<i>French seam</i> – шов, при котором края материала аккуратно скрыты; <i>French pleat/roll</i> – женская прическа, когда волосы уложены на	3

			затылке в пучок цилиндрической формы; <i>French toast</i> – французский тост	
Невоспитанность	–	<i>French Hello</i> – войти в комнату полную знакомых, не поздоровавшись	–	1

Среди фразеологических этнонимов French (10 единиц), присутствуют нейтральные коннотации (4 единицы), положительных нет. Распушенность является основной чертой этностереотипов (4 единицы).

Выводы к главе II

Во второй главе были приведены 11 таблиц фразеологических единиц с этнонимами, в которой содержались позитивные, негативные и нейтральные коннотации, а также черты этноса характеризующие рассматриваемые выражения. В данных таблицах преобладают негативные коннотации.

На основе этих данных, можно рассмотреть пример реализации национального стереотипа в английском языке. Согласно английской точке зрения, голландцы, как отдельная нация, обладают следующими отрицательными чертами:

– они жадны и расчетливы: *Dutch bargain* – сделка, выгодная лишь для одной стороны; *a Dutch reckoning* – счет, увеличиваемый трактирщиком в случае отказа посетителя оплатить его по причине якобы слишком большой суммы;

– грубы и агрессивны: *Dutch blessing* – оскорбление; *beat the Dutch* – превзойти все ожидания, зайти слишком далеко.

– занудны и строги: *Dutch uncle* – человек, который поучает, критикует; *to talk like a Dutch uncle* – читать нотации; *old Dutch* – человек, который то и дело ворчит.

Греки с английской точки зрения обладают следующими чертами:

– хитры и склонны к мошенничеству: *Greek exit* – уйти, не заплатив свою долю счета; *Greek closing / Greek Lightning* – поджечь какое-то имущество с целью получить страховку.

Испанцы для англичан являются хулиганами, шумными ребятами: *to Spanish* – присвоить чью-то еду или какую-то вещь; *Spanish Monkey* – синяк; *Spanish walk* – выкинуть кого – либо за шиворот.

Евреи для англичан обладают качествами схожими с голландцами:

– скупы, склонны к мошенничеству: *Jew sheet* – денежный счет, предоставленный друзьям; *Jew's bail* – еврейский залог – недостаточный залог; *Jewish piano* – кассовый аппарат.

В отношении жителей жаркой Италии существует немало стереотипных представлений. Что касается самого этнонима *Italian*, то тут мы обнаружили такую трактовку: *Italian* – красивый, умный человек, готовящий вкусную еду, любящий семью и жизненные ценности; *Italian person* – человек, который высказывает свое мнение чересчур громко.

К полякам англичане приписывают следующие характеристики:

– отсутствие воспитания: *Polish Exit / Polish Goodbye* – уйти внезапно, без предупреждения, не сказав никому «до свидания»;

– лень: *Polish Holiday* – отсутствие начальника в рабочий день;

– глупость: *Polish Moment* – мгновенная вспышка глупости;

– неряшливость: *Polish Shower* – пользоваться одеколоном вместо того чтобы помыться;

– любовь к веселью, праздникам: *Polish Birthday* – день рождения, который длится не один, а несколько дней.

По отношению к ирландцам британцы считают их вспыльчивыми, агрессивными, дикими): *get (one's) Irish up* – стать или вызвать злость, враждебность, защиту или раздражительность.

Для англичан китайцы обладают следующими качествами:

– суматошны и беспорядочны: *Chinese fire drill* – суматоха, полный беспорядок; *Chinaman`s nightmare* – хаос, буря смешанных чувств;

– фальшивы и склонны к мошенничеству: *Chinese accounting* – подтасовка цифр, фальшивое счетоводство; *Chinese attack* – ложное, демонстративное наступление;

Стереотип легкомысленной нации помешанной на сексе нации для англичан являются французы: *French disease* – венерическая болезнь, сифилис; *French postcard* – открытка эротического содержания; *French cinema* – кинематограф, специализирующийся на фильмах эротического

жанра; *French library* – книжный магазин «для взрослых»; *French letter*, *French coat* – презерватив.

С другой стороны, говоря об этнических стереотипах, не следует считать, что все они отрицательны. Многие выражения обозначают совершенно нейтральные, бытовые предметы и явления: *Italian airlines* – прогулка, *Polish Birthday*. Также совершенно ошибочно полагать, что стереотипы не могут иметь положительную оценку: *Italian*, *Italian Beast*, *Spanish commentary*.

Рассмотрев фразеологические единицы с 111 этнонимами, можно привести примеры того, что не все фразеологические единицы с этнонимами являются стереотипами о нации, т.е. отношение англичан к нации. Есть выражения, которые содержат этнонимы ввиду исторических событий, таких как *Spanish Inquisition* (Испанская инквизиция), *Polish parliament* (Польский парламент) или *The wandering Jew* (странствующий еврей), выражение, которое взято из библейских историй. Некоторые выражения с этнонимами указывают на обычаи нации, но не о чертах нации: *Chinese puzzle*, *Chinese tumbler*, *Russian salad*, *Polish martini*.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ ФРАЗЕОЛОГИИ В ИНОЯЗЫЧНОМ ОБРАЗОВАНИИ

Важность преподавания фразеологии с точки зрения лингвистики разнообразна. Преподавание фразеологизмов любого языка проявляется не только со стороны грамматики, но и в рассмотрении культуры языка его развития и сформировавшихся стереотипов. Во второй главе были рассмотрены фразеологизмы английского языка с разнообразными этнонимами, которые выражают культуру языка, мировоззрение англичан на мир и на другие национальности. Это еще раз подтверждает важность преподавания фразеологизмов, не только в изучении грамматики, лексики, стилистики и пр., но и понять, как мыслят англичане.

За последние 20 лет растет интерес к традиционному определению фразеологизма известный как «идиома» в американских и британских традициях. Идиомы также называют «многословные комбинации или единицы», «фиксированные выражения», или «фразеологические единицы». Эти единицы изучаются в различных дисциплинах теоретической и прикладной лингвистики: лексикология, лексикография, дискурсивный анализ, приобретение первого и второго языков, обучение иностранному языку, когнитивная лингвистика, психолингвистики, социолингвистики, семантики, риторики и стилистики.

Несмотря на то, что фразеологизмы, несомненно, увлекательны, изучением фразеологизмов относительно пренебрегают даже в лексических исследованиях и семантике. Только в последнее время спектр перспектив расширился и включает в себя различные аспекты явления, формируя тем самым новую и более широко признанную дисциплину: фразеологию. Одной из причин повышенного интереса к фразеологическим единицам является

тенденция в современной лингвистике изучать язык как ментальный феномен и тенденцию к междисциплинарным исследованиям [Гачев 2003: 202]. В логическом подходе к языку фразеологизмы были рассмотрены как исключения из правила, в качестве специальных списков лексически ископаемых фраз со специфическими значениями, которыми пользовались носители языка, только если они не могли интерпретировать выражение буквально. Еще одна недавняя тенденция заключается в изучении языка в использовании, а не в его идеальном состоянии, что означает, что разговорный дискурс, а также ранее забытые регистры и варианты, стали одними из центральных объектов лингвистических исследований.

В лингвистике фразеология означает науку о системах или типах фиксированных выражений, таких как идиомы, фразы, фразовые глаголы и другие виды многословных лексических сегментов языка. Компоненты фраз связаны друг с другом, чтобы сделать одно значение в предложении. Тем не менее, они не могут дать этот смысл, когда они используются независимо друг от друга [Ахмадалиева 2016:27-29].

Поэтому мы можем сказать, что функция фразеологии любого языка состоит в изучении фраз, многоязычных языковых единиц с их прямыми, а также косвенными значениями, которые делают язык ярким и красочным.

Это расширение отражает более глубокое осознание того, что фразеология широко распространена в речи и письме, и что она играет важную роль в изучении, как родного, так и иностранного языка, приобретении и производстве речи.

Английский язык полон фразеологических единиц. Очевидно, что идиомы, фразы, фразовые глаголы и множество выражений, афоризмы, максимы, пословицы и изречения являются основными единицами любого языка, без них наш язык может казаться неглубоким или скучным. Такие языковые единицы играют активную роль в нашей речи, языке и культуре [Рябова 2008: 119-121], они делают язык и речь красочными, а также привлекательными. Время от времени они разрабатываются и

отполировываются. Нельзя не упомянуть об этих единицах при изучении языка. Тем не менее, студенты могут столкнуться с трудностями в понимании того или иного фразеологизма [Бурак 2006: 25-31].

Не вызывает сомнения тот факт, что культура каждого народа уникальна и содержит только ей присущие особенности. Более того, в каждой культуре существуют тенденции традиционализма, попытка сохранить свое наследие, в том числе и путем обособления от культур других народов. Данное обособление находит свое проявление во фразеологических единицах, репрезентирующих стереотипные представления образов «свой - чужой».

Данный фактор привел к тому, что в паремиологическом фонде английского языка существует целая система гетеростереотипных (образ «чужого») [Донец 2001:183 - 188] единиц, рисующих образы, рассмотренные во второй главе:

«Dutch auction» – аукцион, на котором цены, вначале чрезмерно высокие, постепенно снижаются, пока не найдется покупатель;

«Dutch bargain» – сделка, выгодная лишь для одной стороны, односторонняя сделка;

«Greek calends» – время, которое, как ожидается, никогда не придет или не произойдет;

«Jew's bail» – еврейский залог – недостаточный залог;

«Spanish money» – пустые слова и т.д.

В данных примерах выражаются отношения, стереотипы о нациях у англичан сформировавшиеся во время развития языка, показывают культурную социальную сторону изучения языка, мировоззрение изучаемого языка.

Есть, конечно, еще много основных вопросов, которые необходимо решить во фразеологии:

Определение фразеологизмов

- Терминологическая согласованность: термин и определение изученных единиц и их подклассов: фразеологизм или фразеологическая единица;
- Инвентаризация характеристик фразеологических единиц (идиоматичность, метафоричность, аналитичность, композиционность, изменчивость и т. д.);
- Разграничение области фразеологии по отношению к другим дисциплинам.

Способы изучения фразеологизмов:

- Стандарты методологии и аргументации: данные, а не основанные на интуиции;
- Четкие критерии классификации для фразеологических единиц;
- Четкие критерии идентификации фразеологизмов в дискурсе;
- Четкие критерии включения, отношения и представления фразеологических единиц в словарях.

Причины для изучения фразеологизмов:

- Основные механизмы, регулирующие возникновение, создание, использование и обработку традиционных и модифицированных фразеологических единиц;
- Роль фразеологии в овладении языком и речевом производстве.

Поскольку язык динамичен, новые и новые литературные, а также разговорные выражения появляются постоянно. Из-за таких изменений языки становятся богаче в лексике. С другой стороны, динамические процессы в языке заставляют учащихся-языковедов уделять особое внимание изучению фиксированных и нефиксированных выражений. Вероятно, справедливо сказать, что фразеология как отдельная часть лингвистики должна тщательно и глубоко изучаться языковыми учащимися, поскольку фразы, выражения, идиомы, а также фиксированные высказывания широко используются как в письменной, так и в устной речи на любом языке.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

У каждого человека своё восприятие чего-либо и свой субъективный образ некоего предмета, который не совпадает полностью с образом того же предмета у другого человека. Стать объективным это представление может, только прокладывая «себе путь через уста во внешний мир».

Так и «языковая картина мира», демонстрирует национальное содержание языка.

В данной дипломной работе рассматривались этнонимы в английской фразеологии.

В первой главе были рассмотрены теоретические аспекты фразеологизмов, касающихся формирования фразеологических единиц с этнонимами, выражающих национальные стереотипы в системе английского языка. Изучение этнонимов происходит на основе их выделения в системе фразеологических единиц, что позволяет сопоставить ментальные и национально-культурные особенности англичан и других наций.

Именно произошедшие исторические события оказали влияние на межгосударственные и межнациональные стереотипы, которые в свою очередь являются национальной картиной мира. Как было отмечено в главе 1.3, почти все народы, с которыми контактировали британцы и американцы англо-саксонского происхождения, начиная с XVII века, получили пейоративные этнические прозвища, наиболее устойчивые и сильные этнические предубеждения и, соответственно, этнические инвективы в английском языке возникли к тем народам, которые были в определенные периоды наиболее опасными экономическими конкурентами.

Несмотря на то, что английские этнонимы не отражают принципов политкорректности и толерантности, о которых говорили именно англичане,

они являются следствием культурной картины мира, поэтому должны существовать в языке.

Во второй главе были приведены 10 таблиц фразеологических единиц с этнонимами, в которой содержались позитивные, негативные и нейтральные коннотации, а так же черты этноса характеризующие рассматриваемые выражения. В данных таблицах преобладают негативные коннотации.

На основе этих данных, выявлены наиболее яркие фразеологизмы, несущие отрицательные стереотипы о нациях с точки зрения англичан. Примерами служат:

Dutch bargain, Dutch reckoning – жадность, расчетливость;

Greek exit, Greek Lightning – хитрость и склонность к мошенничеству;

Irish up – злость, враждебность;

French disease, French postcard – помешанность на сексе, легкомысленность.

Помимо отрицательных стереотипов выявлены нейтральные стереотипы: *Italian airlines* – прогулка, *Polish Birthday*.

Также совершенно ошибочно полагать, что стереотипы не могут иметь положительную оценку: *Italian, Italian Beast, Spanish commentary*.

Есть выражения, которые содержат этнонимы ввиду исторических событий, таких как *Spanish Inquisition* (Испанская инквизиция), *Polish parliament* (Польский парламент) или *The wandering Jew* (странствующий еврей), выражение, которое взято из библейских историй. Некоторые выражения с этнонимами указывают на обычаи нации, но не о чертах нации: *Chinese puzzle, Chinese tumbler, Russian salad, Polish martini*.

Также выделена отдельная глава для методических рекомендаций, в которой показываются аспекты изучения фразеологии, важность преподавания фразеологии с точки зрения лингвистики, вопросы которые необходимо решить.

В заключении можно сказать, что теоретические и практические аспекты фразеологических единиц с этнонимами, помогли выявить уникальность языкового явления как этнонимия. Возможность функционирования этнонима в составе фразеологических единиц, приобретением дополнительных коннотаций и, соответственно, новых переносных значений. Фразеологизмы с этническим компонентом отражают национальные особенности народов, образ их мышления.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аверьянова И. Е. К определению понятия культурно-окрашенной лексики / Аверьянова И. Е. // Языковая норма и вариативность – Днепропетровск, 2012. – С. 10-19.
2. Алефиренко Н. Ф. Фразеология в системе современного русского языка – Волгоград, 2013. – 247 с.
3. Архипкина Л. В. Немецкие фразеологические единицы с компонентами-соматизмами в лингвокогнитивном и культурном аспектах: дис. канд. филол. наук / Л. В. Архипкина – Тула, 2015. – 233 с.
4. Байрамова Л. К. Лингвистические лакунарные единицы и лакуны / Л. К. Байрамова // Вестник Челябинского государственного университета. – Филология. Искусствоведение. - № 25 (240). - Вып. 58. – 2011. – С. 22-28.
5. Белогрудова Ю. В. Именной опорный компонент идиомы как элемент формирования ее основных характеристик (на материале немецких фразеологических единиц, включающих соматизмы-синонимы): дис. канд. филол. наук / Ю. В. Белогрудова. – М., 2015. – 210 с.
6. Бобровник Л. А. Фразеологизмы-этнонимы как отражение национальных стереотипов // Гомель: ГГУ им. Ф. Скорины, 2017. –С. 35-41.
7. Бурак А.Г. Роль фразеологизмов в формировании коммуникативных навыков и умений у иностранных учащихся. Минск: БГУ, 2006.- С. 25-31.
8. Гачев Г. Ментальности народов мира. М.: Эксмо, 2003. 202 с.
9. Гринёв С. В. Введение в языкознание / С. В. Гринёв, Э. М. Дубинец. – Белосток: Высшая школа финансов и менеджмента, 2011. – 80 с.

10. Гришаева Л. И., Цурикова Л. В. Введение в теорию межкультурной коммуникации / Гришаева Л. И. – М.: Просвещение, 2016. 417 с.
11. Грушевицкая Т. Г., Попков В. Д., Садохин А. П. Основы межкультурной коммуникации / под ред. А. П. Садохина. – М.: Литература, 2012. 168 с.
12. Диброва Е. И. Объект и аспекты фразеологии / Е. Н. Диброва // Лексикология и фразеология: новый взгляд. – М., 2015. – С. 25-29.
13. Добровольский Д. О. Основы структурно-типологического анализа фразеологии современных германских языков: дис. канд. филол. наук / Д. О. Добровольский. – М., 2012. 441 с.
14. Добровольский Д. О. Сопоставительная фразеология (на материале германских языков) / Д. О. Добровольский, В. Т. Малыгин, Л. Б. Коканина. – Владимир: изд-во Владимирского пед. ун-та, 2012. 80 с.
15. Долгополов Ю. А. Сопоставительный анализ соматической фразеологии (на мат-ле рус., англ. и нем. языков) : дис. . канд. филол. наук / Ю. А. Долгополов. – Казань, 2016. 263 с.
16. Донец П.Н. К типологии стереотипов // Социальная власть языка: Сб. науч. трудов. Воронеж: Воронежский государственный университет, 2001 С. 183 – 188.
17. Жоржوليани Д. А. Теоретические основы фразеологической номинации и сопоставительная лингвистика. – Тбилиси: Ганатлеба, 2016. 191 с.
18. Карасик В. И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: Сб. науч. трудов. –Волгоград: Перемена, 2010. – С. 5-20.
19. Карасик В. И. Прагматические функции фразеологизмов // Коммуникативно-прагматические аспекты фразеологии. – Волгоград: Перемена, 2016. – С. 5-7.

20. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2013. 477 с.
21. Кашароков Б. Т. Сопоставительно-типологический анализ фразеологизмов русского, немецкого и кабардино-черкесского языков: автореф. дис. канд. филол. наук / Б. Т. Кашароков. – Краснодар, 2015. 35 с.
22. Кондакова И. А. К вопросу переносного значения этнонима / И. А. Кондакова // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета, 2016. № 15. – С. 76-81.
23. Кунин А. В. Основные понятия английской фразеологии как лингвистической дисциплины и создание англо-русского фразеологического словаря : автореф. дис. д-ра филол. наук / А. В. Кунин. – М., 2016. 48 с.
24. Лебедева Л. А. Устойчивые сравнения русского языка во фразеологии и фразеографии: дис. д-ра филол. наук / Л. А. Лебедева. – Краснодар, 2013. 296 с.
25. Маруневич О. В. Аксиологические характеристики этнонимов во фразеосистемах русского и английского языков / О. В. Маруневич // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета, 2015. - № 1. – С. 43-49.
26. Маруневич О. В. К вопросу об эпистемологической сущности категории «концепт» // Философия права. - № 6 (31), 2016. – С. 80-83.
27. Маруневич О. В. Отражение особенностей национальных стереотипов во фразеологических оборотах английского языка // Сборник трудов XLVII научной студенческой конференции ТГПИ. – Таганрог: Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та, 2014. – С. 247-249.
28. Маруневич О. В. Особенности восприятия представителей иных этносов с точки зрения наивного сознания (на материале русского и английского языков) Вестник Иркутского государственного // лингвистического университета. – Серия Филология. - № 2(6), 2012. – С. 42-47.

29. Маруневич О. В. Концепт «иностранец» как фрагмент английской языковой картины мира // Сборник статей I Международной научной конференции «Язык и межкультурная коммуникация». – Астрахань: Издательский дом «Астраханский университет», 2017. – С. 186-188.
30. Маслова В. А. Лингвокультурология / В. А. Маслова. – М.: Академия, 2013. 189 с.
31. Машина О. Ю. Фразеологическое значение и его оттенки: Автореф. канд. филол. наук. – Новгород, 2014. 25 с.
32. Махонина А. А. К вопросу о переводе фразеологических лагун с русского языка на английский и немецкий язык
33. Мурясов Р. З. Избранные труды по германскому и сопоставительному языкознанию. – Уфа, 2014.
34. Назаров К. Р. Сопоставительное исследование фразеологических единиц с ономастическим компонентом немецкого, английского и русского языков : автореф. дис. . канд. филол. наук / К. Р. Назаров. – М., 2011. 15 с.
35. Павленко Т. Л. Фразеологические единицы с оксиморонным сочетанием слов-компонентов / Т. Л. Павленко // Фразеологизм и слово в русском языке. – Ростов н/Д, 2013. – С. 41-49.
36. Павловская А. В. Англия и англичане / А. В. Павловская. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2014. 264 с.
37. Панин В. В. Средства выражения этнических стереотипов в английском языке / В. В. Панин // Политическая лингвистика. – 2015. - № 15. – С. 208-212.
38. Пантюхова П. В., Решетова И. С. Фразеологизмы-этнонимы как элементы языкового кода в лексико-семантическом пространстве английского языка // Филологические науки: СКФУ, 2015. – С. 210-213.
39. Рябова М. В. Язык и культура: истоки и парадигмы взаимодействия // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2008. № 1. Ч. 2. С. 119-121.

40. Скнарёв Д. С. Фразеологизмы русского языка с компонентами-соматизмами : Проблемы семантики и прагматики: дис. канд. филол. наук / Д. С. Скнарёв. – Челябинск, 2016. 240 с.
41. Соболева Е. Ю. Образ «чужого» во фразеологизмах американского варианта английского языка с компонентом этнонимом / Е. Ю. Соболева // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. – 2012. - № 6. – С. 274-277.
42. Солодуб Ю. П. Русская фразеология как объект сопоставительного структурно-типологического исследования (на материале фразеологизмов со значением качественной оценки лица): дис. д-ра филол. наук / Ю. П. Солодуб. – М., 2014. 406 с.
43. Солодуб Ю. П. Предикативно-именные фразеологические обороты со значением качественной оценки лица в современном русском языке: дис. канд. филол. наук/ Ю. П. Солодуб. – М., 2013. 273 с.
44. Солодухо Э. М. Вопросы сопоставительного изучения заимствованной фразеологии. – Казань: Изд-во КГУ, 2017. 160 с.
45. Стернин И. А Проблемы анализа структуры значения слова. – Воронеж: Изд-во Воронеж, ун-та, 2016. 156 с.
46. Стернин И. А. Речевая номинация и варьирование лексического значения слова // Проблемы семантики русского языка. – Ярославль: Ярослав, гос. пед, ин-т, 2016. – С. 3-13.
47. Телия В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. – М.: Языки русской культуры, 1996. 288 с.
48. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация / С. Г. Тер-Минасова. – М. : Изд-во МГУ, 2014. 352 с.
49. Труфанова И. В. Типология окказиональных фразеологизмов Ф. М. Достоевского: дис. канд. филол. наук/ И. В. Труфанова. – М., 2015. 230 с.

50. Чернышева И. И. Фразеология современного немецкого языка. – М.: Высшая школа, 2017. 199 с.

51. Широкова С. К. Стилистический компонент фразеологического значения: дис. .канд. филол.наук/ С. К. Широкова. – Нальчик, 2015. 179 с.

52. Шитова Л. Ф. Carry Coals to Newcastle : 350 Geographical Idioms and More = Ехать в Тулу со своим самоваром : 350 географических идиом и не только. – СПб. : Антология, 2012. 96 с.

53. Dickens Charles - The Pickwick Papers/ Dickens Charles – USA, Wordsworth Classics, 2000. 760 с.

54. Ахмадалиева С. М. The Role of Phraseology in Learning English // Молодой ученый. — 2016. — №3.1. — С. 27-29. — URL <https://moluch.ru/archive/107/25673/> (дата обращения: 22.04.2018).

СЛОВАРИ

55 Большой англо-русский словарь: в 2 томах / Н. Н. Амосова, Ю. Д. Апресян, И. Р. Гальперин и др.; под ред. И. Р. Гальперина. – М.: Рус. яз., 1977. 828 с.

56 Кунин А. В. Большой англо-русский фразеологический словарь. 5-е изд., перераб. – М: Рус. яз. – Медиа, 2015.

57 Лубенская С. И. Русско-английский фразеологический словарь / С. И. Лубенская. – М.: "Языки русской культуры", 2017. 1056 с.

58 Мюллер В. К. Англо-русский. Русско-английский словарь. 250000 слов / В. К. Мюллер. – М.: АСТ, 2015. 1184 с.

59 Мюллер В. К. Полный англо-русский русско-английский словарь. 300000 слов и выражений / Complete English-Russian Russian-English Dictionary: 300000 / В. К. Мюллер. – М.: Эксмо, 2013. 1328 с.

60 Collins English Dictionary. 8th Edition first published in 2006 Harper Collins Publishers, 2006.

61 Crystal D. Linguistics / D. Crystal. – G.B.: Penguin Books, 1990. 276 p.

62 Farlex Dictionary of Idioms // Farlex, 2015. 879 p.

- 63 Longman Dictionary of American English / Longman. – Pearson Education, 2009. –1200 p.
- 64 Webster's New Dictionary of Synonyms / Webster. – Springfield, MA: Merriam Webster, 2014. – 32a, 909 p.
- 65 The world's leading digital dictionary [Электронный ресурс]. URL: <http://dictionary.reference.com>. (Дата обращения: 21.01.2016).
- 66 Dictionary of slang and unconventional English / Eric Partridge, Paul Beale [Электронный ресурс].
- 67 The Routledge dictionary of historical slang / Eric Partridge, Jacqueline Simpson [Электронный ресурс].
- 68 Переводческий портал WordReference.com. URL: <http://www.wordreference.com>. (Дата обращения: 21.01.2016).
- 69 The free dictionary by Farlex [Электронный ресурс]. URL: <https://idioms.thefreedictionary.com> (Дата обращения 05.04.2017).
- 70 Dictate News [Электронный ресурс]. URL:<https://dictionary.dictatenews.com> (Дата обращения 05.04.2017).
- 71 Urban dictionary [Электронный ресурс]. URL: <https://www.urbandictionary.com> (Дата обращения 05.04.2017).
- 72 Definithing defining anything [Электронный ресурс]. URL: <https://definithing.com> (Дата обращения 05.04.2017).
- 73 Think in English Best Way to Learn English [Электронный ресурс]. URL: <http://thinkenglish.me> (Дата обращения 05.04.2017).