

ЭТНОНИМ КАК ОТРАЖЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНЫХ СТЕРЕОТИПОВ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА)

Журавская О.Н., студентка 2 курса

историко-филологического факультета

Научный руководитель – О.В. Кравец, старший преподаватель

ФГБОУ ВО Забайкальский государственный университет

***Ключевые слова:** Этноним, фразеологизм, этнический стереотип, коннотация, культурно-национальная маркированность*

В статье анализируются особенности реализации этнических стереотипов посредством английской фразеологии. Привлечение обширного языкового материала позволило выявить, что в английском языке наиболее распространенными являются фразеологизмы с этнонимами Dutch, French, Chinese и Indian.

Введение. Находясь в тесной связи с сознанием и мышлением, язык отражает экзистенциальный характер бытия индивида, поэтому изучение любого языка невозможно без обращения к его носителю [1]. Наиболее сложным творением языковой личности считается фразеология, отражающая специфику социально-политического развития общества, его ценностные ориентации, значимые исторические события и взаимоотношения с соседними народами. В.Н. Телия указывает, что фразеологизмы соотносятся с кодами культуры, которые известны каждому представителю данной языковой общности [2, с. 219]. В исследовании Г.Р. Ганиевой указано, что преобладающими во многих языках являются фразеологизмы с пейоративным оценочным компонентом. Это объясняется тем, что наличие положительного рассматривается как норма и поэтому упоминается реже, в то время как отрицательное трактуется как отклонение от нормы [3, с. 19]. Вышесказанное справедливо и для идиоматических выражений с компонентом-этнонимом в своем составе.

Цель настоящего исследования – проанализировать фразеологические единицы английского языка для выявления механизмов стереотипизации отличительных черт того или иного этноса.

Результаты исследования. Значительная часть этнонимов, даже не входя в состав фразеологизмов, уже ассоциируется с определенными стереотипами: *Greek* – мошенник, шулер; *Jew* – хитрый и лицемерный человек; *Tartar* – человек необузданного либо раздражительного нрава [4, с. 45]. Однако не все этнонимы являются фразеологически активными. Так, в идиоматике английского языка превалируют единицы с этнонимами *Dutch* (*to beat the Dutch* – зайти слишком далеко, *to go Dutch* – пирушка, где каждый платит за себя), *French* (*to frighten the French* – напугать, терроризировать; *to take a French leave* – уйти не прощаясь), *Irish* (*to get somebody's Irish up* – разгневаться, рассердить, разозлить кого-либо), и *Chinese* (*Chinese puzzle* – неразрешимая задача, головоломка), в американском варианте данный список дополнен этнонимом *Indian* (*a wooden Indian* – человек с непроницаемым лицом; *Indian summer* – бабье лето).

Рассмотрим особенности стереотипизации такой национальности как «голландец», т.к. идиомы с компонентом-этнонимом *Dutch* занимают первое место по частотности в корпусе английских фразеологических единиц.

Лингвистический портрет типичного голландца выглядит следующим образом. Во-первых, он жаден и прижимист: *Dutch treat*, *Dutch lunch / supper*, *Dutch date* – обед, за который каждый платит сам за себя; *a Dutch reckoning* – счет, который хозяин ресторана увеличивает, если посетитель выражает недовольство слишком большой суммой денег. Данная черта характера подчёркивается и пословицей *Dime is a money as Dutchman says* (*Копейка тоже деньги*). Во-вторых, он расчетлив: *Dutch auction* – аукцион со снижением цен, пока не найдется покупатель; *Dutch agreement* – соглашение, выгодное только для одной стороны. В-третьих, голландцы испытывают непреодолимую тягу к спиртному: *Dutch courage / brevity* – пьяная удаль, *Dutch headache* – похмелье, *Dutch feast* – вечеринка, на которой хозяин напивается раньше гостей; *as drunk as a Dutchman* – быть сильно пьяным. Наряду с этим, стереотипный голландец любит поучать

других: *Dutch uncle* – любитель покритиковать; *to talk like a Dutch uncle* – выговаривать, читать мораль; *old Dutch* – старая ворчливая женщина. Кроме того, в образе голландца репрезентируется сема «ненастоящести», например, *Dutch defence* – защита для видимости; *Dutch comfort* – слабое утешение; *Dutch gold* – медная фольга; *Dutch cure* – самоубийство; *Dutch nightingale* – лягушка. Впрочем, она прослеживается и в устойчивых выражениях с другими этнонимами: *German silver* – сплав меди с цинком и никелем, *Scotch coffee* – горячая вода, приправленная жженым печеньем, *Gipsy pork* – мясо ежа.

Заключение. Английский язык изобилует идиомами, стержневым словом которой является этноним как носитель стереотипных знаний о том или ином народе. Одним из ключевых признаков данных фразеологизмов является наличие у них негативно-оценочного значения, реализуемого посредством этнонима. Отрицательные коннотации идиомы обусловлены этноцентризмом английской нации и универсальной дихотомией «мы – они», которые, противопоставляя англичан другим народам, выполняют функцию поддержания национальной идентичности и сохранения целостности этнической группы [5, с. 67]. На формирование негативного образа голландца повлиял целый комплекс политических, исторических и социокультурных факторов. Несмотря на то, что такое отношение имело ярко выраженную субъективную оценку, а представление об этносе носило искаженный характер, именно фразеологизмы с компонентом *Dutch* стали основой этнического стереотипа голландца.

Библиографический список:

1. Дебердеева Е.Е., Шатун О.А. и др. Актуальные проблемы когнитивной лингвистики и концептологии. Коллективная монография. – Таганрог: Таганрогский государственный педагогический институт, 2009. – 240 с.
2. Телия В.Н. Русская фразеология: семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / В.Н. Телия. – М.: Языки русской культуры, 2009. – 288 с.
3. Ганиева Г.Р. Фразеологические единицы с компонентом именем собственным в английском, русском и татарском языках:

автореф. дисс. ... канд. филол. наук / Г.Р. Ганиева. – Казань, 2010. – 21 с.

4. Маруневич О.В. Аксиологические характеристики этнонимов во фразеосистемах русского и английского языков / О.В. Маруневич// Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. Серия Филология. – № 1(9). – 2010. – С. 43-49.

5. Маруневич О.В. Концепт «иностранец»: лингвокогнитивный и аксиологические аспекты (на материале русского и английского языков): дисс. ... канд. филол. наук / О.В. Маруневич. – Пятигорск. 2009. – 256 с.

ETHNONYM AS A REFLECTION OF NATIONAL STEREOTYPES (ON THE MATERIAL OF ENGLISH LANGUAGE)

Zhuravskaya O.N.

Keywords: *Ethnonym, phraseological unit, ethnic stereotype, connotation, cultural and national marking*

The article analyzes the features of ethnic stereotypes through English phraseology. The involvement of extensive linguistic material made it possible to reveal that the most common English phraseological units are idioms with the ethnonym Dutch, French, Chinese and Indian.