

А. Крамич

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ С ЛЕКСЕМОЙ ЧАЙ В КИТАЙСКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ

Чай занимает важное место в китайской и английской лингвокультурах.

Для описания особенностей функционирования лексемы *чай* нами был проведен анализ 35 фразеологизмов с лексемой *чай* в китайском языке и 20 фразеологизмов в английском языке.

На основе проведенного анализа китайские фразеологические единицы с лексемой *чай* можно отнести к следующим семантическим группам: *свободное времяпрепровождение* (喝茶聊天 ‘гонять чай в компании друзей’, 20 %); *народные советы по возделыванию чая* (春草留一丫, 夏茶发一把 ‘оставь немного травы перед следующим сбором чая’, 14,3 %); *межличностные отношения* (人走茶凉 ‘с глаз долой, из сердца вон’, 14,3 %); *целительные свойства* (儿童一杯茶, 可防龋齿病 ‘чай помогает предупреждению кариеса у детей’, 14,3 %); *эмоциональное состояние* (如花如荼 ‘энергичный, восторженный’, 11,4 %); *продукт питания* (家常茶饭 ‘домашняя еда’, 8,6 %), *благосостояние* (家有千株茶三年成富家 ‘если у семьи тысяча чайных растений, она разбогатеет за три года’, 8,6 %); *образ жизни* (粗茶淡饭 ‘скромно питаться, жить экономно’, 8,6 %).

При рассмотрении фразеологизмов с лексемой *чай* в английском языке, нами были выделены следующие семантические группы: *продукт питания* (*high tea* ‘легкий прием пищи поздним днем или ранним утром’, 25 %); *характеристика людей* (*to be an old cup of tea* ‘быть старым человеком’, 20 %); *народные советы* (*if you are hot, tea will cool you off, and if you are cold, it will warm you up* ‘если тебе жарко, чай остудит тебя, если холодно – согреет’, 20 %); *эмоциональное состояние* (*storm in a teapot* ‘бурная реакция на незначительные события’, 10 %); *межличностные отношения* (*to take tea with somebody* ‘иметь с кем-либо отношения, вести дела’, 10 %); *сфера интереса* (*to be one's cup of tea* ‘быть в чьем-либо вкусе’, 10 %); *предсказание* (*read something in tea-leaves* ‘гадать на кофейной гуще’, 5 %).

Таким образом, результаты исследования показали, что в китайской лингвокультуре преобладают фразеологизмы, обозначающие *свободное времяпрепровождение*, в английском – *продукт питания*. Среди рассматриваемых фразеологизмов можно выделить следующие общие семантические группы: *эмоциональное состояние, межличностные отношения, продукт питания, народные советы*. Характерными только для китайского языка являются семантические группы: *свободное времяпрепровождение, целительные свойства, образ жизни и благосостояние*, а для английского языка – *характеристика людей, сфера интереса и предсказание*. Наличие семантических групп, свойственных только одной из рассматриваемых лингвокультур, отражает национально-культурную специфику языковых картин мира китайского и английского языков.