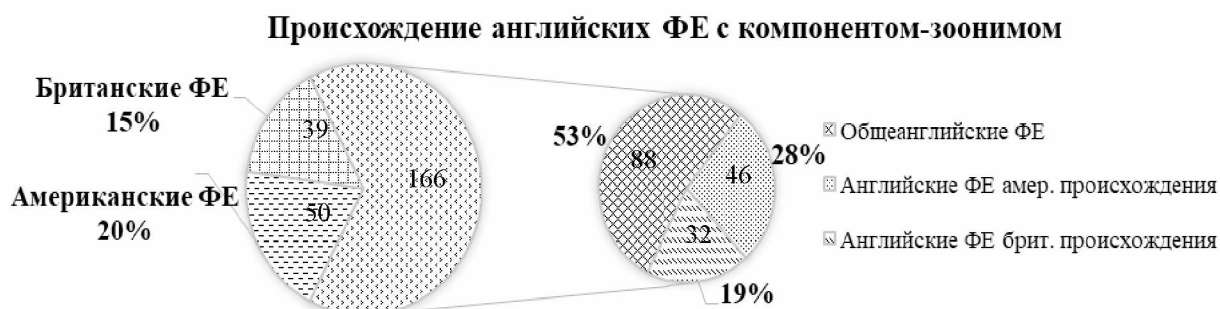


Полученные данные представлены в виде следующей диаграммы:



А. Яковенко

АНГЛИЙСКИЕ ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ С ИМЕНАМИ СОБСТВЕННЫМИ

В языковой картине мира отражаются культурные коды, которые передаются из поколения в поколение и регулируют общественное мышление. Наиболее яркий пример их передачи – фразеологические единицы с именами собственными, которые придают речи особый колорит. Среди источников их происхождения история и культура Великобритании и США, литературные произведения, включая Библию, античная мифология.

Характерно, что среди различных классов имен собственных в английских фразеологизмах чаще всего используются имена, а не фамилии:

1) в основном, широко распространенные, мужские имена: *Jack-of-all-trades* ‘мастер на все руки’, *Jim Crow laws* ‘запреты для чернокожих’, *Uncle Sam* ‘дядюшка Сэм’;

2) библейские имена: *a Judas kiss* ‘поцелуй Иуды’, *Noah’s ark* ‘Ноев ковчег’, *rob Peter to pay Paul* ‘обокрасть Петра, чтобы отдать Павлу’;

3) имена из античной мифологии: *a Gordian knot* ‘Гордиев узел’, *open Pandora’s box* ‘открыть ящик Пандоры’;

4) имена известных личностей: *Bloody Mary* ‘Мария Кровавая’, *Joe Miller* ‘старый анекдот, избитая острога’.

В состав ряда фразеологизмов входит личное имя *Joe Bloggs*, *Joe Blow*, *Joe Public*, *Jane/John Doe*, *John Q. Public*, обозначающие ‘самого обычного человека’, напр.: *The government’s decision to tax gas and electricity has not been popular with John Q. Public*, если перефразировать – *popular with general public*.

Фразеологизмы с фамилиями могут быть связаны с реальным человеком, напр., *your John Hancock* ‘личная подпись’ – с американским политическим деятелем, получившим известность за особо крупную подпись под Декларацией независимости США, или не иметь такой связи: *Mr. Right* ‘тот самый для определенной женщины’, *Mr. Big* ‘очень деловитый человек’.

Существенную роль в составе фразеологизмов играют названия стран и народов и их адъективные дериваты: *would not for all the tea in China* ‘ни за какие коврижки’, *road-to-Damascus* ‘переломный момент’, *Spartan upbringing* ‘спартанское воспитание’, *an Indian summer* ‘бабье лето’.

Сравнение состава русских и английских фразеологизмов позволяет выделить схожую семантику: *Москва не сразу строилась* – *Rome wasn't built in a day*, что обусловлено единством общечеловеческих ценностей, разница в языковом выражении связана с различием культурных реалий.

Существует ряд фразеологизмов с названиями районов Лондона, которые в результате метонимического переноса приобрели новое значение: *Downing Street* ‘правительство Великобритании’; *to talk billingsgate* ‘ругаться, как баба базарная’; *to be born within the sounds of Bowbelk* ‘родиться в Лондоне, быть кокни’.

В процессе коммуникации специфическая семантическая структура таких фразеологизмов обеспечивает их особую культурную значимость.

А. Яковицкая

ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ ЕДИНИЦЫ С ЭТНОНИМАМИ ‘АНГЛИЧАНИН’, ‘НЕМЕЦ’ ВО ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКОМ ФОНДЕ АНГЛИЙСКОГО И НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКОВ

Этнонимы отображают в языковом сознании не только ценностные характеристики, но концепты построения человеческих отношений.

Целью исследования являлся количественный анализ фразеологизмов с компонентами ‘англичанин’ и ‘немец’, а также их сопоставление для установления общих и отличительных черт коннотативности данных единиц. Материал для работы включает 38 фразеологизмов (18 единиц в английском языке, 20 – в немецком языке), отобранных из толковых, фразеологических, переводных словарей, электронных словарей.

Большинство единиц английского языка имеют структуру словосочетания (83 %), в немецком языке преобладают фразеологические единицы со структурой предложения, т.е. паремии (70 %). 92 % ФЕ содержат только один этноним, два и более этнонима в одном фразеологизме – явление крайне редкое.

Нужно отметить, что автоэтнонимы достаточно частотны, а аллоэтнонимы – крайне редки. Так, в материале имеется 34 автоэтнонима и 4 аллоэтнонима. Автоэтнонимы окрашены чаще всего положительно (65 %) либо нейтрально (35 %). Аллоэтнонимы в основном имеют негативную окраску (60 %), реже нейтральную (40 %). Таким образом, для обоих этносов (англичан или немцев) характерно положительное отношение к себе и подчеркивание недостатков, отрицательных черт национального характера и менталитета другого народа.

Примерами позитивной самооценки являются следующие единицы: *An Englishman's home is his castle* ‘Дом англичанина – его крепость’, *Der Deutsche hat seinen Witz in den Fingern* ‘Ум немца в его руках’, *Was der Deutsche bezahlt, das isst er auch* ‘За что немец платит, то он и ест’.

Негативное отношение к другому этносу прослеживается в следующих фразеологизмах: *Englisch einkaufen* ‘красть’, *Englisch lispeln* ‘льстить’.