

ЗНАЧЕНИЕ ЭТНОНИМОВ
В БЕЛОРУССКИХ И НЕМЕЦКИХ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦАХ

Статья освещает вопросы использования этнонимов в составе фразеологических единиц, которые представляют особую языковую значимость. Этнонимы заключают в себе исторические и лингвистические элементы развития языка. В статье представлен анализ типологической классификации этнонимов на примере белорусского и немецкого языков. Описаны основные стереотипы этнического характера, существующие в современных белорусском и немецком языках. Рассмотрены факторы, влияющие на положительную или негативную коннотацию в отношении к представителям других народов.

Фразеологические единицы, в состав которых входят этнонимы, вызывают особый интерес лингвистов, историков, географов, социологов. Они сохраняют и являются прямым историческим свидетелем развития языка и народа, взаимосвязей и отношений к другим языкам и народностям, особенностей восприятия представителей этнической группы как себя, так и других народов. Благодаря своей устойчивости и консервативности они заняли свою нишу в современной языковой парадигме.

По утверждению В. А. Никонова, в этнонимах, которые представляют собой названия народов, племен и родов, даже далеко живущих, прослеживается типологическая закономерность, связанная с образом жизни и направлением хозяйствования народа. Самый первый семантический тип этнонимов представлен самоназваниями, обозначающими своих в противоположность всем не своим, чужим [3]. Они несут в себе отличительную черту, характеристику, которые не всегда соответствуют действительности, но при этом сохраняют историческую обусловленность. Таким образом, этнонимы называют целую общность, народность с характерными исключительно для нее чертами.

По мнению Е. Л. Березович, при создании образа соседей в сознании носителя национальной культуры весомую роль играет оппозиция «свой – чужой»: территориальные соседи находятся в позиции между своим социумом и чужим, однако ближе остаются к чужакам [1, с. 238]. В особенности это актуально для национальностей с неоднородным этническим составом.

Часто этнонимы приобретают дополнительную эмоциональную окраску, что увеличивает их значимость для языкового континуума. Этнонимы быстро развивают переносное значение и активно задействованы в образовании фразеологических единиц.

В качестве материала для анализа были взяты 22 белорусских фразеологизма, в состав которых входит этноним.

Результаты показывают, что чаще всего в качестве этнонимов среди белорусских фразеологизмов встречаются этнические группы: цыгане (7), казаки (4), русские (3), евреи (3), татары (3), немцы (2).

Наибольшей актуальностью пользуется этноним *цыгане*. Это связано с тем, что исторически кочевой народ цыган активно заселял современные белорусские земли и сегодня они также остаются частью белорусского народа. Реже встречается этническая группа «евреи» и «татары», «немцы», «русские». Все народы достаточно близкие территориально к белорусской национальности, что и легло в основу многих устойчивых выражений.

За основу для анализа этнонимов была взята классификация Е. А. Голубовской:

1) «позитивный – негативный» (положительная или негативная эмоциональная окраска);

2) «свой – чужой» (критерий, означающий соответствие или противостояние общепринятым нормам конкретной народности);

3) «про – анти» (соответствует характеристикам объекта или противостоит им).

По первому критерию позитивная эмоциональная коннотация встречается в 8 фразеологизмах. Среди них 3 относятся к цыганскому этносу, 5 – к казакам. Например, *Цярні, казак, атаманам будзеш; вольны казак*. Казаки один из самых смелых и вольных народов, что и нашло отражение в языке.

Негативная эмоциональная оценка встречается в четырех фразеологизмах в отношении евреев. Например, *жыдоўскае царства; жыды ня вызначаюць Хрыста*. Отношение к евреям со стороны белорусского народа всегда было настороженным. Считалось, что они пользуются простыми крестьянами и обманывают простых людей.

Критерий «свой» – «чужой» довольно явно виден в языке. Так, фразеологических единиц, соответствующих критерию «чужой», оказалось значительно больше, чем «свой»: 18 этнонимов со значением ‘чужой’ и 5 со значением ‘свой’. К «чужим» относятся все, за исключением внутренних этнонимов. Ср.: *рускі месяц – Гродзенскія зайцэ*. Этноним *свой* часто ассоциировался с родом деятельности жителей определенной местности.

Третий критерий является отражением тех правил и норм, которые приняты у определенной народности. Из выявленных нами фразеологизмов 8 относятся к критерию «про» и 2 к критерию «анти». Например, *як на татарскай працэсі* – татары достаточно воинственный народ и известен своими битвами, фразеологизм отражает прыть татарского народа во время боя.

Фразеологизм *Цыган цыганскую праўду гаворыць* противоречит представлению белорусов о цыганской национальности. Белорусы не обвиняли цыган в обмане, что со временем могло измениться, но исторически цыгане вошли в историю белорусского языкового континуума как народность с положительной репутацией. В этом случае очевиден критерий «анти».

Статистические данные доказывают, что белорусская нация исторически относится лояльно к представителям других этнических групп. Свои коренные этнические группы встречаются в языковой картине белорусов реже и соответствуют роду занятий людей, проживающих на этой территории. Белорусы сами по себе толерантный, мирный и гостеприимный народ.

Другие национальности встречаются чаще и связано это не только с территориальной близостью, но и с торговыми отношениями, ведением и участием в войнах (чаще негативная коннотация). Этническая неоднородность также сказывается на восприятии народом самого себя и другой нации, которые, как правило, позиционируются как «чужие». Также стоит отметить, что «свои», даже если они проживают не на одной территории, но принадлежат к одной культуре, будут оставаться и восприниматься как свой народ.

В немецкой фразеологии этнические прототипы представлены следующими этническими группами: американцы (5), французы (4), русские (2), швейцары (2), шведы (1), китайцы (1), датчане (1), англичане (1), голландцы (1), австрийцы (1), испанцы (1). Чаще всего во фразеологических единицах встречаются этнонимы *американцы* и *французы*. Это обусловлено исторической дружбой этих стран и продолжением развития политических и экономических отношений.

Редко можно астретить следующие этнонимы *китайцы, испанцы, англичане, голландцы, австрийцы*. Такую непопулярность можно объяснить недостаточным знанием о других культурах, а также сложившимися стереотипами.

В основу анализа опять легла классификация Е. А. Голубовской, согласно которой этноним можно разделить на три группы:

- 1) «позитивный» – «негативный»;
- 2) «свой» – «чужой»;
- 3) «про» – «анти».

По первому критерию «позитивный» – «негативный» фразеологизмов с положительной эмоциональной окраской выделено 3 этнонима: 2 – с этнонимом *американец* и 1 – с *испанец*. Например, фразеологизмы: *die Tante aus Amerika* – Тетя из Америки, *stolz wie ein Spanier* – гордый, как испанец. Америка представляется сильной и богатой страной, выгодным союзником. Испанцев немцы видят гордой нацией.

Относительно негативно воспринимаемых можно с уверенностью утверждать, что их доля значительно больше. Так, было выделено 7 фразеологизмов: англичане – 1, французы – 1, голландцы – 1, австрийцы – 1, швейцарцы – 1, русские – 1. Например, *den Holländer machen* – убежать, *Dank vom Haus Österreich* – спасибо от австрийского дома. Голландцы отличились своей трусливостью, а австрийцы признаны самой неблагодарной страной в мире. Оба эти этнонима приобрели негативную коннотацию.

По второму критерию «свой» был выделен 1 фразеологизм с внутренним этнонимом *немец* и этнонимом *француз*: *Ein echter deutscher Mann mag keinen Franzosen leiden* – немецкий мужчина не может обидеть француза (дословно). Исторически известно особая дружба Франции и Германии, благодаря которой французы также вошли в историю Второй мировой войны, хотя сами французы в войне активного участия не принимали и сдались самостоятельно одними из первых. 2 фразеологизма с этнонимом *китайский*, например, *das ist für mich chinesisches* – это для меня китайская грамота. Китайский язык – один из самых сложных языков. По нашему предположению, китайская грамота связана с трудностями в понимании языка другой народности.

По второму критерию было выявлено 4 фразеологизма: 2 – с этнонимом *швейцарцы*, 2 – с этнонимом *китаец*. Например, *hausen wie die Schweden* – хозяйничать как шведы (разрушать, опустошать). Немцы переоценивали жестокость шведов и недооценивали их интеллектуальное и материальное превосходство, например, *den Gehirn wie ein schweizer Käse haben* – мозг как решето.

По последнему критерию «про» было выделено 5 этнонимов: американцы 2, англичане – 1, швейцарцы – 1, датчане – 1.

Например: *Amerikanische Versteigerung* – торги, аукцион, *englische Woche* – напряженная неделя. Торги долгое время были популярны в Америке, после чего эту практику переняла Европа, являются частью американской культуры. Ритм жизни англичан для немцев чересчур динамичен.

«Анти» представлена в 4 фразеологизмах: 1 – с этнонимом *китайский*, 1 – с этнонимом *русские* и 2 – с этнонимом *французский*, например, *sich (auf) französisch empfehlen* – уйти не попрощавшись, уйти по-английски, выражение относящееся к англичанам, доподлинно неизвестно, почему немцы применяют здесь именно французскую народность. *Flüchten wie 20 Russen* – убежать, как 20 русских. Русские никогда не убегают, русский народ отличается своим патриотизмом и храбростью. Но немцы так и не признали факта поражения во Второй мировой войне.

Таким образом, можно сказать, что соседи воспринимались немцами чаще негативно, а страны-партнеры имели положительную репутацию. Это можно объяснить еще и историческими отношениями.

Эти данные позволяют с полной уверенностью утверждать, что этнонимы, входящие в состав фразеологических единиц, являются отражением картины мира данного народа, включают в себе ключевые знания о культуре, истории народа, взаимоотношениях с соседями, отношению к другим культурам, о том, как народ видит другую национальность через призму собственной самоидентификации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Березович, Е. Л. Ономастический портрет «человека этнического»: принципы построения и интерпретации / Е. Л. Березович, Д. П. Гулик // Встречи этнических культур в зеркале языка / редкол.: Г. П. Нешименко [и др.]. – М.: Наука, 2002. – С. 232–253.
2. Лепешаў, І. Я. Этымалагічны слоўнік фразеалагізмаў / І. Я. Лепешаў. – Мінск: Беларус. Энцыкл., 2004. – 448 с.
3. Никонов, В. А. Этнонимы / В. А. Никонов. – М.: Наука, 1970. – 271 с.
4. Слоўнік беларускіх народных параўнанняў / НАН Беларусі, Ін-т мовы і літ.; уклад.: Т. В. Валодзіна, Л. М. Салавей; навук. рэд. В. М. Макіенка. – Мінск: Беларус. навука, 2011. – 482 с.
5. Seiler, F. Deutsche Sprichwörterkunde / F. Seiler. – München, 1922. – 480 S.
6. Krüger-Lorenzen, K. Deutsche Redensarten und was dahinter steckt / K. Krüger-Lorenzen. – München: Heyne Verl., 2001. – 860 S.