



МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГУМАНИТАРНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ЮУрГГПУ»)

ФАКУЛЬТЕТ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ
КАФЕДРА АНГЛИЙСКОЙ ФИЛОЛОГИИ

**Фразеологические единицы с этнонимами как отражение этно-
культурных стереотипов в межкультурной коммуникации**

**Выпускная квалификационная работа по направлению
44.03.05 Педагогическое образование
(с двумя профилями подготовки)**

**Направленность программы бакалавриата
«Английский язык. Иностранный язык»
Форма обучения очная**

Проверка на объем заимствований:
89 % авторского текста
Работа рекомендована к защите
«23» июня 2023 г.
зав. кафедрой английской
филологии Афанасьева О.Ю.

Выполнил:
Студент группы ОФ-503/092-5-2
Завьялова Анна Павловна
Научный руководитель:
Доктор педагогических наук, доцент
Афанасьева Ольга Юрьевна

Челябинск
2023

СОДЕРЖАНИЕ

СОДЕРЖАНИЕ	2
ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ ФРАЗЕОЛОГИЗМА И СТЕРЕОТИПОВ МЫШЛЕНИЯ С ПОЗИЦИИ МЕЖКУЛЬТУРНЫХ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ.....	7
1.1 Понятие стереотипа и этнического стереотипа	7
1.2 Понятие этнонима в современной лингвистике	11
1.3 Понятие фразеологизма с этнонимами	16
Выводы по I главе	18
ГЛАВА II. ЭТНОКУЛЬТУРНЫЙ АНАЛИЗ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ С ЭТНОНИМАМИ.....	20
2.1 Классификация англоязычных фразеологических единиц с этнонимами	20
2.2 Оценочность во фразеологических единицах с этнонимами	27
2.3 Фразеологические единицы с этнонимами, отражающие и не отражающие стереотипы	29
2.4 Применение результатов исследования в образовательном процессе.....	33
Выводы по II главе	44
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	46
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	
ПРИЛОЖЕНИЕ 1	55
ПРИЛОЖЕНИЕ 2.....	57

ВВЕДЕНИЕ

Как известно, англоязычная национальная картина мира отличается большой стабильностью. В английской национальной культуре стереотипы являются весьма устойчивыми, что, с одной стороны, говорит о сохранении основ традиционной культуры, а, с другой стороны, могут помешать установлению межнациональных контактов. Многие стереотипы находят свое отражение в английском языке. В частности, таким средством вербального отражения стереотипов является фразеологические единицы (ФЕ) с этнонимами. Этнокультурные стереотипы, которые сложились уже давно, не только с большим трудом поддаются корректировке, но и играют важную роль в процессе межкультурной коммуникации. Очень часто этнокультурные стереотипы препятствуют успешной коммуникации. В связи с этим необходимо обращаться к фразеологическим единицам с этнонимами как единицам языка, отражающим этнокультурные стереотипы. Этнокультурные стереотипы, отраженные в языке при помощи фразеологических единиц с этнонимами, могут являться основой культурного разобщения за счет использования в межнациональной коммуникации стереотипного мышления и клишированных моделей поведения в международном аспекте. Поэтому, мы обращаемся к изучению этнокультурных стереотипов межкультурного общения.

Актуальность выпускной квалификационной работы определяется необходимостью конструировать продуктивные и толерантные отношения в межкультурной коммуникации.

Фразеологические единицы являются неотъемлемой частью каждого языка. Изучение фразеологизмов дает возможность не только обогатить свою речь, но и узнать исторически важные особенности культуры и народа в целом. Появление этнонимов же дает возможность выстроить отношение одной культуры к другой с момента зарождения социума.

Объектом исследования выступают англоязычные фразеологические единицы с компонентом-этнонимом.

Предметом исследования являются этнокультурные стереотипы, выраженные в ФЕ с компонентом-этнонимом.

Цель работы заключается в изучении этнокультурных стереотипов межкультурного общения, отраженных во ФЕ с компонентом-этнонимом.

Исходя из поставленной цели, мы можем сформулировать основные задачи исследования:

- уточнить понятийно-терминологический аппарат исследования (стереотип, этнокультурный стереотип, этноним, фразеологическая единица);
- сформировать корпус англоязычных ФЕ, содержащих этнонимы;
- провести исследование ФЕ с этнонимами на предмет выявления выражаемых ими этнокультурных стереотипов;
- выявить роль данных ФЕ в процессе межкультурной коммуникации;
- изучить возможность применения ФЕ с этнонимами для обучения навыкам межкультурной коммуникации и разработать комплекс соответствующих упражнений.

В работе используются следующие методы исследования: анализ научной литературы по теме исследования, метод сплошной выборки, этимологический анализ, этнолингвистический анализ (анализ лингвистических явлений, а именно ФЕ с точки зрения содержания в них этнокультурной информации), метод математической обработки результатов исследования.

Теоретическую базу исследования составляют работы отечественных и зарубежных ученых в области межкультурной коммуникации (Гришаева Л. И., Цурикова Л. В., Грушевицкая Т. Г., Попков В. Д., Садохин А. П.), фразеологии (Бобровник Л. А., Диброва Е. И.).

Материал исследования представлен в количестве 55 ФЕ с этнонимами, полученными в результате сплошной выборки из интернет-

словарей фразеологических единиц: «Russian-English Idiom Dictionary» под редакцией А.Витека (REID: 1973), «The Great Russian-English Dictionary of Idioms and Set Expressions» П.Борковского, (GREDISE: 1973), «Краткий русско-английский фразеологический словарь» В.В.Гуревича и Ж.А.Дозорец, (КРАФС: 1988).

Практическая значимость исследования заключается в возможности использования результатов исследования в образовательном процессе при обучении английскому языку в урочной и во внеурочной деятельности в школе.

Теоретическая значимость выпускной квалификационной работы состоит в изучении ФЕ с этнонимами как средства вербализации этнокультурных стереотипов и попытке разработать приемы обучения межкультурной коммуникации на основе данного лингвистического материала.

Новизна исследования заключается в избранном аспекте изучения ФЕ с этнонимами – с точки зрения их функций в процессе межкультурной коммуникации.

Положения, выносимые на защиту:

1. Англоязычные фразеологические единицы с этнонимами могут служить средством вербализации этнокультурных стереотипов.
2. Этнокультурные стереотипы в английской национальной картине мира являются результатом многовековых межкультурных контактов с множеством других культур и этносов.
3. Выраженные с помощью ФЕ с этнонимами этнокультурные стереотипы, как правило, носят негативный характер.
4. Употребление ФЕ с этнонимами может стать причиной затруднений в межкультурной коммуникации.
5. Существует необходимость обучения анализу и интерпретации выраженных ФЕ стереотипов, а также корректному употреблению данных ФЕ в речевой коммуникации.

Апробация результатов исследования осуществлена в виде доклада на ежегодной студенческой научно-практической конференции ЮУрГГПУ в апреле 2023 г.

ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ ФРАЗЕОЛОГИЗМА И СТЕРЕОТИПОВ МЫШЛЕНИЯ С ПОЗИЦИИ МЕЖКУЛЬТУРНЫХ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ

1.1 Понятие стереотипа и этнического стереотипа

Обширное разнообразие национальностей и культур при взаимодействии друг с другом предполагает наличие у каждой из сторон стереотипизированные представления об характерных чертах и самобытности представителей других этносов. Наличие стереотипов служит одной из основополагающей чертой восприятия представителей иностранных культур. Первым ученым, который ввел понятие «стереотип» в науку, был американский психолог У. Липпман [25]. Согласно его мнению, стереотипом является упорядоченная, схематичная, детерминированная культурой «картина мира» в голове человека.

Толкование понятия стереотипа занимает многих ученых в сфере гуманитарных наук, таких как психология, лингвистика, языкознание и другие, и на данный момент существует бесчисленное количество определений данного термина [15, 19]. Самое же общее определение стереотипа может звучать следующим образом.

Стереотип – психический образ, возникающий в сознании людей при упоминании о каком-либо факте действительности (в первую очередь социальной группы или этнической общности), имеющий яркую эмоциональную окраску, и свободно распространяемый на всех представителей данного общества. Стереотипы возникают ввиду накапливаемого эмоционального и социального опыта общения и взаимодействия с представителями иных групп [29]. Говоря о стереотипе, можно выделить три основных направления, определяющих характерные качества стереотипа: статистическое, динамическое и структурное.

Статистическое направление определяет такие качества стереотипа, как полнота оценки, целостный характер и наличие вероятности ошибочных данных. Говоря о динамических качествах, можно отметить низкую вероятность изменения ввиду новой информации, негибкость и консерватизм. Структурное же направление дает возможность оценить стереотип как эмоционально окрашенное и рациональное явление.

Одной из разновидностей стереотипа является этнический стереотип [38].

Этнический стереотип – устойчивое представление об определенной этнической общности, которое имеет широкое распространение на всех представителей данной культуры.

Этнические стереотипы являются основополагающими при формировании общего мнения о носителях других и своей культуры. Зачастую, говоря об этнических стереотипах, основной акцент делается на его двух противоположных факторах: непоколебимой целостности стереотипа и присутствии ложного компонента, который тем самым затрудняет естественное взаимодействие людей, относящихся к противоположным этносам. Но также наряду с неточным восприятием представителей других культур, происходит искажение особенностей собственной.

Существует две основные причины формирования стереотипов:

1. Осуществление аспекта экономии усилий мышления.

Данный принцип предполагает сокращение индивидуального реагирования человека при взаимодействии с другими культурами. Когда человек в своей повседневной деятельности сталкивается с представителями чужого этноса, он не стремится по-новому понять определенного человека, а подводит его под уже существующие и широко распространенные в обществе категории [42]. В данном случае, человеческое мышление ограничивается житейским опытом, основанным на уже существующих представлениях.

2. Охрана собственных культурных ценностей.

Данный принцип реализуется на основе утверждения индивидуальности и специфичности своего этноса на фоне других [30]. На подсознательном уровне представители одной национальности отрицают возможность сходства их традиций и взглядов с ценностями иностранных культур, и выстраивают для себя так называемую крепость в виде стереотипа, ограждающую их от чужих этносов.

Рассматривая вопрос стереотипа, важно выделить четыре основных параметра:

1. Содержание – особенности поведения и мышления, приписываемые определенной культурной общности.

2. Степень согласования – однообразие и единство вышеупомянутых особенностей.

3. Направленность – общее восприятие общности, на которую направлен процесс стереотипизирования (положительное или отрицательное).

4. Интенсивность - сила предубежденности в отношении той или иной этнической общности.

Любая социальная общность в процессе своего существования направляет все свои усилия на создание и защиту от внешнего влияния своей уникальной идеологии, которая интерпретирует то или иное поведение конкретного социума. Таким образом, этнический стереотип приобретает *идеологизирующую функцию*, как одну из основных.

Еще одна важная функция этнического стереотипа это *идентифицирующая*. Сущность ее определяется созданием, распространением, прежде всего в культуре, и сохранением ритуалов и традиций, которые образуют положительный образ всего этноса.

Как известно, понятие «стереотип» имеет широкое распространение не только на другие культуры, но и на свою собственную. Автостереотипом принято называть тот стереотип, который дает характеристику

собственному этносу. В противовес ему выступает гетеростереотип, целью которого является выделение характерных черт других этнических социумов.

Целесообразно будет выделить основные условия, являющиеся ключевыми в становлении авто- и гетеростереотипа.:

1. Нормы и ценности, формируемые социумом при сочетании религиозной, политической и экономической составляющих общества. Устойчивое сочетание вышеуказанных систем дает основание для развития стереотипов.

2. Окружение личности с социально-психологическими особенностями, ценностями и идеалами дает возможность индивиду легче присваивать себе мнения и стереотипы, заключенные в одной социальной группе.

3. Факты повседневной жизни индивида. Особенности индивидуально-психологического восприятия фактов повседневной жизни и ситуаций конкретной личностью.

На данный момент такие понятия, как «стереотип» и «установка», несмотря на свое давнее историческое зарождение, остаются актуальными для многих исследователей. Зачастую ученые расходятся во мнениях при разрешении вопроса о содержании данных понятий [47]. Одни склонны утверждать, что внутренней составляющей установки является стереотип. Другие же, считают необходимым ставить в одну параллель стереотип и установку. Также существует мнение, что первое, что возникает в сознании людей это установка, которая далее выступает основанием для развития стереотипа. Нельзя и не учитывать предположения некоторых ученых о том, что необычайная интенсивность и устремленность, которой на данном этапе развития обладает стереотип, является следствием установки.

Отечественная социальная психология рассматривает стереотип и установку как степень зарождения и развития психологических отношений. Данные отношения в дальнейшем рассматриваются, как сформированная

система избирательных и сознательных контактов индивидуума с существующей реальностью.

Кроме того, споры ведутся и по вопросу взаимосвязи терминов «стереотип» и «предвзгляд». Некоторые исследователи, говоря об этническом предвззудке подразумевают этнический стереотип с ярко негативным элементом, который имеет прямое отношение к стереотипируемой группе.

Таким образом, мы приходим к мнению, что исследование этнического стереотипа, как и стереотипа в целом находится на этапе активного развития. В настоящей работе мы будем оперировать понятием «стереотип», понимаемым как психический образ, возникающий в сознании людей при упоминании о каком-либо факте действительности (в первую очередь социальной группы или этнической общности), имеющий яркую эмоциональную окраску, и свободно распространяемый на всех представителей данного общества [1]. В качестве основного определения для понятия «этнический стереотип» будет считаться устойчивое представление об определенной этнической общности, которое имеет широкое распространение на всех представителей данной культуры.

1.2 Понятие этнонима в современной лингвистике

Этнонимом принято считать название этноса, которое формируется в процессе этногенеза и дальнейшего содействия с другими этносами. Этногенез же, в свою очередь, представляет собой процесс создания этнической группы [5].

Обратившись к словарям, можно насчитать значимое количество определений термина «этноним». Так, например, словарь русской ономастической терминологии дает довольно понятное определение, описывая этноним, как «номен для обозначения любого этноса».

Первоначально, «социально-символические наречения», такие, как: «наше», «мы», «чужое», «чужие», положили основу для развития этнонимов в современной лингвистике. Основным компонентом, которым они обладали, был оценочный. Таким образом, можно было определить, что оценочный компонент направлен на разделение в положительном и негативном ключе «своего» от «чужого»: «свое - хорошее», «чужое - плохое».

Самоназвание этносом формируется за счет выделения одного характерного признака этнической общности [43]. В то время как определение чужих этносов идет на основе противоположного признака.

Ученый-лингвист А. Эрдманн классифицировал этнонимы на четыре группы:

1. Этнонимы, получившие названия в честь географических объектов;
2. Этнонимы, получившие названия на основе внешнего вида представителей этноса или их присущему вооружению;
3. Этнонимы, получившие названия согласно духовным качествам и авторитетным псевдонимам;
4. Этнонимы, получившие названия, основанные на противостоянии чужим социумам и собственной общности.

В лингвистике существуют лексико-семантические группы, которые объединяют на основе присущим этим группам компонентом «народ».

Важно отметить еще один принцип разделения этнонимов, а именно, по географическому расположению социума. Примеров данного варианта достаточно количество, например, Урал – уральцы, Волга – волгожане.

Другая группа формируется на основе собственных имен, такие как: Кавказ – кавказцы.

Две следующие группы являются взаимно противоположными. В первом случае название государства образовано от этнонима, то есть общности, проживающей на данной территории. Например, англичане – Англия, греки – Греция. Во втором же случае, мы наблюдаем обратную

ситуацию – этноним создается на основе названия государства. Например, Россия – россияне, Америка – американцы.

Говоря об этнонимах, важно также будет упомянуть лингвонимы. Лингвонимами, как правило, называют наименование языков либо диалектов, образованные от этнонимов [21]. Кроме того, лингвонимы существуют не только в виде отдельных конкретных языков, но и языковых семей, а также диалектов. Например, русский язык – конкретный язык, романские языки - языковая семья, диалекты Китая - диалекты.

Также важно отметить существование псевдоэтнонимов. Под данным термином подразумеваются те этнонимы, которые называют общности иных видов.

Мы можем выделить различные типы этнонимов в соответствии с их основаниями [35].

Во-первых, это тип численности населения одного этнонима. Так, выделяют микроэтнонимы и макроэтнонимы. Микроэтнонимы – малые этнические группы, такие как: удмурты, печенег. Макроэтнонимы – крупные по численности этносы, такие как: русские, англичане, американцы.

Во-вторых, это тип субъекта номинации. Данное основание представляет собой особый интерес для изучающих иностранные языки. Основываясь на принадлежности индивида именуемого чужой этнос, выделяют автоэтнонимы (эндоэтноним) и аллоэтнонимы (экзоэтноним). К первому относится наименование собственного этноса, а ко второму – названия прочих этносов. Рассмотрим на примере: англичане – это аллоэтноним, так как «англичанами» данный этнос называют только русские, в то время как сами жители Великобритании называют себя English – что является автоэтнонимом [26].

Рассматривая подробнее автоэтнонимы, российский лингвист и доктор филологических наук В.И. Супрун выделил семь основных видов наименований:

1. Этнонимы, обладающие понятием «свой»;

2. Этнонимы, обладающие значением «понимающие»;
3. Этнонимы, берущие свое начало от тотемных названий;
4. Патронимические этнонимы;
5. Этнонимы, связанные с географическим местом обитания;
6. Топонимические этнонимы;
7. Этнонимы, заимствованные из других языков.

В.И. Суприн также уделит внимание и классификации чужих этносов:

1. Этнонимы, обладающие значением «чужой»;
2. Этнонимы, основанные на внешних особенностях представителей определенной этнической общности;
3. Этнонимы, связанные с географическим местом обитания;
4. Топонимические этнонимы;
5. Этнонимы, заимствованные из других языков.

Еще одна не менее важная классификация основывается на делении псевдоэтнонимов на группы:

1. Этнонимы, обозначающие население отдельной территории – географические (пример - кавказцы);
2. Этнонимы, основывающиеся на антропологические характеристики – антропологические (пример - желтолицы);
3. Этнонимы, основанные на религии – религиозные (пример - мавры);
4. Этнонимы, выражающие наличие или отсутствие какой-либо части культуры и истории – культурно-исторические (пример - варвары);
5. Этнонимы, основывающиеся на социальном и политическом уровне определенного этноса – социально-политические (пример – царские скифы);
6. Этнонимы, обозначающие этносы, которые в реальности, не существовавшие – мнимые (пример - индиос).

Названия, образованные от различных топонимов, можно легко спутать с этнонимами. Но в отличие от них, они имеют свою самобытность.

К таким названиям, как правило, относят этнохоронимы [36]. Данное понятие определяет названия, которые произошли от наименований отдельных географических местностей. Например: Азия - азиаты, Урал – уральцы.

Говоря о этнохоронимах, важно также отметить, что они могут быть образованы не только от имен регионов, но и от названий поселений. Примером такого рода этнохоронимов могут служить названия любых городов и деревень: Лондон – лондонцы, Челябинск – челябинцы.

Такой тип этнохоронимов даже получил в лингвистике название катойконим. Как мы уже могли понять, катойконим это термин, обозначающий представителей какого-либо географического района или населенного пункта.

В данной связи на ряду с катойконимом часто упоминаются и такие термины, как политоним и конфессионим.

Политонимом называют наименования жителей одной конкретной страны. Например: британцы, американцы, немцы.

Термин конфессионим же в свою очередь, дает название представителей конкретного государства, основываясь на религиозном факторе. Например: мусульмане, христиане. Также, термин конфессионим включает в себя исторически сложившиеся неофициальные названия этнической общности. Например: казаки [20].

В контексте данной работы, несмотря на разнообразие вышеупомянутых классификаций, мы будем придерживаться прежде всего широкого понимания этнонима. Современный мир дает основания для выступления этнонимов в качестве носителей стереотипизированной информации, в частности этнических стереотипов [2]. Таким образом, в процессе общения представителей разных этносов этнонимы могут указывать не только на народную принадлежность индивида, но и устанавливать соответствия с внешним видом и характером человека в силу знания присущих определенной нации признаков [50].

1.3 Понятие фразеологизма с этнонимами

Понятие «фразеология» является многозначным. С одной стороны, «фразеология» - раздел языкознания, специализирующийся на изучении устойчивых словосочетаний с осложненной семантикой в определенном языке. А с другой стороны, фразеология — это часть лексической системы языка [41]. Данная работа ставит одной из основных целей – изучение фразеологического фонда языка.

Знание фразеологизмов являются неотъемлемой составляющей успешной межкультурной коммуникации, так как они выступают как отражение стереотипизированной картины мира конкретного социума. Ключевое положение среди них занимают фразеологизмы с этнонимами [39]. Данный вид фразеологизмов представляет собой особый интерес, так как имеет свойство накапливать в себе этнические стереотипы, присущие той или иной общности, как исторически сложившееся представления о своей и чужой культуре [32]. В силу фиксации определенной точки зрения на представителей одной этнической общности, имеющей кардинальные отличия от других культур, фразеологизмы с этнонимическим компонентом характеризуются наличием четко выраженной национально-культурной спецификой [4].

В условиях конкретной работы особый интерес для нас представляют фразеологизмы с этнонимами английского языка. В связи с этим были проанализированы английские этнонимы, которые наиболее часто можно встретить в устойчивых словосочетаниях англичан. В ходе анализа были выявлены следующие семантические группы, дающие возможность более ясно видеть сложившуюся картину английских фразеологизмов с этнонимическим компонентом:

1. Быт, привычки (Polish shower - не принимать душ целыми днями и просто брызгать на себя чем попало);

2. Этикет и отсутствие этикета (French hello - входить в комнату, полную знакомых людей, не сделав жеста приветствия);
3. Плохое самочувствие, проблемы со здоровьем (Dutch headache – плохое самочувствие вследствие злоупотребления алкогольными напитками);
4. Общение (Scotch answer – отвечать вопросом на вопрос);
5. Сфера деятельности (Irishman’s rise – перевод на нижестоящую должность);
6. Ложь, притворство (Chinese attack – ложная атака);
7. Традиции, обычаи (Dutch treat – ситуация при которой каждый в группе должен оплатить свою часть счета в ресторане);
8. Черты характера (Merry Greek – человек, отличающийся весельем);
9. Психологически-эмоциональное состояние (Dutch praise – быть разгневанным);
10. Образование, социальный статус (Spanish teacher – безграмотный человек, невежда);
11. Отношение к другим (to play someone for a Chinaman – считать кого-то глупым);
12. Сложные жизненные ситуации (Dutch luck - невезение);
13. Профессиональные качества (Chinese ace – пилот, производящий неудачную посадку);
14. Принятие решений (Scotch verdict – окончательное решение);
15. Криминал (Greek lightning – поджог, сожжение убыточного бизнеса с целью получения страховых денег);
16. Запрещенные средства, алкоголь (Chinese tobacco - опиум) [53].

На основе проведенного анализа мы можем сделать вывод, что английские фразеологизмы с компонентом-этнонимом имеют преимущественно негативную коннотацию (ложь, криминал, запрещенные средства, отсутствие этикета и т.д.) [11]. Причиной доминирования

негативной коннотации в английских фразеологизмах с этнонимами является исторически сложившиеся предрассудки по отношению к другим этносам и культурам [48].

Специфика истории Англии накладывает свой отпечаток на отношение с упомянутыми «странами-этнонимами» не только соседних государств, с которыми англичане входили в прямой контакт через бои за морское и экономическое господство, но и с теми этносами, чье территориальное положение было далеко от англичан, но представляло собой потенциальную опасность как возможных врагов.

Таким образом, можем отметить, что англичанам присуще ярко выраженный этноцентризм, проявляющийся в негативном отношении к другим национальностям и нашедшим свое отражение во фразеологии.

Выводы по I главе

В первой главе уточнен понятийно терминологический аппарат, а также понятия, которыми мы будем оперировать в процессе исследования: стереотип, этнический стереотип, этноним, фразеология, ФЕ с этнонимом.

Рассматривая теоретические аспекты изучения фразеологизма и стереотипного мышления с позиции межкультурных взаимоотношений, мы приходим к выводу, что исследование этнического стереотипа, как и стереотипа в целом находится на этапе активного развития [18]. В след за У. Липпманом, в настоящей работе мы будем оперировать понятием «стереотип», понимаемым как психический образ, возникающий в сознании людей при упоминании о каком-либо факте действительности (в первую очередь социальной группы или этнической общности), имеющий яркую эмоциональную окраску, и свободно распространяемый на всех представителей данного общества.

Обобщая точки зрения различных авторов о природе этнического стереотипа, мы предлагаем следующую формулировку данного понятия –

устойчивое представление об определенной этнической общности, которое имеет широкое распространение на всех представителей данной культуры. В настоящее время этнонимы могут выступать в качестве носителей стереотипизированной информации, в частности этнических стереотипов. Таким образом, в процессе общения представителей разных этносов этнонимы могут указывать не только на народную принадлежность индивида, но и устанавливать соответствия с внешним видом и характером человека в силу знания присущих определенной нации признаков [49].

Обобщающее определение для понятия «фразеология» — это часть лексической системы языка. Данная работа ставит одной из основных целей – изучение фразеологического фонда языка [16]. Знание фразеологизмов являются неотъемлемой составляющей успешной межкультурной коммуникации, так как они выступают как отражение стереотипизированной картины мира конкретного социума. Ключевое положение среди них занимают фразеологизмы с этнонимами [27]. Данный вид фразеологизмов представляет собой особый интерес, так как имеет свойство накапливать в себе этнические стереотипы, присущие той или иной общности, как исторически сложившееся представления о своей и чужой культуре.

В условиях конкретной работы особый интерес для нас представляют англоязычные фразеологизмы с этнонимами. В связи с этим были проанализированы английские этнонимы, которые наиболее часто можно встретить в фразеологических единицах. По результатам анализа англоязычных фразеологизмов с этнонимами, мы выяснили, что английские фразеологизмы с компонентом-этнонимом имеют преимущественно негативную коннотацию (ложь, криминал, запрещенные средства, отсутствие этикета и т.д.). Причиной доминирования негативной коннотации в английских фразеологизмах с этнонимами является исторически сложившиеся предубеждения по отношению к другим этносам и культурам.

ГЛАВА II. ЭТНОКУЛЬТУРНЫЙ АНАЛИЗ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ С ЭТНОНИМАМИ

2.1 Классификация англоязычных фразеологических единиц с этнонимами

С помощью метода сплошной выборки из фразеологических словарей английского языка нам удалось сформировать корпус англоязычных ФЕ, содержащих этнонимы. Разработанный корпус включает в себя 55 фразеологические единицы с этнонимами Dutch, French, Italian, Polish, Spanish, Greek, Jew, Irish, Scotch, Chinese, Tartar (Таблица 1).

Сформированный корпус англоязычных ФЕ с этнонимами будет удобен и показателен при дальнейшем анализе функционирования их в речи. Анализ фразеологических единиц с этнонимами будет происходить на основе следующих критериев: с точки зрения количества фразеологических единиц с разными этнонимами в англоязычной картине мира; с точки зрения отражения этнокультурных стереотипов в представленных ФЕ; с точки зрения оценочности ФЕ; с позиции частотности употребления ФЕ в речи; а также функций, которые выполняют те или иные фразеологизмы с этнонимами [12,24] (Приложение 1).

В английском языке наиболее репрезентативна группа ФЕ с этнонимом Dutch, а именно 24 %. На втором месте по фразеобразующему потенциалу занимает этноним French – 14 %. Третье место занимают ФЕ с этнонимами Chinese и Greek в количественном соотношении 10 %. Четыре этнонима, часто используемые в английском языке (8 %), это Irish, Scotch, Spanish и Italian. Далее по продуктивности следует этноним Jew (6 %). И наименее репрезентативны этнонимы, встречающиеся в английских ФЕ, это Polish и Tartar (4 %) (Рисунок 1).

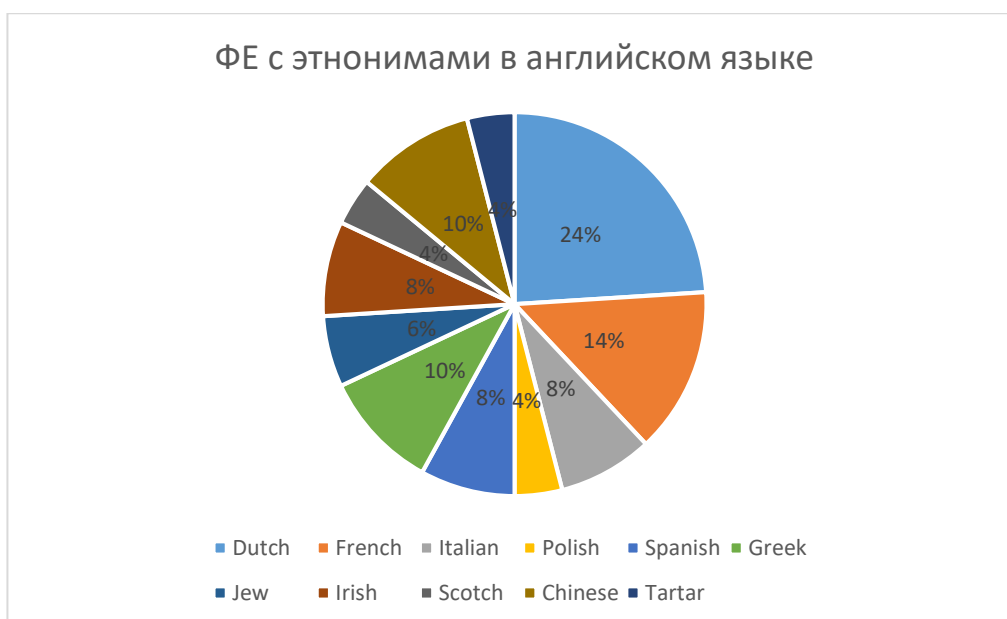


Рисунок 1 - ФЕ с этнонимами в английском языке.

Исходя из такого количественного соотношения возникает вопрос: почему анализируемые ФЕ с различными этнонимами имеют такое неравное распространение в языковой картине англичан?

На диаграмме, мы можем видеть, что ФЕ с этнонимом Dutch имеет наибольшую распространенность в англоязычной картине мира, а именно 24 %. Фразеологизмы с этнонимами **Dutch** в английском языке имеют ярко негативную окраску и являются отражением многовековых отношений между англичанами и голландцами. Обратившись к истории, мы можем выделить три основные причины подобного отношения. Во-первых, в 17 веке произошло три англо-голландские войны, результатом которых стало поражение англичан. Во-вторых, во время освоении Северной Америки голландцам удалось вытеснить оттуда англичан и построить Новый Амстердам (Нью-Йорк). В-третьих, на английский престол взошел король Виллем III из рода Оранских – правящей династии Нидерландов в 1689 г., что явилось оскорблением для англичан [37].

Судя по английским фразеологизмам с этнонимами у англичан сложились следующие стереотипные представления о голландцах. Они глупы, лживы, ненадежны, агрессивны и имеют пристрастие к алкоголю. Все выше указанное отражается в следующих ФЕ с этнонимами:

1. Double Dutch – бред;
2. Dutch bargain – договор, в котором один из участников получает преимущество перед другим;
3. Dutch blessing – оскорбление;
4. Dutch uncle – человек, который все критикует;
5. As drunk as a Dutchman – очень пьян, и т.д.

Кроме того, в английском языке этнонимом Dutch принято обозначать неприятности, сложные ситуации, бешенство, трусость и несогласованность действий. Примерами данных фразеологизмов будут служить:

1. Dutch luck – невезение;
2. To be in Dutch – попасть в беду;
3. Dutch act – суицид;
4. Dutch concert – кто в лес, кто по дрова;
5. Go Dutch – сходить с ума;
6. Dutch defence – сдаваться без боя.

Стоит подчеркнуть, что фразеологизмы с этнонимом Dutch имеют настолько выраженную негативную коннотацию, что зачастую заменяют собой отрицательные морфемы английского языка, такие как: un-, non-, pseudo-. Например: luck – Dutch luck (ситуация, когда невезение – это ваша единственная удача), comfort – Dutch comfort (предположении, что хуже быть не может) [34].

На втором месте по фразеобразующему потенциалу находится ФЕ с этнонимом French – 14%. Появление этнонима **French** в английском языке обусловлено рядом факторов: близкое расположение Франции по отношению к Англии, историческое влияние французского языка на английский и многочисленные военные конфликты. Одно из ключевых событий, повлиявших на становление английского языка и развитие страны как державы, является Нормандское завоевание в 1066г. Результатом завоевания пришлось усиление феодализации на территории Англии.

Сложные отношения с Францией нашли свое отражение в английских фразеологизмах с этнонимами. Таким образом, англичане имеют представление о французах, как о ленивых, трусливых и экстравагантных индивидах. Примерами данного утверждения могут служить следующие ФЕ с этнонимами:

1. French living – образ жизни, основанный на прокрастинации;
2. French advance – отступление;
3. French duke – ярко одетый, театрально-экстравагантный человек;

Зачастую, сочетания с этнонимом French имеют значение непристойности, извращенности. Например:

1. French pig – венерическое заболевание;
2. French postcard – открытка с непристойными изображениями.

Стоит заметить, что фразеологизмы с этнонимом French могут содержать в себе стереотипы противоположные друг другу. Но вне зависимости от того какой вариант реализуется в данном словосочетании, исходный результат будет иметь негативную коннотацию. Рассмотрим на конкретных примерах. Фразеологическое сочетание «French fare» – проявление чрезмерной вежливости, несет отрицательный смысл. В этот момент, устойчивое сочетание, противоположное предыдущему, «to take a French leave» обозначающее уйти не попрощавшись, аналогично имеет негативную коннотацию [40].

10% - наличие в английских словарях фразеологизмов с этнонимом Greek. Такое малое употребление обусловлено отсутствием географических границ между Англией и Грецией, а также отсутствием ярко выраженного исторического взаимодействия. Изучая фразеологизмы с этнонимом **Greek**, мы можем отметить, что англичане приписывают грекам такие качества, как лукавство, веселый нрав и нечистоплотность. Подтвердим вышеуказанное примерами:

1. Gay Greek – весельчак, гуляка;
2. Greek gift – подарок с ужасными последствиями;

3. Greek lightning – поджог с целью получения страховых выплат;
4. Greek exit – уход до оплаты своей доли счета;
5. Greek shower – мыть только те части тела, которые имеют неприятный запах.

В соответствии с фразеобразующим потенциалом, ФЕ с этнонимом **Chinese** насчитывает всего 10 %. Китайцы же как нация в глазах англичан обладают такими качествами, как лживость, глупость, а также непрофессионализм. Анализируя фразеологизмы с компонентом-этнонимом **Chinese**, мы встречаем выше перечисленные качества в следующих примерах:

1. Chinese ace – горе-летчик;
2. Chinese compliment – притворяться, что вам что-либо интересно;
3. Chinese attack – ложная атака;
4. To play someone for a Chinaman – считать кого-то глупым.

Менее частое употребление в языковой картине встречается в ФЕ с этнонимом **Italian**, только 8%. Интерпритируя фразеологизмы с этнонимом **Italian**, можно отметить чрезмерную жесткость итальянцев в английской картине мира. Основываясь на последующих примерах, мы можем сделать вывод, что англичане видят итальянцев, как яростных, очень эмоциональных и бескультурных людей. Примеры фразеологических единиц с этнонимом **Italian**, подтверждающие вышеуказанное:

1. Italian divorce – прекращение брака при помощи заказа киллера для убийства партнера;
2. Italian emotion – явление, переживаемое, когда жизнь посылает вам трудные времена;
3. Italian person – человек, высказывающий свое мнение слишком активно;
4. Italian bath - побрызгать себя одеколоном вместо того, чтобы принять ванну или душ.

Менее репрезентативна группа ФЕ с этнонимом **Spanish**, только 8%. Интерпретируя фразеологизмы с этнонимом **Spanish**, становится ясно, что в глазах англичан испанцы жестокая и ненадежная нация. Подтверждающие то примеры:

1. **Spanish Barry** – плохо обращаться с кем-либо, особенно унижительным и унижающим достоинство образом;
2. **Spanish exit** – вместо того, чтобы оплачивать свою долю счета в ресторане, вы перекладываете его на своих друзей.
3. **Spanish money** – слова, не подкрепленные действиями [23].

Подобно полякам и французам, в соответствии с английской картиной мира, испанцы пренебрегают правилами гигиены: **Spanish shower** - побрызгать себя одеколоном вместо того, чтобы принять ванну или душ.

ФЕ с этнонимом **Irish** занимает только 8% от общего числа ФЕ с этнонимами в английском языке. В XII веке нормандские войска вторглись на территорию Ирландии. Начиная с этого времени и на протяжении многих лет Ирландия считалась колонией Англии [7]. Ввиду этого исторического факта англичане сформировали мнение об ирландцах как о низшем этносе. Основываясь на фразеологизмах с этнонимом **Irish**, мы видим, что ирландцы представляют собой вспыльчивую, лживую и неискреннюю нацию. Примеры фразеологизмов с компонентом-этнонимом **Irish**:

1. **To get one's Irish up** – разозлиться;
2. **Irish lemons** – что-то ненастоящее;
3. **To weep Irish tears** – проливать крокодиловы слезы;
4. **Irish bull** – бред.

Говоря об отношениях шотландцев и англичан, можно отметить, что они складывались, как и с другими нациями, довольно непродуктивно. Негативный характер они приобрели в силу разногласий из-за культурных различий в виду объединения Англии и Шотландии после смерти королевы Елизаветы в 1603г. Этноним **Scotch** в составе английских фразеологизмах

дает понимание, что шотландцы представляются англичанам, как скупые и неуверенные люди. Примеры таких сочетаний:

1. To be Scotch – жадный, скупой человек;
2. Scotch verdict – половинчатое решение.
3. Scotch answer - ответ в форме вопроса;
4. To go Scott - выйти сухим из воды;
5. A Scotch marriage - шотландский брак, брак без соблюдения формальностей;
6. Scotty - сердитый, злой, взбешенный

Далее по продуктивности следует этноним Jew (6%). С давних времен в Англии сложилось нелестное мнение о евреях-ростовщиках и евреях-торговцах. Подтверждение этому мы находим в фразеологизмах с этнонимом **Jew**. Сложившееся представление о евреях выставляет данную нацию как нечестных и скупых людей. Например:

1. Jew sheet – денежный счет для друзей;
2. Jew's bail – маленький залог;
3. Jewish piano – кассовая машина.

Процент употребления в языке ФЕ с этнонимом Polish крайне мал, он составляет лишь 4 %. Это обусловлено отсутствием границ между Польшей и Англией, а также отсутствием ярко выраженных исторических связей. Схожая ситуация также складывается и с поляками. Фразеологизмы с этнонимом **Polish** яркие тому доказательства:

1. Polish exit – внезапно уйти, никого не поставив в известность;
2. Polish shower - побрызгать себя одеколоном вместо того, чтобы принять ванну или душ [54].

Помимо привычных нам этнонимов в английском языке также можно встретить фразеологические сочетания с компонентом-этнонимом **Tartar**. Появление данного этнонима в фонде английских фразеологизмов обусловлено военными походами монголо-татар в XIII-XIV веках.

Враждебное отношение к татарам прослеживается в таких фразеологизмах, как:

1. To catch a Tartar – решительный отпор / женитьба на злой женщине;
2. To turn Tartar – разгневаться [22].

В силу своей ярко негативной коннотации употребление ФЕ с этнонимом Tartar некорректно при общении с татарами, так как, несмотря на историческую закреплённость данных устойчивых выражений в английском языке, это может оскорбить татар, препятствовать коммуникации и стать причиной межнационального конфликта.

Проанализировав вышеупомянутые исторические причины получившегося количественного соотношения ФЕ с этнонимами, мы пришли к выводу, что наибольшее функционирование в англоязычной картине мира имеют ФЕ с этнонимами соседних государств, а именно с этнонимами Dutch, French [13]. Это обусловлено, прежде всего, большим количеством контактов между соседями. Важно отметить, что контакты между этими государствами исторически сложились враждебными, из-за чего подавляющее большинство фразеологических единиц с этнонимами несет в себе негативный смысл [14].

2.2 Оценочность во фразеологических единицах с этнонимами

Следующая задача, стоящая перед нами, это произвести анализ корпуса выделенных англоязычных ФЕ с этнонимами с точки зрения оценочности (Приложение 2).

Так как фразеологические единицы с этнонимами очень часто используются в языке, они могут нести в себе оценочный фактор, то есть влиять на коммуникацию положительно, отрицательно или никак вовсе [44].

Из таблицы следует, что из 55 фразеологических единиц с этнонимами только 3 ФЕ имеют положительную оценку и не препятствуют

межкультурной коммуникации; 18 устойчивых словосочетаний занимают нейтральную позицию, среди них, как правило, ФЕ с этнонимами, обозначающими какое-либо явление или предмет; остальные же, 34 ФЕ, имеют исключительно отрицательную коннотацию и представляют угрозу возникновения конфликта в процессе международного общения.

Существует возможность влияния на межкультурную коммуникацию в случае употребления ФЕ с этнонимами в речи. Для подтверждения того, что некорректное использование ФЕ с этнонимами в речи может привести к конфликту либо недопониманию, мы провели опрос среди иностранных студентов ЮУрГГПУ. В опросе приняло участие 10 граждан Китайской Народной Республики в возрасте 22-25 лет. Респондентам был задан следующий вопрос: Как бы Вы отнеслись, если бы в разговоре с Вами использовали фразеологизм с этнонимом Chinese? Прежде чем ответить на вопрос, респондентам дали пояснительную информацию о том, что представляют собой ФЕ с этнонимами и продемонстрировали примеры устойчивых словосочетаний с этнонимом. По итогам опроса мы получили следующие результаты (Рисунок 2). 70 % респондентов заявили, что их реакция была крайне негативна и задела бы их чувства, если бы в разговоре с ними англичане использовали данные ФЕ. Для 10 % это не имело бы значения вовсе. И только для 20% опрошенных использование ФЕ с этнонимами в речи может быть интересным и улучшить коммуникацию.

Как бы Вы отнеслись, если бы в разговоре с Вами были использованы фразеологизмы с этнонимом Chinese?

10 ответов

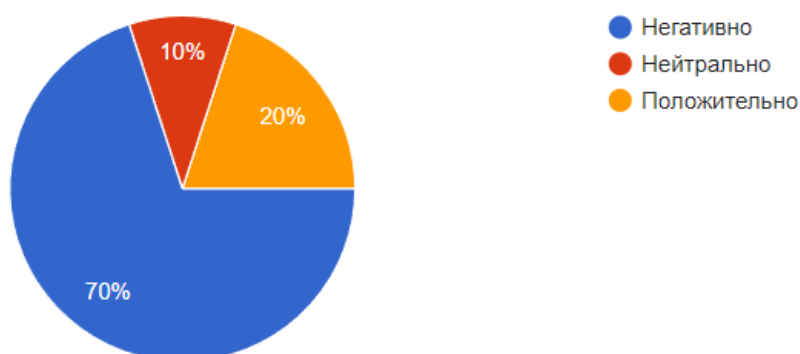


Рисунок 2 – Опрос иностранных студентов

Проанализировав все вышеупомянутые примеры, мы пришли к выводу, что негативная коннотация, которой обладают практически все этнонимы в английском языке, обусловлена двумя основными факторами. Во-первых, это исторически сложившиеся враждебные отношения с другими этносами в связи с военными конфликтами или завоеваниями территории Англии. Во-вторых, неприятие культурных особенностей других наций и недоверие к ним, ввиду крайнего этноцентризма британцев [28]. Но стоит отметить, что этноцентризм англичан представляет собой не только разрушительное явление, которое противодействует межкультурному общению, но и способ объединить нацию, обеспечить состояние психологического комфорта внутри неё. Благодаря этноцентризму у англичан сильно развито чувство патриотизма и поддержка согражданам.

2.3 Фразеологические единицы с этнонимами, отражающие и не отражающие стереотипы

Во фразеологизмах с этнонимами зачастую можно встретить те единицы, которые отражают стереотипную информацию о представителях

чужих этносов. Стереотипы, запечатленные в фразеологизмах с этнонимами, отражают исторически сложившиеся взгляды. Из этого следует, что данные единицы связаны исключительно с событиями прошлого.

Созданный корпус ФЕ с этнонимами был проанализирован с точки зрения наличия в предложенных единицах стереотипной информации об этносе. По результатам было сформировано три группы этнонимосодержащих фразеологических единиц:

1. ФЕ, содержащие этнические стереотипы и выражающие отрицательную оценку. Отрицательная коннотация обусловлена тем, что культурные особенности чужих этносов воспринимаются как чуждые, странные и дикие. К ним относятся:

– Dutch bargain – договор, в котором один из участников получает преимущество перед другим;

– Dutch uncle – человек, который все критикует;

– As drunk as a Dutchman – очень пьян;

– To be in Dutch – попасть в беду;

– Dutch concert – кто в лес, кто по дрова;

– French duke – ярко одетый, театрально-экстравагантный человек;

– French fare – проявление чрезмерной вежливости;

– to take a French leave - обозначающее уйти не попрощавшись;

– Italian divorce – прекращение брака при помощи заказа киллера для убийства партнера;

– Italian person – человек, высказывающий свое мнение слишком активно;

– Italian bath - побрызгать себя одеколоном вместо того, чтобы принять ванну или душ;

– Polish exit – внезапно уйти, никого не поставив в известность;

– Polish shower - побрызгать себя одеколоном вместо того, чтобы принять ванну или душ;

- Spanish Barry – плохо обращаться с кем-либо, особенно унижительным и унижающим достоинство образом;
- Spanish exit – вместо того, чтобы оплачивать свою долю счета в ресторане, вы перекладываете его на своих друзей;
- Spanish money – слова, не подкрепленные действиями;
- Spanish shower - побрызгать себя одеколоном вместо того, чтобы принять ванну или душ;
- Gay Greek – весельчак, гуляка;
- Greek exit – уход до оплаты своей доли счета;
- Greek shower – мыть только те части тела, которые имеют неприятный запах;
- Jew sheet – денежный счет для друзей;
- Jew’s bail – маленький залог;
- To get one’s Irish up – разозлиться;
- Irish lemons – что-то ненастоящее;
- To weep Irish tears – проливать крокодиловы слезы;
- To be Scotch – жадный, скупой человек;
- Scotch verdict – половинчатое решение;
- Scotch answer - ответ в форме вопроса;
- To go Scott - выйти сухим из воды;
- A Scotch marriage - шотландский брак, брак без соблюдения формальностей;
- Scotty - сердитый, злой, взбешенный;
- Chinese ace – горе-летчик;
- Chinese compliment – притворяться, что вам что-либо интересно;
- To play someone for a Chinaman – считать кого-то глупым;
- To catch a Tartar – решительный отпор / женитьба на злой женщине;
- To turn Tartar – разгневаться;
- French living – образ жизни, основанный на прокрастинации.

2. ФЕ, не содержащие этнические стереотипы. В данном случае, несмотря на отсутствие стереотипов, выделенные стереотипы несут в себе крайне негативное отношение.

- Double Dutch – бред;
- Dutch blessing – оскорбление;
- Dutch luck – невезение;
- Dutch act – суицид;
- Go Dutch – сходить с ума;
- Dutch defence – сдаваться без боя;
- Dutch comfort - предположении, что хуже быть не может;
- French advance – отступление;
- French pig – венерическое заболевание;
- French postcard – открытка с непристойными изображениями;
- Italian emotion – жизненные трудности;
- Greek gift – подарок с ужасными последствиями;
- Greek lightening – поджог с целью получения страховых выплат;
- Jewish piano – кассовая машина;
- Irish bull – бред;
- Chinese attack – ложная атака;
- Chinese puzzle – не разрешимая загадка;
- Chinese tobacco – опиум.

Таким образом, наличие фразеологических единиц с этнонимами, отражающих стереотипы, в английском языке значительно преобладают над теми ФЕ, которые не несут в себе стереотипной информации. В основе всех проанализированных фразеологизмов с этнонимами первой группы лежит негативное, чуждое отношение к другим этносам и их культуре, которое крепко закрепилось в английском языке и повлияло на сложившееся мнение современных англичан. Искоренить стереотипы и изменить фразеологические единицы невозможно, но с помощью

тщательного изучения их можно отследить тенденцию развития отношений Англии с другими государствами на протяжении веков.

2.4 Применение результатов исследования в образовательном процессе

Фразеология является одной из самых архаичных слоев лексики. Она воплощает в себе стереотипы, которые в дальнейшем с трудом поддаются корректировке. Данный раздел лексики несет в себе самое традиционное представление о взаимодействии культур. В этой связи очень важно следить, чтобы наше коммуникативное поведение было корректным [6].

Разработанная система упражнений направлена на освоение обучающимися межкультурных умений и навыков. Согласно Федеральному государственному образовательному стандарту основного общего образования (приказ № 1897 от 17. 12. 2010 МО РФ), примерной программы по иностранному языку для основной школы (М.: Просвещение, 2010), ниже представленная система упражнений может быть реализована в условиях урочной деятельности на уроках иностранного языка (английского языка) среди обучающихся 5-9 классах. Далее будет представлен список тем, в процессе изучения которых, разработанная система упражнений может быть актуальна:

- Родная страна и страна/страны изучаемого языка. Их культурные особенности (национальные праздники, традиции, обычаи) (5 класс);
- События, факты, традиции из жизни стран, говорящих на английском языке (6 класс);
- Каникулы в международном летнем лагере (6 класс);
- Собираемся в путешествие (6 класс)
- Родная страна и страна изучаемого языка (7 класс);
- Культура и традиции англоговорящих стран (8 класс);

- Особенности быта, жизни, культуры стран изучаемого языка (8 класс);
- Социокультурный портрет стран (говорящих на английском языке) и культурное наследие стран изучаемого языка (8 класс);
- Англоязычные страны и родная страна (9 класс);
- Знание других народов – ключ к взаимопониманию (9 класс);
- Толерантность или конформизм (9 класс);
- Стереотипы, которые мешают жить: религиозные, расовые, возрастные, половые (9 класс);
- Важность политическая корректность в отношении людей старшего возраста, инвалидов, людей других национальностей (9 класс).

В условиях внеурочной деятельности упражнения могут быть актуальными на факультативных курсах при подробном рассмотрении следующих тем:

- Путешествие в страну изучаемого языка;
- Культурные особенности стран английского языка;
- Межкультурное общение;
- Этнокультурные стереотипы;
- Общение с представителями других культур;
- Межкультурные конфликты и т.д.

Кроме того, система упражнений может также быть полезна обучающимся в их проектной деятельности по темам, связанным с изучением межкультурного взаимодействия:

- Отношение англичан к иностранцам;
- Стереотипы в жизни англичан;
- Фразеологизмы в английском языке;
- Как избежать межкультурного конфликта при общении с иностранцем и т.д.

Выбранный нами учебно-методический комплекс включает в себя:

– учебник и рабочую тетрадь М.З. Биболетова, Н.Н.Трубанёва «Английский с удовольствием / Enjoy English» для 5- 9 классов общеобразовательных учреждений;

– Учебник и рабочую тетрадь «Английский язык» для 5-9 классов под авторством Комарова Ю.А., Ларионова И.В., Гренджер К.

Прежде, чем переходить к обучению межкультурным умениям и навыкам, необходимо дать студентам четкое понимание того, что стереотип – психический образ, возникающий в сознании людей при упоминании о каком-либо факте действительности, имеющий яркую эмоциональную окраску, и свободно распространяемый на всех представителей данного общества. Стереотипы возникают в виду накапливаемого эмоционального и социального опыта общения и взаимодействия с представителями иных групп [8]. Одной из разновидностей стереотипа является этнический стереотип. Этнический стереотип – устойчивое представление об определенной этнической общности, которое распространяется на всех представителей данной культуры.

Этнические стереотипы являются основополагающими при формировании общего мнения о носителях других культур. Зачастую, говоря об этнических стереотипах, основной акцент делается на его двух противоположных факторах: непоколебимой целостности стереотипа и присутствие ложного компонента, который тем самым затрудняет естественное взаимодействие людей, относящихся к противоположным этносам.

Как известно, понятие «стереотип» имеет широкое распространение не только на другие культуры, но и на свою собственную. Автостереотипом принято называть тот стереотип, который дает характеристику собственному этносу. В противовес ему выступает гетеростереотип, целью которого является выделение характерных черт других этнических социумов.

Этнонимом принято считать название этноса, которое формируется в процессе этногенеза и дальнейшего содействия с другими этносами. Этногенез же, в свою очередь, представляет собой процесс создания этнической группы [31]. Современный мир дает основания для выступления этнонимов в качестве носителей стереотипизированной информации, в частности этнических стереотипов.

Понятие «фразеология» является многозначным. С одной стороны, «фразеология» - раздел языкознания, специализирующийся на изучении устойчивых словосочетаний с осложненной семантикой в определенном языке. А с другой стороны, фразеология — это часть лексической системы языка [51].

Обучающиеся должны понимать, что знание фразеологизмов является неотъемлемой составляющей успешной межкультурной коммуникации, так как они выступают как отражение стереотипизированной картины мира конкретного социума. Ключевое положение среди них занимают фразеологизмы с этнонимами. Данный вид фразеологизмов представляет собой особый интерес, так как имеет свойство накапливать в себе этнические стереотипы, присущие той или иной общности, как исторически сложившееся представление о своей и чужой культуре. В силу фиксации определенной точки зрения на представителей одной этнической общности, имеющей кардинальные отличия от других культур, фразеологизмы с этнонимическим компонентом характеризуются наличием четко выраженной национально-культурной спецификой.

Далее будет представлена разработанная система упражнений, направленная на освоение обучающимися межкультурных умений и навыков.

Представленные упражнения будут разделены на три группы.

1 группа – информационные упражнения;

2 группа - операционные упражнения;

3 группа – мотивационные упражнения.

Группа 1. Информационные упражнения.

Информационные упражнения направлены на получение знаний о том, какие фразеологические сочетания с этнонимами существуют и какие эквиваленты можно подобрать для них в русском языке.

Упражнение 1.

Задание: Подберите русский эквивалент к следующим ФЕ, проследите их этимологию. На основе подобранных эквивалентов, попробуйте определить, какие черты характера имеют те или иные национальности с точки зрения англичан.

Dutch concert	бред
Irish lemons	дары данайцев
French advance	весельчак
Greek gift	кто в лес кто по дрова
Double Dutch	одни только слова
To weep Irish tears	проливать крокодиловы слезы
Spanish money	притворяться, что вам что-либо интересно
Chinese compliment	отступление
Gay Greek	что-то ненастоящее
To turn Tartar	попасть в беду
To be in Dutch	разгневаться

Обучающиеся должны дать следующие ответы:

- Dutch concert – кто в лес, кто по дрова;
- Double Dutch – бред;
- Irish lemons – что-то ненастоящее;
- French advance – отступление;
- Greek gift – дары данайцев;
- Gay Greek – весельчак;
- Spanish money – одни только слова;
- To weep Irish tears – проливать крокодиловы слезы;
- To be in Dutch – попасть в беду;
- Chinese compliment – притворяться, что вам что-либо интересно;
- To turn Tartar – разгневаться [52].

Обучающиеся выдвигают свои предположения по поводу того, какие черты характера имеют те или иные национальности с точки зрения

англичан. Далее можно сравнить их предположения с действительным мнением англичан.

– Согласно английской точке зрения, голландцы, как отдельная нация, обладают такими отрицательными чертами, как глупость, ненадежность, агрессивность.

– Греки, с английской точки зрения, обладают следующими чертами: хитростью, склонностью к мошенничеству.

– Испанцы для англичан являются безответственными людьми, теми, на кого нельзя положиться.

– Ирландцев британцы считают грубыми и лживыми.

– С точки зрения англичан, китайцы обладают следующими качествами: беспорядочность, суматоха, недоверчивость.

– В глазах англичан французы выступают крайне невоспитанными и даже неприличными людьми.

– Русский народ, согласно английской точке зрения, опасный и рискованный.

Данные ФЕ с этнонимами выражают этнокультурные стереотипы англичан, сформировавшиеся в ходе развития языка, и показывают социальную сторону изучения языка, мировоззрение народа изучаемого языка [33].

Упражнение 2.

Задание: Найдите ФЕ с этнонимами, отражающие этнические стереотипы, и проанализируйте их.

Напоминаем, что этнический стереотип – устойчивое представление об определенной этнической общности, которое распространяется на всех представителей данной культуры. Этнические стереотипы являются основополагающими при формировании общего мнения о носителях других культур.

Dutch bargain	договор, в котором один из участников получает преимущество перед другим
---------------	--

As drunk as a Dutchman	очень пьян
Dutch luck	невезение
French living	образ жизни, основанный на прокрастинации
French duke	ярко одетый, театрально-экстравагантный человек
Spanish money	слова, не подкрепленные действиями
Greek gift	подарок с ужасными последствиями
Jewish piano	кассовая машина
Irish lemons	что-то ненастоящее
To be Scotch	жадный, скупой человек
To turn Tartar	разгневаться

Этнические стереотипы отражают следующее ФЕ:

- As drunk as a Dutchman – очень пьян;
- French living – образ жизни, основанный на прокрастинации;
- French duke – ярко одетый, театрально-экстравагантный человек;
- Spanish money – слова, не подкрепленные действиями;
- To be Scotch – жадный, скупой человек;
- To turn Tartar – разгневаться.

Остальные ФЕ имеют исторический подтекст. Например, Greek GIFT – словосочетание, употребляемое в значении подарки, которых следует опасаться. Причина тому – гибель для принявшего их. Появление этой ФЕ обусловлено знаменитой легендой о Троянской войне. Данайцы (греки), чтобы проникнуть в осажденную Троию, соорудили огромного деревянного коня и оставили его у стен города. Троянцы, не подозревая хитрости, втащили коня в город и потерпели поражение.

Упражнение 3.

Задание: Изучите представленный ниже список фразеологических единиц с этнонимами. Определите, к какой из трех категорий (оценочно-позитивный, оценочно-нейтральный, оценочно-негативный) относятся следующие стереотипы. Выполните задание в форме таблицы.

- Greek lightning;
- Italian person;
- Jew sheet;

- Italian emotion;
- Scotch answer;
- Dutch blessing;
- Scotch verdict;
- Chinese tobacco;
- French duke;
- Dutch defence;
- Spanish shower;
- Dutch uncle;
- French pig;
- To be Scotch;
- Jew piano.

По завершению упражнения должна получиться следующая таблица.

Оценочно-позитивный	Оценочно-нейтральный	Оценочно-негативный
Italian person	Scotch answer	French duke
	Dutch treat	Spanish shower
	Scotch verdict	
	Chinese tobacco	Dutch uncle
	Italian emotion	French pig
	Dutch blessing	Greek lightening
	Dutch defence	Jew sheet
	Jew piano	To be Scotch

Данное упражнение рекомендуется выполнять в форме таблицы, так как этот формат демонстрирует четкое разграничение ФЕ с этнонимами и способствует лучшему запоминанию. В целях предотвращения коммуникативных ошибок необходимо иметь правильное представление о прагматике ФЕ.

Группа 2. Операционные упражнения.

Операционные упражнения направлены на развитие навыка корректного использования фразеологических единиц с этнонимами с представителями разных этносов.

Упражнение 4.

Задание: Прочитайте следующий диалог. Постарайтесь определить, почему коммуникация не увенчалась успехом и какие ошибки были допущены. Обратите внимание на приведенную перед диалогом информацию о говорящих.

Информация о говорящих: Kobi – Dutchman, Tom – American.

Диалог:

Kobi: Yesterday I couldn't complete all my tasks and had a fight with a colleague.

Tom: That was real Dutch luck.

Kobi: What do you mean?

Tom: I think you should relax and go out, to the cinema or a bar. Last time I was as drunk as a Dutchman, that's why I don't drink alcohol anymore.

С помощью данного упражнения обучающиеся учатся определять степень допустимости использования ФЕ в общении с иностранцами, что помогает ответить на вопрос: можно ли употреблять в разговоре с носителем культуры фразеологизм с этнонимом, обозначающим данную национальность, и может ли незнание прагматики привести к конфликту. Так как в основе предложенной коммуникации лежат стереотипы о Голландцах, стоит быть аккуратным в использовании данных ФЕ при общении с жителями Голландии. Не следует эксплуатировать стереотип, если не уверены в реакции собеседника.

Упражнение 5.

Задание: Употребите ФЕ с этнонимом в наиболее подходящих ситуациях. Определите, какие эмоции помогает выразить ФЕ с этнонимом (гнев, удивление и т.д.).

to talk like a Dutch uncle – читать нотации	I was very upset, and all he could do was offer _____
Spanish money – пустые слова	When the police came and announced what had happened, we realized that our son _____
Dutch comfort – слабое утешение	I had no idea he was such a bore. I was only 10 minutes late and he was _____ for an hour.

beat the Dutch – зайти слишком далеко	You won't get support from him. Everything he say is _____
Italian Emotion – состояние, которое испытываешь, когда жизнь посылает трудности	-I am now at a point in my life where everything seems to be going wrong. - I understand you, it's just _____
Irish lemons – нечто фальшивое	Do you understand that because of your mistake, our company could go bankrupt? This is real _____
Chinese compliment – притворяться, что вам что-то нравится	-I don't know what happened to him. He just got up and ran away. - I guess he had a _____.
Polish exit – внезапно уйти, никого не предупредив	-Have you ever gone into that closet? -No I don't want to make _____
to get somebody's Irish up – рассердить кого-либо	He ____ me _____, I was ready to kill him.
Dutch luck – большой провал	When I was in Paris, I bought an expensive branded bag, and it turned out to be _____.I was so shoked!

Правильные ответы представлены ниже.

Dutch comfort – слабое утешение	I was very upset, and all he could do was offer _____
beat the Dutch – зайти слишком далеко	When the police came and announced what had happened, we realized that our son _____
to talk like a Dutch uncle – читать нотации	I had no idea he was such a bore. I was only 10 minutes late and he was _____ for an hour.
Spanish money – пустые слова	You won't get support from him. Everything he say is _____
Italian Emotion – состояние, которое испытываешь, когда жизнь посылает трудности	-I am now at a point in my life where everything seems to be going wrong. - I understand you, it's just _____
Dutch luck – большой провал	Do you understand that because of your mistake, our company could go bankrupt? This is real _____
Polish exit – внезапно уйти, никого не предупредив	-I don't know what happened to him. He just got up and ran away. - I guess he had a _____.
Chinese compliment – притворяться, что вам что-то нравится	-Have you ever gone into that closet? -No I don't want to make _____
to get somebody's Irish up – рассердить кого-либо	He ____ me _____, I was ready to kill him.
Irish lemons – нечто фальшивое	When I was in Paris, I bought an expensive branded bag, and it turned out to be _____.I was so shoked!

В данной таблице каждая фразеологическая единица сочетается с подходящей по смыслу ситуацией. На основе вышеприведенного упражнения обучающиеся учатся использовать ФЕ с этнонимом в

конкретной ситуации и определять, с помощью каких устойчивых словосочетаний можно выразить такие эмоции, как гнев, неприязнь к другому и т.д.

Группа 3. Мотивационные упражнения.

Мотивационные упражнения направлены на корректное употребление фразеологических единиц с этнонимами в речи, осуществление естественной коммуникации с мотивированным употреблением ФЕ.

Упражнение 6.

Задание: Опишите конфликтную или комическую ситуацию, в которой вы оказались, используя в том числе ФЕ с этнонимами.

Например:

- Dutch luck – невезение;
- To be in Dutch – попасть в беду;
- To get one's Irish up – разозлиться;
- To go Scott - выйти сухим из воды;
- To turn Tartar – разгневаться; и т.д.

Данное упражнение направлено на самостоятельное осознанное использование ФЕ при коммуникации с представителями других наций.

Упражнение 7.

Задание: Проиллюстрируйте своим коротким рассказом следующие ФЕ с этнонимами:

- Polish exit – внезапно уйти, никого не поставив в известность;
- To weep Irish tears – проливать крокодиловы слезы;
- Spanish money – слова, не подкрепленные действиями.

Данное упражнение направлено на развитие речи, понимание содержания фразеологической единицы и осознание того стереотипа, который реализуется в конкретной ФЕ с этнонимом.

Знание стереотипов и их фразеологического воплощения может либо позитивно повлиять на коммуникацию, либо препятствовать ей. Система упражнений с ФЕ является частью большой работы по формированию вербальных навыков межкультурной коммуникации [10]. Навыки формируются с учетом существующих стереотипов, которые могут быть как корректными, так и некорректными. Таким образом, для развития навыков межкультурной коммуникации и корректного использования ФЕ с этнонимами в речи, необходимо знать какие они бывают, знать их значение, уметь определять оценочный потенциал, анализировать вербальные навыки на чужом и на личном опыте [46].

Таким образом, мы приходим к заключению, что навыки межкультурной коммуникации не возникают беспочвенно [9]. Мы живем в мире, где огромное влияние имеют этнокультурные стереотипы, сложившиеся в той или иной социокультурной группе или имеющей статус общественного мнения, которые препятствуют успешному освоению навыков межкультурной коммуникации. Обучение им должно начинаться со школьного возраста, чтобы молодые люди в дальнейшем вступали в юную жизнь с осознанными представлениями о других этносах и культурах.

Выводы по II главе

Этнокультурный анализ фразеологических единиц с этнонимами представляет собой интересный процесс появления и развития англоязычных устойчивых выражений, которые жители Англии активно используют в речи и по сей день. Исследование корпуса представленных фразеологических единиц с этнонимами показало, что наибольшей фразеоактивностью обладают этнонимы соседних государств, а именно с этнонимами Dutch и French, наименьшей же обладают этнонимы Tartari Polish. Большинство ФЕ с этнонимами (61 %) имеют негативную коннотацию, что связано, во-первых, с ярко выраженным этноцентризмом

англичан. Во-вторых, важным фактором, повлиявшим на исторически сложившееся негативное отношение к другим культурам, является частая вражда со множеством европейских стран за владычество не только на суше, но и на море.

Большинство этнонимов являются маркированными, то есть положительно отмеченными в выражении этнокультурных стереотипов [17]. Именно они требуют внимательного отношения к употреблению в речи. В фонде английских фразеологических единиц с этнонимами крайне трудно отыскать те примеры устойчивых выражений, которые несли бы в себе положительную или нейтральную коннотацию.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Появление в речи устойчивых выражений – это уникальный исторический процесс, через который передается не только информация о собственной культуре, но и об ее отношениях ко многим другим фактам. Данная выпускная квалификационная работа направлена на изучение этнокультурных стереотипов межкультурного общения, отраженных во ФЕ с компонентом-этнонимом.

В представленной дипломной работе рассматривались этнонимы в английской фразеологии. В первой главе были рассмотрены теоретические аспекты фразеологии, касающиеся формирования фразеологических единиц с этнонимами, выражающих национальные стереотипы в английской картине мира. Исследование этнического стереотипа, как и стереотипа в целом находится на этапе активного развития. События из истории английского народа обосновывают появление фразеологических единиц с этнонимами, которые по большей мере несут в себе отрицательную коннотацию.

Во второй главе был проанализирован сформированный англоязычный корпус фразеологических единиц с этнонимами. Сформированный корпус включает в себя 55 фразеологические единицы с этнонимами Dutch, French, Italian, Polish, Spanish, Greek, Jew, Irish, Scotch, Chinese, Tartar.

Данные этнонимы были выбраны с целью продемонстрировать взаимосвязь Англии и других стран, согласно которой фразеологические единицы с этнонимами, обозначающими жителей государств-соседей (с кем были наиболее тесные контакты) имеют наибольшую частотность в английском языке, при этом они имеют негативную коннотацию народы. ФЕ с этнонимами, обозначающими другие народы, с которыми англичане не ходили в прямой контакт, но имели о них отдаленное представление, не лишены негативной коннотации и обусловлены надуманными

стереотипами. К таким примерам относится этноним Tartar. В фонде английских фразеологических единиц с этнонимами крайне трудно отыскать примеры устойчивых выражений, которые несли бы в себе положительную или нейтральную коннотацию.

Система разработанных упражнений может быть активно использована не только в урочной, но и внеурочной деятельности в образовательном процессе.

Следует заметить, что навыки межкультурной коммуникации не возникают беспочвенно, их нужно развивать целенаправленно во всех видах учебно-познавательной деятельности. Мы живем в мире, где огромное влияние имеют этнокультурные стереотипы, сложившиеся в той или иной социокультурной группе или имеющей статус общественного мнения, которые препятствуют успешному освоению навыков межкультурной коммуникации. Подростковый возраст (школьники 5-9 классов) это наиболее подходящее время для внедрения в сознание знаний о корректном выстраивании межкультурной коммуникации [45]. Тогда, молодые люди в дальнейшем смогут вступить в осознанную жизнь с четкими представлениями о других этносах и культурах [3].

Фразеологические единицы с этнонимами несут в себе значительное количество скрытой информации, которая может изменить кругозор человека и открыть новые пути исследования не только своей культуры и истории, но и мира в целом, так как фразеологизмы с этническим компонентом отражают национальные особенности народов, их менталитет и культурную картину мира.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Аверьянова, И. Е. К определению понятия культурно-окрашенной лексики [Текст] : дис. канд. филол. / Ирина Евгеньевна Аверьянова – Днепропетровск, 2012. – 10-19 с.
2. Алефиренко, Н. Ф. Фразеология в системе современного русского языка [Текст] : учебное пособие / Николай Алефиренко – Волгоград : Перемена, 2013. – 247 с.
3. Авксентьев, А. В. Этнические проблемы современности и культура межнационального общения [Текст] : Учебное пособие / Анатолий Авксентьев – Ставрополь : СГПИ, 1993. – 221 с.
4. Белогрудова, Ю. В. Именной опорный компонент идиомы как элемент формирования ее основных характеристик [Текст] : дис. канд. филол. наук / Юлия Викторовна Белогрудова. – Москва, 2015. – 210 с.
5. Бобровник, Л. А. Фразеологизмы-этнонимы как отражение национальных стереотипов [Текст] : дис. канд. филол. наук / Леонид Аркадьевич Бобровник – Гомель, 2017. – 35-41 с.
6. Бурак, А. Г. Роль фразеологизмов в формировании коммуникативных навыков и умений у иностранных учащихся [Текст] : дис. канд. филол. наук / Аркадий Георгиевич Бурак– Минск, 2006. – 25-31с.
7. Гачев, Г. Ментальности народов мира. [Текст]: монография / Георгий Гачев – Москва: ЭКСМО, 2003. – 202 с.
8. Гринёв, С. В. Введение в языкознание [Текст] : учебное пособие / Сергей Гринёв – Белосток: Флинта, 2011. – 80 с.
9. Гришаева, Л. И., Цурикова Л. В. Введение в теорию межкультурной коммуникации [Текст] : учебное пособие / Л. И. Гришаева , Л.В. Цурикова – Москва: Просвещение, 2016. – 417 с.
10. Грушевицкая, Т. Г., Попков В. Д., Садохин А. П. Основы межкультурной коммуникации [Текст] : учебник для ВУЗов /Т. Г.

Грушевицкая, В. Д. Попков, А. П. Садохина. – Москва: Литература, 2012. – 168 с.

11. Диброва, Е. И. Объект и аспекты фразеологии [Текст] / Е.И. Диброва // Лексикология и фразеология: новый взгляд : сб. науч. трудов / МПГУ – Москва, 2015. – 25-29 с.

12. Добровольский, Д. О. Основы структурно-типологического анализа фразеологии современных германских языков [Текст] : дис. канд. филол. наук / Дмитрий Олегович Добровольский. – Москва, 2012. – 441 с.

13. Добровольский, Д. О. Сопоставительная фразеология [Текст] : дис. канд. филол. наук / Дмитрий Олегович Добровольский. – Владимир, 2012. – 80 с.

14. Долгополов, Ю. А. Сопоставительный анализ соматической фразеологии (на мат-ле рус., англ. и нем. языков) [Текст]: дис. . канд. филол. наук / Юрий Александрович Долгополов. – Казань, 2016. – 263 с.

15. Донец, П. Н. К типологии стереотипов [Текст] / П.Н. Донец // Социальная власть языка : сб. науч. трудов / ВГУ – Воронеж, 2001. – 183-188 с.

16. Жоржолиани, Д. А. Теоретические основы фразеологической номинации и сопоставительная лингвистика [Текст] : учебное пособие / Динара Жоржолиани – Тбилиси: Ганатлеба, 2016. – 191 с.

17. Карасик, В. И. О типах дискурса [Текст] / В.И. Карасик // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс : сб. науч. трудов / Волгоград: Перемена, 2010. – 5-20 с.

18. Карасик, В. И. Прагматические функции фразеологизмов [Текст] / В.И. Карасик // Коммуникативно-прагматические аспекты фразеологии : сб. науч. трудов / Волгоград: Перемена, 2016. – 5-7 с.

19. Карасик, В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс [Текст] : текст науч. статьи / Виктор Карасик– Волгоград: Перемена, 2013. – 477 с.

20. Кашароков, Б. Т. Сопоставительно-типологический анализ фразеологизмов русского, немецкого и кабардино-черкесского языков [Текст]: автореф. дис. канд. филол. наук / Борис Тагирович Кашароков. – Краснодар, 2015. – 35 с.

21. Кондакова, И. А. К вопросу переносного значения этнонима [Текст] : текст научной работы / Ирина Кондакова – Киров: Вестник Вятского государственного гуманитарного университета, 2016. – 76-81 с.

22. Гуревич В. В., Дозорец Ж. А. Краткий русско-английский фразеологический словарь [Текст] : словарь / В. В. Гуревич , Ж. А. Дозорец – Москва: Русский язык, 1988.

23. Кунин, А. В. Основные понятия английской фразеологии как лингвистической дисциплины и создание англо-русского фразеологического словаря [Текст]: автореф. дис. д-ра филол. наук / Александр Владимирович. Кунин. – Москва, 2016. – 48 с.

24. Лебедева, Л. А. Устойчивые сравнения русского языка во фразеологии и фразеографии [Текст]: дис. д-ра филол. наук / Людмила Алексеевна Лебедева. – Краснодар, 2013. – 296 с.

25. Липпман, У. Общественное мнение [Текст]: монография / Уолтер Липпман – Москва: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – 384 с.

26. Маруневич, О. В. Аксиологические характеристики этнонимов во фразеосистемах русского и английского языков [Текст] : текст научной статьи / Оксана Маруневич – Иркутск: Вестник Иркутского государственного лингвистического университета, 2015. – 43-49 с.

27. Маруневич, О. В. К вопросу об эпистемологической сущности категории «концепт» [Текст] / О.В. Мауневич // Философия Права. – 2008. – №6. – 80-83 с.

28. Маруневич, О. В. Отражение особенностей национальных стереотипов во фразеологических оборотах английского языка [Текст] / О.В. Маруневич // Сборник трудов XLVII научной студенческой конференции

ТГПИ : сб. науч. трудов / Таганрог. Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та – Таганрог, 2014. – 247-249 с.

29. Маруневич, О. В. Особенности восприятия представителей иных этносов с точки зрения наивного сознания (на материале русского и английского языков) [Текст] : текст научной статьи / Оксана Маруневич – Иркутск : Вестник Иркутского государственного лингвистического университета, 2012. – 42- 47 с.

30. Маруневич, О. В. Концепт «иностранец» как фрагмент английской языковой картины мира [Текст] / О. В. Маруневич // Сборник статей I Международной научной конференции "Язык и межкультурная коммуникация" : сб. науч. трудов / Астрахань. Издательский дом «Астраханский университет» – Астрахань, 2017. – 186-188 с.

31. Маслова, В. А. Лингвокультурология [Текст] : учебное пособие / Валентина Маслова. – Москва: Академия, 2013. – 189 с.

32. Машина, О. Ю. Фразеологическое значение и его оттенки [Текст]: Автореф. канд. филол. наук. / Ольга Юрьевна Машина – Новгород, 2014. – 25 с.

33. Махонина, А. А. К вопросу о переводе фразеологических лакун с русского языка на английский и немецкий язык [Текст] : текст научной статьи / Анна Махонина – Москва: изд-во Мос. ун., 2014.

34. Мурясов, Р. З. Избранные труды по германскому и сопоставительному языкознанию [Текст] : монография / Рахим Мурясов – Уфа: изд-во Башк гос. ун-т, 2014.

35. Назаров, К. Сопоставительное исследование фразеологических единиц с ономастическим компонентом немецкого, английского и русского языков [Текст]: автореф. дис. . канд. филол. наук / Константин Назаров. – Москва: изд-во Мос. ун., 2011. –15 с.

36. Павленко, Т. Л. Фразеологические единицы с оксиморонным сочетанием слов-компонентов [Текст] : учебное пособие / Т. Л. Павленко – Ростов н/Д: изд-во РГУ, 2013. – 41-49 с.

37. Павловская, А. В. Англия и англичане [Текст] : монография / Анна Павловская. – Москва : Изд-во Моск. ун-та, 2014. – 264 с.
38. Панин, В. В. Средства выражения этнических стереотипов в английском языке [Текст] : текст научной статьи / Виталий Панин – Тюмень: изд-во ТГУ, 2015. – 208-212 с.
39. Пантюхова, П. В., Решетова И. С. Фразеологизмы-этнонимы как элементы языкового кода в лексико-семантическом пространстве английского языка [Текст] : текст научной статьи / П. В. Пантюхова, И. С. Решетова – Ставрополь: изд-во СКФУ, 2015. – 210-213 с.
40. Рябова, М. В. Язык и культура: истоки и парадигмы взаимодействия [Текст] : текст научной статьи / Марина Рябова – Тамбов: Грамота, 2008. – 119-121 с.
41. Скнарёв, Д. С. Фразеологизмы русского языка с компонентами соматизмами: Проблемы семантики и прагматики [Текст]: дис. канд. филол. наук / Дмитрий Сергеевич Скнарёв. – Челябинск, 2016. – 240 с.
42. Соболева, Е. Ю. Образ «чужого» во фразеологизмах американского варианта английского языка с компонентом этнонимом [Текст] : текст научной работы / Екатерина Соболева – Нижний Новгород : Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского, 2012. – 274-277 с.
43. Солодуб, Ю. П. Русская фразеология как объект сопоставительного структурно-типологического исследования (на материале фразеологизмов со значением качественной оценки лица) [Текст]: дис. д-ра филол. наук / Юрий Петрович Солодуб. – Москва, 2014. – 406 с.
44. Солодуб, Ю. П. Предикативно-именные фразеологические обороты со значением качественной оценки лица в современном русском языке [Текст]: дис. канд. филол. наук / Юрий Петрович Солодуб. – Москва, 2013. – 273 с.

45. Солодухо, Э. М. Вопросы сопоставительного изучения заимствованной фразеологии. [Текст] : текст научной работы / Эрнест Солодухо – Казань: Изд-во КГУ, 2017. – 160 с.
46. Стернин, И. А. Проблемы анализа структуры значения слова. [Текст] : текст научной работы / Иосиф Стернин – Воронеж: Изд-во Воронеж, ун-та, 2016. – 156 с.
47. Стернин, И. А. Речевая номинация и варьирование лексического значения слова [Текст] / И.А. Стернин // Проблемы семантики русского языка : сборник научных трудов / Ярославль. Ярослав. Гос. Ун-т. – Ярославль, 2016. – 3-13 с.
48. Телия, В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты [Текст] : текст научной работы / Вероника Телия – Москва: Языки русской культуры, 1996. – 288 с.
49. Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация [Текст] : монография / Светлана Тер-Минасова – Москва : Изд-во МГУ, 2014. – 352 с.
50. Труфанова, И. В. Типология окказиональных фразеологизмов [Текст] : дис. канд. филол. наук / Ирина Валентиновна Труфанова – Москва, 2015. – 230 с.
51. Широкова, С. К. Стилистический компонент фразеологического значения [Текст] : дис. .канд. филол.наук/ Светлана Константиновна Широкова – Нальчик, 2015. – 179 с.
52. Шитова, Л. Ф. Carry Coals to Newcastle : 350 Geographical Idioms and More [Текст] : монография / Лариса Шитова. – Санкт-Петербург, 2012 : Антология. – 96 с.
53. Витек А. Russian-English Idiom Dictionary [Текст] : словарь/ Александр Витек – Детройт, Изд-во Гос. Унив. Уэйна 1973. – 328 с.

54. Борковский П. The Great Russian-English Dictionary of Idioms and Set Expressions [Текст] : словарь / Петр Борковский – Лондон: Борковский, 1973. – 384 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Таблица фразеологизмов с этнонимами в английском языке

Таблица 1 - Фразеологизмы с этнонимами в английском языке

Dutch	
56.	Double Dutch – бред;
57.	Dutch bargain – договор, в котором один из участников получает преимущество перед другим;
58.	Dutch blessing – оскорбление;
59.	Dutch uncle – человек, который все критикует;
60.	As drunk as a Dutchman – очень пьян;
61.	Dutch luck – невезение;
62.	To be in Dutch – попасть в беду;
63.	Dutch act – суицид;
64.	Dutch concert – кто в лес, кто по дрова;
65.	Go Dutch – сходить с ума;
66.	Dutch defence – сдаваться без боя;
67.	Dutch comfort - предположении, что хуже быть не может;
French	
68.	French living – образ жизни, основанный на прокрастинации;
69.	French advance – отступление;
70.	French duke – ярко одетый, театрально-экстравагантный человек;
71.	French pig – венерическое заболевание;
72.	French postcard – открытка с непристойными изображениями;
73.	French fare – проявление чрезмерной вежливости;
74.	to take a French leave - обозначающее уйти не попрощавшись;
Italian	
75.	Italian divorce – прекращение брака при помощи заказа киллера для убийства партнера;
76.	Italian emotion – явление, переживаемое, когда жизнь посылает вам трудные времена;
77.	Italian person – человек, высказывающий свое мнение слишком активно;
78.	Italian bath - побрызгать себя одеколоном вместо того, чтобы принять ванну или душ;
Polish	
79.	Polish exit – внезапно уйти, никого не поставив в известность;
80.	Polish shower - побрызгать себя одеколоном вместо того, чтобы принять ванну или душ;
Spanish	
81.	Spanish Barry – плохо обращаться с кем-либо, особенно унижительным и унижающим достоинство образом;
82.	Spanish exit – вместо того, чтобы оплачивать свою долю счета в ресторане, вы перекладываете его на своих друзей;
83.	Spanish money – слова, не подкрепленные действиями;
84.	Spanish shower - побрызгать себя одеколоном вместо того, чтобы принять ванну или душ;

Продолжение таблицы 1

Greek	
85.	Gay Greek – весельчак, гуляка;
86.	Greek gift – подарок с ужасными последствиями;
87.	Greek lightening – поджог с целью получения страховых выплат;
88.	Greek exit – уход до оплаты своей доли счета;
89.	Greek shower – мыть только те части тела, которые имеют неприятный запах;
Jew	
90.	Jew sheet – денежный счет для друзей;
91.	Jew's bail – маленький залог;
92.	Jewish piano – кассовая машина;
Irish	
93.	To get one's Irish up – разозлиться;
94.	Irish lemons – что-то ненастоящее;
95.	To weep Irish tears – проливать крокодиловы слезы;
96.	Irish bull – бред;
Scotch	
97.	To be Scotch – жадный, скупой человек;
98.	Scotch verdict – половинчатое решение;
99.	Scotch answer - ответ в форме вопроса;
100.	To go Scott - выйти сухим из воды;
101.	A Scotch marriage - шотландский брак, брак без соблюдения формальностей;
102.	Scotty - сердитый, злой, взбешенный;
Chinese	
103.	Chinese ace – горе-летчик;
104.	Chinese compliment – притворяться, что вам что-либо интересно;
105.	Chinese attack – ложная атака;
106.	To play someone for a Chinaman – считать кого-то глупым;
107.	Chinese tobacco – опиум;
108.	Chinese puzzle – не разрешимая загадка;
Tartar	
109.	To catch a Tartar – решительный отпор / женитьба на злой женщине;
110.	To turn Tartar – разгневаться.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Таблица с оценочными компонентами в ФЕ с этнонимами

Таблица 2 – оценочный компонент в ФЕ с этнонимами

ФЕ с положительно оценкой	Нейтрально оценочные ФЕ	ФЕ с отрицательной оценкой
ФЕ с этнонимом Dutch		
		Double Dutch – бред;
		Dutch bargain – договор, в котором один из участников получает преимущество перед другим;
	Dutch blessing – оскорбление;	
		Dutch uncle – человек, который все критикует;
		As drunk as a Dutchman – очень пьян;
		Dutch luck – невезение;
		To be in Dutch – попасть в беду;
	Dutch act – суицид;	
		Dutch concert – кто в лес, кто по дрова;
		Go Dutch – сходить с ума;
		Dutch defence – сдаваться без боя;
		Dutch comfort - предположении, что хуже быть не может;
ФЕ с этнонимом French		
	French living – образ жизни, основанный на прокрастинации;	
	French advance – отступление;	
;		French duke – ярко одетый, театрально-экстравагантный человек
		French pig – венерическое заболевание;
		French postcard – открытка с непристойными изображениями;
	French fare – проявление чрезмерной вежливости;	

Продолжение таблицы 2

		to take a French leave - обозначающее уйти не попрощавшись;
ФЕ с этнонимом Italian		
		Italian divorce – прекращение брака при помощи заказа киллера для убийства партнера;
Italian emotion – явление, переживаемое, когда жизнь посылает вам трудные времена;		
Italian person – человек, высказывающий свое мнение слишком активно;		
	Italian bath - побрызгать себя одеколоном вместо того, чтобы принять ванну или душ;	
ФЕ с этнонимом Polish		
		Polish exit – внезапно уйти, никого не поставив в известность;
	Polish shower - побрызгать себя одеколоном вместо того, чтобы принять ванну или душ;	
ФЕ с этнонимом Spanish		
		Spanish Barry – плохо обращаться с кем-либо, особенно унижительным и унижающим достоинство образом;
		Spanish exit – вместо того, чтобы оплачивать свою долю счета в ресторане, вы перекладываете его на своих друзей;
		Spanish money – слова, не подкрепленные действиями;
	Spanish shower - побрызгать себя одеколоном вместо того, чтобы принять ванну или душ;	
ФЕ с этнонимом Greek		
Gay Greek – весельчак, гуляка;		

Продолжение таблицы 2

		Greek gift – подарок с ужасными последствиями;
		Greek lightning – поджог с целью получения страховых выплат;
		Greek exit – уход до оплаты своей доли счета;
	Greek shower – мыть только те части тела, которые имеют неприятный запах;	
ФЕ с этнонимом Jew		
		Jew sheet – денежный счет для друзей;
	Jew's bail – маленький залог;	
	Jewish piano – кассовая машина;	
ФЕ с этнонимом Irish		
		To get one's Irish up – разозлиться;
	Irish lemons – что-то ненастоящее;	
		To weep Irish tears – проливать крокодиловы слезы;
		Irish bull – бред;
ФЕ с этнонимом Scotch		
		To be Scotch – жадный, скупой человек;
	Scotch verdict – половинчатое решение;	
	Scotch answer - ответ в форме вопроса;	
		To go Scott - выйти сухим из воды;
		A Scotch marriage - шотландский брак, брак без соблюдения формальностей;
		Scotty - сердитый, злой, взбешенный;
ФЕ с этнонимом Chinese		
		Chinese ace – горе-летчик;
		Chinese compliment – притворяться, что вам что-либо интересно;
		Chinese attack – ложная атака;

Продолжение таблицы 2

		To play someone for a Chinaman – считать кого-то глупым;
	Chinese puzzle – не разрешимая загадка;	
	Chinese tobacco – опиум;	
ФЕ с этнонимом Tartar		
		To catch a Tartar – решительный отпор / женитьба на злой женщине;
		To turn Tartar – разгневаться.