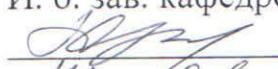
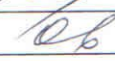


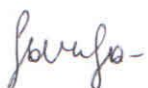
Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет международных отношений
Кафедра перевода и межкультурной коммуникации
Направление подготовки 45.05.01 Лингвистика
Направленность (профиль) образовательной программы Перевод и переводоведение

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
И. о. зав. кафедрой
 Т.Ю. Ма
«14»  2018 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: Ксенонимы в английском и русском языках (на материале словарей)

Исполнитель
студент группы 435-об  08.06.18 А.В. Сычёва

Руководитель
профессор, д-р. филол. наук  09.06.18 Т.Ю. Ма

Нормоконтроль
д-р филол. наук  09.06.18 Т.Ю. Ма

Благовещенск 2018

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет международных отношений
Кафедра перевода и межкультурной коммуникации

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
И. о. зав. кафедрой
_____ Т.Ю. Ма
« ____ » _____ 2018 г.

З А Д А Н И Е

К выпускной квалификационной работе студента: Терентьева Олега Сергеевича

1. Тема выпускной квалификационной работы : Прецедентные мифонимы Древней Греции в материалах сайта BBC News (утверждена приказом от _____ № _____)
2. Срок сдачи студентом законченной работы (проекта):
3. Исходные данные к выпускной квалификационной работе: 106 отобранных прецедентных имен-мифонимов
4. Содержание выпускной квалификационной работы (перечень подлежащих разработке вопросов): прецедентный феномен, уровни, виды, функции прецедентных феноменов
5. Перечень материалов приложения: (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программных продуктов, иллюстративного материала и т.п.): 3 таблицы, 1 приложение
6. Консультанты по выпускной квалификационной работе (с указанием относящихся к ним разделов):
7. Дата выдачи задания:

Руководитель выпускной квалификационной работы: Ма Татьяна Юрьевна, профессор, доктор филологических наук

Задание принял к исполнению (дата): _____

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа содержит 59 страниц, 55 использованных источников, 1 приложение.

МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ, СТЕРЕОТИП, ЭТНИЧЕСКИЙ СТЕРЕОТИП, АВТОСТЕРЕОТИП, ГЕТЕРОСТЕРЕОТИП, ЭТНОНИМ, ЯЗЫКОВАЯ НОМИНАЦИЯ, КСЕНОНОМИНАЦИЯ, КСЕНОМОТИВАЦИЯ, КСЕНОНИМ

Межкультурная коммуникация находит свое отражение в языке, поэтому в нем существуют такие единицы, которые дают названия или описывают другие нации и народы. Каждая нация обладает определенной совокупностью знаний и представлений об окружающем мире, о других этносах. В рамках этой системы функционируют этнические стереотипы, репрезентируемые в виде ксенонимов.

Целью работы стало изучение ксенонимов английского и русского языков, выявление их оценочной направленности, а также экстралингвистических причин, или мотивов, положенных в основание оценки, и тематических сфер функционирования ксенонимов как единиц национального языка.

Методы исследования: контекстуальный анализ, интерпретационный анализ, методы сплошной и частичной выборки, метод количественных подсчетов, метод анализа словарных дефиниций, полевой метод.

В соответствии с поставленной целью была предпринята попытка описать ксенонимы английского и русского языков и проанализировать причины, обуславливающие появление данных единиц в разных языках.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Ксенонимы как объект лингвистического исследования	8
1.1 Взаимодействие языка и культуры	8
1.2 Языковая номинация	10
1.3 Понятие и сущность этнического стереотипа	14
2 Ксенонимы как объект лингвокультурологического исследования	23
2.1 Ксенонимы английского языка	23
2.2 Ксенонимы русского языка	35
Заключение	49
Библиографический список	53
Приложение	58

ВВЕДЕНИЕ

Общенациональное «прочтение мира», присущее каждому народу, проживающему на отдельной территории, находит отражение в явлении номинации, которую некоторые исследователи называют созданием значимых языковых единиц (слов, форм, предложений). Ксенономинация, один из подвидов номинации, является процессом, который вбирает в себя все разнообразие и всю глубину проблем взаимоотношения языка, и действительности, языка и мышления, языка и мира человеческих отношений.

Каждая новая ксенономинативная единица – это частица информации о номинаторе (этнотипе, народе) и его отношении к номинируемому объекту – чужой нации. Ксеноним – носитель наиболее богатого конкретного знания такого рода. Система ксенонимов – это зеркало существующих у представителей определенной нации конкретно-чувственных образов окружающего мира. Систематизация существующих ксенономинативных образов позволяет выделить основные черты общепонимания картины мира.

Актуальность данного исследования обусловлена тем, что в настоящее время вопрос о национально-культурной специфике процессов ксеномотивации и ксенономинации является малоизученным. История английского, немецкого и русского языков, на основе которых проводилось исследование, – это одновременно и история влияния других языков, других культур и наций на данные языки. Мнения и оценки национального коллектива, заключенные в ксенонимических единицах, позволяют получить представление об историческом прошлом народов и особенностях их взаимодействия, определить мотивы возникновения стереотипных суждений, относящихся к другим этническим группам, даже если межкультурные контакты в прошлом были ограничены пространством и временем.

Целью работы стало изучение ксенонимов английского и русского языков, выявление их оценочной направленности, а также экстралингвистических

причин, или мотивов, положенных в основание оценки, и тематических сфер функционирования ксенонимов как единиц национального языка.

Задачи исследования:

1) изучить теоретический материал по теме исследования – работы, посвященные проблемам ксенономинации и языковой объективации этнических стереотипов;

2) выявить в словарях ксенонимические единицы английского и русского языков с использованием метода сплошной выборки;

3) проанализировать ксенонимы с точки зрения заключенной в них оценки и мотивов, положенных в ее основание, а также объединения ксенонимов по тематическим сферам;

4) определить роль этнических стереотипов в процессе ксенономинации.

Новизна данного исследования обусловлена тем, что в работе впервые рассматриваются ксенонимы английского и русского языков с учетом экстралингвистических причин, лежащих в основе их возникновения (ксеномотивация).

Теоретическая значимость работы заключается в обобщении подходов к исследованию ксенонимов как единиц, в которых объективируются, сохраняются и воспроизводятся этнические стереотипы и национально-специфические оценки артефактов и ментефактов чужих культур.

Объектом исследования послужили ксенонимические единицы английского и русского языков. **Предметом** – особенности мотивации, обусловившей их возникновение как единиц национального языка.

Материалом исследования послужили англоязычные и русскоязычные толковые, фразеологические и идиоматические словари. Общий объем материала исследования составил 125 единиц.

Методы исследования: контекстуальный анализ, интерпретационный анализ, методы сплошной и частичной выборки, метод количественных подсчетов, метод анализа словарных дефиниций, полевой метод.

Практическая значимость исследования обусловлена возможностью применения полученных результатов в практике преподавания английского, немецкого, русского языков, в курсах «Теория и практика межкультурной коммуникации», «Специальное страноведение», «История страны первого изучаемого языка», «Лексикология» и др.

Работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованной литературы.

1 КСЕНОНИМЫ КАК ОБЪЕКТ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

1.1 Взаимодействие языка и культуры

Взаимодействие языка и культуры нужно исследовать крайне осторожно, помня, что это разные семиотические системы. Однако, по мнению В.А. Масловой, они имеют много общего: 1) культура, равно как и язык, – это формы сознания, отображающие мировоззрение человека; 2) культура и язык существуют в диалоге между собой; 3) субъект культуры и языка – это всегда индивид или социум, личность или общество; 4) нормативность – общая для языка и культуры черта; 5) историзм – одно из существенных свойств культуры и языка.¹

Различаются эти две сущности следующим: 1) в языке как феномене преобладает установка на массового адресата, в то время как в культуре ценится элитарность; 2) хотя культура – знаковая система (подобно языку), но она не способна самоорганизовываться; 3) как уже отмечалось, язык и культура – это разные семиотические системы.

Эти рассуждения позволяют сделать вывод о том, что культура структурно подобна языку.

Картина, которую являет собой отношение языка и культуры, чрезвычайно сложна и многоаспектна. К сегодняшнему дню в решении этой проблемы наметилось несколько подходов.

Согласно первому подходу, язык – это факт культуры, потому что: 1) он составная часть культуры, которую мы наследуем от наших предков; 2) язык – основной инструмент, посредством которого мы усваиваем культуру; 3) язык – важнейшее из всех явлений культурного порядка, ибо если мы хотим понять сущность культуры, то должны рассматривать эти явления как коды, формируемые подобно языку, так как естественный язык имеет лучше всего разработанную модель.

¹ Маслова В. А. Лингвокультурология. М., 2001. 208 с.

Второй рассматриваемый нами подход разрабатывался преимущественно отечественными философами – С.А. Атановским, Г.А. Брутяном, Е.И. Кукушкиным. Суть его заключается в следующем: взаимосвязь языка и культуры «оказывается движением в одну сторону; так как язык отражает действительность, а культура есть неотъемлемый компонент этой действительности, с которой сталкивается человек, то и язык – простое отражение культуры»².

Таким образом, если воздействие культуры на язык вполне очевидно, то вопрос об обратном воздействии языка на культуру остается пока открытым. Он составляет сущность второго подхода к проблеме соотношения языка и культуры. Исследовали эту проблему школа Э. Сепира и Б. Уорфа, различные школы неогумбольдтианцев, разработавшие так называемую гипотезу лингвистической относительности. В ее основе лежит убеждение, что люди видят мир по-разному – сквозь призму своего родного языка. Для ее сторонников реальный мир существует постольку, поскольку он отражается в языке. Но если каждый язык отражает действительность присущим только ему способом, то, следовательно, языки различаются своими «языковыми картинами мира».

По В.А. Масловой, отношения между языком и культурой могут рассматриваться как отношения части и целого³. Язык может быть воспринят как компонент культуры и как орудие культуры (что не одно и то же). Однако язык в то же время автономен по отношению к культуре в целом, и он может рассматриваться как независимая, автономная семиотическая система, т.е. отдельно от культуры, что делается в традиционной лингвистике.

Согласно этой концепции, поскольку каждый носитель языка одновременно является и носителем культуры, то языковые знаки приобретают способность выполнять функцию знаков культуры и тем самым служат средством представления основных установок культуры. Именно поэтому язык способен отображать культурно-национальную ментальность его носителей. Культура соотнесена с языком через концепт пространства. Так, у каждой культуры свои

² Маслова В. А. Лингвокультурология. С.60.

³ Там же. С. 62.

ключевые слова, например, для немцев: внимание, порядок, точность. Для того чтобы признать то или иное слово концептом, ключевым словом культуры, нужно, чтобы оно было общеупотребительным, частотным, было в составе фразеологизмов, пословиц, поговорок и т.д.

1.2 Языковая номинация

Очевидно, что представители различных культур по-разному реагируют на внешний мир, обладая собственными точками зрения, ценностями, и ориентируясь на сложившиеся в их культуре нормы поведения, которые могут существенно отличаться от норм, принятых в другой культуре. Так в ситуации расхождения или несовпадения каких-либо явлений другой культуры с принятыми в «своей» культуре, возникает понятие «чужой». Неотъемлемой частью картины мира является образ «чужого» мира – представления о чужих народах (этнографических группах) и землях. Тот, кто сталкивается с чужой культурой, переживает много новых чувств и ощущений при взаимодействии с неизвестными и непонятными культурными явлениями. Их гамма довольно широка – от простого удивления до активного негодования и протеста. Эти ощущения являются не чем иным, как предпосылками для ксеномотивации – воплощения обобщенного представления о чужом в мотивировках слов и фразеологизмов (соответственно процесс образования таких единиц был обозначен термином ксенономинация)⁴.

В работах, посвященных проблемам номинации, исследователи отмечают, что номинация может быть двух типов: первичной, то есть ее производность может быть вычленена при этимологическом анализе слова; вторичной, если ее производность выясняется по морфологическому составу слова или по смыслу. Под первичной лексической номинацией В.Г. Гак понимает языковое означивание посредством слов и словосочетаний, а под вторичной – языковое означивание при помощи предложений⁵.

⁴Николаева Т. М. Семантика имени (Имя–2). М.: Языки славянских культур, 2010. С. 208.

⁵Там же. С. 32.

Вместе с тем существует и принципиально отличное понимание терминов «первичная» и «вторичная номинация». А.Ф. Журавлев предлагает свою интерпретацию понятий первичной и вторичной номинации: «Под первичной номинацией понимается акт присвоения имени предмету, еще не имеющему своего языкового обозначения и только ждущего его. Вторичная же номинация есть называние новым именем предмета, уже названного»⁶.

По словам М.Э. Рут, ставить вопрос о первичности/вторичности тех или иных номинаций некорректно, так как создание новой номинативной единицы – акт языка, в то время как выбор номинативной единицы – факт речи⁷.

По мнению В.Н. Ярцевой, первичные процессы номинации являются редким явлением в современном языке. Номинативный инвентарь пополняется за счет заимствований, то есть используются в акте номинативного фонетического облика уже существующие единицы в качестве имени для нового обозначаемого.

Анализ номинаций и номинативного аспекта значения языковых единиц проливает свет на закономерности их употребления в речи, так как в процессах номинации формируется семантика языковых единиц и их знаковые функции, то есть их способность указывать на элементы действительности в речевых актах.

Большинство исследователей отмечают, что важным фактором для языковой номинации является уникальная способность самого языка передавать все многообразие человеческого опыта при помощи ограниченного круга средств. Эта особенность проявляется в том, что наше знание о мире выражается в словах, и в таких, которые могут передавать несколько значений, тем самым выступать в качестве различных единиц номинации. Таким образом, распределение языковой картины мира происходит по неоднородным единицам номинации.

⁶ Журавлев А. Ф. Технические возможности русского языка в области предметной номинации // Способы номинации в современном русском языке. М., 1982. С. 501.

⁷ Рут М. Э. Образная номинация в русской ономастике. М., 2008. С. 15.

В ходе исторического развития общества люди познают объекты и явления, дают им имена, формируют новые понятия, устанавливая между ними определенные взаимосвязи. Через словарный состав язык связан с действительностью и ее осознанием в обществе.

Отражение мира в различных языках не является односторонним, так как социальная практика их носителей не всегда и не во всем совпадает, кроме того, восприятие и оценивание предметов и явлений действительности не статично, а напротив, подлежит изменению.

Как известно, языковая система обладает устойчивостью и определенностью, которые обеспечивают сохранение и передачу знаний о мире, обуславливающих возможность понимания между носителями одного и того же языка. Именно эта устойчивость и определенность не препятствуют отображению многочисленных ситуаций непрерывному изменению мира и знаний о нем.

В.Н. Телия считает, что процессы номинации регулируются коммуникативным предназначением языка под воздействием коммуникативных факторов, отражающих отношение именуемого к тому, что им обозначается, а также к условиям речи. «Номинация осваивается в речевой деятельности, а ее результаты осваиваются системой языка»⁸.

По характеру указания имени на действительность В.Н. Ярцева выделяет два типа номинаций: 1) автономная – происходящая на базе одного имени: вторичные значения слов, обретая самостоятельную номинативную функцию, указывают на действительность автономно; 2) неавтономная – использование комбинативной техники языка в процессе формирования новой языковой единицы: языковая единица соотносится со своим обозначаемым косвенно – через посредство семантически опорного для данной комбинации наименования.

Вторичные сочетания этого типа не указывают на мир автономно. Выбор слов, обладающих значением этого типа, зависит от выбора семантически ключевых для них слов, в комбинации с которыми первые и реализуют закрепленное за ними значение. Формирование фразеологических идиом протекает как

⁸ Телия В. Н. Номинация // Русский язык. Энциклопедия. М., 1998. С. 269.

семантическое переосмысление сочетания в целом и представляет особый тип вторичной неавтономной номинации⁹. Формирование ксенонимов также представляет собой тип номинации – ксенономинации.

Мотивированность номинаций ряд ученых считают спецификой культурологического плана¹⁰. Взгляд на языковой материал как на совокупное выражение различных типов знаний – языковых и внеязыковых – ставит в центр внимания лингвистических разработок прагматику коммуникации, отношения и установки ее участников, оценку ими экстралингвистических условий коммуникации и отдельных фрагментов действительности, выделяемых носителями языка из своих фоновых знаний¹¹.

На языковом уровне представления о людях, относящихся к другой нации, отражаются разнообразно, причем наиболее информативными являются те единицы языка, которые возникли в результате семантической деривации на базе имен собственных: этнонимов (цыган, француз), микроэтнонимов (пошехоны – жители бассейна Шексны, мазуры – население северо-восточной части Польши), макротопонимов (Америка, Сибирь) и катойконимов (москвич, парижанин). Такие единицы могут функционировать как цельнооформленные лексемы или же входить в состав фразеологизмов. Такие языковые факты несут различную информацию¹².

Как указывает Е.Л. Березович, языковые единицы скрываются «под маской» конкретного этнического или топонимического обозначения, но при этом отражают обобщенное представление о чужом как о примитивном, некультурном, диком, аномальном, неправильном (гораздо реже чужое трактуется позитивно, что реализуется в признаке «лучшее по качеству»). Такое восприятие практически не детерминировано факторами культурно-исторического плана и может характеризовать не один конкретный этнос, этническую группу или тер-

⁹ Большой энциклопедический словарь. Языкознание / под ред. В. Н. Ярцевой. М., 1998. С. 336.

¹⁰ Яценко Е. Ю. Специфика культурологически мотивированных номинаций в дискурсе личности. Рязань, 1999. С. 144.

¹¹ Там же. С. 131.

¹² Березович Е. Л. О явлении лексической ксеномотивации // Вопросы языкознания. 2006. № 6. С. 3-18.

риторию, а целый ряд объектов подобного рода. Воплощение обобщенного представления о чужом в мотивировках слов и фразеологизмов автор предлагает обозначить термином ксеномотивация (соответственно процесс образования таких единиц – термином ксенономинация, а языковые единицы, возникшие в результате этого процесса, – термином ксенонимы)¹³.

Процесс ксенономинации тесно связан с культурным аспектом жизни общества. На процесс создания ксенонимов влияют как языковые факторы, так и экстралингвистические. «Возникновение ксенономинативных единиц – та сфера приложения языка, где устанавливается связь внеязыковых и языковых представлений, где действительность получает свое языковое воплощение, где реальный образ становится источником языковой образности, где действительность раздвигает рамки языковой системы»¹⁴.

Ксенономинация, являясь подвидом номинации, характеризуется наличием собственных механизмов номинирования различных предметов и феноменов. При изучении ксенонимических выражений очевидными становятся ценностные предпочтения, установки номинатора, которые формируются при взаимодействии «своего» и «чужого» и реализуются при использовании в номинативной деятельности образов «чужих земель». Будучи преломленной по отношению к изучаемому материалу, эта емкая оппозиция – «свое / чужое» приобретает социально-культурное звучание.¹⁵

1.3 Понятие и сущность этнического стереотипа

Процессы ксеномотивации и ксенономинации тесно связаны с понятием «стереотип», которое определяется по-разному в разных источниках и разными учеными. В большинстве словарей отмечено, что слово «стереотип» имеет негативное значение. В качестве примера можно привести определение стереотипа, которое приводится в словаре-справочнике по психологии, составленном

¹³ Березович Е. Л. О явлении лексической ксеномотивации // Вопросы языкознания. 2006. № 6. С. 3-18.

¹⁴ Рут М. Э. Образная номинация в русской ономастике. М., 2008. С. 16.

¹⁵ Там же.

Майком Кордуэллом: «Стереотип – жесткое, часто упрощенное представление о конкретной группе или категории людей»¹⁶.

Поскольку человек по своей природе склонен к упрощениям, то он формирует стереотипы для большей предсказуемости поведения других людей. Эти стереотипы часто имеют негативную природу и основаны на предрассудках и фактах дискриминации. Стереотипы не обязательно являются ложными; обычно они содержат некое зерно истины. Их разделяет значительное количество людей, что в целом способствует их укоренению. Стереотипы могут меняться со временем, но их носителям часто бывает трудно избавиться от усвоенных представлений.

В Кратком словаре когнитивных терминов находим следующее определение: «Стереотип – это стандартное мнение о социальных группах или об отдельных лицах как представителях этих групп. Стереотип обладает логической формой суждения в заостренно упрощающей и обобщающей форме, с эмоциональной окраской приписывающего отдельному классу лиц определенные свойства или установки, или, наоборот, отказывающего им в этих свойствах или установках. Выражается в виде предложения типа: итальянцы музыкальны, южане вспыльчивы, профессора рассеяны и т.д.»¹⁷.

Феномен «стереотип» рассматривается не только в работах психологов, но и лингвистов, социологов, этнографов, когнитологов, этнопсихолингвистов (У. Липпман, Ю.Д. Апресян, Ю.А. Сорокин, Ю.Е. Прохоров, Е. Бартминский и др.). Представители каждой из названных наук выделяют в стереотипе те его свойства, которые они замечают с позиций своей области исследования, а потому выделяются социальные стереотипы, стереотипы общения, ментальные стереотипы, культурные стереотипы, этнокультурные стереотипы и т.д. Например, социальные стереотипы проявляют себя как стереотипы мышления и поведения личности. Этнокультурные стереотипы – это обобщенное представление о типичных чертах, характеризующих какой-либо народ.

¹⁶ Кордуэлл М. Психология от А до Я: Словарь-справочник. М., 2000. С. 46.

¹⁷ Краткий словарь когнитивных терминов / под ред. Е. С. Кубряковой. М., 1997. С. 198.

Термин «стереотип» (греч. stereos – твердый, typos – отпечаток) введен в научный оборот американским социологом У. Липпманом. Под стереотипом Липпман понимал «особую форму восприятия окружающего мира, оказывающую определенное влияние на данные наших чувств до того, как эти данные дойдут до нашего сознания»¹⁸.

По мнению Липпмана, человек, «пытаясь постичь окружающий его мир во всей его противоречивости, создает картину относительно тех явлений, которые он непосредственно не наблюдал»¹⁹. Человек имеет ясное представление о большинстве вещей еще до того, как он с ними непосредственно столкнулся в жизни. Подобные представления-стереотипы формируются под влиянием культурного окружения данного индивидуума. И далее: «В большинстве случаев мы не сначала видим, а потом даем определение, мы сначала определяем для себя то или иное явление, а потом уже наблюдаем его»²⁰.

В.В. Красных понимает под стереотипом «структуру ментально-лингвального комплекса, формируемую инвариантной совокупностью валентных связей, приписываемых данной единице и репрезентирующих концепт феномена, стоящего за данной единицей»²¹.

В.А. Маслова различает стереотип поведения – важнейший среди стереотипов, который может переходить в ритуал. По ее мнению, стереотипы «имеют много общего с традициями, мифами, ритуалами, но от последних отличаются тем, что традиции и обычаи характеризует их объективированная значимость, открытость для других, а стереотипы остаются на уровне скрытых умонастроений, которые существуют в среде «своих»²².

В.А. Маслова также подчеркивает, что в основе формирования «этнического сознания и культуры в качестве регуляторов поведения человека лежат как врожденные, так и приобретаемые в процессе социализации факторы – культурные стереотипы, которые усваиваются с того момента, как только чело-

¹⁸Lippman W. Public Opinion. N.Y., 1950. P. 95.

¹⁹ Там же.

²⁰ Там же. P. 96.

²¹ Красных В. В. Основы психолингвистики и основы коммуникации. М., 2001 С. 78.

²² Маслова В. А. Лингвокультурология. М., 2001. С.58.

век начинает идентифицировать себя с определенным этносом, определенной культурой и осознавать себя их элементом»²³.

Таким образом, в основе формирования стереотипов лежат когнитивные процессы, а стереотипы выполняют ряд когнитивных функций: функцию схематизации и упрощения, функцию формирования и хранения групповой идеологии и другие мыслительные функции.

В нашем исследовании наибольший интерес представляют этнические стереотипы, которые воплощают присущие обыденному сознанию представления о собственном и чужих народах.

В социологическом словаре приводится определение этнических стереотипов как относительно устойчивых представлений, «которые разделяются большой группой людей внутри социальной общности о моральных, умственных, физических качествах, присущих представителям различных этнических общностей»²⁴.

В учебном пособии А.П. Садохина «Межкультурная коммуникация» приводится определение этнического стереотипа, схожее с определением, данным в социально-психологическом словаре: «Стереотип этнический – совокупность относительно устойчивых представлений какого-либо этноса о моральных, умственных, физических качествах, присущих представителям других этнических общностей»²⁵.

Т.Г. Стефаненко в работе «Этнопсихология. Практикум» определяет этнические стереотипы как «один из видов социальных стереотипов, которые описывают членов этнических групп, приписываются им, или ассоциируются с ними»²⁶.

Сравнив приведенные определения, можно сделать вывод, что понятие «этнический стереотип» состоит из следующих смысловых компонентов: устойчивость; обобщённость и упрощённость образа; направленность на этниче-

²³Маслова В. А. Лингвокультурология. С. 59.

²⁴Науменко Л. И. Этнический стереотип // Социологический словарь. URL: <http://www.slovari-online.ru/word/социологический-словарь/этнический-стереотип.htm> (дата обращения: 26.02.11).

²⁵Садохин А. П. Межкультурная коммуникация. М., 2006. С. 279.

²⁶ Стефаненко Т. Г. Этнопсихология. М., 2006. С. 19.

скую группу, на всех её представителей; характеристика моральных, умственных и физических качеств представителей этнической группы.

Следует назвать еще ряд существенных характеристик этнических стереотипов, не упомянутых в приведенных определениях, которые важны для понимания феномена стереотипизации. Данные характеристики были выделены Н.М. Лебедевой:

1) стереотипы в целом и этнические стереотипы в частности определяются не представлениями одного индивида, а фактом «группового согласия». Другими словами, они возникают не в головах отдельных людей, а в сознании больших групп людей;

2) одна из центральных проблем, возникающих при изучении стереотипов – это насколько они объективны и отражают реальность. Единого мнения по этому вопросу нет. Если в основе стереотипа находится реальность, то он должен быть относительно устойчив, если же он целиком и полностью ложен, то он должен меняться в зависимости от исторической, международной и даже внутривнутриполитической ситуации в той или иной стране;

3) существуют автостереотипы, отражающие то, что думают люди сами о себе, и гетеростереотипы, относящиеся к другому народу, и как раз они более критичны. Например, то, что у своего народа считается проявлением расчетливости, у другого народа – проявлением жадности. Люди воспринимают этнокультурные стереотипы как образцы, которым надо соответствовать. Поэтому стереотипы оказывают довольно сильное влияние на людей, стимулируя у них формирование таких черт характера, которые отражены в стереотипе²⁷.

В.А. Маслова пишет: «Специалисты по этнической психологии, изучающие этнокультурные стереотипы, отмечают, что нации, находящиеся на высоком уровне экономического развития, подчеркивают у себя такие качества, как ум, деловитость, предприимчивость, а нации с более отсталой экономикой – доброту, сердечность, гостеприимство»²⁸. Подтверждением сказанному может

²⁷ Лебедева Н. М. Введение в этническую и кросс-культурную психологию. М., 1999. С. 128.

²⁸ Маслова В. А. Лингвокультурология. С. 58.

служить исследование С.Г. Тер-Минасовой, согласно результатам которого в английском обществе более ценятся профессионализм, трудолюбие, ответственность и т.д., а в русском – гостеприимство, общительность, справедливость²⁹.

По мнению В.А. Масловой важную роль в формировании стереотипов играет частота встречаемости определенных объектов, явлений в жизни людей, нередко выражающаяся в более продолжительных человеческих контактах именно с данными объектами по сравнению с другими, что и приводит к стереотипизации подобных объектов³⁰. При всем своем схематизме и обобщенности стереотипные представления о других народах и других культурах подготавливают к столкновению с чужой культурой, снижают культурный шок. Согласно мнению А.В. Павловской, стереотипы «позволяют человеку составить представление о мире в целом, выйти за рамки своего узкого социального и географического мира»³¹.

Проанализировав понятие «стереотип» в различных науках, можно отметить, что каждый человек обладает индивидуальным личным опытом, особой формой восприятия окружающего мира, на основе которого в его голове создается так называемая «картина мира», включающая в себя объективную (инвариантную) часть и субъективную оценку действительности индивидуумом. Стереотип является неотъемлемой частью этой картины.

Уточним, что богатейшим источником для изучения процесса формирования этнического самосознания народа и этнических стереотипов поведения и восприятия других этносов является язык. Анализ имен, этнонимов, топонимов, астрономов показывает глубокую закреплённость в языке своеобразия среды обитания и неразрывно связанного с ней мышления народа. Полный список имен народа не только содержит указания на отрицательно оцениваемые явления природной среды (имена – обереги), но дает достаточно обстоятельную характеристику животному и растительному миру, климату и ландшафту места

²⁹Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. М., 2000. С. 255.

³⁰Маслова В. А. Лингвокультурология. С. 109.

³¹: Павловская А. В. Этнические стереотипы в свете межкультурной коммуникации. М., 1998. С. 139.

обитания этноса. Происхождение названий этносов также неслучайно, а является наглядной иллюстрацией того, как предки воспринимали свой и соседние народы. Интересный пример приводит В.Н. Павленко в своей работе «Введение в этническую психологию»: слово *svensk* «швед» содержит корень *sve*, что означает «свой»³².

Необходимо отметить, что этнический стереотип тесно связан с понятием «этническое самоназвание», или этноним. «Можно утверждать, что этнос состоялся, в том случае, если его члены обладают такой важнейшей характеристикой, как самоназвание (этноним). Самоназвание может восходить к наименованию местности или топониму (белорус, русский, украинец и др.) или быть собственно этнонимом (слово «папуас» в переводе значит «курчавый»; пикт – «раскрашенный»; эфиоп – «опаленный солнцем»; каракалпак – «черная шапка»). Но как в том, так и в другом случае, люди, принадлежащие к этой общности считают, что в этом самоназвании и содержится основное их отличие от других этносов»³³.

Само наличие этнонима предполагает, что у членов данной общности есть этническое самосознание, т.е., что они – народ. Этноним – своего рода этнический маркер, выполняющий функцию отделения данного этноса от всех остальных.

Другая функция самоназвания – функция социоэтнической памяти. Вот как пишет об этом С.А. Арутюнов: «С момента возникновения более или менее всеобщего в рамках определенной группы населения самосознания и самоназвания этногенез, т.е. становление данной группы как этноса может в целом считаться завершенным и все остальные процессы составляют дальнейшую этническую историю данного этноса: продолжающееся включение в его состав отдельных инородных групп или, напротив, отделение от него некоторых групп и их переход в иные этносы; дальнейшая консолидация этноса, а иногда, на-

³² Павленко В. Н., Таглин С. А. Введение в этническую психологию. Харьков, 1992. С. 173.

³³ Чернявская Ю. В. Народная культура и национальные традиции // Онлайн-библиотека гуманитарных наук. URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/Chern/03.php (дата обращения: 28.03.11).

оборот, временное ослабление внутриэтнических связей, не ведущее, однако, к распаду этноса как целостности; возникновение или стирание локальных особенностей малых этнографических групп внутри этноса и т.д.»³⁴.

При этом этноним вовсе не обязательно предстает в одном и том же виде: он может выражаться несколькими диалектными вариантами синонимов. К примеру, группы ирландцев говорят на разных языках и соответственно называют себя разными именами, но эти имена в их понимании воспринимаются ими как одно и то же. Можно вспомнить и достаточно долгий период из истории Беларуси, когда в одно и то же время белорусы именовали себя и «литвинами», и «белорусцами», и «русинами», понимая при этом себя как этническую целостность. Просто этноним «литвины» означал ощущение своей причастности к Великому Княжеству Литовскому, «русины» – осознание своих корней в Киевской Руси, а самоназвание «белорусцы» предполагало принадлежность народа именно к этой земле.

Имя становится необходимо, считают ученые, когда народ в виде некоей общности уже прошел определенный участок своей истории, и коль скоро оно существует и признается группой, значит, существует и этническая общность того или иного типа или уровня.

Отметим, что в той или иной степени этнические стереотипы получают языковое выражение – в виде слов, словосочетаний, фразеологически или синтаксически обусловленных конструкций и т. п., которые, как это вполне очевидно, должны получать определенную лингвистическую интерпретацию.

Следующий шаг на пути лингвистического анализа этностереотипов – установление того, каким образом отображаются стереотипные оценочные суждения об этносе в семантике языковых единиц.

В словаре русской ономастической терминологии этнонимы определяются как «номены для обозначения любого этноса (этнической группы, народа,

³⁴ Арутюнов С. А. Народные механизмы языковой традиции. Язык. Культура. Этнос. М., 1994. С. 5-12.

народности, племени и т. п.)»³⁵. Этнонимы подразделяют на несколько видов по различным основаниям, причем это подразделение носит характер дихотомии. Во-первых, разделение этнонимов проводится на основе численности обозначаемого этнонимом этноса: разделяют макроэтнонимы, обозначающие крупные этносы (иногда этносы генетически включающие более мелкие разнородные) – «русские», «американцы», «китайцы», «арабы». Для обозначения небольших этнических общностей служат микроэтнонимы.

Этноним в его современном понимании, как считает Г.Ф. Ковалев, возник с появлением этнического самосознания.

Этноним, как правило, неразрывно связан с названием страны и языком народа, проживающем в этой стране. Название страны может быть образовано от этнонима: «греки» – «Греция», «франки» – «Франция», «чехи» – «Чехия» или этноним может образовываться от названия страны: «Америка» – «американцы», «Украина» – «украинцы». С этнонимами соотносятся наименования языков и диалектов (лингвонимы). Лингвонимы обозначают как целые языковые семьи, так и этнические языки, диалекты: «ностратические языки», «индоевропейские языки», «французский язык», «лакский язык».

Выводы. В данной главе были рассмотрены вопросы взаимодействия языка и культуры, особенностей языковой номинации, существования этнических стереотипов и их отражение в языке.

³⁵ Аниськина Н. В. Языковая личность современного старшеклассника // Сайт ЯГПУ им. Ушинского. 2001. URL: <http://31f.ru/dissertation/page,52,100-dissertaciya-priznak-etnichnosti-v-semantike-yazyka.html> (дата обращения: 24.02.12).

2. КСЕНОНИМЫ КАК ОБЪЕКТ ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

2.1 Ксенонимы английского языка

Неотъемлемой частью картины мира является образ «другого» мира – представления о чужих народах (этнографических группах) и землях. На языковом уровне такие представления отражаются разнообразно, причем наиболее информативными являются те единицы языка, которые возникли в результате семантической деривации на базе имен собственных.

Ксеномотивация (ксенономинация) представлена в различных тематических сферах языка. Е.Л. Березович относит к таким сферам следующие компоненты: **природа, артефакты и человек (физический, социальный)**. Что касается ксенонимов, связанных со сферой человек социальный, то она является самой обширной. Здесь представлены в первую очередь обозначения тех черт характера, особенностей интеллектуального, культурного развития и поведения индивидов, принадлежащих к одной этнической группе. В рамках данной сферы представлены также ксенонимические обозначения особенностей коммуникации – непонятной речи и неэтикетного поведения, – например, *to take French leave* (*уйти, не прощаясь*) или *double Dutch* (*тарабарщина, нечто невнятное*).

Наибольшее количество ксенонимов, обнаруженных нами в ходе изучения ксенонимов английского языка, связано именно с **Голландией**.

К таким выражениям можем отнести следующий пример – **Dutch courage** – *courage gained from intoxication by alcohol* («голландская храбрость») – *смелость во хмелю, кураж, уверенность, стимулированная алкоголем*. Также «голландская храбрость» может относиться и к названию алкогольного напитка «джина» непосредственно.

Кроме данного выражения, существуют еще несколько, связанных с приписываемой голландцам любви к горячительным напиткам. К ним относится, например, **Dutch feast** – *a party where the host is the first to get drunk*. На русский язык это словосочетание часто переводят как «вечеринка, на которой хозяин

напивается первым». Выражение несет в себе явную негативную оценку, хотя в современном английском языке может употребляться, не имея никакой связи с Голландией. Что интересно, само слово «Hollands», созвучное с названием страны на английском языке, также обозначает ни что иное, как *голландскую водку или голландский джин*.

Также ярко иллюстрирует подобное стереотипное мнение следующий ксеноним: **Dutch bargain** – *a bargain made and sealed while drinking*.

Следующее выражение с явной негативной оценкой **Dutch concert** – *a great noise and uproar, like that made by a party of Dutchmen in sundry stages of intoxication, some singing, others quarrelling, speechifying, wrangling*. И снова видим, что голландцы выступают дебоширами и любителями веселой жизни.

В ксенонимах, существующих в английском языке, часто отражается отношение к иностранному, как к «неправильному», «непонятному». Так, например, понятие **Dutch auction** – *an auction in which an item is initially offered at a high price that is progressively lowered until a bid is made and the item sold* – рассматривалось англичанами как «нелогичное», так как обычная форма аукциона предполагает постепенное увеличение цены, а не наоборот. С Голландией у англичан ассоциируется и экономическая нестабильность. Стоит вспомнить хотя бы период так называемой тюльпаномании (tulipomania) или голландскую болезнь экономики (**Dutch disease**) – *the deindustrialization of an economy as a result of the discovery of a natural resource, as that which occurred in Holland with the exploitation of North Sea Oil, which raised the value of the Dutch currency, making its exports uncompetitive and causing its industry to decline* – *ситуация, при которой рост цен на минеральное сырье, меняя характер сравнительных преимуществ данной страны, ведет к поступлению в страну большого количества иностранной валюты и, следовательно, к удорожанию национальной валюты*. Название появилось в то время, когда Голландия обнаружила нефть в Северном море, экспорт голландских тюльпанов резко упал, а безработица в данном и смежных секторах выросла.

Достаточно употребительным в современном английском языке является выражение **Dutch treat** – *a situation where each person pays his or her own share of the expenses*. В 21 веке ситуация, когда люди делят счет в ресторане пополам, является вполне приемлемой. Однако данное выражение стало использоваться значительно раньше. Его происхождение связано с понятием **Dutch door** – *a door divided in half with a top door and a separate bottom door*. Раньше такие двери устанавливались на фермах в Голландии и состояли они обычно из двух одинаковых частей. Кроме того, ситуация, когда каждый оплачивает свою часть счета, не являлась для голландцев необычной. Вместе с тем можно предположить, что в данном случае подчеркивается излишняя скупость, меркантильность, присущая, по мнению англичан, голландцам.

Другое выражение, также связанное с жителями Голландии – **double Dutch** – *a game in which two long jump ropes turning in opposite directions are jumped by one or more players jumping simultaneously*. Так называется игра со скакалкой, когда двое крутят скакалку, а третий человек прыгает. Существуют предположения о том, что игра появилась в США вместе с первыми переселенцами из Голландии.

В современном английском языке выражение «double Dutch» также имеет идиоматическое значение «completely unintelligible language» – *нечто бессмысленное и непонятное*.

Интересно также то, что в США «Dutch» («голландский») иногда обозначает «немецкий», «относящийся к Германии».

Помимо ксенонимов, связанных с чертами характера, с поведением, многочисленной является группа ксенонимов, связанных со сферой «Артефакты». Здесь чаще всего можно увидеть признак чего-то «некачественного», который трансформируется в признак «бесполезности, ненужности», а иногда и «суррогатности». Так, признак «суррогатности» представлен, к примеру, в названиях металлов – и в первую очередь в обозначениях разного рода сплавов, которые являются имитацией благородных металлов, например, **Dutch gold** («голландское золото») – *an alloy of 80 percent copper and 20 percent zinc used to make low-*

priced jewelry and in thin sheets as an inexpensive imitation of gold leaf – *сплав меди и цинка – дешевая имитация золотого покрытия*, German silver – *нейзильбер (сплав меди с цинком и никелем) – мельхиор*, Gypsy gold («цыганское золото») – *подделка драгоценных металлов*.

К сфере «Артефакты» можно отнести, например, выражение **Dutch door** (голландская дверь) – 1. *дверь, состоящая из двух частей, верхней и нижней, открывающихся независимо друг от друга* 2. *рекл. голландская дверь (метод расположения рекламного объявления, при котором реклама занимает лист и два отворота, складывающихся наподобие закрывающихся дверей)*. Другой пример – **Dutch oven** – *чугунная кастрюля с массивными стенами и крышкой*. Посуда такого типа использовалась в течение многих столетий, но именно голландцы усовершенствовали ее изготовление.

Позже жаровни стали делать из песка и глины. Англичане перенимали систему изготовления изделий, посещая Голландию, либо приобретая изготовленную там утварь.

Достаточно большое количество «голландских» ксенонимов описывает представителей флоры. Такие выражения отражены в сфере «Природа». Голландия с давних пор являлась мировым лидером по производству цветов, а также крупнейшим центром по продаже цветов со всего мира. Поэтому неудивительно, что многие виды растений, впервые выведенные в этой стране, стали известны повсеместно. Доказательством их «известности» служат многочисленные ксенонимы, такие как **Dutch clover** – *creeping European clover having white to pink flowers and bright green leaves – клевер белый или клевер голландский*, **Dutch elm** – *any of various hybrid ornamental European shade trees ranging from dwarf to tall – голландский вяз*, **Dutch iris** – *bulbous Spanish iris having blue flowers – ирис голландский*, **Dutchman's laudanum** – *a West Indian passion flower – один из видов пассифлоры, страстоцвета*, **Dutch rush** – *a horsetail, Equisetum hyemale, whose siliceous stems have been used for polishing and scouring pots and pans – хвощ зимующий*.

Но не только жители Голландии, черты их характера и придуманные ими изобретения стали основой для возникновения ксенонимов в английском языке. Многие из них связаны с Францией и **французами**.

Франция и Англия всегда были заклятыми противниками, о чем свидетельствует и Семилетняя война 1756-1763 годов. Именно в период обострения англо-французской борьбы за колонии и столкновений в вопросах внешней политики в английском языке возникло выражение «**to take a French leave**» – *leave of absence without permission or without announcing one's departure*. Французы, в свою очередь, в ответ употребляли выражение «*filer à l'anglaise*» – франц. «уйти по-английски». Скорее всего, данное выражение обязано своим появлением французским военным, самовольно покидавшим расположение части во время войны.

Взаимные обвинения плавно переместились с военных полей в бальные залы. Так, в XVIII веке приведенные выше выражения употреблялись, когда речь шла об участниках бала или приема, которые покидали его, не попрощавшись с хозяевами. Жители обоих государств считали, что на столь грубый поступок способен только тот, кто живет по другую сторону Дуврского канала. Есть и другой вариант этимологии данного ксенонима – слово «*anglaise*» появилось в результате искажения при произношении слова «*anguille*» – угорь («ускользнуть как угорь»).

В настоящее время выражение «**to take a French leave**» редко используется в англоязычной речи. Вместо него закрепилось выражение «**to leave without saying goodbye**», что звучит гораздо корректнее и не является ксеномотивированным.

Другим устойчивым ксенонимом, относящимся к Франции, является «**French kiss**» – *a kiss, usually romantic or sexual, in which one participant's tongue touches the other's tongue and usually enters his or her mouth*. Данное выражение, хорошо известное во многих странах мира, не случайно ассоциируется с Францией.

Страстность и открытость их натуры стали также предпосылками для создания некоторых ксенонимов. Так, например, презерватив, когда в обществе была потребность в эвфемистическом именовании этого изделия, называли «**French letter**».

У англичан Франция часто ассоциировалась с чем-то непристойным, вульгарным, в связи с чем возникли следующие выражения: «**French disease**» – *syphilis*, «**French postcards**» – *pictures with naked women* (интересно отметить, что французы называют такие картинки «*American postcards*»).

Другой негативной чертой французов англичане считали сквернословие. Известно, что французский с конца XIX века был эвфемизмом нецензурной лексики. В английском языке существует несколько выражений для обозначения ненормативных выражений, и связаны они именно с носителями французского языка. Например, выражение «**pardon my French**» – *a common English language phrase ostensibly disguising profanity as French (извините за выражение)*. Или, например, выражение «**pedlar's French**» – *the slang of the Romany folk loaded with slang terms, originally spoken by travelling salesmen – во-ровской жаргон*.

В то же время существуют выражения, ксенонимически связанные с культурой Франции, которые имеют нейтральное, а иногда и положительное ассоциативное значение. Чаще всего такие выражения относятся к полезным изобретениям, новшествам, пришедшим из другой страны.

Известно, что Франция всегда славилась своей изысканной кухней, поэтому многие кулинарные изыски своими названиями напоминают о Франции. Например, «**French fries**» – *thin strips of deep-fried potato*. Этимология данного выражения окутана различными мифами. Кто-то считает, что «*French fries*» на самом деле не «*French*», а «*Belgian*». В Бельгии – это еда номер один (*frieten/frites*). Бельгийцы уверяют, что это их изобретение, а название «*French fries*» пошло от американских солдат, которым картошка очень понравилась, но в географии они разбирались плохо, считая, что если люди говорят по-французски, значит, они французы, а жареный картофель должен называться

«French fries». В Америку рецепт приготовления данного блюда привез Томас Джефферсон, который был посланником США в Париже.

Другое известное блюдо, популярное во всем мире – *французские тосты, или гренки*: «**French toast**» – *a food made with bread and eggs* (кусочки хлеба, опущенные в смесь из яиц и молока, и затем обжаренные на раскаленном масле). Первое упоминание о французских тостах можно найти в коллекции французских рецептов, относящихся к четвертому веку. В 1660 году в свет вышла книга, в которой предлагалось огромное количество разных видов французских тостов. Само блюдо появилось в Англии вероятно во времена норманнского завоевания.

Следующие примеры из кулинарии, известные и любимые во всем мире – «**French dressing**» – *a salad dressing of oil, vinegar, and seasonings* – *смесь уксуса и масла для заправки салата*, **French chop** – *французская отбивная* – *Veau Orloff* – название оригинального блюда, которое впервые было приготовлено в Париже для русского графа Орлова, фаворита императрицы Екатерины. «Телятина по-орловски» представляет собой запеканку из телятины, картофеля, лука и грибов, запеченных под соусом бешамель с добавлением сыра.

Занимательным является тот факт, что «мясо по-французски» не является блюдом французской кухни. Кроме того: **French pie** – французский пирог, первоначально известный под названием «парижская шарлотка», **French pancake** – *small very thin pancake* – французские блины, **French omelet** – *omelet cooked quickly and slid onto a plate* – французский омлет, **French mustard** – *a mild mustard paste made with vinegar rather than water* – французская горчица (с уксусом), **French loaf** – *a loaf of French bread* – нарезка из французского батона, **French pastry** – *any of a wide variety of rich and elaborate pastries prepared in individual portions* – французская паста, **French fritter** – *a deep-fried, yeast-raised doughnut dusted with confectioners' sugar* – французский пончик. Ксеноним **French paradox** – *французский парадокс* (насыщенные жиры в диете французов не вызывают заметного увеличения сердечно-сосудистых заболева-

ний) не является названием блюда, но отражает одну из главных особенностей французской кухни.

Францию часто называют страной гурманов. Помимо еды, Франция известна своими винами. Поэтому нет ничего удивительного в том, что коньяк по-английски называется «**French brandy**» – *cognac*, **French vermouth** обозначает *вермут сухой, или французский вермут*, а **French rye** – *хлебную водку*. Еще в XVI веке Франция превратилась в главного производителя и экспортера вин в Европе. В Англии французские вина также пользовались огромной популярностью.

Часть ксенонимов определяет материальные предметы окружающей действительности, пришедшие из Франции, а именно музыкальные инструменты: «**French horn**» – *a valved brass wind instrument that produces a mellow tone from a long narrow tube that is coiled in a circle before ending in a flaring bell* – валторна (прототипом валторны послужил охотничий рог, издававший похожий звук и появившийся именно в этой стране); **French harp** – *a small rectangular instrument consisting of a row of free reeds set back in air holes, played by exhaling or inhaling* – французская арфа или французская лира.

Франция традиционно считается законодательницей моды, поэтому количество ксенонимов, относящихся к предметам одежды и обуви и процессу их создания, велико. Например, **French cuff** – *a wide cuff for a shirt sleeve that is folded back and fastened with a cuff link* – отложная или французская манжета, **French curve** – *a flat drafting instrument with curved edges and several scroll-shaped cutouts, used as a guide in drawing curves when constructing graphs or making engineering drawings* – лекало, **French heel** – *французский каблук* – выгнутый, тонкий каблук, **French knickers** – *бриджи, панталоны*, **French seam** – *французский шов*, **French knot** – *a decorative embroidery stitch made by looping the thread two or more times around the needle, which is then inserted into the fabric* – французский узел. Звание столицы моды подогревает интерес и к французскому парикмахерскому искусству: **French pleat** или **French roll** – *a woman's*

hair style with the hair gathered at the back into a cylindrical roll – овальный пучок (на затылке).

Среди «французских» ксенонимов немало выражений, относящихся к сфере «Природа»: **French bean** – *стручковая или французская фасоль* (французы вывели специальный сорт фасоли, которая одаривала урожаем длинных сладковато-сочных стручков), **French endive** – *эндивий (садовый цикорий)*, **French honeysuckle** – *копеечник венцевидный*, **French lavender** – *французская или широколистная лаванда*, **French lilac** – *французская сирень*, **French marigold** – *бархатцы французские*, **French rice** – *a variety of wheat from which starch is produced – французский рис*, **French sorrel** – *французский щавель*. Список растений, выведенных во Франции, неслучаен – часть из них используется для приготовления пищи, часть – при производстве духов, шампуней и мыла, которыми и славится эта страна.

Помимо ксенонимов, имеющих давнюю историю (возникновение которых обусловлено, в основном, военным соперничеством), существуют ксенонимы, вошедшие в употребление сравнительно недавно. Большое количество таких выражений связано с **Китаем** – одной из наиболее динамично развивающихся стран. Во-первых, стоит рассмотреть такой ксенонимом, как «**China syndrome**» – *a hypothetical idea of an extreme result of a nuclear meltdown in which molten reactor core products breach the barriers below them and flow downwards through the floor of the containment building*. Этимология выражения очень интересна. В ее основе лежит мифическая идея о том, что в случае взрыва на американском реакторе плавящиеся материалы смогут растопить оболочку Земли и достигнуть Китая. Дело в том, что в американском обществе существует мнение, что в географическом плане Китай находится прямо под Соединенными Штатами Америки. С этим связано и следующее выражение: «**to dig a hole to China**». Иногда применительно к жителям Китая говорят: «*people in China are walking upside-down*». Все эти выражения являются доказательством существования ложной идеи о том, что на противоположной от Америки части Земли

располагается Китай. На самом же деле, противоположную сторону занимает Индийский океан.

Очень часто Китай описывается как экзотическая страна, с загадочными и иногда эксцентричными жителями. Иллюстрацией данного мнения является ксеноним «**Chinese whispers**» – *1) a game in which a message is passed on, in a whisper, by each of a number of people, so that the final version of the message is often radically changed from the original; 2) any situation where information is passed on in turn by a number of people, often becoming distorted in the process.*

Очевидно, что второе значение является логическим продолжением первого. Согласно первому определению, выражение «**Chinese whispers**» означает игру, которая в русском языке носит название «сломанный телефон». Данное выражение происходит из существующей идеи о том, что китайский язык является совершенно непонятным для американцев и европейцев, поэтому, что бы ни было сказано на нем, не может быть правильно понято.

Отсюда, вероятно, возникло и сочетание «**Chinese puzzle**» – *brain-twister, difficult problem* – головоломка, или трудная, неразрешимая задача. Считается, что вещи, придуманные в Китае, являются весьма непростыми для понимания европейцев.

Сегодня в бизнесе распространено такое выражение, как «**Chinese Walls**» – *an information barrier implemented within a firm to separate and isolate persons who make investment decisions from persons who are privy to undisclosed material information which may influence those decisions* – меры, принимаемые для предотвращения распространения важной информации между отделами компании во избежание конфликта интересов или нарушения конфиденциальности.

Этимология данного выражения является спорной. По одной из версий прототипом сочетания «**Chinese Walls**» стала Великая Китайская стена (the Great Wall of China). Согласно другой гипотезе – выражение происходит от тонких бумажных перегородок в домах китайцев. Здесь проводится некое сходство: мы должны уважать личность другого человека, не нарушать конфиден-

циальность, несмотря на то, что фактически (в виде каменных стен) нас ничего не останавливает.

Существует и третье предположение, согласно которому китайские мандарины младшего ранга, встречая человека, занимающего более высокое положение в обществе, должны были кланяться до земли. Во избежание заторов на дорогах в оживленных местах, китайские высокопоставленные лица закрывались тонкими ширмами, также называемыми «Chinese walls».

После первой мировой войны в британском обществе закрепились следующие стереотипы, относящиеся к Китаю: беспорядочность, непонятность. Свидетельством существования таких стереотипов является выражение «**Chinese fire drill**» – 1) A prank performed while stopped in a car at a red-light; each passenger (including the driver) shouts «Chinese fire drill», exits the vehicle, runs at least once around it, then re-enters, taking a different seat; 2) A silly, pointless exercise. В русском языке данное выражение тоже имеет два значения 1) «*Суматоха, полный беспорядок*»; 2) «*Бесполезное занятие*». Этимология данного выражения датируется началом XX века, когда на судах, принадлежащих Великобритании, служили моряки из Китая. В то время на судах часто проводились пожарные учения в машинном отделении. Из-за трудности китайского языка англичанам очень сложно было договариваться с китайцами, поэтому учения чаще всего срывались. Главной причиной, как уже было сказано, был языковой барьер.

Еще одно выражение, связанное с Китаем, имеющее негативную оценочную коннотацию – **Chinaman's chance** – *весьма слабый, незначительный, ничтожный шанс на успех, заработок*. Оно отражает пренебрежительное отношение англоговорящих народов к населению Китая в целом.

Очевидно, что ни одна другая древняя культура не внесла столько новшеств, способствующих прогрессу, как китайская. Считается, что китайцы являются авторами чуть ли доброй половины важных открытий и изобретений античности и раннего средневековья. Если верить историкам, то именно Китай – родина стремян, бумаги, пороха, компаса, румпеля, бумажных денег, ракет,

печатных станков, подвижного шрифта и многого другого. Поэтому сфера «Артефакты» заслуживает более пристального внимания.

Фарфор является вершиной традиционного прикладного искусства Китая. Само название «фарфор» на английском языке звучит как «china». В английском языке также было обнаружено большое число производных от этого слова ксенонимов: **china clay** – фарфоровая глина, каолин, **china cabinet** или **china closet** – a cabinet (usually with glass doors) for storing and displaying china – буфет, застекленный шкафчик, **china shop** – a shop or store for the sale of china ware or of crockery – посудная лавка, магазин фарфора, **a bull in a china shop** – слон в посудной лавке, **break china** – взбудоражить; вызывать переполох, **Chinaman** – торговец фарфоровыми изделиями или посудой, **chinamania** – редк. страсть к коллекционированию старинного фарфора. Во всем мире известны также китайская тушь – **China ink** и китайский чай – **China tea**.

Как и другие азиатские страны, Китай часто ассоциируется с родиной табака и некоторых опиумных веществ. Поэтому существуют такие выражения, как «**Chinese cigarette**» – *a bent, smashed, or slightly torn cigarette* и «**to get Chinese**» – *drug up, smoke to one's heart's content*.

Необходимо отметить, что для ботаников Китай – один из самых интересных и загадочных уголков планеты. Дело в том, что его флора чрезвычайно богата и разнообразна. Неудивительно, что китайские растения всегда были объектами особого внимания интродукторов разных стран и многие названия растений являются, по существу, ксенонимами: **China jute** – a tropical Asian annual herb (*Abutilon theophrasti*) naturalized in the United States, having large velvety heart-shaped leaves and yellow flowers. It is an important fiber plant in northern China – китайский джут (прядильная культура), **China pink** – гвоздика китайская, **China rose** – чайная или китайская роза, **China tree** – мелия иранская, сирень персидская, **China berry** – ягода Годжи, известная также как тибетский барбарис, дереза китайская.

Анализируя все приведенные ксенонимы, относящиеся к Китаю, можно увидеть, что большинство из них обладает нейтральными или незначительными

отрицательными эмоционально-оценочными коннотациями, в основе возникновения которых лежит разница мировоззрений, разница в мировосприятии представителей двух культур.

2.2 Ксенонимы русского языка

История русского народа и его государства характеризуется тесными экономическими, культурными, политическими связями с другими народами и странами. Следствием таких связей стало большое количество выражений, относящихся к иноземцам. Выражение «на русском хлебе отъелся» (говорят о сытых или богатых иностранцах) свидетельствует о преимущественно негативном отношении русского народа к иностранцам.

В ходе анализа ксенонимов русского языка мы пришли к выводу о том, что значительное их количество описывают **французскую нацию** и реалии ее жизни. И на это существует ряд причин: если среди европейских стран определять, какая из них наиболее близка России, то Франция будет одним из главных лидеров. Действительно, что-то есть общее в характере русских и французов, в их отношении к жизни. Этому находится свое объяснение, ведь взаимоотношение между Россией и Францией, их влияние друг на друга имеет давнюю историю.

Императрица Екатерина Вторая очень любила французскую философию и переписывалась с Вольтером, поэтому такое отношение влияло на все дворянство.

Французский язык был настолько популярен при русском дворе, что использовался наравне с русским. Одной из причин такой популярности была Великая Французская революция, а затем грандиозные успехи Наполеона в Европе. Затем, когда войска Наполеона вторглись в Россию, часть выживших французов осталась жить в России, став гувернантами и учителями в русских дворянских семьях. Таким образом, мода на Францию и все французское сохранилась и после войны.

Франция – законодательница моды и искусства, родина кино многих великих людей и незаменимых изобретений. Наибольшее количество ксенони-

мов, относящихся к Франции, описывает именно заимствованные артефакты, среди которых устройства и приспособления, рецепты приготовления блюд и др.

В группе ксенонимов, относящихся к сфере «Артефакты», пейоративная оценка отражает значение «некачественный», «низкосортный», «бесполезный». Однако устройства и изобретения, созданные во Франции и широко используемые во всем мире, вряд ли можно отнести к бесполезным или некачественным. Скорее наоборот, заимствование артефакта доказывает факт его новизны и необходимости.

Примерами таких ксенонимов служат **«французский замок»** – *самозакрывающийся, врезанный в дверь замок*, **«французский ключ»** – *ключ для французского замка*, **«французское окно»** – *панорамное окно от потолка до пола, или окно-дверь*, **«французский балкон»** – *тип балкона, не имеющего собственно балконной площадки – ограждение устанавливается непосредственно в проеме с наружной стороны, прямо перед дверью*, **«французский табак»** – *сорт нюхательного табака*, **«французская лазурь» (синь) (спец.)** – *то же, что парижская лазурь (синь), синий пигмент, применяющийся при производстве печатных красок*, **«французская зелень»** – *или парижская зелень представляет двойную соль с хлористым цинком*. Однако выражение **«французское золото»** – *самое плохое, низкопробное золото; имитирующий драгметаллы бронзовый сплав, идущий на выделку художественных, галантерейных и отчасти ювелирных изделий* – также описывающее артефакт, передает негативную оценку качества.

Давно считающаяся одной из лучших в мире, французская кухня вобрала в себя кулинарные традиции многих народов и сама стала источником вдохновения для последователей из разных стран. Достаточно сказать, что названия ряда французских блюд, вин, соусов, а также самих методов обработки и приготовления продуктов вошли во многие языки мира и понятны без перевода. Францию считают родиной чуть ли не половины самых популярных блюд и напитков Европы, а многие её «произведения» давно стали «своими» в кухнях

других европейских народов, превратившись в ряде случаев во всемирно признанные торговые марки (достаточно вспомнить майонез, фрикасе, шампанское или коньяк).

Среди ксенонимов данной сферы можно выделить следующие: **«французская заправка»** (винегретная заправка, соус винегрет) – *салатная заправка, основными ингредиентами которой являются уксус и растительное масло*, **«французская булка»** – *продолговатая пшеничная булка с сужающимися концами и продольным надрезом*, **«французская водка»** (устар.) – *водка, полученная перегонкой виноградных вин; коньяк*.

Кроме того, Францию часто называют родиной моды. Множество связанных с модой вещей пришло к нам из этой страны, например: **«французский каблук»** – *выгнутый, тонкий каблук*, **«французская шаль, платок»** – *квадратная, сложенная вдвое, обычно пестрая шаль*, а также **«французская коса»**, **«французское каре»**, **«французский карман»**, **«французское кружево»**, **«французский маникюр»**.

Помимо сферы «Артефакты», выделяется сфера «Человек физический и социальный». Интересным примером является ксеноним **«французские тени»** – *синяк под глазом*. В его этимологии также присутствует отсылка к Франции как к родине многих косметических средств.

Выражением, подтверждающим стереотип о французах как о прекрасных любовниках, является ксеноним **«французский поцелуй»**. Понятие «французского поцелуя» пришло в русский язык как элемент французской культуры, которая всегда считалась наиболее тесно связанной с темой любви. Во Франции этот поцелуй называется «поцелуем душ».

К сфере «Человек социальный» можно отнести следующие выражения, в состав которых входит этноним: **«У француза ножки тоненьки, душа коротенька»**; **«Француз – кургуз. Французский ветер (ветрогон)»** – *легкомысленный, пустой человек*; **«Это – сущий француз»** (т. е. говорлив и опрометчив). Неудивительно, что некоторые из подобных выражений появились во время Отечественной войны 1812 года: **«На француза и вилы ружье»** (говорит,

опять же, о малодушии и трусости французов, приписываемых им русским народом); **«Замерз, как француз; замороженный француз»** (этимология этого выражения хорошо всем известна – в середине октября 1812 года в Москве вдруг наступили сильные холода, к которым армия Наполеона, рассчитывавшего на победу в самом начале войны, была абсолютно не готова); **«Француз боек, да русский стоек»**.

Самым популярным героем восточнославянской ксенономинации является **цыган**. Существует огромное количество ксенонимов, описывающих представителей данного народа и реалии его жизни. Далее мы более подробно рассмотрим разделение по сферам «цыганских» ксенонимов.

Наибольшее количество ксенонимов, относящихся к цыганам, обнаруживается в сфере «Природа». В славянской народной традиции луна воспринималась как «неправильное» солнце, «испорченный двойник» солнца. На этой почве возникает ксеноним **«цыганское солнце»** – луна. Образ цыган фиксируется также в обозначениях лунных пятен, которые в славянской народной традиции нередко воспринимались как человеческие фигуры: **«цыган»** – лунное пятно.

Ксенономотивацию можно усмотреть и в выражении **«Цыганская Телега»**, используемом для обозначения *Большой Медведицы*. Появление этого астронима вполне закономерно: «тележный» (и вообще «транспортный») образ весьма активен как в обозначениях Большой Медведицы, так и в представлениях о цыганах. При обозначении погодных явлений, среди которых также встречаются «цыганские» ксенонимы, ведущими становятся признаки «аномальный», «диковинный, странный», при этом в первую очередь ксеномотивация затрагивает обозначения необычных, «феноменальных» природных явлений. Среди них, например, сильный холод, мороз: **«цыганский жар»** – *трескучий мороз*, **«цыган шубу продает»** – *о потеплении после Рождества, Крещения или Сретенья*.

«Цыганские» названия встречаются и среди обозначений флоры и фауны. Из всех названий представителей животного мира наиболее восприимчивыми к образам инородцев оказываются обозначения насекомых. Эти образы объеди-

нены признаками «нежданного появления (= вторжения)» (основан на «колониальном» способе передвижения насекомых), «появления во множестве», «вредоносности».

Самая яркая модель – тараканья, так как она присутствует во многих европейских языках: «**цыгане**», наравне с «**немцами**», «**евреями**», «**французами**», «**пошехонами**» – *тараканы*.

Растение *Saponaria officinalis*, содержащее сапонин (этот порошок вызывает сильное чихание; будучи растворен в воде, дает обильную пену), называется в русском языке «цыганское мыло». Негативные коннотации могут быть усилены при актуализации признака «вредный» и «ядовитый»: «цыганский табак», «цыганская пудра», «цыганский дым» – *гриб – дождевик*, «цыганские грибы» – *ядовитые грибы*.

Несколько выражений представлено и в сфере «Артефакты». Прimitивные приспособления, обозначаемые ксенонимами, обычно являются самодельными, кустарными, как, например, «**цыганские кораллы**» – *продолговатые бусы коричневого цвета*, «цыганка» – *большая толстая игла; применяется для шорных работ, для штопки шерстяных изделий, для зашивания мешков и т.д.*

Следует привести также пример названия складного, легкого в использовании устройства: «**цыганка**» – *рычаг, связывающий подножку самопрямки с осью колеса*.

«Цыганские» ксенонимы существуют и в названиях блюд и напитков. Здесь реализуются признаки «плохо обработанный», «приготовленный на скорую руку», «суррогатный»: «**цыганка**» – *блюдо из вареного картофеля с конопляным маслом*, «**цыганская водка**» – *молоко*. Мы видим, что в отличие от названий блюд французской кухни, к которой многие русские испытывают пиетет, цыганская еда не вызывает восторга.

Образ цыгана использовался и при наименовании некоторых болезней и неприятных физиологических состояний (сфера «Человек физический»): дрожжи, озноба – «**цыганский пот**» (пробирает, прошибает, пронимает) – *озноб*,

дрожь от холода, ощущение холода, чихания – «цыган родился» – говорится при чихании.

«Цыганские» ксенонимы представлены и в сфере «Человек социальный»: **«И у цыгана душа не погана»; «Цыгану без обману дня не прожить»; «Цыган раз на веку правду скажет, да и то покается»; «Беспоместный цыган»; «Цыган что голоднее, то веселее».**

Из всех представленных ксенонимов большая отражает отрицательную оценку, что легко объясняется отношением русских людей к представителям данного народа, сохранившимся и по сей день.

Еще одной многочисленной группой выражений являются выражения о **евреях**. Важно отметить, что в качестве этнонима в выражениях о евреях часто выступает слово **«жид»** – *1. название еврея (обычно с оттенком пренебрежительности); 2. скряга (-прост. -бран.). (-первонач. не имело презр. или бран. оттенка, но впоследствии стало ходовым шовинистическим обозначением еврея и приобрело черносотенно – погромный характер).*

Уже из самого словарного соответствия, мы можем сделать вывод о том, что отношение русского народа к евреям трудно назвать дружелюбным. Доказательством являются такие выражения из сферы «Человек социальный», раскрывающие стереотипы о личностных качествах евреев, как, например, **«жидовин»** – бранное слово: *скупой, скряга и производные от него: жидовать, жидоморить – жить и поступать жидомором, скряжничать: добывать копейку вымогая, не доплачивая и пр.* В этих номинациях, несомненно, силен характеризующий момент: в стереотипе еврея он создается традициями ростовщичества. Однако кроме еврея, русские приписывают жадность и цыганам, и туркам, и итальянцам, т.е. скупость оказывается качеством, притягивающим этнонимические номинации, поскольку приписывание скупости другим народам является универсальным свойством «ксенопсихологии».

Весьма ярко характеризуют отношение русского народа к евреям следующие выражения: **«Кто жиды обманет (проведет), трех дней не проживет»; «Он и жиды обманет»; «Жидовская душа. Скорее жиду поверю, чем ему».**

Негативная оценка некоторых черт характера евреев легко переходит в обобщенную негативную оценку их поведения, действий (признаки «плохо», «неправильно»), например, «делать что-то по-еврейски» – значит выполнять не так, как следует, как надо, **«еврейский ответ»** – *ответ в форме вопроса* (неправильный).

«Еврейские» ксенонимы широко представлены и в сфере «Природа», например, **«жидовский писарь»** – *насекомое водяной паук, водомерка*. Мотивация состоит в том, что это слово воссоздает образ еврея – «грамотея», который, очевидно, что-то «пишет» на воде (среди малограмотного населения русской провинции евреи нередко выполняли обязанности писарей). Объективной поддержкой образной номинации стала траектория движения водомерки по воде, напоминающая рукописные строки.

Ксенонимы могут также называть рыб и пресмыкающихся. В таких случаях ксеномотивация используется для обозначения «диких», внешне необычных «экземпляров»: **«жид»** – *зеленая большая лягушка*.

При описании «цыганских» ксенонимов мы говорили, что наиболее восприимчивыми к образам инородцев оказываются обозначения насекомых, объединенные признаками «нежданного появления». Близкими к образам насекомых оказываются образы птиц. При их номинации используются признаки «являющийся во множестве», «непонятно говорящий», «вредящий». *Воробей*, обозначаемый ксенонимом **«жид»**, может быть мотивационно приравнен к саранче (правда, значим еще звуковой признак, интерпретируемый как непонятная, чужая речь).

Среди названий растений встречаются следующие ксенонимы: **«жидовское яблоко»** – *растение из пасленовых с красными плодами, сходными с помидорами*, **«жидовская вишня»** или **«жидовские яйца»** – *многолетнее полукустарное растение из семейства пасленовых с белыми плодами, и формой, и величиной напоминающими куриное яйцо*. Представленные растения являются «сниженными двойниками» культурных.

Ксенонимы, относящиеся к евреям, представлены и в сфере «Артефакты» и обладают преимущественно отрицательной оценочной коннотацией. Признак «суррогатности» представлен, к примеру, в названии сплава, имитирующего золото – «**еврейское золото**». А признак «некачественный» приписывается многим продуктам, если они еврейские, например, **жидовский суп, жидовский чай, жидовская сметана** – *слишком жидкие, разбавленные блюда и продукты*.

В сфере «Человек физический» самыми яркими объектами для ксенономинии являются кожные болезни. В русском языке существует выражение «**жид пархатый**» – *вульг. обращение к лицу еврейской национальности*. Слово «пархатый» ранее означало то же самое, что и «паршивый» – больной паршой. Кожные болезни часто наблюдались у евреев, особенно парша. В 1898-1903 гг. еврейские солдаты составили 74 % всех болевших паршой солдат, лечившихся в петербургских военных госпиталях.

Слово «еврей», таким образом, это нейтральное, академическое название этноса, слово «жид» – его народное название. В качестве народного оно содержит не только собственное название еврея, но и эмоциональную оценку еврейства, характеризующую его морально- нравственные качества, проявленные им на протяжении достаточно продолжительного времени, пока он существовал в общении с русской средой.

Но русские – не единственный народ, у которого возникло вполне определённое, исключительно отрицательное отношение к сущности еврейства. При исследовании ксенонимов немецкого языка мы обнаружили выражения, которые также приписывают евреям жадность и хитрость. Значит, в Германии поведение, повседневная жизнь, устремления, жизненная философия еврейства были точно такими же, как и в России. А раз так, то это обстоятельство нашло отражение не только в русском, но и в немецком языке.

Довольно многочисленными в русском языке являются ксенонимы, относящиеся к **китайской нации**. Китай является родиной значительных изобретений человеческой цивилизации, поэтому неудивительно, что большая часть

ксенонимов с соответствующим компонентом-этнонимом относится к сфере «Артефакты».

К артефактам относится, например, **«китайский фарфор»** – *высший сорт фарфора, изготавливаемый в Китае*. Китай – родина фарфора (Китай, по-английски – China, –в английском языке обозначает также фарфор). Фарфор является вершиной традиционного прикладного искусства Китая. Эта страна также является родиной туши; отсюда и происходит выражение **«китайская тушь»** – *сорт водяной краски, главным образом черной*. Тушь, используемая главным образом для письма, фабрикуется в Китае с незапамятных времен.

Кроме того, эту страну можно по праву считать родиной чая. История его выращивания и использования берет начало именно там. Остальные страны либо прямо, либо косвенно заимствовали культуру чая, как и сам напиток, из Китая. Чайное дерево изначально было открыто в Поднебесной, и только потом распространилось по всему миру. В русском языке существует ксеноним **«китайский чай»** – *сорт чая, первоначально привозившийся из Китая*.

Еще один ксеноним из сферы «Артефакты» – **«китайский фонарь»** – *фонарь, каркас которого покрыт разноцветной прозрачной бумагой*. Фонарь является одним из видов традиционных художественных изделий Китая. В дни важных праздников по всей стране горят цветные фонари, висят праздничные украшения. По мере расширения контактов Китая с внешним миром китайские фонари появились и в других странах, в том числе и России.

Употребительным является также выражение **«китайский болванчик»**, занимающее пограничное положение между сферами «Артефакты» и «Человек социальный» – *1.качающаяся фарфоровая фигурка. 2. перен. самодовольный и ограниченный человек*.

Выражение **«белый китаец»** также относится к сфере «Артефакты» и обозначает *наркотическое средство, в 340 – 1300 раз активней морфина и в несколько сотен раз – героина*. Существует легенда, согласно которой в начале 50-х годов XX века в целях борьбы с мировым капитализмом, дабы ускорить его загнивание и окончательное разложение, была рассчитана формула «иде-

ального наркотика». Им, по мнению ученых, должен был стать триметилфентанил. Но синтезировать его тогда не смогли, а теоретические наработки Сталин якобы передал «великому другу Мао». Китайцы сумели осуществить синтез триметилфентанила, и он «начал шествие по миру» под названием «белый китаец». На самом деле в 70-е годы XX века в США появился новый тогда синтетический наркотик из группы фентанила под названием *China white*, который представлял собой альфаметилфентанил (AMF), и производился в Гонконге. Он был в сотни, а то и в тысячи раз сильнее героина. Поскольку употребление нового наркотика вызвало большое количество смертей, он не получил большого распространения.

Выражение **«всякий китай»** описывает *мелкую бижутерию, дребедень – как правило, низкого качества*. В ксенониме отражается уже ранее упомянутое нами отношение к «чужеземным» предметам быта как к чему-то некачественному, низкопробному. Кроме того, в русском языке существует выражение **«китайские тени»** – *кукольное представление, включающее показ силуэтов через полотно белого экрана*. Этот вид искусства также называют «теневым театром». Но во Франции, а затем и во многих странах Европы, в том числе и в России, представления этого рода называли «китайскими тенями».

Еще один ксеноним – **«китайская стена»**, – обозначает состояние *полной изолированности от внешних влияний* (от названия древней стены, отделявшей Китай от Монголии).

Несколько ксенонимичных выражений относятся к сфере «Природа». Среди них, например, **«китайский орех»** – *земляной орех, арахис*; **«китайская роза»** – *растение гибискус*, получившее свое название благодаря месту произрастания – Юго-Восточной Азии; **«китайские фонарики»** – *физалис*. Отличительная особенность физалиса обыкновенного – крупная яркая (обычно оранжевая или красная) пузыревидная чашечка. Благодаря такой чашечке – чехлу, напоминающей фонарик из бумаги, растение получило название «китайский фонарик». Выражение **«китайские бобы»** – *растение Strychnos Ignatia, ядовитый*

тое аптечное зелье – доказывает, что при ксенономинации негативные коннотации могут быть усилены при актуализации признака «вредный», «ядовитый».

Следует также упомянуть ксенонимы из сферы «Человек социальный». Во-первых, это выражение **«китайские церемонии»** – *излишняя, жеманная вежливость*. Старый Китай был государством с огромным чиновническим аппаратом со множеством чванливых вельмож – мандаринов – и с пышным и церемонным двором императора – богдыхана. Двор богдыхана был знаменит на весь мир неописуемо сложными правилами поведения, этикетом. Их было такое множество, что появилась целая наука о придворных церемониях; каждый новый богдыхан заводил дополнительные предписания, поклоны и прочие обычаи. Постепенно слова «китайские церемонии» стали обозначением вообще утомительных и ненужных условностей, выражения вежливости, доведенного до бессмыслицы.

Во-вторых, выражение **«китайская грамота»** – *что-либо трудное или недоступное для понимания*. Прежде всего следует подчеркнуть, что слово «грамота» означает здесь не «умение писать или читать», а «письмо, алфавит, шире – язык». Именно китайское письмо, написанные китайскими иероглифами документы, были русским непонятны. Такими же непонятными казались китайские иероглифы и другим европейским народам.

И, наконец, ксеноним **«китайский шпион»** – *человек, пытающийся хитрить, но истинные намерения которого очевидны*. Этимология выражения не столь очевидна, однако, по всей вероятности, оно связано с типичными чертами характера китайцев: скрытности, приверженности традициям и сдержанности.

Еще одну группу выражений составляют **«английские»** ксенонимы. Удивительно, но в русском языке был обнаружен лишь один ксеноним, относящийся к сфере «Человек»: **«английская болезнь»** (устар.) – *рахит*. Большинство же ксенонимов здесь относится к сфере «Артефакты». Среди них можно выделить такое словосочетание, как **«английская булава»** – *разновидность булавы, безопасное приспособление в виде иглы, соединённой со стержнем, имеющим на конце крышку*. Используется для закалывания, прикалывания кусков

мягких тканей и прочих мягких материалов. В привычном для нас виде английскую булавку изобрёл американский инженер Уолтер Хант в июле 1849 года. Однако в те времена патент не всегда защищал изобретателя. Уже осенью того же года предприимчивый британец Чарльз Роулей запатентовал аналог булавки Ханта у себя на родине. Поэтому теперь во всём мире эту булавку называют «английской».

К сфере моды и дизайна относится также выражение **«английский костюм»** – *костюм строгого покроя*. Как обобщенное понятие – деловой, строгий по форме и цвету стиль в одежде, ставший классическим. Как отмечают историки моды, понятие это возникло в XVIII веке в противовес французской версальской моде в мужской одежде: французы носили шелковые кафтаны и короткие штаны – кюлоты, а англичане предложили в качестве повседневной одежды практичный костюм для верховой езды.

Выражение **«английский замок»** – *врезаемый в дверь замок с пружинным устройством* – давно вошло в наш обиход. При этом редко кто может ответить, почему этот тип замков связан именно с туманным Альбионом. Британец Роберт Баррон в 1778 году создал замок с двумя откидными тумблерами, которые действовали согласованно: нужно было их одновременно поднять на определённую высоту, чтобы отодвинуть язычок замка. Шесть лет спустя изобретатель Джозеф Брама запатентовал свой новый замок, ставший знаменитым. Так возник известный «английский» замок.

К сфере «Артефакты» относится и ксеноним **«английская соль»** (магния сульфат, горькая соль) – *вид слабительного, сульфат магния в кристаллической форме*. В 1695 году английская соль была выделена из воды минерального источника. Как мы уже отмечали, выражение «английская соль» было обнаружено и в немецком языке: *englisches Salz*, так же как и выражение **«английский крем»**: *«englische Creme»* – *заварной крем*.

Кроме того, стоит упомянуть ксеноним **«английский рожок»** (или альтый гобой) – *деревянный духовой музыкальный инструмент, разновидность гобоя*. Существует две версии появления названия «английский рожок». Со-

гласно первой из них, ранние образцы этого инструмента напоминали трубы, с которыми на полотнах тех времён часто изображались ангелы, и немецкое слово «*engellisch*» (ангельский) трансформировалось в «*englisch*» (английский). Согласно другой версии, неверно было употреблено французское слово «*anglais*» (английский) вместо «*anglé*» (угловой, изогнутый углом – по форме инструмента).

Любопытной является история выражения «**Английский клуб**». Возможно, в наше время словосочетание «английский клуб» более всего ассоциируется с клубами любителей изучения английского языка, когда как в XVIII – XIX веках ксеноним относился к абсолютно другому роду общественного установления. Английский клуб в Москве являлся *неформальной общественной организацией, объединявший самых видных московских дворян-мужчин*, и был своеобразным «центром отдыха», закрытой для посторонних глаз (особенно женских) территорией. Здесь не плелись заговоры и не замышлялись планы государственного переустройства, но именно в Английском клубе формировалась светская и общественная жизнь Москвы, складывалось общественное мнение о самом важном и животрепещущем в данный момент. Английский клуб был основан в 1772 г. англичанами, осевшими в России на государевой службе или по делам торговли. Появление Английского клуба в Москве в конце XVIII века стало данью европейской моды, которая требовала открывать подобные «соборания приятных собеседников в определенных условиях».

К изобретенным в Англии реалиям относится «**английский парк**» – *парк, в котором посадка деревьев и кустарников, планировка дорожек напоминают естественный лес*. Данное направление в садово-парковом искусстве возникло в Англии в 30-е – 40-е годы XVIII века и тесно связано с романтизмом, ведущим художественным направлением середины XVIII – начала XIX века; другое название английского парка – романтический. Главный принцип английского парка в ландшафтном искусстве – это естественность и мягкость. Неудивительно, что данное направление появилось и развивалось именно в Англии, ведь англичане всегда считались страстными садоводами.

Мы рассмотрели основные ксенонимы сферы «Артефакты» и можем сделать вывод о том, что все «английское» в сознании русских людей было связано с аскетизмом, строгостью, естественностью, отсутствием излишеств. Подобный стереотип в отношении англичан сохраняется и по сей день.

Выводы. Подводя итог, отметим, что в ходе анализа практического материала была выявлена общая для языков тенденция к закреплению в семантике ксенинимов, относящихся к разным народам и к разным тематическим сферам, отрицательной оценки в целом. При этом большее количество отрицательных оценок зафиксировано за ксенонимическими единицами, относящимися к сфере «Человек», меньшее – к сфере «Артефакты», поскольку заимствуются, как правило, только те предметы культуры и быта, которые имеют практическую пользу для человека. Что же касается отражения в семантике ксенинимов национального языка оценок стереотипных черт характера других этнических групп, то есть «чужих», то здесь действует иной принцип – фиксируется, закрепляется в языке чаще то, чего нет в своей культуре поведения, но не заимствуется, в отличие от артефактов, а вызывает удивление, недоумение и настороженность.

Количественные данные, полученные в ходе исследования, отражены в диаграммах в ПРИЛОЖЕНИИ работы.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Представления, существующие в этническом самосознании народа, схематично передающие образы тех или иных национальных групп, называются этническими стереотипами. Существуют автостереотипы, отражающие то, что думают люди сами о себе, и гетеростереотипы, относящиеся к другому народу. Гетеростереотипы чаще всего передают отрицательную оценку.

Стереотипы как образы-стимулы лежат в основе процессов ксеномотивации и ксенономинии. Чаще всего ксенонимы отображают знание о реальных, объективных свойствах, атрибутах народа или территории. Самыми распространенными являются случаи, когда такое реальное знание характеризует особенности материальной культуры. Представители различных наций и народов, контактируя, обмениваются опытом и заимствуют друг у друга идеи и предметы. Артефакты и ментефакты иной культуры в процессе заимствования и номинации сохраняют связь с названием того места, где появились или были изобретены, тем самым позволяя выявить их «происхождение» и мотив, лежащий в основе закреплённой за ними оценки в языковом сознании носителя иной культуры.

Как показал анализ материала, наибольшее количество ксенонимичных выражений в английском языке относятся к Голландии (40 %) и Франции (43 %), что объясняется особенностями отношений между этими странами: длительным историческим соседством, включая территориальную близость, общность экономического развития, близость этнических культур и даже многолетние военные конфликты. Выражения, связанные с китайской нацией, являются не столь многочисленными (17 %) ввиду удаленности Англии и Америки от Китая и долгого периода культурной изоляции Китая от остального мира.

Анализ полученных данных показал, что ксенонимы, номинирующие заимствованные артефакты материальной культуры, чаще всего обладают положительной оценочной коннотацией: «Dutch door» (голландская дверь), «French fries» (картофель фри). Согласно проведенному исследованию, ксенонимы, но-

минирующие предметы материального мира и обладающие положительной оценочной коннотацией, являются относительно немногочисленными и составляют 24% (7 единиц) от всего числа проанализированных примеров. Из них ксенонимы, относящиеся к Голландии, составляют 29% (2 единицы), а выражения, имеющие отношение к Франции, – 71% (5 единиц). Интересно отметить, что ксенономинированные выражения, относящиеся к артефактам, заимствованным из Китая, не представлены вообще, хотя многие изобретения, которыми пользуемся в современной жизни, были сделаны именно там.

Также в составе изученного материала было обнаружено большое количество ксенонимов, фиксирующих некоторый стереотип о характере, типичных чертах представителей чужой культуры, особенностях их интеллектуального развития и традиционного коммуникативного поведения. Такие выражения преимущественно передают отрицательную оценку: «Dutch courage» (смелость во хмелю), «to take a French leave» (уйти, не прощаясь). Выражения этой группы встречаются чаще и составляют 76% (23 единицы) от общей суммы анализируемых примеров. Из них 38% (9 единиц) относятся к ксенонимам с компонентом- этнонимом «Dutch», 31% (7 единиц) относится к ксенонимам с компонентом «French» и такое же количество процентов 31% (7 единиц) относится к ксенонимам с компонентом «Chinese».

Анализ изучаемых вторичных имен в русском языке показал, что наибольшее количество выражений с компонентом-этнонимом относится к французам – 27% (21 единица) и цыганам – 25% (20 единиц). Причинами многочисленности «французских» ксенонимов являются следующие исторические факторы: французский язык в XVIII–XIX веках служил средством общения аристократических, а потом и интеллектуальных слоёв российского общества, культурный обмен между двумя странами был особенно интенсивным в этот период, включая заимствование различных элементов бытовой культуры. Что же касается цыган, то они являются самыми популярными «героями» процесса восточнославянской ксенономинии. Большая часть ксенонимов, относящихся к цыганам, считаются устаревшими и достаточно редко употребляются в совре-

менном русском языке, однако такие выражения помогают воссоздать отношения между народами на разных этапах исторического развития.

Выражения, относящиеся к Китаю, являются менее многочисленными – 22% (17 единиц). Российско-китайские связи имели место еще в эпоху расцвета сухопутной торговли между Европой и Азией вдоль Великого шелкового пути. Однако вплоть до середины XIX века взаимодействие между Россией и Китаем было весьма слабым в силу их значительной географической отдаленности друг от друга.

Ксенонимы, относящиеся к евреям, составляют 15% (12 единиц), англичанам – 11% (9 единиц). Различные по численности группы евреев жили в разных странах и среди разных народов, в различные периоды времени. И неизменно всюду, где появлялись евреи, возникали конфликты между ними и коренным населением. Русский язык в полной мере отражает данную тенденцию. Большая часть ксенонимов, относящихся к евреям, имеет отрицательные коннотации. Что же касается истории развития англо-русских связей, то она легко может быть вписана в рамки основных исторических закономерностей, характеризующих отношения России и Западной Европы в целом.

В составе изученного материала наибольшее количество ксенонимов номинируют заимствованные артефакты материальной культуры и чаще всего обладают положительной или нейтральной оценочной коннотацией (исключение представляют «цыганские» и «еврейские» ксенонимы, в которых артефакты данных народов характеризуются как низкопробные, некачественные, примитивные). Ксенонимы сферы «Артефакты» составляют 50 % от общего количества ксенонимов.

Ксенонимы, относящиеся к сфере «Природа», имеют следующие признаки: «аномальный», «ядовитый» «дикий»: «китайские фонарики», «цыганский жар». Ксенонимы данной группы составляют 21 % и обладают преимущественно нейтральной и негативной оценочной коннотацией. Данные ксенонимы репрезентируют модель оценки своего и чужого с точки зрения нормы и анти-

нормы. Такая оценка в той или иной мере присутствует в большинстве языковых единиц, явившихся результатом ксенономинации.

Ксенонимы сферы «Человек» составляют 29 % и характеризуются в большинстве случаев отрицательной оценочной коннотацией. Основа возникновения такого отношения к «чужакам» кроется в особенностях развития взаимоотношений между народами, разнице мировоззрений, разнице в мировосприятии представителей двух культур. Так то, что для китайцев является проявлением уважения и почтения («китайские церемонии»), для русских представляется ничем иным как утомительными и ненужными условностями, выражениями вежливости, доведенными до бессмыслицы.

Итак, сферой, которая объединяет наибольшее количество ксенонимов в английском и русском языках, является сфера «Артефакты». Данный факт обусловлен, по нашему мнению, тем, что именно в сфере материальной культуры, в процессе обмена товарами и услугами, преимущественно осуществляется взаимодействие, знакомство и оценка «другого». Артефакты являются свидетельством практической пользы предмета, поэтому сохраняют и закреплённую за ним в чужом языке положительную оценку.

В ряде случаев в процессе сравнительного анализа ксенонимов разных языков может быть выявлена не только субъективная природа процессов ксеномотивации и ксенономинации, но и объективная – тогда, когда оценка одного и того же этноса совпадает в языках разных культур. Данная проблема – выявление объективной оценки одного и того же объекта в разных культурах – может стать основой для проведения дальнейших исследований в сфере ксенономинации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

ЛИТЕРАТУРА

- 1 Арутюнов, С. А. Народные механизмы языковой традиции : моногр. / С. А. Арутюнов. – М. : «Весь Мир», 1994. – 304 с.
- 2 Бенвенист, Э. Общая лингвистика : моногр. / Э. Бенвенист. – 3–е изд. – М. : Эдиториал УРСС, 2009. – 448 с.
- 3 Березович, Е. Л. Чужие земли в русском народном языковом сознании: прагматический аспект : моногр. / Е. Л. Березович. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2005. – 216 с.
- 4 Березович, Е. Л. Этнонимическая модель в славянских названиях насекомых : моногр. / Е. Л. Березович, Ю. А. Кривошапова. – Praha : Studia Etymologica Brunensia, 2006. – 285 с.
- 5 Березович, Е. Л. Язык и традиционная культура: этнолингвистические исследования : моногр. / Е. Л. Березович. – М. : Индрик, 2007. – 600 с.
- 6 Бодалев, А. А. О социальных эталонах и стереотипах и их роли в оценке личности : ученые записки НИИКСИ / А. А. Бодалев, В. Н. Куницина, В. Н. Панферова // Л. : Изд-во Л. Ун-та, 1971. – С. 15-19.
- 7 Бондарко, А. В. Вопросы теории функционально-семантического поля и возможные ее приложения к анализу видовых значений русского глагола : моногр. / под ред. Н. М. Андреева, З. И. Жакова, Н. Н. Прокопович, А. В. Текучева. – СПб. : «Наука», 2005. – 480 с.
- 8 Бондарко, А. В. Полевые структуры в системе языковой категоризации. / Теория, история, типология языков : материалы чтений памяти В. Н. Ярцевой. / под ред. Д. Б. Никуличева. – М. : Гнозис, 2003. – 408 с.
- 9 Гак, В. Г. Повторная номинация, ее структурно-организующие и стилистические функции в тексте : моногр. / В. Г. Гак. – М. : Школа «Языки русской культуры», 1998. – 593с.

- 10 Гудков, Д. Б. Теория и практика межкультурной коммуникации : учеб. / Д. Б. Гудков. – М. : Гнозис, 2003. – 288 с.
- 11 Гулыга, Е. В. Грамматико-лексические поля в современном немецком языке : моногр. / Е. В. Гулыга, Е. И. Шендельс. – М. : Просвещение, 1969. – 184 с.
- 12 Журавлев, А. Ф. Технические возможности русского языка в области предметной номинации : учеб. пособие / А. Ф. Журавлев. – М. : Наука, 1982. – 294 с.
- 13 Иванов, С. С. Этнонимы современного русского литературного языка : моногр. / С. С. Иванов. – Л. : Изд-во ЛГУ им. А. А. Жданова, 1988. – 413 с.
- 14 Кабакчи В. В. Ксенонимы-русизмы в английском языке / В. В. Кабакчи // Актуальные проблемы современной лингвистики: сб. научных статей. – СПб. : Санкт-Петербургский государственный университет экономики и права, 2012. – С. 120 – 150.
- 15 Ковалев, Г. Ф. Этнонимия славянских языков: номинация и словообразование : моногр. / Г. Ф. Ковалев. – Воронеж : ВГУ, 1991. – 176 с.
- 16 Колмогорова А. В., Маликова А.В. Опыт тезаурусного моделирования способов объективации интерлингвокультурной картины мира (на материале произведений русских писателей-франкофилов) / А. В. Маликова, А. В. Колмогорова // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. – 2017. – Т. 9, вып. 2. – С. 24–31.
- 17 Коновченко, С. В. Общество, средства массовой информации, власть : учеб. пособие / С. В. Коновченко. – Ростов н/Д. : СКАГС, 2001. – 208 с.
- 18 Красных, В. В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? : моногр. / В. В. Красных. – М. : Гнозис, 2003. – 375 с.
- 19 Красных, В. В. Основы психолингвистики и основы коммуникации : моногр. / В. В. Красных. – М. : Гнозис, 2001. – 270 с.
- 20 Крюков, М. В. Об этнической картине мира в древнекитайских письменных памятниках 2 – 1 тыс. до н.э. : моногр. / М. В. Крюков. – М. : Наука, 1970. – 506 с.

- 21 Лебедева, Н. М. Введение в этническую и кросс-культурную психологию : учеб. пособие / Н. М. Лебедева. – М. : Ключ, 1999. – 369 с.
- 22 Леонтович, О. А. Введение в межкультурную коммуникацию : учеб. пособие / О. А. Леонтович. – М. : Гнозис, 2007. – 368 с.
- 23 Ма Т. Ю., Сапожникова Ю. В. «Голландские» ксенонимы в английском языке / Т. Ю. Ма, Ю. В. Сапожникова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота. – 2015. – № 3. – Ч. 2. – С. 141 – 144.
- 24 Маслова, В. А. Лингвокультурология : учеб. пособие / В. А. Маслова. – М. : Издательский центр Академия, 2001. – 208 с.
- 25 Мельникова, А. А. Язык и национальный характер. Взаимосвязь структуры языка и ментальности : учеб. / А. А. Мельникова. – СПб. : Речь, 2003. – 318 с.
- 26 Николаева Т. М. Семантика имени (Имя–2) : моногр. / Т. М. Николаева. – М. : Языки славянских культур, 2010. – 264 с.
- 27 Основы теории коммуникации : учеб. / под ред. М. А. Василика. – М. : Градарики, 2005. – 615 с.
- 28 Пирогова, М. А. Роль этнонимов в межкультурной коммуникации / М. А. Пирогова, Ю. А. Кравцова // Вестник АмГУ – 2005. – Выпуск 28. – С. 45-46.
- 29 Пэн К. Китайские ксенонимы в русскоязычном интернет-дискурсе (к проблеме иноязычного описания культуры) // Гуманитарные научные исследования. 2018. № 5 [Электронный ресурс]. URL: <http://human.snauka.ru/2018/05/25028> (дата обращения: 07.06.2018).
- 30 Сироткина, Т. А. Региональный этнонимикон как полевая структура / Т. А. Сироткина // Вестник Пермского университета – 2009. – Выпуск 4. – С. 33-40.
- 31 Таганова Т. А. Ксенонимы-русизмы в англоязычной прессе (по материалам «The Moscow Times») / Т. А. Таганова // Вестник Ивановского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2016. – Вып. 1 (16). – С. 57 – 61.

32 Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация : учеб. пособие / С. Г. Тер-Минасова. – М. : СЛОВО, 2000. – 624 с.

33 Хлопова, Т. В. Реализация двух подходов к проблеме понимания художественного текста / Т. В. Хлопова // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. Вып. 52. – 2011. – № 10 (225). – С. 162-166.

СЛОВАРИ

34 ABBYY Lingvo 11 Многоязычная версия [Электронный словарь] / ABBYY Software. – 2005. – 1 эл. опт. диск (CD-ROM).

35 DUDEN: Redewendungen und sprichwortliche Redensarten. Band 11. Mannheim – Leipzig – Wien – Zuerich: Dudenverlag, 1998. – 864s.

36 Longman Dictionary of English Language and Culture. – Pearson Education limited, 2001. – 1568 p.

37 Online Etymology Dictionary [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.etymonline.com>. – 17.11.2012.

38 Английские пословицы и поговорки и их русские соответствия / сост. В. Н. Модестов. – М. : Художественная литература, 2000. – 415 с.

39 Большой Российский энциклопедический словарь. / под ред. А. М. Прохорова. – М. : Большая Российская энциклопедия, 2003. – 1888 с.

40 Большой толковый словарь русского языка [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://dic.academic.ru/contents.nsf/kuznetsov> – 24.02.2012.

41 Большой энциклопедический словарь. Языкознание. / под ред. В. Н. Ярцевой. – М. : Большая Российская энциклопедия, 1998. – 685 с.

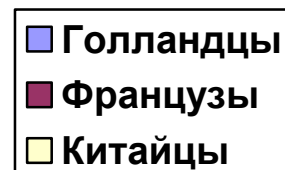
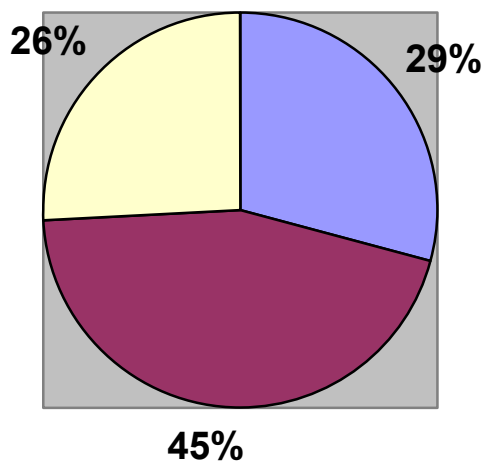
42 Котова, М. Ю. Славянский словарь пословиц с английскими соответствиями / под ред. П. В. Дмитриева. – СПб. : Издательство С.-Петербургского университета, 2000. – 360 с.

43 Краткий этнологический словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.countries.ru/library/etno/etndicoe.htm> – 12.05.2011.

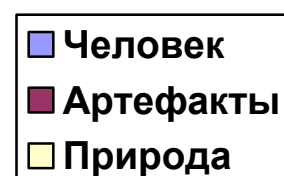
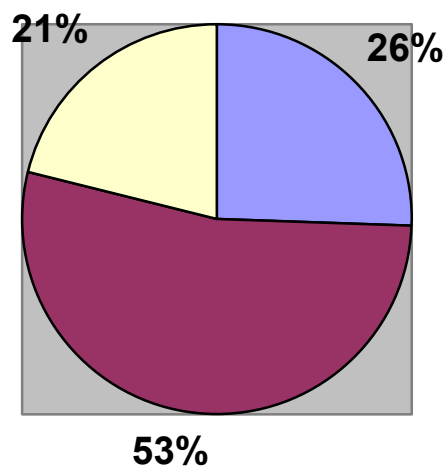
- 44 Лингвистический энциклопедический словарь. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://lingvisticheskiy-slovar.ru/description/diskurs/168>. – 02.05.2011.
- 45 О явлении лексической ксеномотивации [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.rastko.rs/rastko/delo/11885> – 27.04.2011.
- 46 Объяснение выражения «Dutch uncle» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://en.wikipedia.org/wiki/Dutch_uncle – 30.04.11.
- 47 Определение понятия «этнический стереотип» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://sociologist.nm.ru/study/seminar_45a.htm – 17.04. 2011.
- 48 Словарь – тезаурус современной русской идиоматики / под ред. А. Н. Баранова, Д. О. Добровольского. – М. : Мир энциклопедий Аванта+, 2007. – 1135 с.
- 49 Словарь современных английских идиом / сост. Т. Г. Соломоник. – СПб. : Золотой век, 2003. – 416 с.
- 50 Словарь цитат и крылатых выражений [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://quotationreference.com> – 22.11.2011.
- 51 Социальная психология. Словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://slovari.yandex.ru/dict/psychlex4> – 26.02.2011.
- 52 Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М.Н. Кожинной. – М. : Изд-во «Флинта», Изд-во «Наука», 2003. – 696 с.
- 53 Фразеологический словарь русского литературного языка / под ред. Федорова А. И. – М. : Астрель, АСТ, 2008. – 878 с.
- 54 Экологический энциклопедический словарь / под ред. И. И. Дедю. – Кишинев, Главная редакция Молдавской советской энциклопедии, 1990. – 407 с.
- 55 Электронный словарь немецких фразеологизмов и идиом [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.redensarten-index.de/suche.php?suchbegriff> – 12.12.2011.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Ксенонимы английского языка Деление по этническим группам

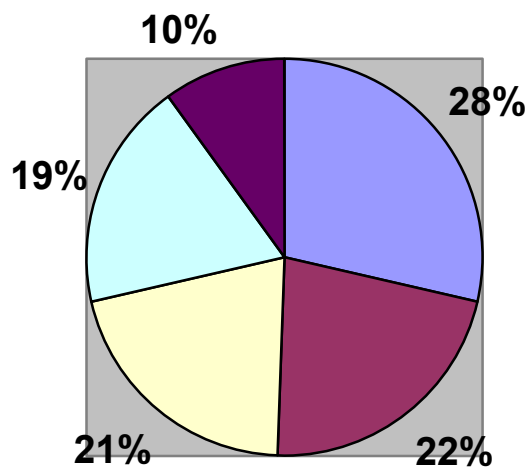


Деление по сферам



Ксенонимы русского языка

Деление по этническим группам



Деление по сферам

