

ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ КАК ОТРАЖЕНИЕ ФРАНЦУЗСКОГО И АНГЛИЙСКОГО НАЦИОНАЛЬНОГО ХАРАКТЕРА

IDIOMS AS A REFLECTION OF FRENCH AND ENGLISH NATIONAL CHARACTER

*I. Fedorova
N. Butorina*

Summary. The paper studies cultural and linguistic characteristics of idioms in French and English. Idioms, unlike vocabulary, is least subject to language change and retain their outdated and archaic forms and syntactic structures. This helps to accumulate information about the history, mentality and lifestyles of a particular people through the content of idioms, which are the basis of stereotypical ideas about peoples. The study is relevant due to the growing interest of today's linguists to the relationship between language and culture, language and people, as well as to ethnic and cultural identity of the idiomatic bulk of a language. The object of the study is the idioms in French and English. The subject of the research is their linguistic-cultural analysis. Idioms selected using the method of continuous sampling were subjected to comparative analysis, which allowed to identify common and specific character traits of the French and the British.

Keywords: idioms, national character, cultural linguistics of France and England, stereotypes.

Федорова Ирина Александровна

*К.филол.н., доцент, Удмуртский государственный университет
sourirefr@gmail.com*

Буторина Надежда Викторовна

*К.филол.н., доцент, Удмуртский государственный университет
butorina270880@mail.ru*

Аннотация. Статья посвящена исследованию лингвокультурологических особенностей фразеологических единиц французского и английского языков. Фразеология, в отличие от лексики, наименее подвержена языковым изменениям и сохраняет в себе устаревшие и архаичные формы и синтаксические конструкции. Это помогает аккумулировать информацию об истории, менталитете и образе жизни того или иного народа через содержание фразеологических единиц, которые являются основой стереотипных представлений о народах. Актуальность работы обусловлена возрастающим интересом современных лингвистов к соотношению языка и культуры, языка и народа, а также к изучению национально-культурного своеобразия фразеологического фонда языка. Объектом исследования являются фразеологические единицы французского и английского языков. Предметом исследования выступает лингвокультурологический анализ фразеологических единиц французского и английского языков. Отобранные методом сплошной выборки фразеологические единицы были подвергнуты сравнительно-сопоставительному анализу, который позволил выявить общие и специфические черты характера французов и британцев.

Ключевые слова: фразеологизмы, национальный характер, лингвокультурология Франции и Англии, стереотипы.

Фразеология — ценнейший источник сведений о менталитете и культуре народа, его мировоззрении и образе жизни. Во фразеологии в знаковой форме фиксируются факты духовной и материальной культуры нации, отражаются ценности социума и система его моральных предпочтений. Поэтому лингвокультурологический подход позволяет выявить универсальное, культурно-обусловленное и национально-специфическое во фразеологии на уровне языка и культуры [4, с. 119]. Фразеологические единицы, являясь средством накопления и передачи эталонов и стереотипов национальной культуры, отражают все материальные и духовные ценности, вырабатываемые человечеством на протяжении веков и характерные для культуры определенной общности. Необходимо отметить, что национальная специфика фразеологизмов выявляется при сопоставлении разных языков по алгоритму лингвистического анализа, а культурная специфика определяется лингвокультурологическим методом сопоставления образа языкового знака с другими символически

нагруженными знаками материальной и духовной культуры народа, сведениями из его истории, верований, обычаев [1, с. 23; 5, с. 91].

Цель настоящей статьи заключается в анализе французских и английских фразеологизмов с точки зрения культурного аспекта для изучения национального характера французов и англичан. Материалом послужили фразеологические единицы (ФЕ), отобранные из источников по французской [2, 9] и английской [10, 14] фразеологии. Всего проанализировано 440 фразеологических единиц: 220 ФЕ французского языка, 220 — английского. Понятие «фразеологизм» происходит от др.-греч. φράσις «выражение» и λόγος «понятие, учение» и представляет собой общее название семантически связанных сочетаний слов и предложений, которые воспроизводятся в речи в фиксированном соотношении семантической структуры и определённого лексико-грамматического состава [17, с. 682]: рус. *ахиллесова пята; с глаза на глаз; дать стрекача*; фр. *être de la tête farine*;

faire d'œuf un bœuf; tel père, tel fils; англ. take the helm of a state; a man or a mouse; welcome as flowers in May и др.

Фразеологизмы часто носят ярко национальный характер. Для французской фразеологии, например, характерно преобладание в ней исконно французского элемента. Это результат того, что её пополнение и обогащение на протяжении всей истории происходило преимущественно за счет собственных средств [16, с. 64]. Трудности в определении национального характера вызвали длительные научные дискуссии, не приведшие к окончательным результатам. Часть ученых считает, что национальный характер — это реальность, проявляющаяся в истории, психологии, культуре и образе жизни нации, другая часть рассматривает национальный характер как миф, устоявшийся стереотип. Третьи комбинируют определения, считая определение и мифом и реальностью, как, например, И.С. Кон: «Если под национальным характером понимается некоторая неизменная сущность, свойственная всем людям конкретной нации, отличающая их от других и определяющая их поведение, то это, с научной точки зрения, миф. Однако он отражает определенную историческую реальность: общность выработанных в ходе исторического развития психологических черт, закрепленных групповым самосознанием» [6, с. 215–229].

Рассмотрим наиболее часто встречающиеся определения понятия «национальный характер». По мнению В.Г. Крысько, национальный характер — это исторически сложившаяся совокупность устойчивых психологических черт нации, определяющих привычную манеру поведения и типичный образ жизни людей, их отношение к труду, другим народам, культуре [8, с. 190]. В национальном понятии, с точки зрения психологии, тесно переплетаются элементы сознания, идеологии, поведения, нравственной культуры и общественной психики. Отношение к окружающему характеризует национальное сознание людей. Одни ученые определяют национальный характер как стержень национального самосознания, не наследуемый от предков, а приобретаемый в процессе воспитания, проявляющийся в групповых действиях, особенно в процессе межэтнического взаимодействия [13, с. 37]. Черты национального характера могут меняться со временем, и, следовательно, не всегда описание национального характера в литературе может оказаться актуальным.

Гегель обращается непосредственно к духу народа, как к основе национального характера. В своём труде «Философия истории» он придает философское осмысление проблеме национального характера: «...таким образом, действует дух народа: он есть определенный дух, создающий из себя действительный мир, который

в данное время держится и существует в своей религии, культе, обычаях, государственном устройстве и политических законах, во всех своих учреждениях, действиях и делах» [3, с. 43]. На основании этого можно сделать вывод, что национальный характер нельзя описать одним словом, и это усложняет процессы понимания и охарактеризования определения. Другие исследователи изучают национальный характер с точки зрения языка, считая его определяющим фактором формирования национального характера. По определению Г.Г. Шпета, «каждый исторически образующийся коллектив — народ, класс, союз, деревня, город — по-своему воспринимает, оценивает, любит и ненавидит объективно текущую обстановку, условия своего быта, и именно в этом его отношении ко всему выражается его дух, или душа, или характер, в реальном смысле» [15, с. 9].

В XIX веке происходит тенденция перехода от теоретического описания национального характера к прикладному описанию, поэтому объектом изучения историков, философов и лингвистов становится не история народа, а его душа (дух), достижения в области культуры, искусства и религии. Данный поворот в изучении понятия «национальный характер» приводит нас к пониманию нации с точки зрения метафизики, а не истории его предков. Сегодня изучение фольклора, мифологии и языка становится важнейшей составляющей изучения национального характера. Язык, как средство отображения реальности, отображает и национальное сознание народа в целом. В языке фиксируются сущностные черты национального характера, принимая различные формы выражения, в частности фразеологические единицы [11; 12]. Исходя из вышеприведённых определений понятия «национальный характер», можно выявить одно комбинированное: национальный характер — это некое исторически сложившееся синтезирующее единство культурных, духовных особенностей народа, его ценностных ориентаций и психологических особенностей, которые проявляются в экономических и социальных условиях жизни и скрепляющее отдельных людей в единый народ, нацию.

Национальный характер связан с таким понятием, как стереотип. Так называемые этнические стереотипы широко известны и создаются не только благодаря наблюдениям «со стороны», но и самой нацией. Например, такие малые жанры фольклора, как анекдоты, пословицы и поговорки, и в особенности фразеологические обороты, предоставляющие огромный материал по теме этнических стереотипов, созданы наблюдателями, которые участвуют в жизни народа и его культуре. Этнический стереотип — это своеобразная «грамматика» правил поведения, обычаев, ритуалов народа. Стереотипное представление о народе возникает, прежде всего, из его истории, типичного поведения и культурного

наследия. Пословицы и поговорки, придуманные народом, выходя за пределы данной культуры, становятся своеобразным отображением мировоззрения и жизни этого народа для других культур. Следовательно, можно говорить о том, что этнические стереотипы отчасти создаются самой нацией посредством пословиц, поговорок и фразеологических оборотов.

Этнические стереотипы представляют собой образы этносов и отражают объективную реальность. Типологически этностереотипы подразделяются на гетеро- и автостереотипы [7, 15].

Гетеростереотипы — комплекс представлений других этнических групп по отношению к конкретному этносу. Гетеростереотипы, в зависимости от исторического взаимодействия народов, могут быть как позитивными, так и негативными. Данные стереотипы являются основой соответствующих типов межнационального общения. Так, по данным французских фразеологических словарей англичане в глазах французов предстают бесцеремонными и невоспитанными людьми: *s'en aller à l'anglaise* (уйти не прощаясь, букв. «уйти по-английски»), *traiter à l'anglaise* (поступить бесцеремонно, букв. «по-английски»), которым свойственны своеобразные семейные отношения: *mariage à l'anglaise* (брак, при котором каждый супруг живет на своей половине, букв. «брак по-английски»). В целом компонент *anglais* (английский) содержит негативную коннотацию, что связано с длительной исторической враждой Франции и Великобритании: *vedette anglaise* (артист, выступающий третьим номером, букв. «английская звезда»), *soûl comme un Anglais* (наевшийся до отвала, букв. «пьяный как англичанин»). Анализ английских фразеологических единиц показал, что историческая неприязнь двух стран также сыграла свою роль и в проявлении негативного отношения британцев к французам в английской фразеологии: *excuse my French* (простите за ругань, букв. «простите за мой французский»). Так для англичан «уйти не прощаясь», значит уйти по-французски: *French leave*. Французы, по мнению англичан, невоспитанны и ненадежны: *to assist in the French sense* (присутствовать, но не помогать, букв. «помогать во французском смысле»). Важно отметить, что отличительные признаки другой нации всегда осознаются этносом сквозь призму собственной культуры, следовательно, этностереотипы всегда субъективны.

Автостереотипы — это представления конкретной этнической группы о самой себе. Как правило, такие стереотипы представляют собой комплекс положительных оценок. Отличительной чертой автостереотипов является стремление конкретного этноса подчеркнуть самобытные черты национального характера, идеализируя его. Этностереотипы формируются не только

в процессе межнационального общения, но и передаются через фольклор, а также базируются на различных предубеждениях. Фольклорные произведения, в отличие от художественной или публицистической литературы, анонимны, их автором является народ, а значит, речь идет о коллективном мышлении. Следовательно, фольклор — это зеркало культуры, в котором отражена не только объективная реальность, но и общественное самосознание народа, его национальный характер. Фольклор, и в частности фразеологический фонд языка, представляет собой некое единообразие характера этноса. Так французы через фразеологические единицы характеризуют свою страну как лучшую: *la France est le cœur du monde* (Франция — сердце мира), *vivre comme Dieu en France* (жить как Бог во Франции). Сами себя французы называют сынами Франции, показывая свою любовь к стране: *les fils de la France* (сыны Франции), *les enfants de la France* (дети Франции). Они характеризуют себя как оптимистичный и веселый народ, это видно в выражении *en France tout finit par des chansons* (во Франции все заканчивается песнями). Англичане, как и французы, говорят о превосходстве своей страны: *everything, which is good, is made in England* (все, что хорошо, сделано в Англии), *save as the Bank of England* (как за каменной стеной, букв. «как в английском банке»), *with English sang-froid* (способность сохранять спокойствие в опасной ситуации, букв. «с английским хладнокровием»).

Автостереотипы создаются самим народом с целью идеализировать этнос и относятся к сфере национального самосознания [7, с. 15]. Национальная культура народа этноцентрична, а значит, гетеростереотипы в большей степени отражают автостереотипы, как проявление защитной реакции, выдавая собственные скрытые комплексы. Фразеология, как зеркало культуры, отражающее национальный характер этноса, является ярким примером авто- и гетеростереотипов. Национальный характер отражает определенную историческую реальность, общность выработанных в ходе исторического развития психологических черт, закрепленных национальным сознанием. Следовательно, стереотипы национального характера, изображенные во фразеологических оборотах языка, представляют собой исторически сложившееся самосознание этноса.

Принимая во внимание тот факт, что развитие французской и английской фразеологии шло в контексте взаимоотношений Франции и Великобритании, следует отметить, что на протяжении нескольких веков Великобритания находилась под влиянием Франции в связи с Нормандским завоеванием в 1066 году. Приблизительно 300 лет в стране преобладал англо-нормандский диалект, который оказал большое влияние на формирование и развитие современного английского языка.

Анализируя исторические факты, повлекшие за собой подчиненное положение Англии на многие годы, необходимо отметить, что в английском языке можно обнаружить гораздо больше французских заимствований в области фразеологии, чем английских идиом во французском языке. Нормандское завоевание принесло изменения не только в английский язык, но и в мировоззрение народа. Следовательно, мы можем судить о том, что британский национальный характер вбирает в себя некоторые черты французского характера, так как изменения в жизни англичан в период XI–XV вв. происходили под влиянием французской культуры.

Анализ фразеологизмов французского и английского языков показал сходства и различия в мировоззрении данных народов, в их отношении к жизни, предметам и явлениям и, следовательно, в их национальном характере.

1. Отношение к семье

Понятие семья французами и британцами воспринимается по-разному. Для французов по-прежнему важны традиционные семейные ценности. Об этом можно судить по количеству фразеологизмов, отображающих данную тему: *La voix du sang* (голос крови), *bon sang ne peut mentir* (порода скажется всегда), *l'homme sans abri est un oiseau sans nid* (человек без дома как птица без гнезда). Однако во французском языке можно выделить целый ряд идиоматических выражений с негативной оценкой: *belle femme, mauvaise tête* (красивая жена, да дурная голова), *femmes sont anges à l'église, diables à la maison et singes au lit* (женщины — ангелы в церкви, дьяволы — дома, и обезьяны — в постели). Английские фразеологизмы в основном отражают взаимоотношения между мужем и женой: *behind every great man there is a great woman* (за каждым великим мужем стоит великая женщина), восхваление матери: *a man's mother is his other God* (мать — второй Бог) и ответственность родителей в воспитании детей: *a miserly father makes a prodigal son* (у отца-скряги сын может оказаться мотом). Анализ французских фразеологизмов показал наиболее часто встречающиеся компоненты, передающие отношение французов к семье. Это — ответственность родителей в воспитании своих детей: *tel père, tel fils* (каков отец, таков и сын), *à père avare, fils prodigue* (у скупого отца сын мот), восхваление матери: *tendresse maternelle toujours se renouvelle* (материнская нежность всегда обновляется), а также взаимоотношения невестки и свекрови: *on frappe sur le sac, pour que l'âne le sente* (кошку бьют, а намеки невестке дают), брачные возможности женщины: *avoir le cul terreux* (разг. быть богатой, но не знатной невестой), *coiffer sainte catherine* (остаться старой девой), в частности, ярко представлен образ злой, сварливой жены:

femme querelleuse est pire que le diable (сварливая жена — хуже дьявола).

2. Отношение к домашним животным

В изучаемых языках четко прослеживается сравнение человека с животными, основываясь на его физических качествах: фр. *ours mal léché* (грубый, невежественный человек, букв. «плохо вылизанный медведь»); англ. *be as busy as a bee* (трудиться как пчела). Сравнение фразеологизмов двух языков позволяет проследить степень универсальности понятий. Например, в английском языке хитрыми считаются лиса и собака: *sly as a fox* (хитрый как лиса), *sly dog* (хитрая собака); во французском языке — лиса, обезьяна и крот: *agir en renard* (поступать по-лиси), *malin comme un singe* (хитрый как обезьяна), *une vraie taupe* (настоящий крот). Образ лисы, как репрезентанта понятия «хитрость», универсален в обоих языках. Однако образ собаки отличается. Если для англичанина собака — друг: *man's best friend* (лучший друг человека), то для француза подчиненное положение собаки порождает мысль о низкопоклонстве, рабском повиновении: *chien couchant* (букв. «лежащая собака»).

3. Отношение к себе

Во французских фразеологизмах отношение к себе проявляется в бережном отношении к своему здоровью: *santé passe richesse* (здоровье — это богатство). Следует отметить, что если у французов отношение к себе проявляется в первую очередь через отношение к частям своего тела: *avoir un poil dans le main* (быть лентяем, букв. «иметь шерсть на руках»), *avoir le cœur sur les lèvres* (быть искренним и открытым, букв. «иметь сердце на губах»), то у англичан на первом месте стоит дисциплинированность и строгое воспитание: *get under control* (установить контроль над чем-либо), *don't trouble troubles till trouble troubles you* (не тревожь беду, пока беда не потревожит тебя). Анализ фразеологизмов показал, что англичане относятся к себе более строго, они говорят о том, что если соблюдать предписанные правила, жить в дисциплине и сдержанности, то можно очень много достичь: *early to bed and early to rise makes a man healthy, wealthy and wise* (будешь рано ложиться и рано вставать — станешь здоровым, богатым и мудрым).

4. Отношение ко времени

Если в английских идиоматических выражениях прослеживается четкое отношение ко времени (время очень ценно), что позволяет говорить о пунктуальности британцев и нетерпимости к опозданиям: *never put off till tomorrow what you can do today* (никогда не откладывай на завтра то, что можешь сделать сегодня), *time*

flies (время летит), то у французов отношение ко времени двоякое. С одной стороны, они могут опоздать, не то ропиться: *mieux vaut tard que jamais* (лучше поздно, чем никогда), с другой стороны, осознают, что пунктуальность важна: *le temps c'est d'argent* (время — деньги).

5. Отношение к обществу

Для англичан важное значение имеет личное пространство, поэтому мы можем говорить о таком понятии, как *privacy*. Понятие «неприкосновенности частной жизни» занимает центральное положение в культуре англичан как индивидуалистов. Самый простой способ борьбы с вмешательством в него они видят в том, чтобы избегать социальных контактов и заниматься делами в стенах собственного дома, где их никто не потревожит: *in private* (в домашней обстановке), *keep a thing private* (держат что-либо в секрете), *behind closed doors* (за закрытыми дверями, тайно), *keep a low profile* (держаться в тени, не привлекать внимания); *mind one's own business* (не лезть в чужие дела). Для французов же, напротив, важно показать себя на публике, поэтому во французской культуре существует такое понятие, как *savoir-vivre* (умение жить), представляющее большую ценность для народа: *se conduire comme il faut* (вести

себя как подобает), *se confondre en politesse* (рассыпаться в любезностях), *il n'a pas lu la Civilité puérile* (его хорошему тону не учили).

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в изучаемых культурах присутствуют универсальные понятия, характерные и для других народов: единые представления о мироздании, понятия времени, семьи, общества и т.д. Это свидетельствует о совпадениях, присущих культурным картинам мира носителей французского и английского языков. Однако отношение к этим понятиям у разных народов может быть разным, чему способствуют исторические, географические, экономические и политические факторы. Несомненно, две национальные культуры не совпадают в полном объеме, несмотря на длительное взаимодействие двух стран. Сравнительный анализ национального характера французов и англичан показал скорее различия, чем сходства. Данные народы отличает отношение к семье, к домашним животным, ко времени, к самому себе и обществу. Лингвокультурологический анализ фразеологических единиц позволяет определить черты национального характера конкретного этноса, глубже понять его характер. Эти знания помогают выработать тактику поведения с представителями изучаемых культур.

ЛИТЕРАТУРА

1. Александрова Е. В. Фразеологизм как национально-культурная метафора: филолого-герменевтический аспект: дис. ... канд. филол. наук / Тверской государственный университет. Тверь, 2015. 203 с.
2. Гак В. Г. Новый большой французско-русский фразеологический словарь. М.: Русский язык медиа, 2006. 1624 с.
3. Гегель Г. Философия истории. М.: Наука, 1993. 480 с.
4. Ковшова М. Л. Культурно-национальная специфика фразеологизмов и вопросы экспликации их культурных смыслов // Вопросы психолингвистики. 2016. № 4 (30). С. 91–99.
5. Ковшова М. Л. Сопоставительный анализ фразеологизмов: лингвокультурологический подход // Филология и культура. 2014. № 4 (38). С. 115–120.
6. Кон И. С. Национальный характер — миф или реальность? // Иностранная литература. 2009. № 9. С. 215–229.
7. Королев С. И. Вопросы этнопсихологии в работах зарубежных авторов. М., 1970. 100 с.
8. Крысько В. Г. Этнопсихологический словарь. М.: МПСИ, 1999. 343 с.
9. Кумлева Т. М. Самая современная фразеология французского языка. М.: АСТ, 2011. 147 с.
10. Кунин А. В. Англо-русский фразеологический словарь. 3-е изд., стереотип. М.: Русский язык, 2011. 1455 с.
11. Моисеева С. А. Французский национальный характер в зеркале фразеологии. М.: Филология, 2008. 28 с.
12. Осипова И. А. Фразеология в ракурсе национально-культурной специфики (на материале английского языка) [Электронный ресурс] 2016. 2 с. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/frazeologiya-v-rakurse-natsionalno-kulturnoy-spetsifiki-na-materiale-angliyskogo-yazyka>
13. Сикевич З. В. Национальное самосознание русских (социологический очерк). М.: Механик, 1996. 208 с.
14. Смит Логан П. Фразеология английского языка. 2-е изд., доп. М.: Гос. учеб.-пед. изд-во министерства просвещения РСФСР, 2000. 208 с.
15. Шпет Г. Г. Введение в этническую психологию. СПб.: Алетейя, 1996. 156 с.
16. Шульгин А. В. Национально-культурная специфика фразеологических единиц // Научное сообщество студентов XXI столетия. Гуманитарные науки: сб. ст. по материалам XLVII междунар. студ. науч.-практ. конф. № 10 (47). Новосибирск, 2016. С. 63–69.
17. Ярцева В. Н. Лингвистический энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1990. 682 с.