Довідково-лексикографічні джерела
5. Variantenwörterbuch des Deutschen / Ammon, Ulrich, Bickel, Hans, Ebner, Jakob u. a. Berlin ; New York : Walter de Gruyter, 2005. 954 S.

ЕТНОСТЕРЕОТИПИ ЯК ПРИЧИНА ФРАЗЕОЛОГІЧНОЇ ПОВ'ЯЗАНОСТІ ЕТНОНІМІВ

Павлишинець О.О.,
асистент кафедри німецької філології

Наша доповідь присвячена аналізу етнонімів у складі фразеологізмів, а саме їх специфічному значенню, яке зумовлює фразеологічну пов'язаність даних одиниць. Цей процес відбувається, головним чином, на основі метафоризації значення етнонімів, джерелом якої є специфічні асоціації та уявлення.

Під етнонімами розуміють назви або позначення національностей, народів, племен рас та релігійних спільнот та ін. У нашому дослідженні ми розглядаємо етноніми у якості фразеологічно пов'язаних формативів, оскільки в межах фразеологічної одиниці вони презентують своє специфічне значення, яке не реалізують в інших контекстах. Критерії виокремлення таких унікальних компонентів або архісемантиконів за В. Фляйшером вже були описані в наших попередніх дослідженнях. Це дослідження має ж на меті проаналізувати та описати процес ідіоматизації народоназв.

Для дослідження нами були обрані фразеологічні одиниці сучасної німецької мови з такими етнонімами у якості фразеологічно пов'язаного формативу: *ägyptisch; Amerikaner, amerikanisch; armenisch; böhmisch; chinesisch, Chinese; Deutsch, deutsch; englisch, Englisch; französisch, Französisch; holländisch, Holländer*; *indisch; italienisch*; *Jude, jüdisch; polnisch*, *Preuße, preußisch; russisch, Russe; Schotte; Schwede, schwedisch; Schweizer; spanisch, Spanier; Tatar; Türke, türkisch; Zigeuner*. Нами було проведено семантичний аналіз фразеологічних одиниць з цими компонентами і досліджено їх етимологію.

Проведене дослідження дозволило зробити певні висновки про причини фразеологічної пов'язаності обраних етнонімів. Аналіз наукових досліджень до теми [2; 4; 5; 6] та лексикографічних джерел [1; 3] засвідчив такі закономірності: народи, назви яких входять до складу фразеологічних одиниць, можуть перебувати в мовному та культурному, часто сусідському, контакті, що зумовлює спостереження культурних розбіжностей між ними, та стає основою фіксованих мовних картинок, як наприклад, «*böhmische Wirtschaft» (невпорядкований стан економіки)* в німецькій фразеології. Навіть тимчасові та недовготривалі контакти між народами, протягом певного історичного періоду (наприклад, лише на період війни чи окупації тощо), відображаються протягом наступних століть у відповідних мовних картинках, наприклад, як у фразеологізмі, який походить з часу Тридцятилітньої війни «*ein alter Schwede»*, тобто *бувалий, стріляний горобець, досвідчений чоловік* або ж відображення у низці фразеологізмів уявлень про колишню міць та військову славу Прусії: *stolz wie ein Preuße*

(гордий, як прусак), letzter Preuße (останній прусак), Preußens Gloria (Слава Прусії) тощо. Проте трапляються і випадки, коли народи чи етнічні групи, культурні розбіжності між якими закріплені в основі фразеологічної одиниці, взагалі не мали спільного контакту або ж він був радше випадковим та нетривким. У цьому випадку асоціація або уявлення виникає швидше через випадкове припущення чи ознаку, які сприймаються як характеристика для цілої етнічної групи. Таким чином виникають етностереотипи. Спочатку вони поширюються в розмовній мові, поступово закріплюються у складі стійких мовних одиниць, які перетворюються на фразеологічні сполучення [5, с. 585].

Особливо впадають у вічі етностереотипи та стереотипні уявлення у складі фразеологічних одиниць із затемненою етимологією. Переважно такі стереотипні уявлення у складі фразеологічних одиниць описують негативні риси характеру чи поведінку та часто закріплюються за народами-сусідами. При цьому не йдеться про те, чи певні упередження про спосіб життя чи звички того чи іншого народу справді відповідають реаліям об'єктивної дійсності. Серед таких фразеологічних одиниць: *sich polnisch verabschieden* та *sich auf Polnisch empfehlen (піти, не попрощавшись); sich polnisch verheiraten* або *polnisch zusammenleben (жити в цивільному шлюбі, тобто без офіційного одруження); englisch einkaufen (kaufen) (красти); sich englisch (auf Englisch) empfehlen(піти, не попрощавшись); von der englischen Rasse sein, vorne glatt und hinten mager (мати англійську вроду: спереду гладкий, та ззаду худий); sich französisch / auf Französisch empfehlen / verabschieden (піти, не попрощавшись); französisch einkaufen (красти)* та ін.

При цьому можна помітити таку закономірність: чим менше зрозумілими та глибшими є корені етностереотипу, тим вищим є ступінь їх фразеологічної пов'язаності. А високий ступінь фразеологічної пов'язаності зумовлює високу комунікативну значущість та часте використання фразеологічної одиниці, що відповідно підтверджує текстуальний аналіз вище означених фразеологічних одиниць.

1. Duden. Redewendungen. Wörterbuch der deutschen Idiomatik. 4., neu bearbeitete und aktualsierte Auflage. Berlin : Dudenverlag, 2013. 929 S.

2. Földes Cs. Onymische Phraseologismen als Objekt des Sprachvergleichs. *Europhras 88* / hrsg von G. Greciano. Straßburg, 1989. S. 127 ff.

3. Röhrich L. Das große Lexikon der sprichwörtlichen Redensarten. Mannheim ; Wien ; Zürich ; New York, 1990. 5 Bde., 1910 S.

4. Skudlarska B. Der phraseologische Gebrauch von Ethnonymen in der deutschen und russischen Phraseologie. Wien, 2011. 162 S.

5. Szczek J. Die europäischen Völker in der deutschen und polnischen Phraseologie. *In: Balasko M. Sprach- und Literaturwissenschaftliche Brückenschläge. Vorträge der 13. Jahrestagung der GESUS in Szombathely, 12–14 Mai 2004* / Szatmari P. [Hrsg.]. München, 2007. S. 109–117.

6. Široká Z. Völker der Welt in der deutschen und tschechischen Phraseologie. Eine vergleichende Analyse : Diplomarbeit. Brno, 2005. 73 S.