

УДК: 81'373

DOI 10.25587/SVFU.2022.50.90.011

*А. В. Михайлова*

## **Культурная коннотация китайских и английских фразеологических единиц**

Северо-Восточный федеральный университет им. М.К. Аммосова, г. Якутск, Россия

E-mail: alexa\_summer@mail.ru

Аннотация. Роль фразеологических единиц в качестве «экспонентов культурных знаков» рассматривалась известными учёными в разных аспектах. Являясь носителями культурно-значимой информации, фразеологизмы выполняют особую роль в процессе концептуализации мира. Из-за своей особой и тесной связи с культурой устойчивые выражения достаточно трудно понять и перевести. Ввиду сложности и значимости изучения фразеологизмов должное внимание следует уделять культурной коннотации английских и китайских устойчивых выражений. Культурная коннотация – это категория, позволяющая соотнести две семиотические системы: язык и культуру. Каждый фразеологизм, если он содержит культурную коннотацию, вносит свой вклад в общую картину национальной культуры. В данной статье предпринята попытка анализа культурных феноменов, отражающихся в культурном сравнении и в различиях между китайским и английским языками. Вводя знания о культурных совпадениях, культурных различиях, статья анализирует идиомы с относительно новой культурной точки зрения. Анализ культурной коннотации фразеологизмов предполагает выяснение многих вопросов и прежде всего того, каким образом культура воплощается во фразеологических единицах. Статья также может послужить в качестве совершенствования знаний о культурных коннотациях английских и китайских фразеологизмов. Следовательно, обогащённая культурная осведомлённость помогла бы учащимся избавиться от вмешательства родного языка. В то же время их владение иностранным языком и межкультурная компетентность будут улучшены. На разных этапах работы применялись различные методы исследования: метод сплошной выборки при сборе материала; дефиниционный анализ при исследовании фразеологизмов; контекстный анализ, включающий в себя метод наблюдения и метод интерпретации текста при выявлении актуальных смыслов. На всех этапах работы использовались методы этимологического и синхронно-сопоставительного анализа. Практическая значимость исследования обусловлена тем, что полученные результаты могут быть использованы в обучении английского, китайского языков, при разработке учебных пособий, словарей справочников, использоваться в теории и практике перевода, в учебной лексикографии.

*Ключевые слова:* культурная коннотация, лексикология, китайский язык, английский язык, филология, фразеологизмы, фразеологические единицы, идиомы, устойчивые выражения, семантика, лингвокультурология.

Для цитирования: Михайлова, А. В. Культурная коннотация китайских и английских фразеологических единиц / А. В. Михайлова // Вестник СВФУ. 2022, №4(90). С. 98–107. <https://doi.org/10.25587/SVFU.2022.50.90.011>

*A. V. Mikhailova*

## **Cultural connotation of Chinese and English phraseological units**

M.K. Ammosov North-Eastern Federal University, Yakutsk, Russia

E-mail: alexa\_summer@mail.ru

Abstract. Well-known scientists in different aspects considered the role of phraseological units as «exhibitors of cultural signs». Being carriers of culturally significant information, phraseological

units play a special role in the process of conceptualization of the world. Due to their special and close connection with culture, set expressions are quite difficult to understand and translate. In view of the complexity and significance of the study of phraseological units, due attention should be paid to the cultural connotations of English and Chinese set expressions. Cultural connotation is a category that allows us to correlate two semiotic systems: language and culture. Each phraseological unit, if it contains a cultural connotation, contributes to the overall picture of the national culture. This article attempts to analyze cultural phenomena reflected in cultural comparisons and differences between Chinese and English. By introducing knowledge about cultural coincidences, cultural differences, the article analyzes idioms from a relatively new cultural point of view. The analysis of the cultural connotation of phraseological units involves the clarification of many issues and, above all, how culture is embodied in phraseological units. The article can also serve as an improvement of knowledge about the cultural connotations of English and Chinese phraseological units. Therefore, an enriched cultural awareness would help students to get rid of the interference of their native language. At the same time, their foreign language skills and intercultural competence will be improved. At different stages of the work, various research methods were used: the method of continuous sampling - when collecting material; definitional analysis - in the study of phraseological units; contextual analysis, which includes the method of observation and the method of interpreting the text - in identifying relevant meanings. At all stages of the work, the methods of etymological and synchronic-comparative analysis were used. The practical significance of the study is because the results obtained can be used in teaching English, Chinese in the development of teaching aids, dictionaries, reference books, used in the theory and practice of translation, in educational lexicography.

*Keywords:* cultural connotation, lexicology, Chinese, English, philology, phraseological units, idioms, stable expressions, semantics, linguoculturology.

For citation: Mikhailova, A. V. Cultural connotation of Chinese and English phraseological units / A. V. Mikhailova // Vestnik of NEFU. 2022, No. 4(90). Pp. 98–107. <https://doi.org/doi.org/10.25587/SVFU.2022.50.90.011>

## Введение

При овладении иностранным языком необходимо учитывать не только коммуникативную функцию языка, но и кумулятивную. Степень овладения культурной коннотацией является одним из важных критериев проверки уровня владения иностранными языками. Кроме того, раскрытие культурной коннотации представляет важное звено в процессе преподавания иностранных языков. При изучении иностранных языков особое внимание нужно уделять сверхъязыковой информации.

Языковеды дают много разных определений термину коннотация. Например, социологи А. Д. Швейцер и Е. Нида ограничивают коннотацию стилевой разновидностью слов [1]. Они только подчеркивают связи коннотации с социальным положением говорящего, его профессией, возрастом, уровнем образования и т. д.

Л. С. Бархударов трактует коннотацию как общественное восприятие с точки зрения переводоведения [2], т. е. под коннотацией имеются в виду те дополнительные ассоциации, которые слово вызывает в сознании носителей данного языка.

Исследование языковых функций коннотации даёт возможность показать, что коннотация в большинстве своём имеет общий для носителей языка характер. Эмоциональные и эстетические ассоциации, сопровождающие слово в рамках языковой культуры, могут существовать в различных этноязыковых системах. Их сходства и различия приобретают большое значение в процессе коммуникации. Сравнение лексических единиц одного языка с соответствующими единицами другого показывает, что семантические расхождения их нередко обусловлены различиями предметов.

Это могут быть различия как по физическим характеристикам, так и по социальному, эмоциональному и культурному значению, т. е. следует противопоставлять различия в плане реалий и различия в плане культурных коннотаций. Ведь именно эти различия, проявляющиеся в такой безэквивалентной фоновой лексике, отражают специфику национальной культуры [3].

Как английский, так и китайский языки богаты идиомами. В повседневной жизни идиомы широко используются практически во всех видах общения, таких как разговорная речь, чтение и письмо, поскольку их надлежащее использование в общении, безусловно, значительно повысит живость и энергичность языка. Люди часто используют устойчивые выражения, особенно носители языка, они воспринимают их как повседневную рутину.

Идиомы часто бывает очень трудно понять. Причина, по которой идиомы нельзя понимать буквально, заключается в том, что они неизбежно связаны с географической средой, историческим прошлым, экономикой, религиозными верованиями и обычаями, этническими и моральными ценностями. Соответственно, отсутствие культурных знаний целевого языка определённо приведёт к частичному пониманию или даже непониманию идиомы. В результате это неизбежно вызовет культурную путаницу и переводческие барьеры в процессе межкультурной коммуникации. Мы можем правильно понять, усвоить, использовать этот язык, только обладая базовыми знаниями английской и китайской культуры.

Целью настоящей статьи является попытка анализа культурных феноменов, отражающихся в культурном сравнении между китайскими и английскими фразеологическими единицами.

В связи с этим и были поставлены следующие задачи исследования:

- 1) необходимо рассмотрение особенностей китайских и английских фразеологизмов;
- 2) в результате сопоставительно-сравнительного анализа выявить сходства и различия в культурной коннотации китайских и английских идиом;
- 3) установить культурные коннотации, содержащиеся в концептуальной структуре фразеологизмов.

Под культурными коннотациями фразеологизмов мы понимаем актуальные смыслы и коннотативные (собственно оценочные) значения. В настоящей статье культурная коннотация рассматривается как носитель национально-культурной информации.

Для объективного и достоверного исследования культурных коннотаций фразеологизмов необходимо рассмотрение особенностей их функционирования в текстах разного типа (прозе, поэзии, публицистике, фольклорных произведениях). Контексты включают в свой состав интересующие нас фразеологизмы и позволяют судить об особенностях функционирования фразеологизмов. Материалом исследования также послужили извлеченные из словарей Li Yihua, Lv Deshen, Hanyu chengyu cidian, русские и китайские фразеологизмы и Liu Shuqin. Tuteng shenhua yu Zhongguo chuantong rensheng. Beijing: Renmin chubanshe, О. М. Готлиб, Китайско-русский фразеологический словарь.

### **Национально-культурная специфика языковых единиц**

Фразеологизмы по праву считаются одними из наиболее ярких проявлений национально-культурной специфики языка. Фразеология представляет собой уникальное сочетание универсальных и идиоэтнических компонентов языка, которые гармонично сосуществуют друг с другом. Без сомнения, особенность и национальное своеобразие языка проявляются на многих языковых уровнях: фонетическом, морфологическом, словообразовательном, грамматическом, однако во фразеологии оно выражено ярче всего [5].

Согласно В. Н. Телия, связь языка и культуры реализуется через культурную коннотацию, которая возникает как результат интерпретации ассоциативно-образного основания фразеологизма посредством соотнесения его с культурно-национальными

эталоны и стереотипами, отражающими народный менталитет. Ученый выделяет как минимум два типа культурно-маркированных единиц в номинативном составе языка: единицы, в которых культурно значимая информация воплощается в денотативном аспекте значения (слова, обозначающие реалии материальной культуры или концепты духовной и социальной культуры), и единицы, в которых культурно значимая информация выражается в коннотативном аспекте значения (образно-мотивированное основание фразеологизмов). Интерпретация последних происходит на основе рефлексивного бессознательного или осознанного – соотнесения их значения в конкретной речевой ситуации с известными говорящему культурными установками [6].

Е. Е. Чикина в статье «Выявление национально-культурной специфики фразеологизмов: современные подходы» рассматривает лингвострановедческий, контрастивный, лингвокультурологический и когнитивный подходы к раскрытию национально-культурного содержания ФЕ [7].

Существенные особенности языка и тем более культуры вскрываются при сопоставлении, при сравнительном изучении языков и культур.

### **Культурные сходства фразеологизмов**

Любой язык можно рассматривать как символическую систему, отражающую определенную культуру и являющуюся проявлением субъективного и объективного мира культуры. Эта природа языка определяет неразрывную связь между языком, которым мы пользуемся, и нашей культурой. Эта связь особенно близка к тем языковым явлениям, которые воплощают уникальные характеристики культуры. В широком смысле культура – это сочетание материального и духовного богатств, созданных в ходе исторического развития человеческого общества, которое включает историю, географию, литературу, искусство, музыку, архитектуру, технологию и философию. В узком смысле культура – это образ жизни, среда, в которой мы живем, думаем, чувствуем и общаемся с другими, а также «клей», который связывает людей вместе. Это национальная модель поведения, обычаи, образ жизни и манера поведения.

Язык и культура взаимосвязаны и взаимно ограничивают друг друга. Культура создает богатый язык, но также порождает огромные различия между языками. Эти различия отражаются не только в структуре самого языка, но и в его встроенной семантике. Разнообразие словарей различных языков обусловлено их различным культурным происхождением.

Словарный запас – это зеркало, отражающее культуру. Например, политическая экономика, обычаи и привычки страны отражены в лексике, и многие слова несут специфическую культурную информацию и богатые культурные коннотации. Язык является частью культуры и играет важную роль в культуре, отражает особенности нации. Она не только содержит историческую и культурную подоплеку нации, но и представляет взгляд нации на жизнь и образ жизни [4].

Несмотря на то, что культура нации в мире варьируется, у них все же есть что-то общее. Эти сходства называются культурными совпадениями. Культурные совпадения являются результатом как внутреннего, так и внешнего сходства людей.

Внутреннее сходство относится к тому факту, что человек обладает схожей психологией, физиологией и когнитивными способностями. Идиомы используются во многих отношениях для отражения культуры. Кроме того, из-за универсальной когнитивной модели и менталитета людей некоторые английские и китайские идиомы, оказывается, имеют схожий подтекст.

Например, люди нуждаются в пище для поддержания физической жизни, поскольку пища обеспечивает людей необходимой энергией. В результате и англичане, и китайцы придают большое значение еде. Значение еды четко отражено в идиомах обоих народов. В английском языке есть такие идиомы, как «bread is the staff of life» (хлеб – посох жизни),

«when meat is in, anger is out» (когда есть мясо, гнев выходит наружу). В китайском языке к таким идиомам относятся 千事万事, 吃饭本大事, что означает: люди ставят еду или принятие пищи на первое место.

Внешние сходства включают схожие условия жизни, жизненный опыт, исторические события, обычаи и т. д.

Проиллюстрируем это явление: наиболее часто используемыми примерами являются являются «burn one’s boat» и 破釜沉舟. Они оба являются продуктом исторических событий. Первый возник под влиянием римского завоевания. В 49 году до н. э. Юлий Цезарь вторгся в Италию. После переправы через реку Юлий Цезарь приказал сжечь лодку, чтобы не оставлять никакой свободы действий солдатам, которым нет дороги назад, есть только один выход – победа. Эта история породила английскую идиому «to burn one’s boat» (сжечь лодку, аналог русской идиоме «сжечь мосты»).

В конце династии Цин Сян Юй повел народ на борьбу с тиранией. После переправы через реку Сян Юй приказал затопить лодки, разбил плиты и сжег близлежащие дома, чтобы заставить войска сражаться с врагом любой ценой и выиграть битву.

Культурные сходства могут привести к соответствию языка и привести к соответствию идиоматических выражений. Культурные совпадения идиом можно разделить на три вида: полное совпадение, совпадение концепций и совпадение образов. Начнем с того, что полное совпадение относится к тому факту, что английские и китайские идиомы чрезвычайно идентичны как по форме, так и по значению. Это совпадение часто можно встретить в межкультурной коммуникации. Именно потому, что люди живут на одной планете, наслаждаются одной и той же природой, проходят одни и те же процедуры развития, у них есть культурные совпадения, которые можно обнаружить во многих аспектах жизни людей (табл. 1).

Таблица 1

Культурные совпадения китайских и английских идиом

Таблица 1

Культурные совпадения китайских и английских идиом

| Китайский фразеологизм | Английский фразеологизм                |
|------------------------|----------------------------------------|
| 走后门                    | Through the back door                  |
| 隔墙有耳                   | Walls have ears                        |
| 贪多嚼不                   | Bite off more than one can chew        |
| 少壮不努力, 老大徒伤            | A lazy youth, a lousy age              |
| 大海捞针                   | Searching for a needle in a haystack   |
| 过河拆桥                   | Kick over the ladder                   |
| 除非太阳从西边出来              | When hell freezes over / When pigs fly |
| 三思而后行                  | Think before you act                   |
| 一石二鸟                   | Kill two birds with one stone          |
| 玩火者必自焚                 | He who plays with fire gets burned     |
| 丢面子                    | To lose one’s face                     |
| 留面子                    | To save one’s face                     |
| 条条大路通罗马                | All roads lead to Rome                 |

Таблица 2

Семантическая схожесть китайских и английских фразеологизмов

Table 2

Semantic similarity of Chinese and English phraseological units

| Китайский фразеологизм | Английский фразеологизм                      |
|------------------------|----------------------------------------------|
| 中——碟                   | A piece of cake                              |
| 过河拆桥                   | Kick away the ladder                         |
| 秤砣虽小压千斤                | Small rain lays great dust                   |
| 挥金如土                   | Spend money like water                       |
| 竹篮打水一场空                | All the fat is in the fire                   |
| 说曹操, 曹操到               | Speak of the devil, and he is sure to appear |
| 新官上任三把火                | A new broom sweeps clean                     |
| 一见钟情                   | Love at first sight                          |
| 耳边风                    | Water off a duck's back                      |

Совпадение концепций означает, что большое количество китайских и английских идиом имеют разные образы, но они разделяют одну и ту же концепцию. Другими словами, китайские и английские идиомы могут быть формально разными, но семантически схожими (табл. 2).

Третий тип культурных совпадений – это совпадения, связанные с общим изображением. Совпадения с общим изображением происходят, когда китайские и английские идиомы имеют схожий образ, но разные концепции. То есть китайские и английские идиомы формально похожи, но семантически различаются. К примеру идиома *Once bitten, twice shy* не будет переводиться, как *朝被蛇咬, 十年怕井绳*, так как это означает, что как только человеку что-то причиняет боль, он или она будут бояться вещей, похожих на те, которые причиняют ему или ей боль.

Несмотря на то, что культуры во всем мире различаются, у них все же есть общие черты. Как упоминалось выше, эти сходства называются культурными совпадениями. Культурные совпадения являются результатом как внутреннего, так и внешнего сходства людей.

Внутреннее сходство относится к тому, что каждый человек обладает схожей психологией, физиологией и когнитивными способностями. Из-за универсальной когнитивной модели и менталитета людей некоторые английские и китайские идиомы, оказывается, имеют схожий подтекст.

Культурные различия фразеологизмов

Существует множество слов, словосочетаний и устойчивых выражений, которые присутствуют в одной культуре и не могут найти равной эквивалентности в другой культуре. Из-за различий в их понимании возникает много недоразумений и трудностей в переводе. Причины их различия разнообразны:

1) с точки зрения географических условий Великобритании и Китая принадлежат к разным регионам. Будучи островным государством, Великобритания имеет протяжённые береговые линии, которые создают хорошие условия для рыболовства и судоходства. Поэтому море оказывает большое влияние на британскую экономику еще с древних времен. Следовательно, в английском языке существует много идиом, касающихся моря *fish in the air* – букв. рыба в воздухе, означает заниматься чем-либо бесполезным, бесцельным, зря тратить время, *teach a fish to swim* – букв. учить рыбу плавать, аналог русской идиоме «не учи учёного», *like a fish out of water* – букв. как рыба на суше, в значении чувствовать себя неуютно в новой обстановке. Напротив, в китайском языке



существует ограниченное количество идиом, касающихся моря. В Древнем Китае особое внимание уделялось сельскому хозяйству. В результате появилось множество идиом, связанных с этим, например **男耕女织**, букв. мужчины пахут поля, а женщины ткнут ткань, означает разделение труда всей семьи, **瑞雪兆丰年** означает, что своевременный снег обещает хороший урожай, **种瓜得瓜, 种豆得豆** – «ты пожинаешь то, что посеял», **一分耕耘, 一分收获** – значит, что вы получите столько урожая, сколько посеяли;

2) историческое развитие в каждой стране, несомненно, оказало большое влияние на идиомы. В английском языке это в первую очередь такие исторические события, как географические изменения, иммиграция, завоевание других народов и войны между различными этническими группами.

*The die is cast* – жребий брошен, *to cross the Rubicon* – перейти Рубикон, сделать шаг, после которого нельзя ничего изменить (от Римского завоевания Британии), *cut someone to the quick* – больно задеть кого-либо, глубоко обидеть, оскорбить чьи-либо чувства (от германского завоевания), *bury the hatchet* – прекратить спор и заключить мир, зарыть топор войны (Война за независимость США).

По сравнению с Великобританией Китай имеет более длинную историю, насчитывающую более 5000 лет. В Период Сражающихся царств появилась идиома **围魏救魏** – «Осадить Вэй, чтобы спасти Чжао», появившийся из древнекитайского военного трактата «Тридцать шесть стратагем». Относится к тактике атаки опорных пунктов позади врага, чтобы заставить атакующего противника отступить. Идиома означает, что наиболее эффективный способ решения проблемы – решение его источника;

3) общеизвестно, что литературные произведения и мифология оказывают большое влияние на идиомы. Например, фраза “*A rose by any other name would smell as sweet*” впервые была использована Шекспиром в «Ромео и Джульетте» и означает «вещь есть то, что она есть, независимо от того, как она называется».

В китайской же литературе существует 4 основных произведения, а также мифы, которые рассматриваются как важнейший источник китайских идиом. Например: **万事俱备, 只欠东风** буквальный смысл этой идиомы заключается в том, что все готово и все, что нужно – это восточный ветер. Эта идиома заимствована из классического рабочего романа «Троецарствие» и на самом деле означает, что все готово, кроме самого важного. **精卫填海** букв. птица Цзинвэй пытается заполнить море. Оно пришло из китайской мифологии и означает, что люди должны быть смелыми и настойчивыми, чтобы достичь цели;

4) многие идиомы возникли из религиозных верований. Разные религии породили разные идиомы. В результате в английском языке существует множество идиом, касающихся Бога и церкви. Например: *God gives every bird its food but they must fly for it*, *God helps those who help themselves*. Китайские идиомы глубоко укоренились в религиозной культуре. Буддизм и даосизм – две самые важные религии в Китае. Для жителей Запада Бог важен, но в глазах китайцев небеса – самые могущественные. Ниже приведены некоторые примеры. **谋事在人, 成事在天** означает, что планирование лежит на человеке, результат – на Небесах. **放下屠刀, 立地成佛** – мясник может стать Буддой, отложив нож;

5) отношение каждого человека к вещам формируется социальным окружением, опытом и обычаями. Разные социальные обычаи и социальный опыт англичан и китайцев порождают огромную разницу между этими двумя языками. Наиболее типичным отличием является отношение к животным и цветам.

Возьмем в качестве примера отношение к слону. В Древнем Китае слон был символом власти и социального положения, одежда из слоновой кожи – символом благородства. В современном Китае некоторые предприятия даже используют символ слона в качестве бренда продукта. Однако в западных странах белый слон по-английски символизирует неуклюжесть.

Следующим примером может послужить разница в символике и в образах цвета. В китайской культуре белый цвет противоположен красному. С традиционной китайской точки зрения белый цвет заставляет людей думать о трауре. Белый цвет в Китае является символом смерти, безжизненного представления и дурного предзнаменования. Поэтому, когда люди уходят из жизни, родственники всегда надевают белую одежду и поднимают на похороны белый длинный узкий флаг, чтобы оплакать человека. Также белый цвет символизирует неудачу, глупые и тщетные действия.

По мнению жителей Запада, белый цвет символизирует чистоту, элегантность и откровенность. Когда молодые женятся, невеста надевает белоснежное свадебное платье. Эта традиция берет начало с тех пор, как королева Викторианская, которая носила красивое белое подвенечное платье, вышла замуж за своего возлюбленного, и тогда белое свадебное платье покорило весь мир. Даже сейчас оно остается самым популярным у невест цветом, потому что является символом чистоты и верности. Во времена Римской империи невесты носили белое свадебное платье, потому что белый цвет является символом торжества и подчеркивает оттенок святости и верности. А с 1850 по 1900 гг. белый цвет был символом богатства.

В Китае черный цвет обозначает силу и авторитет; он считается очень формальным, элегантным и престижным цветом. Это цвет одежды императора, простым людям не разрешалось носить чёрную одежду. Также означает честность и справедливость в Китае. В традиционной пекинской опере у всех честных и хороших людей черные лица, чтобы показать свою справедливость. Поэты любят использовать чёрный цвет для описания здоровых и сильных молодых людей. Чёрный цвет также означает дурное предзнаменование в традиционной культуре Китая. Кроме того, черный цвет подразумевает уныние, позор, несчастье, крайний гнев и т. д. В книге «Записи историка» черный цвет ассоциируется с человеком самого низкого социального статуса или глупыми людьми. В современном Китае производные от черного всегда связаны с катастрофой, невзгодами, черный цвет имеет реакционный оттенок на материковой части Китая. Это часто относится к злой банде или правонарушению и преступлению. Если мы не будем знать эту коннотацию во время межкультурного общения, это вызовет проблемы и создаст препятствия для коммуникации.

В западной культуре черный цвет является признаком тьмы. В Библии черный цвет означает дьявола, зло, боль и несчастье. В классическом балете «Лебединое озеро» черный лебедь символизирует ненависть или вражду.

Фигурально выражаясь, использование черного цвета всегда вызывает у людей чувство ужаса, которое можно увидеть в следующем примере: the black art (колдовство); black and blue (весь в синяках); black dog (несчастливый); черный взгляд (сердитый взгляд; пристальный взгляд на кого-то); in a black mood (в подавленном настроении);

б) различные ценности и способы мышления оказывают большое влияние на язык. В Китае люди придают большое значение коллективизму и гармонии. Это отражается в таких фразеологизмах, как 众人拾柴火焰高 – все собирают дрова, пламя горит высоко, что означает: великие дела могут быть достигнуты общими усилиями. 冤家宜解不宜结 означает, что всегда лучше потерять врага, чем нажить его. Однако англичане и американцы высоко ценят индивидуализм и равную конкуренцию. Это видно из следующих устойчивых выражений: Diamonds cut diamonds – один другому не уступит. Everyone thinks his own geese swans – люди склонны оценивать своих детей или достижения выше, чем другие.

Как сущность языка, идиомы во многом зависят от способов мышления. Вообще говоря, китайский способ мышления – синтетический. Другими словами, китайская мысль стремится к единству между событиями или объектами. В отличие от этого, английский способ мышления является аналитическим и индуктивным. Более того, китайцы склонны мыслить конкретно, и для выражения вещей используются конкретные



образы. Китайские иероглифы возникли из конкретных изображений, и все они являются пиктограммами. Однако английский способ мышления более абстрактный. Англичане используют понятия вместо изображения, чтобы выразить идеи.

Различия коренятся в таких факторах, как географические условия, исторические предпосылки, литературные произведения, мифология, религия; обычаи и ценности вызывают культурные конфликты. Поскольку культурные конфликты тесно связаны с этими компонентами, они обязательно вызовут некоторые проблемы в процессе межкультурной коммуникации.

Значения идиом выражаются группой фиксированных слов или фраз. Как английские, так и китайские идиомы характеризуются местной культурой и частым использованием риторических устройств. Следовательно, многие идиомы не являются логически или грамматически поддающимися анализу. Очень часто люди просто понимают выражение слово в слово. В результате допускают множество ошибок. Например: *A horse of another color* не следует понимать как *另一种颜色的马* (Лошадь другого цвета), перевод на китайский язык этого выражения звучит как *风马牛不相及的事* (не иметь отношения к делу).

Как важная часть языка идиомы берут на себя большую ответственность за распространение культуры и продвигают цивилизацию нации или сообщества. Каждая идиома содержит небольшую часть обычаев местного населения. Различия определяются историческим прошлым, разными жизненными привычками и обычаями, даже географической средой и отражаются во всех аспектах их жизни. Чтобы понять их, мы должны иметь достаточно знаний об их повседневной жизни, их истории и их обычаях.

### Заключение

Как в китайском, так и в английском языках существует большое количество идиом, пословиц и метафор. Их структура, семантика и использование в значительной степени ограничены конкретной культурной средой. Культурная коннотация английского и китайского языков чрезвычайно богата. Каждый язык имеет свою уникальную языковую систему и конструкцию. У каждой нации есть свои собственные жизненные привычки, образ мышления, языковая психология, нормы поведения и ценности. Уникальные концепции и культурные традиции каждой нации определяют определенные характеристики национального языка и несут в себе особое культурное значение. Рассмотрев сходства и различия английских и китайских фразеологических единиц, можно сделать вывод, что в китайском и английском языках больше различий в культурной коннотации, нежели сходств. Это объясняется различиями в особенностях природы, обычаев, отношения людей к окружающему миру, общественному устройству разных стран. Богатая история Китая отражается во фразеологических единицах, в их основе лежит национально-культурный компонент, который складывался на протяжении тысячелетий.

Поэтому для того чтобы овладеть в совершенстве иностранным языком, нужно уделять особое внимание кумулятивной функции языка наряду с усвоением знаний лингвострановедческого характера. Для правильного перевода идиом необходимо рассмотрение особенностей китайских и английских фразеологизмов с разных сторон. Знание истории, географии, обычаев культуры народов, несомненно, помогут передать оригинальный смысл идиом без потери культурного значения.

### Л и т е р а т у р а

1. Ковшова, М. Л. Лингвокультурологический метод во фразеологии: коды культуры / М. Л. Ковшова ; Российская акад. наук, Ин-т языкознания. – Москва : ЛИБРОКОМ, сор. 2012. – С. 453.
2. Малявин, В. В. Китайская цивилизация / В. В. Малявин. – Москва : Астрель: АСТ; Дизайн. Информация. Картография. – 2000 – С. 632
3. Маслова, В. А. Лингвокультурология : учебное пособие для студентов высших учебных заведений / В. А. Маслова. – Москва : Академия, 2017. – С. 437.

4. Ибраимова, Г. О. Особенности перевода английских фразеологизмов на русский язык / Г. О. Ибраимова // Наука, техника и образование. Серия : филология. – 2016.
5. Болтаев, Ч. Б. Национально-культурная специфика во фразеологии / Ч. Б. Болтаев // Вопросы педагогики. – 2018. – № 6-1. – С. 45-47. – EDN XRSZDF.
6. Телия, В. Н. Русская фразеология: Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / В. Н. Телия. – Москва : Языки русской культуры, 1996. – 288 с.
7. Чикина, Е. Е. Выявление национально-культурной специфики фразеологизмов: современные подходы / Е. Е. Чикина. – Международный научно-практический журнал «INTERCULTUR@L-NET». – Владимир, 2004. – Вып. 3.
8. Li Yihua, Lv Deshen. Hanyu chengyu cidian / Фразеологический словарь китайского языка // Sichuan : Cishu chubanshe, 1985.
9. Ожегов, С. И. Словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. В. Шведова. – URL: <http://ozhegov.textologia.ru/definit/bogatir/?q=742&n=165243>. (дата обращения: 8.09.2022).
10. The Oxford Dictionary of Phrase and Fable – Словарь. – URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/brewer-s-dictionary-of-phrase-and-fable>.
11. Большой фразеологический словарь русского языка: Значение. Употребление. Культурологический комментарий / отв. ред. В. Н. Телия. – Москва : АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2006.
12. Готлиб, О. М. Китайско-русский фразеологический словарь. Около 3500 выражений / О. М. Готлиб, Му Хуаин. – 2-е изд., стереотип. – Иркутск : Изд-во ИГУ, 2019. – 596 с. – URL: <https://gotlib.ru/2019/04/03/gotlib-mu-huaying-chengyu-cidian>.

#### References

1. Kovshova, M. L. Linguoculturological method in phraseology [Text]: codes of culture / M. L. Kovshova ; Russian Academy of Sciences, Institute of Linguistics. - Moscow : Book house "LIBROCOM", cop. 2012. – P.453 .
2. Malyavin V. V. Chinese civilization. M.: Astrel: AST: Publishing and production Center "Design. Information. Cartography" - 2000 – C.632
3. Maslova V.A. Linguoculturology: a textbook for students of higher educational institutions / Moscow: Publishing Center "Academy", - 2017 – p. 437
4. Ibraimova G. O. Features of translation of English phraseological units into Russian / G.O. Ibrahimova // Science, technology and education. Series : Philology – 2016
5. Boltaev, Ch. B. National-cultural specificity in phraseology / Ch. B. Boltaev // Questions of pedagogy. – 2018. – No. 6-1. – PP. 45-47. – EDN XRSZDF
6. Telia V. N. Russian phraseology. Semantic, pragmatic and linguoculturological aspects. Moscow: School "Languages of Russian culture", 1996. 288 p.
7. Chikina E. E. Identification of national-cultural specificity of phraseological units: modern approaches. [electronic resource]. – International scientific and practical journal "INTERCULTUR@L-NET": Vladimir, 2004. Issue 3.
8. Li Yihua, Lv Deshen. Hanyu chengyu cidian / Phraseological dictionary of the Chinese language // Sichuan : Cishu chubanshe, 1985.
9. Ozhegov S.I. Shvedova N.V. Dictionary of the Russian language./ URL:<http://ozhegov.textologia.ru/definit/bogatir/?q=742&n=165243>. Date of application: 8.09.2022.
10. The Oxford Dictionary of Phrase and Fable – Dictionary / URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/brewer-s-dictionary-of-phrase-and-fable>
11. BFSRYA — A large phraseological dictionary of the Russian language. Meaning. Usage. Culturological commentary / ed. V. N. Telia. M.: AST-PRESS BOOK - 2006.
12. Gottlieb O. M. Chinese-Russian Phraseological dictionary. About 3500 expressions / O. M. Gottlieb, Mu Huain. – 2nd ed., stereotype. – Irkutsk : Publishing House of the ISU, 2019. - 596 p. URL: <https://gotlib.ru/2019/04/03/gotlib-mu-huaying-chengyu-cidian/>

---

*МИХАЙЛОВА Александра Викторовна* – преподаватель английского языка, Колледж инфраструктурных технологий СВФУ им. М.К. Аммосова.

E-mail: [alexa\\_summer@mail.ru](mailto:alexa_summer@mail.ru)

*MIKHAILOVA Alexandra Viktorovna* – English teacher, College of Infrastructure Technologies, M.K. Ammosov NEFU.