

Научная статья

УДК [811.161.1'27+811.581'27]: 008:392.86:663

DOI 10.25205/1818-7935-2023-21-1-117-130

Национально-культурная маркированность русских и китайских фразеологизмов с номинациями алкогольных напитков

Ма Лун

Витебский государственный университет им. П. М. Машерова
Витебск, Беларусь

ma.mixail@inbox.ru, <https://orcid.org/0000-0003-3572-6453>

Аннотация

В данной статье с лингвокультурологических позиций описываются фразеологизмы русского и китайского языков с номинациями алкогольных напитков, образующие отдельную группу в составе тематического поля «Пища», при этом учитывается приоритетность антропоцентрической парадигмы в современной лингвистике. Также исследуется степень их фразеоактивности, проводится сопоставительный анализ устойчивых выражений для выявления универсального и уникального в семантике и образности данных единиц и рассматриваются основные виды межязыковой соотношенности (совпадений и расхождений) фразеологизмов. Материалом для исследования послужили 107 русских и 95 китайских фразеологизмов с номинацией/номинациями алкогольных напитков, отобранные в соответствии с широким пониманием фразеологии путем сплошной выборки из одно- и двуязычных фразеологических, лингвистических, толковых и этимологических словарей китайского и русского языков. Анализ изученного материала показал, что отличительной чертой русских единиц являются разнообразие номинации спиртных напитков (*вино, пиво, мед, водка, брага, хмельное*), наличие уменьшительно-ласкательных вариантов наименований *винцо, пивцо, медок, бражка*, а также употребление различных сем в составе одного выражения. Наибольшей фразеоактивностью в составе русских устойчивых выражений обладает компонент *вино* (около 55 %) в двух значениях: 'виноградное вино' и 'водка'. В китайской фразеологии преобладает общее обозначение спиртного 酒 [jiǔ] ('спиртное, алкоголь'; 'алкогольные напитки'; 'водка') – 95 %, все остальные номинации включают в себя данную морфему и представлены в единичном экземпляре. Антропоцентрический характер фразеологизмов выражается в описании свойств человеческого характера, личностных качеств, эмоционального и физического состояния, особенностей социального поведения и межличностного взаимодействия. В отношениях частичной эквивалентности находится около 10 % исследуемых фразеологизмов, 90 % составляют безэквивалентные единицы, обладающие национально-культурным своеобразием, которое проявляется в структурно-грамматических, лексических, стилистических, семантических свойствах, а также в образной составляющей.

Ключевые слова

русская фразеология, китайская фразеология, антропоцентризм, частичные эквиваленты, безэквивалентные фразеологизмы, национально-культурное своеобразие

Для цитирования

Ма Л. Национально-культурная маркированность русских и китайских фразеологизмов с номинациями алкогольных напитков // Вестник НГУ, Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2023. Т. 21, № 1. С. 117–130. DOI 10.25205/1818-7935-2023-21-1-117-130

© Ма Л., 2023

ISSN 1818-7935

Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2023. Т. 21, № 1
Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication, 2023, vol. 21, no. 1

National and Cultural Marking of Russian and Chinese Phraseological Units with Nominations of Alcoholic Beverages

Ma Long

Masherov Vitebsk State University
Vitebsk, Belarus

ma.mixail@inbox.ru, <https://orcid.org/0000-0003-3572-6453>

Abstract

In this article, we describe from linguocultural point of view phraseological units of the Russian and Chinese languages with the nominations of alcoholic beverages, which form a separate group in the thematic field “Food”; we are taking into account the priority of the anthropocentric paradigm in modern linguistics. We also study the degree of their phraseoactivity, carry out a comparative analysis of set expressions in order to identify the universal and unique in the semantics and figurativeness of these units, and consider the main types of interlingual correlation (coincidences and discrepancies) of phraseological units. The material of the study was represented by 107 Russian and 95 Chinese phraseological units with the nomination/nominations of alcoholic beverages selected in accordance with a wide understanding of phraseology by continuous sample from one- and bilingual phraseological, linguistic, explanatory and etymological dictionaries of the Chinese and Russian languages. The analysis of the studied material showed that a distinctive feature of Russian phraseologisms is a variety of nominations of alcohol (*вино* ‘wine’, *пиво* ‘beer’, *мед* ‘mead’, *водка* ‘vodka’, *брага* ‘mash’, *хмельное* ‘hoppy’), the presence of diminutive variants of the names, as well as the use of various seeds in the composition one expression. The most phraseoactive in Russian sustainable expressions is the *вино* (‘wine’) component (about 55 %) in two meanings: ‘grape wine’ and ‘vodka’. In the Chinese phraseology, the general designation of alcohol 酒 [jiǔ] (‘alcohol’; ‘alcoholic drinks’; ‘vodka’) constitutes 95 %, all other nominations include this morpheme and are presented by isolated phenomena. The anthropocentric nature of phraseological units is reflected in the description of the properties of a human nature, personal qualities, emotional and physical state, the characteristics of social behavior and interpersonal relations. In relations of partial equivalence, about 10 % of the studied phraseologisms are located, 90 % are non-equivalent units with national and cultural originality, which is manifested in structural, grammatical, lexical, stylistic, semantic properties, as well as in figurative component.

Keywords

Russian phraseology, Chinese phraseology, anthropocentrism, partial equivalents, non-equivalent phraseological units, national and cultural originality

For citation

Ma L. National and Cultural Marking of Russian and Chinese Phraseological Units with the Nominations of Alcoholic Beverages. *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2023, vol. 21, no. 1, pp. 117–130. (in Russ.) DOI 10.25205/1818-7935-2023-21-1-117-130

Введение

До сих пор исследователями предпринимались немногочисленные попытки сопоставительного анализа фразеологизмов русского и китайского языков, принадлежащих к тематическому полю «Пища». В частности, в статье Ли Гуаньхуа [2011] дается краткое описание русских фразеологических единиц (далее – ФЕ), объединенных интегральным компонентом «еда», раскрывается их культурно-национальный смысл и характер. Публикация Чжан Мян [2017] связана с сопоставлением этносемантики русских и китайских ФЕ с семей *гостеприимство*, среди которых важное место занимают этнокультурные доминанты – чай и спиртное.

В кандидатской диссертации С. Н. Рубиной [2000] разрабатывается педагогический аспект: презентация в китайской аудитории русской фразеологии, включающей в том числе «пищевой» компонент.

В диссертационном исследовании Чжао Чжицян [2012] небольшое количество устойчивых выражений с наименованиями продуктов не выделяется в отдельную группу, а рассматривается наряду с другими в денотативном, грамматическом, оценочном, эмотивном и стилистическом аспектах.

В ряде работ сопоставительный анализ отсутствует, а исследование фразеологизмов осуществляется с позиций одного языка. Так, в статье Е. А. Савиной [2009] русские пословицы и поговорки об алкоголе и алкоголизме анализируются с психологической точки зрения. В работе О. А. Хо «“Вино” 酒 как ритуал в культуре Китая» [2015] рассматриваются различные идиомы и пласт лексики, этимологически связанный с винопитием.

Таким образом, актуальность нашего исследования обусловлена недостаточной изученностью с лингвокультурологических позиций русских и китайских ФЕ с наименованиями алкогольных напитков, принадлежащих тематическому полю «Пища», как фрагмента языковой картины мира двух генетически и структурно отдаленных языков. В качестве приоритетной исследовательской категории мы используем понятие «тематическое поле», под которым понимаем «совокупность языковых единиц, имеющих общее содержание и отражающих понятийное, предметное или функциональное сходство обозначаемых явлений» [ЛЭС, 1990, с. 380–381].

Цель данной статьи – путем сопоставительного анализа выявить общее и национально-специфическое в содержании ФЕ, составляющих группу «Алкогольные напитки» в рамках тематического поля «Пища» в русской и китайской лингвокультурах. Достижению поставленной цели подчинены следующие задачи: описать фразеологизмы с учетом приоритетности антропоцентрической парадигмы в современной лингвистике; исследовать степень их фразеоактивности; выявить универсальное и уникальное в их семантике и образности.

Методы исследования: сравнительно-сопоставительный анализ, классификация и систематизация материала; культурно-историческая интерпретация; семантическая интерпретация; элементы количественного анализа.

Материалом для исследования послужили 107 русских и 95 китайских ФЕ с номинациями алкогольных напитков, морфологически выраженными именем существительным. Рабочая картотека была составлена на основе «Толкового словаря живого великорусского языка» В. И. Даля [1978–1980]; «Пословиц русского народа» В. И. Даля в 2 т. [1989]; «Толкового словаря русского языка с включением сведений о происхождении слов» под ред. Н. Ю. Шведовой [2011]; «Большого фразеологического словаря русского языка» под ред. В. Н. Телия [2009]; «Словаря русской ментальности» В. В. Колесова [2014]; 中国成语词典 («Большого словаря китайской фразеологии») [1986]; 燕园中国成语字典 («Словаря китайских фразеологизмов») [2022]; 汉语歇后语词典 («Словаря недовороков [сехоуэй] китайского языка») [2006]; «Краткого словаря недовороков-иносказаний современного китайского языка» под ред. М. Г. Прядохина [2001]; 在线成语字典 («Большого китайского фразеологического словаря», электронный ресурс); «Большого китайско-русского словаря по русской графической системе» в 4 т. под ред. И. М. Ошанина [1983–1984].

Результаты работы могут найти применение в переводческой деятельности и при составлении двуязычных (русско-китайских и китайско-русских) фразеологических и толковых словарей.

1. Результаты и их обсуждение

1.1. Национально-культурная специфика русских фразеологизмов с номинациями спиртных напитков

Анализ исследуемого материала позволил выделить в русском и китайском языке отдельную группу «Спиртные напитки» в составе тематического поля «Пища». К обозначениям алкогольных напитков в русской фразеологии относятся: вино в двух значениях (‘алкогольный напиток, получаемый в результате брожения виноградного или плодово-ягодного сока’, а также ‘водка и самогон’ (прост.); уменьшительное – *винцо*); *водка* (‘алкогольный напиток – смесь очищенного спирта с водой’); *пиво* (‘слабый алкогольный пенный напиток из ячменного солода и хмеля’; уменьшительное – *пивцо*, *пивушко*); *мед* (в одном из значений данной лексемы ‘старинный легкий хмельной напиток из пчелиного меда’: уменьшительное – *медок*); брага

(‘слабый хлебный хмельной напиток’; уменьшительное – *бражка*), *хмельное*, *хмель* (‘алкогольный напиток’).

По мнению Ю. С. Степанова, «концепт, репрезентируемый словами “водка – пьянство” считается одним из основополагающих понятий русской культуры» [2001]. Лингвокультуролог и этнопсихолингвист В. В. Красных считает, что стереотип «винопитие» содержит оценки, связанные с нравственными ценностями носителей русского языка и базовыми оппозициями культуры: «добро – зло», «хорошо – плохо» [2003].

Прежде чем рассмотреть устойчивые выражения с компонентом *вино*, требуется определиться с терминологией. Вино, если слово употреблялось без других прилагательных, в IX–XIII вв. называли только напиток, сделанный из винограда. До середины XII в. его пили разбавленным водой, как в Греции и Византии [Похлёбкин, 2002, с. 11–12].

Среди выявленных нами 59 ФЕ с номинациями *вино*, *вино* выделяются два выражения, обозначающие устаревшее название водки и практически не используемые в современном русском языке: *зеленое (зелено) вино*; *простое вино*.

Характерной чертой русского человека является безмерное употребление спиртного, что и отразилось в ряде ФЕ: *пьет вино*, как *суслицо*; *выпил вино*, как *молочко*; *в кабаке родился*, *в вине крестился* и др. Вино помогает человеку в беде, подогревает в радости, утешает в горе: *утопить горе в вине* (‘выпить вина или начать пьянствовать с горя’); *хлеба нету, так пей вино*; *от беды и без вина зашатает*; он также пьет, чтобы поднять настроение и развеселиться: *вино веселит*, а *хлеб стит*; *вино веселит сердце*; *где вино*, *тут и праздничек (тут и гостыба)*; *вино пляске брат* и др.

Похмелье выступает неизменным спутником чрезмерного потребления алкоголя [Глушкова, 2015, с. 150]: *вино надвое растворено: на веселье и на похмелье*; а предложение выпить расценивается как проявление уважения, дружеского расположения: *в честь вино пьют*, а не *в честь льют*; *горько тить вино*, а *обнесут (мимо)*, *горчее того*; *жалеть вина – не видать гостей* и др. О бережном отношении к спиртному свидетельствуют следующие ФЕ: *не жаль себя*, да *жаль вина*; *вино не шиеничка: прольешь – не подклянешь*.

Действительно, в нашей выборке ФЕ с компонентом *вино* можно разделить два класса устойчивых выражений: с позитивными и с негативными коннотациями.

С одной стороны, чрезмерное употребление вина и пьянство вызывает осуждение и приводит к плохим последствиям: *много вина тить – беде быть*; *с вином поводишься – нагишом находишься*; *не жаль вина – жаль ума*; *вино сперва веселит*, а *там без ума творит*; *дали вина*, *так и стал без ума* и др.

Чрезмерное винопитие ведет к нарушениям норм поведения, потере чести и морального облика, но при этом русский человек винит во всех бедах не себя, а пьянство: *потерял честь вином*; *пьяному бесчестье – до чарки вина* (т. е. опять напьется); *не винит вино*, *винит пьянство/а винопитие* и др.

Антропоцентричность ФЕ проявляется в характеристике физического состояния человека под действием алкоголя, а также во влиянии спиртного на умственную деятельность: *вино развязывает язык*; *без вина правды не скажешь*; *на воде ноги жидки*, а на *вине жиже того*; *кто вина не пьет*, *пьян не живет*; *кто жены не бьет – мил не живет* и др.

С другой стороны, употребление спиртного приветствуется, особенно если тебя угощают: *чужое вино – и тил бы*, *и лил бы*, *и искупаться попросил бы*; *на добро нет*, а на *вино* *езде дают*; *меняй хлеб на вино – веселей приживешь* (от обычая угощать осенью вином и принимать за это в подарок хлеб); *ходи в кабак*, *вино пей – будешь архиерей* и др. Данные примеры подтверждают, что в языковом сознании русских присутствует положительное отношение к способности алкоголя поднимать настроение, а также к легкой степени алкогольного опьянения [Хо, 2020, с. 6].

Следующее место по количеству номинаций алкогольных напитков занимает компонент пиво (включая *пивцо*, *пивушко*) – 25 единиц. Слово «пиво» исходно означало любой напиток.

В XII–XIII вв. так стали называть всякое искусственно созданное человеком алкогольное питье. Пиво же в современном понимании обозначалось славянским термином «ол».

О важности разнообразия спиртных напитков в жизни русского человека свидетельствует ряд ФЕ, в составе которых содержится несколько номинаций алкогольных или квазиалкогольных компонентов: *не винца, так пивца; не пивца, так кваску; не кваску, так водки из-под легкия лодки; наши прадеды живали – мед, пиво пивали, а как бражки жбан – старичок наш пан; пиво не диво, и мед не хвала, а всему голова, что любовь дорога; пей пивцо, зативай винцом, лучше хмель не возьмет.*

Известно, что на протяжении долгого времени разные народы готовили пиво один раз в год, к 1 марта, отсюда и выражение «мартовское пиво», то есть лучшее по качеству – крепкое, свежее и чистое. В древнерусских городах пиво варили всей улицей, сотней, слободой, посадом; в селениях – всем погостом, починком, всей улицей, деревней [Похлёбкин, 2002, с. 30]. Эти исторические реалии нашли отражение в ФЕ: *мартовское пиво с ног сбило; молодое пиво уходится.*

Для варки пива требовались сообразительные и умелые помощники, что послужило причиной возникновения следующих антропоцентрических фразеологизмов: *с дураком пива варить* (т. е. складчиною) – *от солоду отказать; с дураком пива не сварить, а и сварить, так не разопьешь; пива не сварить* [с кем-нибудь] (разг. и неодобр.; о том, кто несговорчив, упрям).

Выявляя лингвосомиотические особенности концептуализации алкогольной тематики в русско-немецких параллелях, Ю. В. Реймер приходит к выводу, что для русской лингвокультуры характерны лакунарные ассоциации, главная из которых «выпивка – похмелье – неприятности» [Реймер, 2011]. Подтверждением тому служат, например, ФЕ: *с пивушка головушка болит, с вина просыпанье тяжело; тил бы пиво, да лихо с похмелья.* Влияние потребления пива на внешние данные человека нашло отражение во фразеологизме *пей пива больше, так брюхо будет толще.*

Исследователи сходятся во мнении, что в древнерусской культурной традиции чествование гостя спиртным воспринималось как непереносимая культурная норма, а отказ выпить рассматривался как недостаток уважения к человеку, который предлагает выпить [Гайденко, 2021b, с. 52]: *честь пива лучше* (о приглашении); *пиво вари, да гостей зови; было бы пиво на погосте, а у пива будут гости; где пировать, тут и пиво наливать (и брагу сливать); на разливе пиво пьют, на разборе ягодки едят.*

С точки зрения русского историка, специалиста по российской ментальности И. Г. Прыжова, всякое мирское дело непременно начиналось пиром или попойкой, поэтому в социальной жизни народа алкогольные напитки имели громадное культурное значение [Прыжов, 2009]. К примеру, одним из русских обычаев было пить мировую в знак окончания ссоры: *с кумом бранюсь, на пиве мирюсь, с чужим побранюсь – винцом зальюсь; мировая на пиве с отрыжкой* (ответ на предложение пить вино, а не пиво во время замирения).

Потребление спиртного всегда воспринималось как праздник, повод для веселья, так как противопоставлялось тяжелому труду, работе: *глядя на пиво, хорошо и плясать; пиво пить да плясать – не лен чесать; в праздник и у воробья пиво; праздник любить – пивцо варить.*

Пьянство церковнослужителей поощрялось ритуальным хлебосольством и показным гостеприимством [Гайденко, 2021b]. Несмотря на то, что русские монахи и священнослужители сами варили пиво и могли употреблять его по церковному уставу, посещение пиров, застолий и торжественных обедов давало им возможность не ограничивать себя в количестве выпитого, что нашло отражение во фразеологии: *варил поп пиво – невелико диво; мужик только пиво заварил, и уже поп с ведром.*

Хотя вторым по значению спиртным напитком Древней Руси был мед хмельной, или медовуха [Похлёбкин, 2002, с. 12], нами зафиксировано 14 ФЕ с компонентами *мед, медок* (меньше, чем с компонентом пиво), что свидетельствует о расхождении между языком и привычками винопития в реальной жизни: *вашими бы устами да мед пить; лаком гость к меду, да пить*

ему воду; либо *мед* пить, либо *биту* быть; на разливе и *мед* пьют; не пьет черт *меду*, глядит он в воду; неволя пьет *медок*, а воля *водицу*; сладок *мед*, да не горстью его; горько *вино*, да не лишиться его и др.

Наличие в выборке всего трех фразеологизмов с компонентами *водка*, *водочка*: на *водку* (устар.; ‘денежное вознаграждение за мелкие услуги, усердие и т. п.’); *водка – вину тетка*; ныне и *пьяница* на *водку* не просит, а все на *чай* – обусловлено тем, что официально термин «водка» стал употребляться ближе к XX в. «На Руси водку называли *хлебным вином*, *горячим вином*, *перегонным вином*, говорили еще: *зелено вино*, *питья медвяные*» [Там же, с. 9].

Во многих ФЕ с компонентом *вино* зафиксированы и свойства водки, в частности, влияние выпитого на поведение человека.

С номинациями *брага*, *бражка* и *хмельное* (*хмель*) также выделено по три ФЕ: *удача – брага*, *неудача – квас*; *есть брага да пирожки – есть и дружки*; *без чашки бражки – гость гложит кость*; *пить хмельное, так и говорить такое*; *хмель шумит – ум молчит*; *хмель в компанию принимает, а непьющего никто не знает*.

Причину широкого распространения и даже иногда злоупотребления спиртными напитками в русской повседневной жизни XI–XIII вв. П. И. Гайденко и В. В. Мильков видят в том, что досуг как простых людей, так и высших сословий и духовенства не отличался разнообразием. В то время застолье являлось главной формой «развлечения и радости человека. Бражничеству и пьянству способствовали пиры, братчины, поминальные тризны и ритуалы» [Гайденко, 2021а, с. 31].

1.2. Национально-культурные особенности китайских фразеологизмов с номинациями спиртных напитков

В состав китайских ФЕ с названиями алкогольных напитков также входит ряд номинаций с многозначной лексемой 酒 [jiǔ] (‘спиртное, алкоголь’; ‘алкогольные напитки’; ‘водка’) в составе, которая употребляется в качестве *морфемы*, либо *слова*. Она обозначает родовое понятие принадлежности к алкогольным напиткам в соответствующих названиях: 白酒 [báijiǔ] (‘гаоляновая водка’; ‘китайская (белая) водка’; ‘ханшин’), 高粱 [gāoliang] (‘гаолян, сорго’); 新酒 [xīnjiǔ] (‘молодое (новое) спиртное’; ‘молодое вино’); 红酒 [hóngjiǔ] (‘красное (виноградное) вино’); 醇 [chún] (‘чистейший спирт’).

В отличие от других стран, в Китае «отсутствуют как негативные мифологические коннотации алкоголя, так и религиозные запреты. Более того, образ вина (в значении ‘спиртное, алкоголь’) представлен в качестве однозначно положительного, не одобряется лишь его чрезмерное употребление» [Хо, 2020, с. 5]. Подтверждение этому мы находим в китайских антропоцентрических фразеологизмах, характеризующих образ жизни, физическое состояние, личностные качества и привычки: 世财, 红粉, 歌楼酒, 谁为三般事不迷 (букв. ‘никто не может устоять перед богатством, красивой женщиной и алкоголем’); 酒病花愁 (букв. ‘алкоголь – страсть, красоти – тоска’; ‘спиртное и женщины – предмет постоянной заботы’); 酒地花天 (букв. ‘спиртное – земля, красоти – небо’; ‘развратный образ жизни’; ‘предаваться безудержному разгулу и пьянству’); 灯红酒绿 (букв. ‘красное вино (алкоголь) под зелеными фонарями’; ‘безудержно-веселое времяпрепровождение’); 浪酒闲茶 (букв. ‘безудержно употреблять спиртное и расточительно расходовать чай’; ‘вести разгульный образ жизни’; ‘предаваться излишествам’); 酒色祸之媒 (букв. ‘вкусное спиртное и разврат – посредники беды’); 一份醉酒, 十分醉德 (букв. ‘выпьешь немного водки, слегка охмелеешь, выпьешь без меры – потеряешь добродетель’); 白酒红人面, 黄金黑人心 (букв. ‘гаоляновая водка – пунцовое лицо, золото – черная совесть’; ‘потерять совесть из-за спиртного и богатства’); 当了衣服买酒喝 – 顾嘴不顾身 (букв. ‘заложить одежду в ломбард, чтобы купить алкоголь – беспокоиться о рте/глотке, не думать о плоти’; ‘заботиться о сиюминутной выгоде’); 仗气使酒 (букв. ‘давать себе волю под влиянием

спиртного'; 'пьяное самодурство'); 酒色之徒 (букв. 'золотистый соболь [на шапках у светских сановников] менять на спиртное'; 'богемная жизнь'; 'развратник и пьяница') и др.

Символом богемной, расточительной жизни, высокомерия богатых и влиятельных людей также служит фразеологизм 貂裘换酒 (букв. 'собольей шубой платить за спиртное'). Признаком простой жизни выступает устойчивое выражение 村酒野蔬 (букв. 'деревенский спирт и дикие овощи'; 'простая жизнь').

Образ мотовства ярко иллюстрируется фразеологизмом 酒池肉林 (букв. 'озера спирта и леса мяса'). В «Классических исторических записях» сказано, что властитель Чжоу из династии Шан любил хорошее вино и непристойные удовольствия, используя вино как бассейн, а подвешенное мясо – как лес, где по его приказу мужчины и женщины гонялись голыми друг за другом всю ночь.

Негативно в китайской лингвокультуре оцениваются люди, которые предаются пьянству и обжорству: 饭坑酒囊 (букв. 'яма еды, мешок спирта'; 'никудышный человек, дармоед, тунеядец'); 酒囊饭袋 (букв. 'сосуд для спиртного и мешок для пищи'; 'никчемный, никуда не годный человек', 'совершенная бездарность'; 'дармоед'); 高阳酒徒 (букв. 'пьяница из Гаояна'; 'богемный пьяница'); 斗酒学士 (букв. 'доу¹ спиртного – винный бакалавр') и др.

Антропоцентрический характер данных ФЕ находит отражение в их семантике, в указании на личностные качества и черты характера человека. Так, для понимания двух последних фразеологизмов требуется знание китайской истории и древних текстов. Гаоян – город в провинции Хэнань, откуда был родом известный полководец династии Хань. Когда после сражения он захотел отдать дань уважения и присягнуть императору Лю Бану, то был ошибочно принят за конфуцианца и получил отказ. В ответ он шутливо назвал себя «пьяницей из Гаояна»; позже так стали называть представителей высших слоев знати, пристрастившихся к алкоголю. «Винными бакалаврами» в Китае именовали образованных, культурных людей, любителей выпить. Во времена династии Тан все знатоки литературы и классического искусства воспитывались в академии Ханьлинь. Время они проводили в ожидании указов императора, редактируя доклады чиновников и прошения на высочайшее имя, поэтому их должность так и называли 待诏 [dàizhào] – дайчжао, 'ожидающий указа'. Однажды у поэта Ван Цзи спросили, почему ему так нравится работа дайчжао, на что он ответил: «потому что можно пить вино». Его слова услышал начальник и с этого момента стал присылать ему ежедневно доу спиртного, после чего Ван Цзи прозвали «винным ученым».

Как в русской, так и в китайской лингвокультуре образ пьяного человека связан с чрезмерной болтливостью: например, 酒入舌出 (букв. 'алкоголь внутрь, язык наружу'; 'болтать после выпивки'); 酒后失言 (букв. 'будучи пьяным болтать лишнее'); 酒后吐真言 (букв. 'под действием алкоголя говорить правду') и др.

Восприятие алкоголя как способа забыть о печалях, проблемах и горестях встречается и у русских, и у китайцев: 借酒浇愁 (букв. 'использовать спиртное, чтобы потопить горе'; 'заливать горе, тоску алкоголем'); 杯酒解愁 (букв. 'чашкой спиртного развеивать тоску, беспокорство'); 酒肉兄弟 (букв. 'когда есть спиртное и мясо, появляются друзья'; 'ненастоящая дружба') и др.

Отличительной особенностью китайской культуры является то, что спиртное выполняло функцию ритуального напитка, необходимого для проведения различных церемоний. Российские востоковеды А. А. Маслов [2003] и О. Г. Кобжицкая [2008] приводят данные, что алкоголь в Древнем Китае играл основную роль в ритуалах культа предков, а также в различных формах спиритизма для общения с духами умерших. Этнолог и историк С. А. Арутюнов также считает, что употребление различных напитков в традиционалистских обществах часто связано с ритуальными предписаниями и манипуляциями, при этом «жесткие обрядово-этикетные рамки создают преграду на пути возникновения алкоголических патологий» [2008, с. 18].

¹ Мера в Китае, сч. слово для жидких и сыпучих веществ; иероглиф также имеет значение 'чарка, чаша'.

Доказательством того, что практически любой ритуал начинался с приема алкоголя, О. М. Готлиб считает первые иероглифы, которые содержат в своем начертании отсылки к семантике спиртного [2007].

Употребление алкоголя в Китае своими корнями уходит также в конфуцианство, в котором важное место занимал принцип 礼 [Lǐ] – ‘этикет, приличия, правила вежливости, благопристойности’, ‘учтивость, такт’. Исполнение обрядов и ритуалов, в том числе связанных с распитием вина, по Конфуцию, считалось основой добропорядочности [Маслов, 2006]. Подтверждением служат следующие фразеологизмы: 只鸡絮酒 (букв. ‘курица и пропитанный спиртным хлопок’; ‘скромный знак уважения памяти покойного’); 斗酒只鸡 (‘доу спиртного и одна курица’; ‘скромная дань умершим предкам во время церемонии’); 玄酒瓠脯 (букв. ‘вода для церемонии/ритуала вместо спиртного и сушеная тыква’; ‘бедная жизнь’).

В Древнем Китае зародился обычай ритуального винопития у воды. Так, во времена династии Цзинь богатый чиновник и литератор Ши Чун развлекал гостей в саду Золотой долины, и те, кто не смог сочинить стихи, штрафовались на три доу спиртного. Эта история зафиксирована не только в древнекитайских текстах, но и во фразеологии: 金谷酒数 (букв. ‘в саду Золотой долины считают чарки спиртного’; ‘штрафная, штраф в виде выпивки’).

Известно, что первый «павильон плывущих чарок» связан с вэйским императором Минди (203–238), который повелел построить в саду каменный желоб-ручей для проведения весенних обрядов. Постепенно ритуалы превратились в игры, для которых создавались сады с извилистыми каналами, где происходили поэтические состязания [Войтишек, 2015].

В древнекитайской культуре спиртное имело сакральное значение, воспринималось как лекарство для души и тела и необходимый элемент для занятия искусствами [Хо, 2020].

Неразрывная связь спиртного и поэзии свойственна культуре Востока, где вино служит для увеселения, созерцания мира, философствования, приятного времяпрепровождения, наслаждения моментом, что и нашло отражение в китайской фразеологии: 酒虎诗龙 (букв. ‘спиртное – тигр, стихи – дракон’; ‘человек, который умеет пить спиртное и знает высокую поэзию, образованный человек’); 双柑斗酒 (букв. ‘с парой цитрусовых и чашей спиртного/вина’; ‘наслаждаться красотой весны и пением птиц’ (из стихотворения в старых текстах); 斗酒百篇 (букв. ‘способность выпить доу спиртного и написать сотни стихов’; (первоначально о поэте Ли Бае², а после – о любом художнике, ищущем вдохновения в вине).

Взаимосвязь поэзии вина имеет долгую историю, «вино и стихи – это два неразрывно связанных элемента китайской культуры, они настолько тесно сплетены друг с другом, что, листая главы истории китайской поэзии, чувствуешь аромат вина» [马美惠, 2013, с. 250]. Образ вина в китайском искусстве представляет собой познание высшей истины, обретение гармонии, а искусство под винным парами дарует вдохновение и духовное очищение [Хо, 2020; Лебедева, 2018].

Гедонистический взгляд на жизнь, воспевание чувственного удовольствия как высшего блага также навеяны «винной поэзией», что зафиксировано в китайской фразеологии: 今日有酒今朝醉, 明日愁来明日愁 (букв. ‘есть сегодня спиртное – будем пить, а что будет завтра – посмотрим’); 对酒当歌 (букв. ‘вместе пить спиртное и петь песни’; ‘время жизни ограничено, наслаждайся моментом’) и др. Единственный фразеологизм в этом ряду, имеющий отрицательную коннотацию, – 金龟换酒 (букв. ‘золотую печать и черепаховую застежку [знаки отличия высших чинов династии Хань] менять на спиртное’; ‘непреодолимое желание получить удовольствие’). Философская мысль о том, что чистые помыслы и намерения важнее, чем действия, противоречащие буддийскому религиозному учению, отразилась во фразеологизме 佛在心头生, 酒肉肺腑过 (букв. ‘если в душе и мыслях есть Будда, тогда не важно, пьешь ли ты спиртное и ешь ли мясо’).

² Современное произношение имени знаменитого поэта эпохи Тан – Ли Бо, или Ли Тай-бо.

В рождении культуры питания – 饮酒文化 [yǐnjiǔ wénhuà] – существенную роль также сыграли 酒令 [jiǔlìng] ‘винные приказы’ – «разновидность литературных игр, выполнявших своеобразную идеологическую функцию и способствовавших созданию атмосферы состязаний, функционированию культа знаний и интеллектуальных способностей» [Войтишек, 2011, с. 120].

У деловых людей застолье со спиртным является неотъемлемым элементом обсуждения важных проблем, заключения договоров и выгодных сделок: 酒在肚里, 事在心头 (букв. ‘спиртное в животе, а дело в голове’; ‘выпить спиртное, не забыть о деле’); 吃酒图醉, 放债图利 (букв. ‘кто-то пьет спиртное, чтобы выпить, кто-то дает деньги, чтобы получить проценты’; ‘у каждого своя цель’); 醉翁之意不在酒 (букв. ‘помыслы хмельного старика не в спиртном’; ‘преследовать иные цели’); 载酒问字 (букв. ‘неся вино [учителю], спрашивать о тексте’; ‘быть любознательным, рваться к знанию’) и др.

Спиртное, как и чай, являлись главными товарами на китайском рынке напитков, что подтверждается «налоговым» фразеологизмом 榷酒征茶 (букв. ‘облагать налогом спиртное и чай’; ‘жесткое налогообложение’).

Алкоголь и вкусная еда в Китае во все времена служили неизменными атрибутами торговли, бизнеса, выражением уважения к начальству и деловым партнерам, поэтому в отличие от русской лингвокультуры застолье с обильным возлиянием не воспринимается как свободное или пустое времяпрепровождение, о чем свидетельствуют следующие ФЕ: 酒余茶后 (букв. ‘после спиртного и чая’; ‘в свободное время’); 茶余酒后 (букв. ‘в остальное время после употребления спиртного и вкушения пищи’; ‘в свободное время, на досуге’).

Отличительные черты китайской культуры питания в разных пластах китайского общества – религиозном, интеллектуальном, художественном, бытовом – хорошо суммировал Сун Цзе: «... [Вино] устанавливает взаимосвязи человека с космосом и миром божеств и почитаемых предков, помогает осознать себя как микрокосм, подчиненный общим законам природы, общему “дао-пути” всего сущего» [Сун Цзе, 2015, с. 19–20].

Заключение

Большинство ФЕ русского и китайского языка с номинациями спиртных напитков относятся к безэквивалентным (примерно 90 %), т. е. присущи только одной языковой системе. В значительной степени это объясняется тем, что китайская и русская культуры имеют разные философские основания, сформировавшие и своеобразные когнитивные базы для появления фразеологизмов.

Нами не выявлено полных эквивалентов, которые совпадали бы по семантической структуре при полном совпадении ассоциативных образов. Однако обнаруживаются ФЕ (около 10 % от общего числа рассмотренных), которые находятся в отношениях *частичной* эквивалентности, характеризующейся частичным тождеством планов выражения фразеологизмов при сходной семантике.

Можно сделать вывод, что отличительной чертой русских ФЕ являются разнообразные номинации спиртных напитков (*вино, пиво, мед, водка, брага, хмельное*), наличие уменьшительно-ласкательных вариантов (форм) наименований *винцо, пивцо, медок, бражка*, а также использование нескольких различных сем в составе одного выражения. Наибольшей фразеоактивностью обладает номинация вино (около 55 % из 107 ФЕ) в значениях ‘виноградное вино’ и ‘водка’, что говорит о широком распространении данного алкогольного напитка с IX в.

В китайской фразеологии преобладает общее обозначение, родовое понятие спиртного 酒 [jiǔ] (‘спиртное, алкоголь’; ‘алкогольные напитки’; ‘водка’) – 95 % от всех зафиксированных единиц, а все остальные номинации включают в себя данную морфему и представлены в единичном экземпляре.

И в русских, и в китайских ФЕ «алкогольные номинации» противопоставлены «безалкогольным» (по шесть ФЕ в каждом из языков), но в русском языке в основном встречается оппозиция «алкоголь – вода»: *покой пьет воду, а беспокойство – мед; удача – брага, неудача – квас* и др. В китайском языке противоположностью *спиртному* выступает *чай*: *浪酒闲茶* (букв. ‘безудержно употреблять *спиртное* и расточительно расходовать *чай*’; *酒余茶后* (букв. ‘после *спиртного* и *чая*’; ‘в свободное время’) и др.

Своеобразие китайских фразеологизмов также заключается в том, что номинация 酒 [jiǔ] ‘спиртное’ сопровождается «пищевым компонентом» (16 ФЕ, что составляет около 18 %), который в основном выражен словами 食 [shí], 饭 [fàn] в значении ‘пища, еда’ и 肉 [ròu] ‘мясо’: *酒醉饭饱* (букв. ‘напиться *спиртным* допьяна, насытиться *пищей* досыта’); *酒池肉林* (букв. ‘озера *спирта* и леса *мяса*’) и др.

В четырех русских фразеологизмах номинация вино противопоставляется хлебу, что говорит об особенностях мышления русского человека, в сознании которого еда находится в оппозиции к алкоголю: *хлеба нету, так пей вино; вино веселит, а хлеб спит* и др.

Из проанализированных нами ФЕ 90 % относятся к безэквивалентной лексике и не имеют аналогов в сопоставляемых языках, частичными эквивалентами выступает лишь 10 % исследуемого материала.

Если употребление хмельных напитков в русской культуре во многом поощрялось обычаями и разного рода ритуальными ситуациями и принимало форму бытового пьянства, то в китайской культуре обряды и церемонии наоборот являлись регламентирующим и ограничивающим фактором потребления спиртного.

Список литературы

- Арутюнов С. А. Напитки народов мира // Хмельное и иное. Напитки народов мира. М.: Наука, 2008. С. 14–19.
- Войтишек Е. Э., Кудинова М. А. и др. «Павильоны плывущих чарок» в храмах и парках Пекина // Общество и государство в Китае. 2015. Т. 45, № 2. С. 247–253.
- Войтишек Е. Э. Пир у изогнутой воды как элемент культуры винных приказов в Китае, Корее и Японии // Вестник Новосиб. гос. ун-та. Серия: История, филология. 2011. Т. 10, вып. 4. Востоковедение. С. 119–129.
- Гайденок П. И., Мильков В. В. Питье на Руси: веселие, постыдный порок или культурная норма? // Палеоросия. Древняя Русь: во времени, в личностях, в идеях. 2021. № 3(15). С. 20–36.
- Гайденок П. И. Каким должен быть настоящий праздник, или любили ли в Киевской Руси церковные праздники? // Палеоросия. Древняя Русь: во времени, в личностях, в идеях. 2021. № 2(14). С. 43–60.
- Готлиб О. М. Основы грамматики китайской письменности. М.: АСТ: Восток-Запад, 2007. 284 с.
- Кобжицкая О. Г. Культ предков в традиционной китайской культуре // Региональная научно-практическая конференция «Язык и культура стран Центральной и Восточной Азии» / Под ред. Ж. Д. Маюрова. Иркутск: ИрГТУ, 2008. С. 49–52.
- Красных В. В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. 375 с.
- Лебедева А. В. Образ вина в поэзии Ван Цзи // Филологические науки. Вопросы теории и практики, Тамбов: Грамота. 2018. № 11(89). Ч. 1. С. 35–39.
- Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В. Н. Ярцева. М.: Советская энциклопедия. 1990. 682 с.
- Ли Гуаньхуа. Опыт лингвокультурологического и семантического описания русской фразеологической картины мира (на примере единиц с компонентом «еда») // Ученые записки Таврического национального университета имени В. И. Вернадского. 2011. № 1. С. 46–53.

- Маслов А. А.** Я ничего не скрываю от вас. Конфуций. Суждения и беседы. М.: Мир книги, 2006. С. 3–15.
- Маслов А. А.** Китай: Укрощение драконов. Духовные поиски и сакральный экстаз. М.: Алетейя, 2003. 474 с.
- Павлова О. В.** Классификация межъязыковых фразеологических отношений в китайском и русском языках // Язык и культура. 2014. № 3(27). С. 74–87.
- Похлёбкин В. В.** История водки. М.: Центрполиграф, 2002. 403 с.
- Прыжов И. Г.** История кабаков в России. СПб.: ИД «Авалонь», 2009. 316 с.
- Реймер Ю. В.** Лингвосемиотические особенности концептуализации алкогольной тематики в русско-немецкой параллели // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. 2011. № 13. С. 188–192.
- Рубина С. Н.** Лингвострановедческий подход к презентации русской фразеологии в китайской аудитории: Автореф. дис. ... канд. пед. наук. Волгоград, 2000. 23 с.
- Савина Е. А., Гладких Е. С.** Житейские представления об алкоголизме: межкультурные и внутрикультурные различия. Научные ведомости БелГУ. 2009. № 14. С. 72–80.
- Соколов-Ремизов С. Н.** «Куанцао» – ‘Дикая скоропись’ Чжан Сюя // Сад одного цветка: Сборник статей и эссе. М., 1991. С. 167–196.
- Степанов Ю. С.** Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования. М.: Академ. проект. 2001. 989 с.
- Сун Цзе.** Вино в социокультурном ландшафте России и Китая: Автореф. дис. ... канд. истор. наук. Астрахань, 2015. 22 с.
- Хо О. А.** «Вино» 酒 как ритуал в культуре Китая // Международная научно-практическая конференция «Культуры и языки стран Дальнего Востока: изучение и обучение» / Под ред. А. М. Каплуненко. Иркутск: МГЛУ ЕАЛИ, 2015. С. 282–290.
- Хо О. А.** Культура вина в Китае: Монография. М.: Издательский дом ВКН, 2020. 194 с.
- Чжан Мянью.** Фразеологизмы и пословицы с компонентом «гостеприимство» в русском и китайском языках // Вестник Башкирского университета. 2017. № 3. С. 829–834.
- Чжао Чжицян.** Функционально-параметрическое описание фразеологизмов русского и китайского языков: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2012. 19 с.
- 马美惠. 今朝放歌须纵酒-就文化卷. 北京:北京工业出版社, 2013. [Ma Мэйхуэй, Пение и выпивка в сборнике «Современная культура». Пекин: Пекинское промышленное издательство, 2013].

Список источников

- Большой китайско-русский словарь по русской графической системе: в 4 т. Ок. 250 000 слов и выражений / Под ред. [и с предисл.] И. М. Ошанина. М.: Наука, 1983–1984.
- Большой фразеологический словарь русского языка. Значение. Употребление. Культурологический комментарий / Под ред. В. Н. Телия. М.: АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2009. 784 с.
- Даль В. И.** Пословицы русского народа: сборник: в 2 т. М.: Худож. лит., 1989.
- Даль В. И.** Толковый словарь живого великорусского языка: в 4 т. М.: Русский язык, 1978–1980.
- Колесов В. В.** Словарь русской ментальности: в 2 т. СПб.: Златоуст, 2014.
- Краткий словарь недоговорок-иносказаний современного китайского языка / Под ред. М. Г. Прядохина. М.: Восток-запад АСТ, 2001. 218 с.
- Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / Под ред. Н. Ю. Шведовой. М.: Издательский центр «Азбуковник», 2011. 1164 с.
- 中国成语词典 [Большой словарь китайской фразеологии]. Шанхай: ИД «Шанхай цышу», 1986. 1694 с.
- 在线成语字典 [Большой китайский фразеологический словарь] [Electronic resource]. URL: <http://cy.5156edu.com/serach.php>.

- 汉语歇后语词典. 北京. 商务印书馆国际有限公司, 2006. [Словарь недоговорок [сехоуэй] китайского языка. Пекин, 2006]. 1985 с.
- 刘明涛. 燕园中国成语字典. 中国黑龙江, 2002. [Лю Минтао. Словарь китайских идиом яньюань. Хэйлунцзян, Китай, 2002]. 964 с.

References

- Arutyunov, S. A.** Drinks of the peoples of the world. In: Hoppy and other: Drinks of the peoples of the world, Moscow: Science, 2008, pp. 14–19. (in Russ.)
- Voitishek, E. E., Kudinova, M. A. et al.** “Pavilions of floating cups” in the temples and parks of Beijing. *Society and state in China*, V. 45, no. 2, pp. 247–253. (in Russ.)
- Voitishek, E. E.** Feast at the Curved Water as an Element of the Culture of Wine Orders in China, Korea and Japan. *Vestnik Novosib. state university Series: History, Philology*, 2011, 10, no. 4, Oriental Studies, pp. 119–129. (in Russ.)
- Gaidenko, P. I., Milkov, V. V.** Drinking in Russia: fun, shameful vice or cultural norm? *Paleorussia. Ancient Russia: in time, in personalities, in ideas*, 2021, no. 3 (15), pp. 20–36. (in Russ.)
- Gaidenko, P. I.** What should be a real holiday, or did they like church holidays in Kievan Rus? *Paleorussia. Ancient Russia: in time, in personalities, in ideas*, 2021, no. 2 (14), pp. 43–60. (in Russ.)
- Gotlib, O. M.** Fundamentals of grammatology of Chinese writing. Moscow: AST: East-West, 2007, 284 p. (in Russ.)
- Kobzhitskaya, O. G.** The cult of ancestors in traditional Chinese culture. In: Mayurova Zh. D. (ed.) “Language and Culture of the Countries of Central and East Asia”. Irkutsk technology university, Irkutsk, 2008, pp. 49–52. (in Russ.)
- Krasnykh, V. V.** “Own” among “strangers”: myth or reality? Moscow: ITDGK “Gnosis”, 2003. 375 p. (in Russ.)
- Lebedeva, A. V.** The Image of Wine in Wang Ji’s Poetry. *Philological Sciences*, 2018, no. 11 (89), pt 1, pp. 35–39. (in Russ.)
- Linguistic Encyclopedic Dictionary. V. N. Yartseva (ed.), Moscow: Soviet Encyclopedia, 1990, 682 p. (in Russ.)
- Li, G.** The experience of linguoculturological and semantic description of the Russian phraseological picture of the world (on the example of units with the component “food”). *Scientific notes of the Taurida National University named after V. I. Vernadsky*, 2011, no. 1, pp. 46–53. (in Russ.)
- Maslov, A. A.** I do not hide anything from you. Confucius. Judgments and conversations, Moscow: Book World, 2006, pp. 3–15. (in Russ.)
- Maslov, A. A.** China: Taming of dragons. Spiritual Searches and Sacred Ecstasy, Moscow: Aleteya, 2003, 474 p. (in Russ.)
- Pavlova, O. V.** Classification of interlingual phraseological relations in Chinese and Russian. *Language and Culture*, 2014, No. 3 (27), pp. 74–87. (in Russ.)
- Pokhlebkina, V. V.** History of vodka, Moscow: Tsentrpoligraf, 2002, 403 p. (in Russ.)
- Pryzhov, I. G.** History of taverns in Russia, St. Petersburg: Avalon publishing house, 2009, 316 p. (in Russ.)
- Reimer, Yu. V.** Linguistic and semiotic features of the conceptualization of alcohol themes in the Russian-German parallel. *Proceedings of the Samara Scientific Center of the Russian Academy of Sciences*, 2011, no. 13, pp. 188–192. (in Russ.)
- Rubina, S. N.** Linguistic and regional approach to the presentation of Russian phraseology in the Chinese audience: Abstract of the thesis. dis. ... cand. ped. Sciences, Volgograd, 2000, 23 p. (in Russ.)
- Savina, E. A., Gladkikh, E. S.** Everyday ideas about alcoholism: intercultural and intracultural differences. *Scientific Bulletin of BelsU*, 2009, no. 14, pp. 72–80. (in Russ.)

- Sokolov-Remizov, S. N.** “Kuantsao” - Zhang Xu’s ‘Wild cursive’. In: *Garden of one flower: Collection of articles and essays*, Moscow, 1991, pp. 167–196. (in Russ.)
- Stepanov, Yu. S.** Constants. Dictionary of Russian culture. Research experience, Moscow: Akadem. project, 2001, 989 p. (in Russ.)
- Sun Tse.** Wine in the sociocultural landscape of Russia and China: Abstract of the thesis. dis. ... Cand. of Histor. Sc., Astrakhan, 2015, 22 p. (in Russ.)
- Ho, O. A.** “Wine” 酒 as a ritual in Chinese culture. Kaplunenko A. M. (ed.) International scientific and practical conference “Cultures and languages of the Far East: study and education”, Irkutsk: MSU EALI, 2015, pp. 282–290. (in Russ.)
- Ho, O. A.** Wine Culture in China: A Monograph. Moscow: VKN Publishing House, 2020, 194 p. (in Russ.)
- Zhang, Mian.** Phraseologisms and proverbs with the component “hospitality” in Russian and Chinese. Bulletin of the Bashkir University, 2017, no. 3, pp. 829–834. (in Russ.)
- Zhao, Zhiqiang.** Functional-parametric description of phraseological units in Russian and Chinese: Abstract of the thesis. dis. ... cand. philol. Sciences. Moscow, 2012, 19 p. (in Russ.)
- 刘明涛. 燕园中国成语字典. 中国黑龙江, 2002. (in Chin.)

Sources

- Large Chinese-Russian Dictionary of the Russian Graphic System: in 4 vol. About. 250,000 words and expressions; Ed. by I. M. Oshanin. M.: Nauka, 1983–1984.
- Large phraseological dictionary of the Russian language. Meaning. Usage. Cultural commentary; Ed. by V. N. Telia. M.: AST-PRESS-BOOK, 2009. 784 p.
- Dahl V. I.** Proverbs of the Russian people: a collection: in 2 vols. Moscow: Khudozhestvennaya lit., 1989.
- Dahl V. I.** Explanatory Dictionary of the Living Great Russian Language: in 4 vols. Moscow: Russian language, 1978–1980.
- Kolesov V. V.** Dictionary of the Russian mentality: in 2 vols. SPb.: Zlatoust, 2014.
- A Brief Dictionary of Understatements-Innoculations of Modern Chinese; Ed. by M. G. Pryadokhin. Moscow: Vostok-West AST, 2001. 218 p.
- The Explanatory Dictionary of the Russian Language, including data on the origin of words; Ed. by N. Y. Shvedova. Moscow: Azbukovnik, 2011. 1164 p.
- 中国成语词典 [Big dictionary of Chinese phraseology]. Shanghai: Shanghai Qishu Publishing House, 1986. 1694 p.
- 在线成语字典 [Big Chinese Dictionary of Phraseology] [Online]. URL: <http://cy.5156edu.com/serach.php>.
- 汉语歇后语词典. 北京. 商务印书馆国际有限公司, 2006. [Dictionary of understatements [sehoyu] of the Chinese language. Beijing, 2006]. 1985 p.
- 刘明涛. 燕园中国成语字典. 中国黑龙江, 2002. [Liu Mintao. dictionary of Chinese yanyuan idioms. heilongjiang, China, 2002]. 964 p.

Информация об авторе

Ма Лун, кандидат филологических наук, доцент кафедры мировых языков, Витебский государственный университет им. П. М. Машерова, Витебск, Беларусь

Information about the Author

Ma Long, Candidate of Sciences (Philology), Masherov Vitebsk State University, Vitebsk, Belarus

*Статья поступила в редакцию 18.08.2022;
одобрена после рецензирования 30.10.2022; принята к публикации 05.11.2022*

*The article was submitted 18.08.2022;
approved after reviewing 30.10.2022; accepted for publication 05.11.2022*