

# Культурные коннотации русских и китайских фразеологизмов с номинациями безалкогольных напитков

Ма Лун

Учреждение образования «Витебский государственный университет  
имени П.М. Машерова», Витебск

*В данной статье исследуются фразеологизмы русского и китайского языков с номинациями безалкогольных напитков, образующие отдельную группу в составе тематического поля «Пища».*

*Цель статьи – выявить национально-культурную специфику в семантике и образности данных единиц, изучив их в русле лингвокультурологической и антропоцентрической парадигмы.*

**Материал и методы.** 70 русских и 51 китайский фразеологизм с номинациями безалкогольных напитков получены путем сплошной выборки из фразеологических, толковых и лингвистических словарей. Основу методологии исследования составили сравнительно-описательный метод, прием культурно-исторической и семантической интерпретации.

**Результаты и их обсуждение.** Отличительной чертой русских фразеологизмов являются разнообразные номинации безалкогольных напитков, наличие уменьшительно-ласкательных вариантов наименований, противопоставление «алкогольным» номинациям с выраженной положительной коннотацией в составе одного выражения. Наибольшей фразеологической активностью обладают компоненты «квас» (50%) и «чай» (42%). В китайской фразеологии используется единственная номинация 茶 [chá] 'чай' (98%), все остальные включают в себя данную морфему и представлены в единичном экземпляре.

**Заключение.** Национально-культурная маркированность фразеологизмов с номинацией «чай» в русском и китайском языках обусловлена своеобразием традиций и обычаев, историей, типом мышления и восприятия действительности представителей двух различных лингвокультур.

**Ключевые слова:** русская фразеология, китайская фразеология, безалкогольные напитки, антропоцентризм, культурная коннотация, национально-культурная специфика.

(Ученые записки. – 2023. – Том 38. – С. 84–88)

## Cultural Connotations of Russian and Chinese Phraseological Units with Soft Drinks Nominations

Ma Long

Educational Establishment "Vitebsk State P.M. Masherov University", Vitebsk

*This article examines the phraseological units of the Russian and Chinese languages with the nominations of soft drinks, which form a separate group as part of the thematic field "Food".*

*The purpose of the article is to identify the national-cultural specifics in the semantics and imagery of these units by studying them in line with the linguistic and cultural and anthropocentric paradigm.*

**Material and methods.** 70 Russian and 51 Chinese phraseological units with soft drinks nominations were obtained by a continuous sampling from phraseological, explanatory and linguistic dictionaries. The basis of the research methodology was the comparative descriptive method, the method of cultural-historical and semantic interpretation.

**Findings and their discussion.** A distinctive feature of Russian phraseological units are various nominations of soft drinks, the presence of diminutive variants of names, the opposition of "alcoholic" nominations with a pronounced positive connotation as part of one expression. The components of "kvass" (50%) and "tea" (42%) have the greatest phraseological activity. In Chinese phraseology, the only nomination used is 茶 [chá] 'tea' (98%), all others include this morpheme and are presented in a single unit.

**Conclusion.** Phraseological units with the tea nomination in the Russian and Chinese languages differ in cultural connotations, which is due to the uniqueness of national traditions and customs, history, type of thinking and perception of the reality of representatives of two different linguistic cultures.

**Key words:** Russian phraseology, Chinese phraseology, anthropocentrism, soft drinks, cultural connotation, national-cultural specificity.

(Scientific notes. – 2023. – Vol. 38. – P. 84–88)

Лингвострановедческая теория слова, разработанная Е.М. Верещагиным и В.Г. Костомаровым [1], акцентирует внимание на анализе единиц языка, которые имеют реальные прототипы (идиозннические реалии) во внеязыковой действительности. В этой связи основной целью лингвокультурологического анализа фразеологических единиц (далее – ФЕ) является «выявление и описание коннотаций, эталонов, стереотипов и других культурных знаков, освоенных народом – носителем языка» [2, с. 215].

Национально-культурное своеобразие фразеологизмов русского и китайского языков, принадлежащих к тематическому полю (далее – ТП) «Пища», служит объектом специального изучения в немногочисленных работах. В частности, в статье Ли Гуаньхуа предпринята попытка классифицировать русские ФЕ с компонентом «еда» с лингвокультурологических позиций [3]. В работе Л.В. Борисовой производится когнитивно-дискурсивный анализ слов и устойчивых сочетаний, репрезентирующих концепт «напитки» в русской языковой картине мира [4]. Придерживаясь точки зрения Ф.Х. Тарасовой, которую мы также разделяем, что «пищевой код культуры является одним из базовых, а концептуальная сфера “еда” служит богатым источником метафорической интерпретации различных сфер действительности, средством метафорической характеристики человека и его свойств» [5, с. 32], автор особое внимание уделяет безалкогольным напиткам в русской языковой картине мира.

В ряде работ внимание акцентируется только на одном напитке, являющемся традиционным как для русской, так и для китайской лингвокультуры – чае [6; 7].

Недостаточность комплексных работ сопоставительного характера, посвященных изучению с лингвокультурологических и когнитивных позиций русских и китайских ФЕ с номинациями безалкогольных напитков как фрагмента языковой картины мира двух генетически и структурно отдаленных языков, обусловила актуальность нашего исследования. Под *тематическим полем* мы понимаем «совокупность языковых единиц, которые имеют общее содержание и отражают понятийное, предметное или функциональное сходство обозначаемых явлений» [8, с. 380–381]. Данное понятие позволяет классифицировать и объединить по формальным признакам, с одной стороны, номинации, в семантике которых ключевой является «пищевая» сема, с другой стороны – ФЕ, которые имеют в своем составе «пищевой» компонент.

Цель статьи – путем сопоставительного анализа выявить национально-культурную специфику в содержании ФЕ, составляющих группу «безалкогольные напитки» в русской и китайской лингвокультурах. К задачам исследования относятся: описание

русских и китайских ФЕ с позиций методологических принципов антропоцентризма; установление степени их фразеоактивности; выявление национального своеобразия фразеологизмов с культурно-маркированными компонентами.

**Материал и методы.** В работе были использованы сравнительный анализ, описательный метод, классификации и систематизации материала; прием культурно-исторической интерпретации; методика семантической интерпретации.

Материалом исследования послужили ФЕ (70 русских и 51 китайская) с номинацией (номинациями) безалкогольных напитков, морфологически выраженной именем существительным, полученные путем сплошной выборки из фразеологических, толковых, семантических и лингвистических словарей.

**Результаты и их обсуждение.** Анализ русских фразеологизмов ТП «Пища» позволил нам выделить в отдельную группу «безалкогольные напитки» 70 устойчивых выражений с номинациями, которые воспринимаются как характерные именно для русской лингвокультуры, во-вторых – напитков, известных многим гастрономическим традициям, однако в пищевой культуре русских получивших особое преломление, выразившееся в способах приготовления, особенностях употребления и т.д. Это такие номинации, как *квас, кислые щи, сыта, сбитень, морс, чай, кофе*.

ФЕ с компонентом *кисель* (18 единиц), который рядом исследователей рассматривается в составе семантического поля концепта «напитки» [9], были включены нами в тематическую группу «мучнистые изделия» на основании того, что к напиткам относится лишь ягодно-фруктовый кисель на крахмале, а национальным русским блюдом издревле являлся «мучной кисель, который и в наше время кулинары причисляют к первым блюдам или кашам» [10, с. 29–30].

Наибольшей фразеоактивностью обладает номинация-компонент *квас (квасок)* – 35 ФЕ (50% от всех единиц). Антропоцентрический характер фразеологизмов с данным компонентом выражается в оценке личностных качеств, особенностей характера и поведения человека, его эмоциональном и психическом состоянии, в ситуациях социального взаимодействия, напр.: *Есть и квас, да не про вас; Не чванься (смейся) квас, не лучше нас; С воды пьян живет, с квасу бесится* и др.

Ряд фразеологизмов служит для характеристики:

1) процесса приготовления и особенностей данного напитка: *Квас вор: воду в жбан свел, а сам ушел* (о дурном квасе); *Где квас, там и гуща; Час придет – и квас дойдет; Коли выйдет – будет пиво, а не выйдет – квас; Удастся квас, а не удастся – кислые щи*.

2) бедной крестьянской жизни: *Когда с припасом, а то и с квасом; Часом с квасом, порой с водой;*

Не все с сахарком – часом и с кваском; Ешь щи с мясом, а нет, так хлеб с квасом; Кроме квасу нет запасу.

Следующей номинацией в составе ФЕ данной группы выступает **чай** (**чаек**) (30 ФЕ – 42% от всех единиц), обозначающей напиток, который в пищевой традиции русских отличается способом приготовления и употребления. К традициям русского чаепития относятся:

1) добавление сахара или алкоголя (крепкие настойки, бальзамы) в чай;

2) питье вприкуску со сладостями (медом, вареньем, пряниками), пирогами, калачами нашли отражение во фразеологии: **Чай да сахар!** (прост.; приветствие пьющим чай); **Пить чаек вприглядку** (шутл. ирон. в значении без сахара, а только смотря на него) и др.

Особенностью русской лингвокультуры является восприятие чаепития как праздного времяпрепровождения, время отдыха, противопоставляемого тяжелому труду: **Чаи гонять** (прост.; распивать чай не торопясь, с удовольствием); **Чай пить – не дрова рубить** (говорится в ответ на приглашение выпить чаю); **За чайкой чая** ('в свободное время, на досуге') и др.

Безалкогольные напитки в русских ФЕ противопоставляются алкогольным, оппозиция «чай–спиртное» происходит на эмоционально-оценочном уровне: **Чай и кофе не по нутру, была б водка поутру**; **Чай не хмельное, не разберет**; **С чая лиха не бывает (лиха не живет)**.

Особый интерес представляют ФЕ, совмещающие в себе две номинации – **чай** и **кофе**, и одно устойчивое выражением с номинацией **кофе**, в которых оставили след старообрядческие обычаи и традиции: **Чай проклят на трех соборах, а кофе на семи**; **Кто пьет чай, тот спасения не чай**; **Кто кофе пьет, того бог (гром) убьет**.

С компонентом **сыта** выявлено 3 ФЕ, в одной из которых дается физическая характеристика человека: **С калача лицо белеет, а с сыты краснеет**. Символическое значение напитка как чего-то простого и легко доступного использовалось для иронической оценки возникшего причудливого и неисполнимого желания: **Захотел птичьего молока. Подой, да чтоб была медвяна сыта**.

С номинациями **сбитень** и **морс** зафиксировано по одной поговорке: **Вот сбитень, вот горячий – пьет приказный, пьет подьячий**; **Не мутясь, и морс не становится**.

Из обозначений безалкогольных напитков в китайских фразеологизмах ТП «Пища» (всего 51 ФЕ) в качестве компонентов используется единственная номинация **茶** [chá] ('чай'). В отдельных случаях встречаются номинации, содержащие иероглиф **茶** ('чай'): **茶叶** [chá yè] ('чай, чайнка, чайный лист') – 3 ФЕ, **面茶** [miàn chá] ('чай по-монгольски' (заправленный мукой и маслом)) – 1 ФЕ.

По утверждению китайского исследователя чайной культуры Чжоу Сяовэй, чай в Китае – патриарх

среди напитков, а чайная церемония является «воплощением исконно китайской идеи о тесной взаимосвязи материального и духовного» [11, с. 159].

Важность и ценность чая как продукта ежедневного потребления нашло отражение в устойчивых выражениях: **宁可三日无盐, 不可一日无茶** (букв. *лучше три дня без соли, чем один день без чая*); **当家才知茶米贵, 养儿方知报家恩** (букв. *станешь главой семьи (будешь вести домашнее хозяйство) – узнаешь о цене на чай и рис, родишь ребенка, познаешь любовь семьи*) и др.

С помощью чая в китайской лингвокультуре создается образная характеристика бедной и богатой жизни: **残茶剩饭** (букв. *остаток чая, обьедки пищи*; 'бедная жизнь; скудная пища'); **残茶剩酒** (букв. *остатки чая и спиртного*; 'бедная жизнь; скудная пища'); **粗茶淡饭** (букв. *плохо заваренный чай и скудная пища*; 'скромно питаться'; 'неприхотливая еда'; 'простая жизнь'); **柴米油盐酱醋茶** (букв. *семь простых вещей повседневного быта: дрова, рис, масло, соль, соус, уксус, чай*; 'простая жизнь'; 'необходимый минимум'); **浪酒闲茶** (букв. *безудержно (излишне) употреблять вино и расточительно расходовать чай*; 'вести разгульный образ жизни и предаваться излишествам'); **饭来张口, 茶来伸手** (букв. *еда сама приходит в раскрытый рот, чай прилагается*; 'жить на всем готовом').

Момент употребления чая в китайской лингвокультуре воспринимается как важная составляющая ритуала, церемонии, медитации и самопознания, дружеской беседы и делового общения, решения споров и заключения торговых договоров, т.е. это время, когда люди заняты важными делами: **茶余饭饱** (букв. *после чая и пищи досыта (вдоволь)*; 'в свободное время, на досуге, в часы праздности'); **茶余饭后** (букв. *в остальное время после чая и пищи*; 'в свободное время, на досуге'); **闲茶浪酒** (букв. *быть свободным после чая и спиртного*); **酒余茶后** (букв. *после спиртного и чая*; 'в свободное время, на досуге').

Китайская культура чаепития включала в себя искусство выращивания чая, чайную церемонию и своеобразную философию чаепития, которое сопровождалось сочинением и декламированием стихов, музицированием, созерцанием красоты природы [12], что подтверждает фразеологизм **无茶不成仪** (букв. *без чая нет церемонии*).

Китайские фразеологизмы как носители культурной информации аккумулировали в себе традиции и обряды китайского народа: **三茶六礼** (букв. *три сорта чая и шесть ритуальных церемоний (совершеннолетие, бракосочетание, траур, жертвоприношение, пириество с чествованием, визиты)*); – **女不吃两家茶** (букв. *одна девушка не пьет чай в двух домах; одна невеста не принимает чай дважды (не выходит замуж два раза)*). Данное устойчивое выражение отражает древний китайский обычай, в соответствии с которым во время обручения мужчина должен был

подарить невесте (ее родителям) чай, принятие этого дара означало согласие на брак.

По мере развития китайской культуры чаепития формировался определенный свод правил и требований: как правильно заваривать, наливать, подавать и пить данный напиток. Особое внимание уделяли температуре и качеству воды, которая использовалась для раскрытия вкусовых качеств чайного листа, также чайную чашку следовало наполнять лишь на 70%. Данные национально-культурные особенности зафиксированы во ФЕ: 冷水泡茶 – 没味儿 (букв. сырой (холодной) водой заваривать чай – безвкусный; ‘пресный; неинтересный’); ‘не находить удовольствия в чем-л.’); 酒满敬人, 茶满欺人 (букв. наливать спиртное до самого верха – выразить уважение, наливать чай наоборот, чтобы не обидеть).

В китайской фразеологии чай как целебный напиток противопоставляется негативному воздействию на человека спиртного: 茶喝多了养性, 酒喝多了伤身 (букв. чай развивает природные данные, воспитывает характер, спиртное вредит здоровью; ‘пить чай для здоровья полезно, пить спиртное – вредно’); 清茶胜酒, 友谊更久 (букв. простой чай лучше спиртного, дружба дольше и крепче).

Устойчивые выражения содержат и рекомендации о правильном времени и количестве употребления чая: 不饮隔夜茶, 不喝过量酒 (букв. не пейте чай на ночь, не пейте без меры алкоголь); 三伏天喝凉茶 – 正是时候 (букв. в максимальную летнюю жару фуцзянь есть жидкую пищу и пить холодный чай – в самый раз; ‘прийтись кстати; в самое время’); 三九天吃热茶 – 有冷有热 (букв. в период сильных холодов пить горячий чай – в холодном иметь горячее).

Антропоцентрический характер ФЕ с компонентом-номинацией чай в китайской фразеологии выражается в указании на психологическое и эмоциональное состояние, умственную деятельность, личностные качества и черты характера человека, затрагивая также сферу межличностных отношений, социальное взаимодействие между людьми.

Например, 茶饭无心 (букв. нет желания пить чай и есть пищу; ‘отсутствие настроения, состояние тоски’); 茶里放盐 – 惹人嫌 (咸) (букв. солить чай – быть недовольным, испытывать отвращение [слова 咸 [xián] (‘солёный, засолённый’) и 嫌 [xián] (‘быть недовольным’) по-китайски произносятся одинаково, т.е. являются омофонами; на основе омофонии слово ‘солёный’ приобретает в контексте значение ‘быть недовольным, испытывать отвращение’]; 皮球掉进面茶里 – 说他混蛋, 他还一肚子气 (букв. мяч упал в чай по-монгольски – говорить [мячу] «болван (дурак)», ‘сильно сердиться’); 人走茶凉 (букв. человек ушел, чай остыл; ‘ушедшего быстро забывают’); 拿着黄连当茶喝 – 自讨苦吃 (букв. пить коптис китайский как чай – пострадать по своей же вине, ‘самому напроситься на неприятности’).

**Заключение.** Характерными особенностями ФЕ с номинациями безалкогольных напитков в русском языке являются:

1) разнообразие номинаций: *квас, сыта, кислые щи, чай, кофе, сбитень, морс*;

2) наибольшей фразеоактивностью обладает номинация *квас*, что свидетельствует о значимости данного напитка в гастрономическом коде русской культуры;

3) в образном значении русских фразеологизмов с данным компонентом содержится несколько аспектов:

– исторический, бытовой, производственный, традиционный;

– с лингвокультурологических позиций коннотации русского кваса близки китайскому чаю, что находит подтверждение в следующем:

а) оба напитка являются исконно национальными и повседневными;

б) имеют богатую историю и широкую культуру потребления;

в) служат символом гостеприимства;

г) фразеологизмы с компонентами *квас* и *чай* обладают ярко выраженным антропоцентризмом;

4) использование нескольких компонентов-номинаций в составе одного устойчивого выражения;

5) противопоставление безалкогольных номинаций алкогольным с выраженной положительной коннотацией;

6) наличие уменьшительно-ласкательных форм номинаций: *квасок, чаек*.

В свою очередь характерными национально-культурными особенностями китайских ФЕ тематической группы «безалкогольные напитки» являются:

1) наличие всего одной номинации в составе – *茶 [chá] (‘чай’)*;

2) превалирование почти в два раза над русскими устойчивыми выражениями с данной номинацией (соответственно 51:30), что свидетельствует о более богатой истории и культуре чая в Китае;

3) использование одновременно двух компонентов *酒 [jiǔ] спиртное* и *茶 [chá] чай*, свидетельствующих о важности данных напитков для китайской культуры; в некоторых случаях они дополняют друг друга: *浪酒闲茶* (букв. безудержно (излишне) употреблять вино и расточительно расходовать чай); в иных моментах противопоставляются: *茶喝多了养性, 酒喝多了伤身* (букв. пить чай для здоровья полезно, а пить спиртное (водку) – вредно). Своеобразие оппозиции «чай–спиртное» в китайской фразеологии связано с правилами чайной церемонии и культурой винопития (алкогольным этикетом), полезным/вредным влиянием данных напитков на здоровье человека и воздействием на межличностное общение, обусловленных китайской традиционной культурой и конфуцианством, в основе которых лежат мировоззренческие понятия «этикет», «благопристойность», «учтивость».

---

В китайских устойчивых выражениях главный акцент делается на церемонии и искусстве чаепития, а в русских основное внимание уделяется пиршеским традициям – чайным застольям и посиделкам.

### Литература

1. Верещагин, Е.М. Лингвострановедческая теория слова / Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров. – М.: Русский язык, 1980. – 320 с.
2. Телия, В.Н. Русская фразеология: семантический, парадигматический и лингвокультурологический аспекты / В.Н. Телия. – М., 1996. – 288 с.
3. Ли, Гуаньхуа. Опыт лингвокультурологического и семантического описания русской фразеологической картины мира (на примере единиц с компонентом «еда») / Гуаньхуа Ли // Учен. записки Таврич. нац. ун-та имени В.И. Вернадского. – 2011. – Т. 24, № 1. – Ч. I. – С. 46–53.
4. Борисова, Л.В. Концепт «напитки» в кулинарном коде культуры / Л.В. Борисова // Вестн. Моск. гос. обл. ун-та. Сер.: Рус. филология. – 2013. – № 4. – С. 2–12.
5. Тарасова, Ф.Х. Паремии с компонентом «пища» в татарском, русском и английском языках: лингвокультурологический и когнитивно-прагматический аспекты: монография / Ф.Х. Тарасова. – Казань: РИЦ «Школа», 2012. – 178 с.
6. Цзоу, Сюэцян. Лингвокультурная специфика концепта «чай» и её учет в обучении русскому языку китайских студентов: автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.02 / Сюэцян Цзоу; Рос. гос. пед. ун-т. – СПб., 2007. – 22 с.
7. Василенко, А.П. Культурологический комментарий компонента ЧАЙ (thé, tea, 茶) во фразеологизмах русского, французского, английского и китайского языков / А.П. Василенко, В.С. Рыбакина // Филологический аспект. – 2022. – № 4(84). – С. 56–60.
8. Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В.Н. Ярцева. – М.: Совет. Энцикл., 1990. – 685 с.
9. Комова, Т.А. Концепты языка в контексте истории и культуры: [англ. яз.]: курс лекций. – М.: МАКС Пресс, 2003. – 119 с.
10. Лутовинова, И.С. Слово о пище русской / И.С. Лутовинова / Т.А. Комова. – 2-е изд., перераб. – СПб.: Авалон: Азбука-классика, 2005. – 285 с.
11. Чжоу, Сяовэй. Исследования чайной культуры в Древнем Китае / Сяовэй Чжоу // Гуманитарный вектор. – 2017. – № 12(3). – С. 157–161.
12. Ван, Лин. Китайское искусство чаепития: пер. с англ. / Лин Ван. – М.: Центрполиграф, 2003. – 239 с.

Поступила в редакцию 13.11.2023