

ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ВОСПРИЯТИЯ РУССКИХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ В ПОСЛОВНОМ ПЕРЕВОДЕ НА КИТАЙСКИЙ ЯЗЫК

С помощью психолингвистического эксперимента исследуется характер восприятия иноязычных (русских) фразеологизмов в буквальном переводе на китайский язык. На основе анализа и обобщения данных, содержащихся в исследовании, выявлен целый комплекс структурных и семантических признаков фразеологических единиц, оказывающих влияние на восприятие и идентификацию значения фразеологизмов.

Ключевые слова: фразеологическая единица, психолингвистический эксперимент, восприятие, внутренняя форма, внутриязыковая и межъязыковая образность, национально-культурная специфика.

В последнее время вполне закономерна экспансия психолингвистических методов в современную фразеологию и осуществление попыток разрешить наболевшие вопросы с привлечением носителей языка. В исследованиях, так или иначе связанных с проблемами функционирования в лексиконе фразеологических единиц (ФЕ), преследуются различные цели и ставится ряд задач, которые дали новый толчок к изучению вопросов, касающихся оснований фразеологической теории, таких как определение понятия ФЕ, объема фразеологии, устойчивости, идиоматичности.

По мнению А. А. Залевской, одних авторов преимущественно интересует вопрос, хранятся ли идиомы в специальном «отсеке» лексикона или функционируют просто как специфические (длинные) лексические единицы; другие пытаются выяснить, какой путь «прочтения» идиомы человек выбирает первым: буквальный или переносный; некоторых авторов волнует, разлагаются ли фразеологизмы на составляющие их компоненты в процессах понимания; для кого-то прежде всего важны лежащие за пониманием идиомы базовые когнитивные процессы; исследуются также разнообразные стратегии и опоры, используемые при понимании ФЕ [1].

В нашем исследовании выбор процедур для создания экспериментальных ситуаций был обусловлен стремлением выявить, во-первых, влияние внутренней формы, внутриязыковой и межъязыковой образности на восприятие фразеологизмов в подстрочном переводе; во-вторых, выделить стратегии, на которые ориентируются носители китайского языка при восприятии русских фразеологических единиц в их пословном переводе на родной язык, в-третьих, определить национальную специфику, заключенную в ФЕ русского языка.

Анализ лингвистических данных свидетельствует о том, что в современных исследованиях, выполненных в русле когнитивной парадигмы, изучение внутренней формы приобретает особую актуальность, так как именно она, по мнению

Д. О. Добровольского, «наиболее непосредственно сохраняет семантическую связь языковой структуры со стоящей за ней когнитивной структурой» (цит. по [2]). В нашем исследовании под внутренней формой понимается «характер связи звукового состава слова и его первоначального значения, семантическая или структурная соотнесенность составляющих слово морфем с другими морфемами данного языка, а также способ мотивировки значения в данном слове» [3].

Для некоторых ученых трудность с определением понятия «образность» обусловлена тем, что суть этого явления лежит за пределами языка в обычном понимании данного феномена, а поэтому является не предметом лингвистического исследования, а объектом исследования психолингвистического. Такое видение согласуется с представлением Ю. Н. Караулова о так называемом языке мысли [4]. Он рассматривает язык мысли в качестве промежуточного языка между вербальной речью и языком мозга и отмечает, что эта область является линейной. Поэтому внутренняя форма и образность лежат как бы в разных плоскостях и относятся к различным структурам. Однако использование явлений, несводимых друг к другу, оказывается продуктивным при исследованиях в таких случаях, когда наряду с системным материалом представлена область восприятия. Уместно отметить, что «образность можно рассматривать не только с точки зрения собственных свойств языка, но и с позиции восприятия носителя» [5].

Понятие «образ» рассматривается в данной работе согласно трактовке, предлагаемой когнитивной психологией, в которой «образ – как картинка в голове... причем картинка не в буквальном смысле, а возникающая в воображении человека, являющаяся аналогом сцены из реального мира» [6]. Следовательно, образность рассматривается в межъязыковом пространстве русского и китайского языков как свойство языкового сознания носителя. Однако образность в отличие от внутренней формы по своей сути неоднородна, так как в ней объединены как языковые, так психические свойства.

Межъязыковая образность – это общность представлений (в форме образов, фреймов, картин), возникающих у разноязычных носителей при предъявлении языковых единиц сложной структуры (в нашем случае – фразеологизмов). Отметим, что тождественная межъязыковая образность трактуется как универсальное явление, которое в отличие от внутриязыковой образности определяется не через формальную близость внутренней формы в разных языках, а с опорой на соотносительность представлений в сознании различных носителей. Этот тип образности может быть определен как психолингвистическая категория [5]. В подтверждение сказанного уместно будет привести цитату А. А. Залевской, утверждающей, что «самое тщательное и детальное сопоставление языковых систем не может обеспечить достижение межъязыковых и межкультурных сопоставлений. В этой связи закономерным оказалось обращение к носителям языка» [7].

Таким образом, совмещение внутренней формы, внутриязыковой образности и межъязыковой образности в рамках настоящего исследования представляется вполне целесообразным, поскольку данные понятия являются одними из важнейших элементов, которые влияют на выявление национально-культурной специфики фразеологического знака, так как включены в процесс восприятия.

Целью данного направленного психолингвистического эксперимента было проследить степень влияния внутренней формы и образности на восприятие русских фразеологизмов в буквальном переводе на китайский язык носителями китайского языка. Материалом для эксперимента послужили 25 русских фразеологизмов, содержащих в себе компоненты-символы или образы-эталоны, которые провоцируют различную интерпретацию данных единиц членами отдельных лингвокультурных общностей. По мнению психологов [8–10], данное количество является оптимальным при проведении эксперимента. Информантами выступили носители китайского языка, бакалавры направления «Русский язык», слушатели курсов РКИ довузовской подготовки очной формы обучения Приамурского государственного университета имени Шолом-Алейхема. Задание формулировалось следующим образом: «Представленные вам русские фразеологизмы в пословном переводе на китайский язык имеют китайские аналоги. Приведите китайский фразеологизм, а если вы не можете подобрать аналог, однако вам понятно фразеологическое значение русской единицы – укажите его».

В результате эксперимента было получено 1 128 реакций. При подсчете данных учитывались правильные соотношения в независимости от формы их представления. Поскольку при определении

фразеологизма мы не ограничивали информантов в способах выражения реакций, то в некоторых случаях они описывали значение ФЕ, например рус. *тайное станет явным* – китайский аналог *秘密的事儿能当明显的* «вода спадет, камни обнажатся» (варианты: «нет той стены, через которую не прошел бы ветер; сердце знает, животу ясно»). При определении правильности (неправильности) реакций ориентировались на кодифицированное значение данного русского фразеологизма согласно статьям из словарей [11–16].

Для удобства анализа весь полученный материал был разделен на три группы в зависимости от правильности (более 50 % опознавания), приближенности (30–50 %), неправильности идентификации (ниже 30 %).

1-я группа. Фразеологизмы с высокой степенью идентификации. Анализ результатов дефиниций позволяет отметить, что в приведенных китайских фразеологизмах наблюдается достаточно разнообразная внутренняя форма, порождающая сходную образность в сознании носителей китайского языка; аналогичная структура при наличии общности родового признака одного из элементов; частичное совпадение в лексико-семантической представленности. Проиллюстрируем рядом примеров:

– *искать иголку в стоге сена* – 海底捞针 букв. «вылавливать булавку на дне морском» (95,7 %);

– *рыба ищет, где глубже, а человек, где лучше* – 人往高处走, 水往低处流 букв. «человек идет вверх, а вода течет вниз». На данный фразеологизм информанты дали верный ответ – 95,7 %;

– *на устах мед, а на сердце лед* – 口蜜腹剑 букв. «на устах мед, а за пазухой меч» (82,6 %);

– *метать бисер перед свиньями* – 猪子前扔[投]朱 букв. «игра на лютне перед быком», информанты предложили свой вариант «читать ослу буддийский канон» (50 %), который является кодифицированным синонимом предложенному фразеологизму.

К данной группе фразеологизмов с высокой степенью идентификации также были отнесены фразеологизмы, реакции на которые (в виде фразеологизма, словосочетания и слова) приближены к правильному значению:

– *лучше славная смерть, чем жизнь в бесчестии* – 宁为玉碎, 不为瓦全 букв. «лучше быть разбитой яшмой, чем целой черепицей» был опознан как «лучше стоя умереть, чем жить на коленях; лучше быть легкой пушинкой, чем толстой шерстинкой; пожертвовать собой во имя долга; хорошая смерть лучше, чем горькая жизнь» (90 %);

– *и на солнце есть пятна* – 大醇小疵 букв. «в хорошем вине небольшой привкус» информанты предложили такие синонимы, как «человек не может быть совершенен; не бывает ничего

абсолютно правильного; золото не может стать красным» (87,5 %);

– *строить воздушные замки* – 系风捕影 букв. «связывать ветер и ловить тень» (84 %), на предложенный фразеологизм реципиентами были представлены следующие синонимы «воздушные замки; в уме все гладко, а на деле непросто; призрак океана (глубин) (то, что не может быть на самом деле)»;

– *тайное станет явным* – 水落石出 букв. «вода спадет, камни обнаружатся», на данный фразеологизм были даны адекватные трактовки: «нет той стены, через которую не прошел бы ветер; сердце знает, животу ясно (то есть узнает хоть один человек, то узнают и все)» (68 %);

– *у страха глаза велики* – 杯弓蛇影 букв. «в винной чаше тень от лука наподобие змеи», информантами были предложены объяснения указанного фразеологизма: «испуг, очень сильно испугаться» (62,5 %);

– *и на старуху бывает проруха* – 老太太有时候有毛病 букв. «тигр идет, да иногда вздремнет», предложены такие синонимы, как «хорошие и плохие времена; один день кот, другой день собака» и фразеологизм *ни зги не видно* – 伸手不见五指 букв. «на расстоянии вытянутой руки не увидеть свои пять пальцев», представлены следующие синонимы: «темным темно; ничего не видно; не увидеть даже и птицу в темноте». Количество правильных реакций в процентном соотношении занимают равную позицию – 56,5 %;

– *кто старое помянет, тому глаз вон* – 不咎既往 букв. «не обвинять за прошлое», было предложено выражение «вспомнить о прежнем» (53 %);

– *яблоко от яблони недалеко падает* – 龙生龙子, 虎生虎子 букв. «дракон родит дракона, а тигр тигра», реципиентами был дан русский фразеологизм «яблоко от яблони недалеко падает» (52 %);

– *яблоку негде упасть* – 摩肩接踵 букв. «тереться плечами и соприкасаться ногами», предложены такие приближенные значения правильным вариантам данного фразеологизма «бесконечное море голов; иголку негде воткнуть; никуда невозможно деться (пойти); всюдность» (50 %).

Несмотря на то что в предложенных стимулах лексический состав не совпадает с соответствующими китайскими ФЕ, в некоторых случаях сходная грамматическая структура (например, *рыба ищет, где глубже, а человек, где лучше* – 人往高处走, 水往低处流 букв. «человек идет вверх, а вода течет вниз»; *лучше славная смерть, чем жизнь в бесчестии* – 宁为玉碎, 不为瓦全 букв. «лучше быть разбитой яшмой, чем целой черепицей») был предложен частичный аналог как «лучше стоя умереть, чем жить на коленях») и тождественная или достаточно близкая семантика ключевого слова во фразе-

ологизме (например, высокий уровень восприятия наблюдается у конгруэнтной пары ФЕ: китайский фразеологизм *вылавливать булаву на дне морском* сравним с русским «искать иголку в стоге сена», что объясняется не только сходным образом в основе данных ФЕ, тождественной грамматической структурой, но и совпадением достаточно близких семантических единиц «булавка / иголка») частично обеспечивают их правильное толкование носителями китайского языка. Очевидно, что образность, присутствующая во фразеологизмах, способна вызывать в сознании реципиентов наглядные представления, на фоне которых они воспринимают предметно-вещественное и понятийно-логическое содержание предложенных единиц. В данном случае можно утверждать, что характер восприятия зависит не только от особенностей структурной организации ФЕ, сохранности внутренней формы и присутствия образной составляющей, но и в значительной степени определяется наличием ментального «межъязыкового» представления, условно обозначенного как «межъязыковая образность».

2-я группа. Фразеологизмы со средней степенью идентификации. Анализируя результаты реакций, реципиенты использовали частичный аналог в форме фразеологизма. Правильно были опознаны только две ФЕ, а именно: *у страха глаза велики* – 杯弓蛇影 букв. «в винной чаше тень от лука наподобие змеи» и *смотреть со своей колокольни* – 坐井观天 букв. «сидеть в колодце и наблюдать небо», которые составили по 37,5 %.

Приближенной к правильному значению была дана реакция на фразеологизм *яйца курицу не учат* – 班门弄斧 букв. «хвастаться перед Лу Банем умением владеть топором» – «сыны не должны поучать родителей; сыны отцам не перечат; почитать старших» (35 %). Возможно, несходство грамматической структуры, отсутствие ключевых слов в лексико-семантической представленности ФЕ не позволили информантам найти правильный аналог в родном языке, но при этом не явилось препятствием для опознавания семантики идиомы.

3-я группа. Фразеологизмы с низкой степенью идентификации. При интерпретации результатов эксперимента пристальное внимание хотелось бы уделить данной группе фразеологизмов, в которую вошли единицы, получившие в основном низкий процент правильных реакций. Например, на фразеологизмы *святым духом сыт не будешь* – 画饼充饥 букв. «утолять голод нарисованной лепешкой» было дано всего лишь 3,9 % правильных реакций, 46 % реципиентов дали неверный вариант, а 42 % информантов отказались от ответа; *быть козлом отпущения* – 背黑锅 букв. «носить за спиной закопченный котел» – 16,6 % случаев правильных ответов и 54 % информантов дали

неправильные реакции (например, «ягненок, совершивший преступление»); *на воре и шапка горит* – 不打自招 букв. «выдать себя с головой» – 29,2 % реципиентов ответили верно, а 45,8 % ответили неверно (например, «играть с огнем и сгореть самому»).

Причина низкой опознаваемости кроется в том, что данные фразеологизмы обладают многозначной образностью, расхождениями в структурной и лексико-семантической представленности. Так, то, что ФЕ *святым духом сыт не будешь* показала низкий процент опознавания, легко объяснить различиями религиозных представлений русских и китайцев. Не являющимся христианами китайскоязычным носителям сложно дать адекватную трактовку компоненту «святой дух». А во фразеологизме *на воре и шапка горит* компонент «горит» ассоциируется, вероятно, с прямым значением указанного слова, что и породило такие реакции, как «играть с огнем и сгореть самому».

Несмотря на кажущуюся схожесть, на следующие идиомы не было дано ни одной правильной реакции: *всякому овощу свое время* – 瓜熟蒂落 букв. «когда тыква созревает, черенок отпадает» было дано 23 % неправильных ответов (например, китайскоязычными информантами приведено значение русского фразеологизма «хорошее пройдет быстро») и 23 % случаев осталось без ответа. Хотя здесь и присутствует общее родовое понятие «овощ/тыква», но информантами фразеологизм не был опознан. Примечательно и то, что в русском языке прослеживается некое «появление» действия, а в китайском – не только «появление», но и его «исчезновение».

Фразеологизм *в чужой монастырь со своим уставом не ходят* – 入国问禁 букв. «при въезде в чужую страну следует познакомиться с ее нравами и обычаями», информантами неправильно было опознано 48 % случаев, а 39 % осталось без ответа. Идиома *клин клином вышибать* – 以毒攻毒 букв. «применять яд в качестве противоядия», осталось без ответа 35 % случаев и 38 % информантов дали неверный ответ «как бы-то ни было, а расплачиваться придется самому»; *из огня да в полымя* – 出龙潭又入虎穴 букв. «выйти из пучины дракона и войти в логово тигра» – 56,5 % реципиентов дали неверный ответ: «от малой искры и степь можно поджечь; от малой искры и большой пожар возникнет; нет дыма без огня; нет волны без ветра», а 43,5 % случаев осталось без ответа.

По-видимому, у фразеологизма *из огня да в полымя* во внутренней форме кроется способность создавать весьма различные образы, ассоциации, связанные с активацией различных сем, потенци-

ально присутствующих в значении компонента *огонь*.

Полученные данные в результате анализа реакций позволяют говорить о том, что наблюдается несоответствие образной системы фразеологизмов китайского и русского языков. Хотя сами идиомы обладают потенциальной образностью, однако это свидетельствует об отсутствии межъязыкового образа. Доказательством этому подтверждению является тот факт, что совпадение ФЕ по семантике или структуре порождает сходную образность в сознании носителей китайского языка. Значит, восприятие образной системы чужого языка зависит от степени соотнесенности с образной системой родного языка испытуемого. Следовательно, при восприятии иноязычных фразеологических единиц информанты воспринимают внутреннюю форму, затем пытаются расшифровать ее на основе образности, структуры или на значениях отдельных компонентов фразеологизмов и лишь после этого вербализуют значения ФЕ. В случае неудачи фразеологизмы интерпретируются с опорой на грамматическую модель или на отдельные лексемы, вызывая правильное (частичное) или неправильное опознавание ФЕ.

Анализ результатов психолингвистического эксперимента позволил выделить следующие стратегии опознавания фразеологизмов носителями китайского языка: опора на внутреннюю форму, формирующую уровень идиоматичности и порождающую образную составляющую, отражающуюся в восприятии носителей в форме внутриязыковой и межъязыковой образности; сходство грамматической структуры; семантическая близость ключевых слов в лексико-семантической представленности ФЕ.

Таким образом, внутренняя форма является, как правило, основным ориентиром для восприятия фразеологизма при идентификации иноязычных ФЕ. Восприятие фразеологизмов родного языка строится на иной основе, поскольку чаще всего ФЕ автоматически усваивается в определенном контексте в процессе коммуникативной деятельности.

Опора только на грамматическую структурную организацию ФЕ оказывается результативной при наличии параллелизма синтаксических конструкций в двух языках. В ряде случаев опознавание строится с опорой на тождественную или достаточно близкую семантику ключевого слова во фразеологизме.

Выявленные стратегии, лежащие в основе восприятия иноязычных фразеологизмов в пословном переводе наряду с правильным опознаванием, могут провоцировать неверное восприятие ФЕ. Так, на русский фразеологизм *всякому овощу свое время*

в китайском 瓜熟蒂落 букв. «когда тыква созревает, черенок падает», несмотря на наличие общего родового понятия «овощ/тыква», не было дано ни одной правильной реакции китайскоязычных носителей.

Трудность при обработке данных эксперимента заключалась в том, как интерпретировать полученные реакции. В некоторых случаях вопрос о том, на какие стратегии опирались информанты при идентификации значения фразеологизмов, оставался открытым, например, русская ФЕ *искать иголку в стоге сена* сравнивается в китайском *вылавливать булавку на дне морском*. Можно предположить, что информанты одновременно реагировали на аналогичность грамматической структуры

и сходство общей семантики – «искать нечто маленькое в большом». К сожалению, из-за отсутствия точных, формализованных методов, связанных с исследованием семантики, такого рода трудности неизбежны.

Данное исследование послужило достижению определенных результатов в изучении взаимоотношений между характером образности и степенью ее проявленности во внутренней форме и является отправной точкой для дальнейших исследований по выявлению комплекса структурных и семантических признаков фразеологических единиц, оказывающих влияние на восприятие и идентификацию значения фразеологизмов на более обширном материале.

Список литературы

1. Залевская А. А. Введение в психолингвистику. М.: Российск. гос. гуманит. ун-т, 1999. С. 196.
2. Бабенко Н. С. D. Dobrovolskij. Idiome im mentalen Lexikon. Ziele und Methoden der kognitivbasierten Phraseologieforschung // Вопросы языкознания. 2000. № 1. С. 156–159.
3. Большая энциклопедия: в 62 т. М.: Терра, 2006. Т. 9. С. 418.
4. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. М.: Наука, 1987. С. 102.
5. Трофимова Е. Б. Образность в межкультурном пространстве: Речевая деятельность. Языковое сознание. Общающиеся личности. XV Международный симпозиум по психолингвистике и теории коммуникации. Тезисы докладов. Москва, 30 мая – 2 июня 2006 г. / ред. Е. Ф. Тарасов. Калуга: ИП Кошелев (Изд-во «Эйдос»). С. 302–303.
6. Большая энциклопедия: в 62 т. М.: Терра, 2006. Т. 33. С. 228.
7. Залевская А. А. Вопросы теории и практики межкультурных исследований // Этнокультурная специфика языкового сознания. М., 1996. С. 25.
8. Дружинин В. Н. Экспериментальная психология. СПб.: Питер, 2000. 320 с.
9. Никандров В. В. Экспериментальная психология: учеб. пособие. СПб.: Речь, 2003. 480 с.
10. Экспериментальная психология: практикум: уч. пособие для вузов / Т. Г. Богданова, Ю. Б. Гиппенрейтер, Е. Л. Григоренко и др.; под ред. С. Д. Смирнова, Т. В. Корниловой. М.: Аспект Пресс, 2002. 383 с.
11. Мелерович А. М., Мокиенко В. М. Фразеологизмы в русской речи // Словарь. М.: Русские словари, 1997. 864 с.
12. Сизов С. Ю. Китайско-русский словарь идиом. Более 6000 словосочетаний. М., 2005. 312 с.
13. Словарь фразеологических синонимов русского языка / под ред. проф. В. М. Мокиенко. (Соавт.: А. К. Бирих, Л. И. Степанова). Ростов н/Д: Феникс, 1997. 349 с.
14. Толковый словарь фразеологических синонимов русского языка / под ред. В. П. Жукова. М.: АСТ, Астрель, 2005. 448 с.
15. Малый словарь пословиц и поговорок китайского языка / Бянь (сост.) Вэнь Дуаньчжэн. Пекин: Шанью иньшугуань чубань, 1996. 347 с.
16. 中华成语熟语辞海 / 唐枢主编. 北京: 学苑出版社, 2001. 1514 页.

Павлова О. В., кандидат филологических наук, зав. кафедрой.

Приамурский государственный университет имени Шолом-Алейхема.

Пр. 60-летия СССР, 11–149, Биробиджан, Еврейская автономная область, Россия, 679000.

E-mail: wodeyoujian@mail.ru

Материал поступил в редакцию 18.03.2014.

О. В. Pavlova

EXPERIMENTAL STUDY OF PERCEPTION OF RUSSIAN PHRASEOLOGICAL UNITS IN WORD-BY-WORD TRANSLATION INTO THE CHINESE LANGUAGE

In the present article nature of perception of Russian phraseological units foreign in a literal translation into Chinese is investigated by means of the psycholinguistic experiment. The results of the experiment carried out by the author allowed to reveal the whole complex of structural and semantic signs of phraseological units influencing perception and identification of the meaning of phraseological unit.

Key words: *phraseological unit, psycholinguistic experiment, perception, internal form, intralinguistic and interlingual figurativeness, national-cultural specificity.*

References

1. Zalevskaya A. A. *The introduction to psycholinguistics*. Moscow, Rossiyskiy gos. umanit. un-t Publ., 1999. 196 p. (in Russian).
2. Babenko N. S. Dobrovol'skij D. Idiome im mentalen Lexikon. Ziele und Methoden der kognitivbasierten Phraseologieforschung. *Linguistic issues*, 2000, no. 1, pp. 156–159 (in Russian).
3. *Big encyclopedia*: 62 volumes. Moscow, Terra Publ., 2006. Vol. 9. 418 p. (in Russian).
4. Karaulov Y. N. *The Russian language and linguistic identity*. Moscow, Nauka Publ., 1987. 102 p. (in Russian).
5. Trofimova E. B. *Imagery in translingual field: Speaking Activity. Linguistic Comprehension. Personal communication*. The 15th International symposium on psycholinguistics and theory of communication. Theses of reports. Moscow, May, 30th – June, 2nd 2006. Editor E. F. Tarasov. Kaluga, IP Koshelev (Izd-vo «Eidos») Publ. Pp. 302–303 (in Russian).
6. *Big encyclopedia*: 62 volumes. Moscow, Terra Publ., 2006, vol. 33, p. 228 (in Russian).
7. Zalevskaya A. A. *The theoretical and practical issues of intercultural research. Ethnocultural peculiarities of linguistic comprehension*. Moscow, 1996. P. 25 (in Russian).
8. Drouzhinin V. N. *Experimental psychology*. St. Petersburg: Piter Publ., 2000. 320 p. (in Russian).
9. Nikandrov V. V. *Experimental psychology*. Tutorial. St. Petersburg, Rech Publ., 2003. 480 p. (in Russian).
10. *Experimental psychology: Practical work: Tutorial for universities*. T. G. Bogdanova, Y. B. Gippenreiter, E. L. Grigorenko and others; Edited by S. D. Smirnova, T. V. Kornilova. Moscow, Aspect Press, 2002. 383 p. (in Russian).
11. Melerovich A. M., Mokienko V. M. *Phraseologisms in the Russian speech*. Dictionary. Moscow, Russkie slovari Publ., 1997. 864 p. (in Russian).
12. Sizov S. Yu. *The Chinese-Russian dictionary of idioms. More than 6000 word collocations*. Moscow, 2005. 312 p.
13. *Dictionary of Russian phraseological synonyms*. Edited by Prof. V. M. Mokienko (Co-authors: A. K. Birikch, L. I. Stepanova). Rostov-on-Don: Feniks Publ., 1997. 349 p. (in Russian).
14. *Dictionary of Russian phraseological synonyms*. Edited by V. P. Zhukova. Moscow, AST, Astrel Publ., 2005. 448 p. (in Russian).
15. *Small dictionary of Chinese proverbs and sayings*. Byan' Ven' Duanchzhun. Beijing, Shan'u in'shuguan' chuban' Publ., 1996. 347 p.
16. 中华成语熟语辞海 / 唐枢主编. 北京: 学苑出版社, 2001. 1514 页。

Sholom-Aleichem Priamursky State University.

Ul. 60 let USSR, 11–149, Birobidjan, Jewish Autonomic Region, 679000.

E-mail: wodeyoujian@mail.ru