

ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ С ЛЕКСИЧЕСКОЙ ЕДИНИЦЕЙ «РЫБА» В НОРВЕЖСКОМ И ИСПАНСКОМ ЯЗЫКЕ

М.С. Никитина

*Национальный исследовательский технологический институт «МИСиС»,
г. Москва, Россия*

Статья посвящена вопросу влияния национально-культурных признаков и этнических ценностей на употребление фразеологизмов с лексической единицей «рыба» в речи норвежцев и испаноговорящих народов. В настоящем исследовании автор делает акцент на менталитет норвежского и испаноязычного этноса и аксиологический фактор, который находит отражение на фразеологическом уровне. Актуальность рассматриваемой темы обуславливается тем, что аксиолингвистический подход к исследованию факторов функционирования языка позволяет выявить этнические ценности народов и показать, как они детерминируют речь и поведение партнеров по общению, а также объясняют происхождение фразеологических единиц. Цель статьи – выделить национально-культурную специфику и ценностные представления норвежцев и испаноговорящих народов и проиллюстрировать их воздействие на использование фразеологических единиц в речевом акте в испанском и норвежском языке (букмол). Автор приходит к выводу, что ценностные представления норвежского и испаноязычного народа реализуются в ходе коммуникативного акта, определяют поведение коммуникантов и выбор определенных речевых средств. Для решения поставленной задачи использовались методы сплошной выборки, лингвистического наблюдения и описания. Материалом для анализа послужили примеры фразеологизмов, наиболее часто встречающихся в письменной и устной речи норвежцев и испаноговорящих этносов. На основании анализа изучаемого материала определена значимость ценностей «традиции и культура», «доверие» и «честность» и продемонстрированы различные способы их реализации. Результаты исследования представляют интерес для скандинавистики, испанистики, аксиолингвистики и общего языкознания и применимы для преподавания норвежского языка, межкультурной коммуникации и лингвокультурологии. Список использованной в ходе исследования литературы может служить хорошим справочным материалом при написании курсовых и дипломных работ в дальнейшем.

Ключевые слова: фразеологическая единица, ценность, традиции, культура, норвежский язык, испанский язык

Бурное развитие в последние годы ряда новых научных дисциплин, таких как лингвострановедение, лингвокультурология, лингвоаксиология, межкультурная коммуникация, этнопсихоллингвистика и др., подготовило почву для более глубокого анализа проблем национально-культурной специфики, касающихся различных сторон испанского языка и скандинавских языков. Национально-культурная специфика в норвежском и испанском языке, в первую очередь, находит свое отражение в возможностях языковых единиц выражать характерные черты культур данного этноса. Немалый интерес в этом плане представляют собой фразеологические единицы, поскольку они являются одним из важнейших средств выражения национально-культурной картины мира в этническом языке. На сегодняшний день можно даже говорить о фразеологическом направлении в лингвокультурологических и лингвоаксиологических исследованиях [8, с. 255, 261].

К сожалению, в скандинавистике и испанистике данная тема до сих пор еще очень мало разработана и изучена. В связи с этим цель нашего исследования заключается в том, чтобы выделить

национально-культурные особенности и ценности норвежского и испаноговорящего этноса и рассмотреть реализацию ценностных представлений на уровне фразеологизмов. Материалом исследования являются фразеологические единицы, наиболее употребительные среди норвежцев и испаноязычных этносов. В исследовании использованы методы лингвистического наблюдения и описания, которые позволили нам установить значимость ценностей для жителей Норвегии и стран Латинской Америки, и метод сплошной выборки при сборе языкового материала из двуязычных словарей, социальных сетей, службы новостей и норвежских и латиноамериканских сайтов.

На сегодняшний день в современной лингвистике существует целый ряд трактовок понятия «фразеологическая единица». В трудах Н.М. Шанского можно встретить следующее определение: фразеологизмы – это «фразеологические сращения (идиомы), фразеологические единства, фразеологические сочетания и фразеологические выражения (поговорки и пословицы)» [9, с. 25]. Ж. Марузо полагал, что фразеологизм является «объединением нескольких слов, образующих известного

рода лексическую единицу» [5, с. 180]. Давая определение понятию фразеологизм в настоящем исследовании, мы будем основываться на трактовке, данной отечественными языковедами Л.Ю. Буяновой и Е.Г. Коваленко. По их мнению, фразеологизм – это «несколько разнородных типов словосочетаний, объединенных выполняемой ими знаковой функцией, которые могут семантически «перетекать» друг в друга в своих периферийных сферах и вклиниваться в лексико-семантическую сферу языка» [3, с. 8].

В своем диссертационном исследовании «Оценочная лексика в вариантах полинационального языка» М.С. Никитина подчеркивает, что в традиционной лингвистике фразеологизмы принято рассматривать в двух аспектах: денотативном и коннотативном. При этом «денотативный аспект подразумевает процесс, связанный с категоризацией действительности на основе типового представления об обозначаемом, в то время как коннотативный аспект подразумевает функцию воздействия донести до адресата важность ценности элемента действительности, о котором идет речь. Таким образом, одной из основных функций фразеологизма является выражение отношения говорящего к другим людям, к предмету сообщения» [6, с. 102].

Немаловажно отметить, что во фразеологизме содержится объективная и субъективная оценка. «Субъективная оценка выражает эмоциональное восприятие. Объективная оценка строится на ценностных представлениях обозначаемого относительно норм, принятых в данной лингвокультурной общности. Именно поэтому изучение аксиологического компонента значения фразеологических единиц играет важную роль при описании ценностных представлений, которые выражают данные единицы» [6, с. 103].

Общеизвестно, что национально-культурные признаки формируются под влиянием мировосприятия и мышления, иначе говоря, под воздействием языковой картины мира этносов. «Именно экспрессивно окрашенные лексические единицы, в частности фразеологизмы, ярче и чаще других лингвистических единиц передают эти признаки. Фразеология выражает все, что связано с психологическим складом этноса, его историей, культурой, средой, внутренним миром, чувствами, эмоциями, ценностями и другими немаловажными факторами» [6, с. 103].

Если рассматривать норвежский язык, в частности букмол (bokmål), особое место среди фразеологизмов занимают выражения, содержащие лексическую единицу “fisk/ å fiske” (рыба/ рыбачить). Так, в большом норвежско-русском словаре под редакцией В.Д. Аракина даются следующие фразеологические единицы: “frisk som en fisk” (свеж, как огурчик), “fast fisk” (рыбка поймана), “stum som en fisk” (нем, как рыба), “føle seg som fisken i vannet” (чувствовать себя как рыба в воде),

“en vemmelig fisk” (отвратительный тип), “falle i fisk” (рассыпаться, перен. не удался, провалиться), “være fast (løs) i fisken” (быть безвольным, бесхарактерным), “det er hverken fugl eller fisk” (ни рыба ни мясо, ни то ни сё), “ingen fisk uten bein” (без труда не выловишь и рыбку из пруда), “å fiske” (поймать, заманить в свои сети), “å fiske etter komplimenter” (напрашиваться на комплименты), “å fiske i rørt vann” (ловить рыбу в мутной воде) и другие [1, с. 237–238].

Использование такого количества фразеологических единиц со словом «рыба» объясняется в первую очередь историей, географическим фактором, укладом, традициями и культурой норвежского этноса. По этому поводу Федон Линдберг пишет следующее: «Нет секрета в том, что традиции питания в Норвегии в значительной степени определялись исторически обусловленным доступом к продуктам в сочетании с хозяйственно-политическими интересами» [14, с. 35]. К этому можно добавить и территориальный фактор: «длина береговой линии по отношению к площади Норвегии колоссальна – 83 тыс. км, для сравнения: береговая линия островной Японии при практически той же площади страны почти втрое меньше: 29 тыс. км» [4, с. 555]. Таким образом, важное место в жизни норвежцев занимает рыбалка, а в основе норвежской кухни – рыба. Опираясь на результаты лингвистического наблюдения и описания, мы полагаем, что к одним из важнейших факторов также можно отнести ценностную составляющую.

Норвежцы являются настоящими патриотами. Они особенно отмечают сочельник и День Конституции Норвегии и считают, что их страна лучшая для проживания в мире. Предметом гордости для норвежцев являются спортивные достижения, природная красота и чистый воздух, а также они активно принимают участие во всевозможных благотворительных акциях [10, с. 17–18]. Наряду с патриотизмом большую роль для норвежцев играют традиции и культура.

Остановимся более подробно на фразеологизме “falle i fisk”, что означает потерпеть неудачу, провалиться. Данное выражение пришло из немецкого печатного языка и стало использоваться, когда печатный станок ломался и становился непригодным. Оригинальное значение до сих пор сохраняется в некоторых профессиональных сферах, и Генрик Ибсен точно об этом знал. В песне «Лига молодежи» его герой – типичный книгоиздатель Аслаксен использовал данный фразеологизм: “Knald og Fald; ud af det igjen; – hele Herrligheden faldt i Fisk, som vi siger i Trykkeriet” [13] (Knall og fall; ut av det igjen; hele herligheten falt i fisk, som vi sier trykkeriet – Разбейся или упади; все равно; все великолепие рассыпалось, как мы говорим в типографии. Перевод наш – М.Н.). Однако в настоящее время большинство норвежцев ассоциируют данное выражение только с ме-

тафорой и употребляют его в переносном смысле [19, с. 60]. Рассмотрим примеры:

– Både lærerne og psykiatriske pasientene måtte vise mental styrke for at det hele ikke skulle falle i fisk (И преподаватели, и пациенты психиатрического отделения должны были продемонстрировать психическую выносливость, что не всем удалось);

– Beijing universitet annonserte i år at de skulle organisere den første ekspedisjon, men den falt i fisk (Пекинский университет объявил вчера о том, что организует первую экспедицию, однако потерпел неудачу) [19, с. 59].

Как можно заметить из приведенных выше примеров, данная фразеологическая единица активно используется в переносном значении в устной и письменной речи, что говорит о сохранении и уважении своей культуры и тем самым свидетельствует о важности ценности «традиции и культура» в норвежском менталитете.

Еще один фразеологизм “å ta for god fisk” также широко распространен в норвежском языке. Данное выражение означает поверить кому-то или чему-то на слово, принять что-либо за чистую монету, оно может быть использовано в хорошем или плохом смысле в зависимости от ситуации. Так, если собеседник вам говорит, что вы верите всему на слово, это может подразумевать, что вам следует быть менее наивным и относиться к некоторым вещам более скептически. С другой стороны, подобная фраза может говорить о том, что партнер по общению вам полностью доверяет [16]. Интересно отметить, что норвежцы относят себя к честным и открытым людям. Как отмечает Райдун Аамбё: «Для норвежцев важно, чтобы собеседник смотрел им в глаза – встреча взглядами означает честность и открытость. Норвежцы говорят все прямо и четко. К примеру, норвежские врачи также чаще всего без обиняков сообщают серьезные диагнозы и ничего не скрывают от пациентов» [10, с. 23–24]. Таким образом, на первый план для норвежцев выходят такие ценности, как «честность» и «доверие» к собеседнику. Продемонстрируем примеры, где данные ценности детерминируют выбор фразеологических единиц и оказывают влияние на партнеров по общению и их поведение.

– Thomas sa at han gi meg penger tilbake litt senere og jeg tok det for god fisk (Томас сказал, что вернет мне деньги, и я ему поверил);

– Nettopp hørte på radio at det skulle snø i dag, så jeg tok det for god fisk og holdt meg hjemme (Как только я услышал по радио, что сегодня будет снег, я этому поверил и остался дома) [16].

Как видно из первого примера, говорящий не ставит под сомнение слова своего собеседника и верит, что тот выполнит обещание. Анализируя данный контекст, можно заключить, что участники речевого акта разделяют общую ценность «доверие», «честность» и их ценностные представления вербализируются в конкретном фразеологическом высказывании.

Во втором примере мы можем наблюдать непосредственное воздействие на поведение слушателя. Примечательно, что норвежцы всегда уделяют особое внимание прогнозам погоды. Они могут по несколько раз в день уточнять, какой ожидается прогноз, а у некоторых жителей имеется собственный журнал температуры и осадков [10, с. 23–24]. Следовательно, исходя из семантики данного высказывания, можно прийти к выводу, что ценность «доверие», «честность» оказывает влияние на действия говорящего, а именно – услышав прогноз погоды, он остается дома, и является одной из ведущих для норвежского этноса.

Теперь обратимся к испанскому языку и его национальным вариантам в странах Латинской Америки. Как отмечает Н.М. Фирсова: «Ярчайшим вербальным средством выражения отличительных особенностей национальных культур и мировидения испаноязычных народов служат фразеологические единицы, включающие в свой состав компонент, связанный с фауной (с названиями животных, птиц, рыб, насекомых)» [8, с. 256]. При этом фразеологизмы с лексической единицей “pez/pescado” (рыба) особенно широко распространены. В Большом испанско-русском словаре под редакцией Б.П. Нарумова можно встретить следующие фразеологизмы: “pescado de abril” (в эквадорском варианте испанского языка – первоапрельская шутка), “ahumársele a uno el pescado” (выйти из терпения; сорваться, провалиться – о планах), “pez gordo” (важная шишка), “buen pescado” (прохвост), “estar uno como el pescado en el agua” (чувствовать себя, как рыба в воде), “estar pescado” (плавать на экзамене), “picar el pescado” (попасться на удочку), “por la boca muere el pez” (язык мой – враг мой), “salga pez o salga rana” (либо пан, либо пропал) и другие [2, с. 585; 587].

По словам Т.В. Писановой, это объясняется тем, что: «Едва ли не большее значение, чем мясо, в испанской и латиноамериканской кухне имеет рыба и разнообразные дары моря. Ценностное отношение к рыбе как живой, плавающей в морях и реках, и приготовленной в виде блюда, проявляется в общеизвестном противопоставлении двух слов: pez и pescado» [7, с. 138]. Следовательно, важную роль в кулинарных традициях и обычаях испаноговорящих этносов играет рыба и морепродукты. Анализируя языковой материал и методологию исследования, мы полагаем, что именно аксиологический фактор определяет большое количество и широкое употребление в речи фразеологизмов с лексической единицей «рыба». В качестве доказательства обратимся к примерам.

В испанском языке существует фразеологизм “Los invitados y el pescado empiezan a oler mal al tercer día/El huésped y el pescado en tres días apestan” (гости и рыба начинают плохо пахнуть на третий день), в венесуэльском варианте испанского языка он звучит как “El pescado y el arrimado a los tres días hieden”, в кубинском – “El invitado y el

pescado al tercer día apestan”, а в колумбийском – “La visita y la pesca a los tres días apesta”. Смысл данного фразеологизма заключается в том, что гости, которые не знают меры, с течением времени начинают раздражать хозяев и нарушают домашнюю гармонию. Так же, как рыба со временем начинает плохо пахнуть, так и гости могут испытывать терпение хозяев [12]. Как известно, гостеприимство, проявление вежливости, учтивости и открытости в проявлении чувств и эмоций играют большую роль в латиноамериканской культуре [8, с. 84–85]. Несоблюдение этих правил считается обидным и даже оскорбительным поведением. Таким образом, следование традициям и культурным обычаям является важной ценностной ориентацией для латиноамериканских этносов. Исходя из этого, можно заключить, что происхождение и реализация в речи данного фразеологизма определяется ценностью «традиции и культура».

В перуанском варианте испанского языка есть очень популярное выражение “Para mentir y comer pescado hay que tener mucho cuidado” (чтобы лгать и есть рыбу, нужно быть очень осторожным). Оно означает, что лгать – так же опасно, как есть рыбу с закрытыми глазами, потому что можно наткнуться на кость. В искусстве лжи нужно быть достаточно умелым, чтобы рано или поздно вас не поймали, поэтому прежде чем это сделать, нужно хорошо подумать [15]. Данный фразеологизм можно встретить в заголовках на перуанском сайте службы новостей Diario Correo [18] и в социальной сети Chirapaq [17].

В первой статье речь идет о некоторых политиках и активистах, которые, переодевшись в экологов, занимаются распространением ложной информации о рыбной промышленности в Перу. Автор статьи призывает властей и читателей обратить на это внимание, а также принять меры против незаконного промысла. Таким образом, данный пример демонстрирует, что название заголовка детерминирует ценность «честность», которая разделяется автором статьи и читательской аудиторией.

Во второй статье говорится о вирусном видео в Интернете, в котором речь идет о сексизме и расизме в Перу. В начале статьи автор приводит следующее обращение к читателям:

– Aunque el refrán es “para mentir y comer pescado, hay que tener mucho cuidado” en el caso de un reciente video, que se convirtió en viral, no se necesitaba mentir, pues todo lo dicho es verdad... para buena parte de nuestra sociedad (Хотя поговорка – «чтобы лгать и есть рыбу, нужно быть очень осторожным», в случае с недавним видео, которое стало вирусным, не нужно было врать, ведь все сказанное – правда... для значительной части нашего общества) [17].

В семантике данного высказывания видно, что автор статьи одобряет открытое высказывание правды и пытается оказать воздействие на читате-

лей, призывая их верить правдивой информации и распространять ее. Таким образом, мы можем прийти к выводу, что ценность «честность» определяет использование данного высказывания в названии статьи и воздействует на речевое поведение ее автора.

Следующая фразеологическая единица “El que quiera peces, que se moje el culo” также очень часто используется среди испаноговорящих народов. Дословно ее можно перевести «Тот, кто хочет рыбу, пусть мочит зад», в русском языке существует ее аналог – «Без труда не выловишь и рыбку из пруда». Данное выражение означает, для того чтобы получить желаемый результат, необходимо приложить усилия и потрудиться. Если, например, вы хотите сдать экзамен, нужно учиться, потому что вы не сможете сдать экзамен, если ничего не будете делать [11]. Рассмотрим примеры:

– ¿Quieres entrar en la orquesta? ¡Pues tienes que practicar más con la guitarra! ¡El que quiera peces, que se moje el culo! (Ты хочешь попасть в оркестр? Тогда тебе нужно больше заниматься с гитарой! Без труда не выловишь и рыбку из пруда!);

– Si Marcos quiere entrar en el equipo de tenis de su colegio, tiene que entrenar mucho más. ¡El que quiera peces, que se moje el culo! (Если Маркос хочет попасть в теннисную команду своей школы, ему нужно больше тренироваться. Без труда не выловишь и рыбку из пруда!) [11].

В обоих примерах мы можем наблюдать стремление говорящего оказать влияние на партнера по общению. Данное стремление продиктовано ценностью «честность», поскольку говорящий не скрывает своего мнения по поводу достижения цели и открыто сообщает об этом другому коммуниканту, тем самым пытаясь побудить его совершить те или иные действия, чтобы достичь желаемого результата.

Подводя итог научного наблюдения, можно прийти к заключению, что ценностные представления наиболее ярко и широко реализуются на фразеологическом уровне и определяют употребление фразеологических единиц в норвежском (букмол) и испанском языке в речевом акте. Любопытно отметить, что такие фразеологические единицы, как “føle seg som fisken i vannet” и “estar uno como el pescado en el agua” (чувствовать себя как рыба в воде); “en vemmelig fisk” и “buen pescado” (отвратительный тип/прохвост), “falle i fisk” и “ahumarse a uno el pescado” (рассыпаться, перен. не уdatься, провалиться – о планах), полностью совпадают по смыслу и значению в норвежском (букмоле) и испанском языке и его национальных вариантах в странах Латинской Америки. При этом мы продемонстрировали возможность фразеологических единиц отражать характерные национальные и культурные черты норвежского и испаноязычного этноса. Ценности «традиции и культура», «доверие» и «честность» являются ключевыми и одними из важнейших для норвеж-

цев и испаноговорящих народов, что проявляется в их речи, поведении и объясняет происхождение и использование некоторых фразеологизмов. Данные выражения часто встречаются в устной и письменной речи, что свидетельствуют о том, что ценностные представления главным образом детерминируют речевую деятельность партнеров по общению, выбор речевых средств и их поведение. Полученные результаты рекомендованы при изучении курсов скандинавистики, испанистики, общего языкознания, аксиолингвистики, лингвокультурологии и других научных направлений, а также помогут лучше разобраться в национально-культурной специфике скандинавских и испаноговорящих этносов.

Литература

1. Аракин, В.Д. Большой норвежско-русский словарь (т. I, А-М): В 2 т. Свыше 200 000 слов и словосочетаний / В.Д. Аракин. – М.: Живой язык, 2000. – 560 с.
2. Большой испанско-русский словарь. Более 150 000 слов, словосочетаний и выражений / Н.В. Загорская, Н.Н. Курчаткина, Б.П. Нарумов и др.; под ред. Б.П. Нарумова. – 7-е изд., стер. – М.: Рус. яз. – Медиа, 2006. – 828 с.
3. Буянова, Л.Ю. Русский фразеологизм как ментально-когнитивное средство языковой концептуализации сферы моральных качеств личности / Л.Ю. Буянова, Е.Г. Коваленко. – Краснодар, 2012. – С. 8.
4. Ливанова, А.Н. Норвежская кухня: мифы, традиции и современность / А.Н. Ливанова // Скандинавские чтения 2008 года. – СПб.: МАЭ РАН, 2010. – 590 с.
5. Марузо, Ж. Словарь лингвистических терминов: пер. с фр. / Ж. Марузо; предисл. В.А. Звегинцева. – М.: Изд-во иностр. лит., 1960. – 435 с.
6. Никитина, М.С. Оценочная лексика в вариантах полинационального языка: дис. ... канд. филол. наук / М.С. Никитина. – Мытищи, 2022. – 165 с.
7. Писанова, Т.В. Гастрономический тезаурус испанского языка: систематизация ценностных представлений о мире / Т.В. Писанова // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. – 2011. – № 1. – С. 132–141.
8. Фирсова, Н.М. Современный испанский язык в Испании и странах Латинской Америки / Н.М. Фирсова. – М.: АСТ: Восток – Запад, 2007. – 352 с.
9. Шанский, Н.М. Фразеология современного русского языка: учеб. пособие для вузов / Н.М. Шанский. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: Высш. шк., 1985. – 160 с.
10. Aambø R. Typisk norsk å være uhøflig? / R. Aambø. – Volda University College. – 2012. – P. 17–24.
11. El que quiera peces, que se moje el culo – <https://academia.andaluza.net/el-que-quiera-peces-que-se-moje-el-culo/> (дата обращения: 27.10.2022)
12. En agosto, como en abril, refranes mil. – <https://culturacientifica.com/2021/08/11/en-agosto-como-en-abril-refranes-mil/> (дата обращения: 27.10.2022)
13. Ibsen H. De Unges Forbund. – https://www.ibsen.uio.no/DRVIT_UF%7CUFht.xhtml (дата обращения: 28.09.2022)
14. Lindberg F.A. Mat for bedre helse Eksportutvalget for Fisk Unknown / F.A. Lindberg. – Published 2008. – 187 p.
15. Los 10 mejores refranes sobre peces. – <https://www.restaurantescarmela.com/refranes-sobre-peces/> (дата обращения: 28.10.2022)
16. Norwegian word of the day: Tatt for god fisk [Электронный ресурс]. – <https://www.thelocal.no/2022/10/26/norwegian-word-of-the-day-tatt-for-god-fisk/> (дата обращения: 24.09.22)
17. Para hablar y comer pescado... hay que tener mucho cuidado. – <http://chirapaq.org.pe/es/para-hablar-y-comer-pescado> (дата обращения: 27.10.2022)
18. Para mentir y comer pescado hay que tener mucho cuidado. – <https://diariocorreo.pe/opinion/para-mentir-y-comer-pescado-hay-que-tener-mucho-cuidado-noticia/> (дата обращения: 27.10.2022)
19. Vannebo, K.I. Katta i sekken og andre uttrykk. Bruk, bakgrunn, betydning, Innbundet / K.I. Vannebo. – 2006. – 239 s.

Никитина Мария Сергеевна, кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры иностранных языков и коммуникативных технологий, Национальный исследовательский технологический институт «МИСиС» (Москва), mariasergnik@gmail.com

Поступила в редакцию 30 октября 2022 г.

PHRASEOLOGICAL UNITS INCLUDING LEXICAL UNIT “FISH”
IN NORWEGIAN AND SPANISH LANGUAGES

M.S. Nikitina, mariaserchnik@gmail.com

National University of Science and Technology MISIS, Moscow, Russian Federation

The article is devoted to the influence of national and cultural identity and ethnic values on using of phraseological units including lexical unit “fish” in Norwegian and Hispanic speech. The author focuses on the mentality of Norwegian and Hispanic ethnic groups and axiological factor which affects phraseological level. The relevance of the topic is stipulated by the fact that axiological-linguistic approach allows marking out the ethnic values and demonstrating how it determines the speech and behavior of communicants and explains the origin of particular phraseological units. The purpose of the article is to identify the cultural identity and valuable submissions of Norwegians and Hispanic to demonstrate their influence on using of phraseological units in a communicative process in Spanish and Norwegian language (bokmål). The author comes to conclusion that the valuable submissions of Norwegians and Hispanic show themselves in the communicative process and determine language behavior of the partners and their choice of verbal means. The method of continuous sampling and the methods of linguistic observation and description were used to solve the problem. The examples of phraseological units from oral and written speech of Norwegians and Hispanic were taken for the analyses. On the basis of language material analysis, the significance of the values of traditions and culture, confidence and honesty is determined and their influence is shown. The results are of interest for Scandinavian and Hispanic studies, axiolinguistics and general linguistics and are applicable for teaching Norwegian language, cross-cultural communication and cultural linguistics. References are recommended for writing course papers and thesis.

Keywords: phraseological unit, value, traditions, culture, Norwegian language, Spanish language

References

1. Arakin V.D. *Bol'shoj norvezhsko-russkij slovar' (t.I, A-M)* [Great Norwegian-Russian Dictionary]: in 2 vol. Svyshe 200 000 slov i slovosochetaniy. Moscow, Zhivoj yazyk, 2000, 560 p.
2. *Bol'shoj ispansko-russkij slovar'. Bolee 150 000 slov, slovosochetaniy i vyrazhenij* [Great Spanish-Russian Dictionary. More than 150 000 Words and Word Combinations] Ed. B.P. Narumova, 7-e izd., stereotip, Moscow, Rus. yaz. Media, 2006. 828 p.
3. Buyanova L.Yu., Kovalenko E.G. *Russkij frazeologizm kak mental'no-kognitivnoe sredstvo yazykovoj konceptualizacii sfery moral'nyh kachestv lichnosti* [Russian Idiom as Mental-Cognitive Mean of Conceptualization of Human's Moral Characteristic]. Krasnodar, 2012. P. 8.
4. Livanova A.N. *Norvezhskaya kuhnya: mify, tradicii i sovremennost'* [Norwegian Culture: Myths, Traditions, Modernity]. *Skandinavskie chteniya 2008 goda*. St. Petersburg, MAE RAN, 2010, 590 p.
5. Maruzo Zh. *Slovar' lingvisticheskikh terminov* [Linguistic Terms Dictionary]. Translation from French. Moscow, Izd-vo inostr. lit., 1960. 435 p.
6. Nikitina M.S. *Ocenochnaya leksika v variantah polinacional'nogo yazyka*. Dis. ... kand. filol. nauk. [Evaluative Lexis in Variants of Polynational Language. Cand. sci. dis.]: Mytishchi, 2022, 165 p.
7. Pisanova T.V. [Gastronomic Thesaurus of Spanish Language: Systematization of Valuable Perceptions About the World]. *Vestnik Irkutskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta* [Bulletin of Irkutsk State Linguistic University]. 2011, no. 1, pp. 132–141. (in Russ.)
8. Firsova N.M. *Sovremennyj ispanskij yazyk v Ispanii i stranah Latinskoj Ameriki* [Modern Spanish Language in Spain and Latin America]. Moscow, AST: Vostok – Zapad, 2007, 352 p.
9. Shanskij N.M. *Frazeologiya sovremennogo russkogo yazyka* [Fraserology of Modern Russian Language]: ucheb. posobie dlya vuzov. 3-e izd., ispr. i dop. Moscow, Vyssh. shk., 1985, 160 p.
10. Aambø R. *Typisk norsk å være uhøflig?* Volda University College, 2012, pp. 17–24.
11. *El que quiera peces, que se moje el culo*. URL: <https://academia.andaluza.net/el-que-quiera-peces-que-se-moje-el-culo/> (accessed: 27.10.2022)
12. *En agosto, como en abril, refranes mil*. URL: <https://culturacientifica.com/2021/08/11/en-agosto-como-en-abril-refranes-mil/> (accessed: 27.10.2022)
13. Ibsen H. *De Unges Forbund*. URL: [https://www.ibsen.uio.no/DRVIT_UF %7CUFht. xhtml](https://www.ibsen.uio.no/DRVIT_UF%7CUFht.xhtml) (accessed: 28.09.2022)
14. Lindberg F.A. *Mat for bedre helse Eksportutvalget For Fisk Unknown*. Published 2008. 187 p.
15. *Los 10 mejores refranes sobre peces*. URL: <https://www.restaurantescarmela.com/refranes-sobre-peces/> (accessed: 28.10.2022)

17. *Para hablar y comer pescado... hay que tener mucho cuidado*. URL: <http://chirapaq.org.pe/es/para-hablar-y-comer-pescado>(accessed: 27.10.2022)

18. *Para mentir y comer pescado hay que tener mucho cuidado*. URL: <https://diariocorreo.pe/opinion/para-mentir-y-comer-pescado-hay-que-tener-mucho-cuidado-noticia/>(accessed: 27.10.2022)

19. Vannebo K.I. *Katta i sekken og andre uttrykk*. Bruk, bakgrunn, betydning, Innbundet. 2006. 239 s.

Maria S. Nikitina, PhD in Philology, Senior Lecturer of the Department of Modern Languages and Communication, National University of Science and Technology MISIS, mariasergnik@gmail.com

Received 30 October 2022

ОБРАЗЕЦ ЦИТИРОВАНИЯ

Никитина, М.С. Фразеологизмы с лексической единицей «рыба» в норвежском и испанском языке / М.С. Никитина // Вестник ЮУрГУ. Серия «Лингвистика». – 2023. – Т. 20, № 1. – С. 51–57. DOI: 10.14529/ling230107

FOR CITATION

Nikitina M.S. Phraseological Units Including Lexical Unit “Fish” in Norwegian and Spanish Languages. *Bulletin of the South Ural State University. Ser. Linguistics*. 2023, vol. 20, no. 1, pp. 51–57. (in Russ.). DOI: 10.14529/ling230107
