

## ОСОБЕННОСТИ ЛАТИНОАМЕРИКАНСКИХ НАЦИОНАЛЬНЫХ ХАРАКТЕРОВ

**М.С. Никитина**<sup>1,2</sup>, [mariasergnik@gmail.com](mailto:mariasergnik@gmail.com)

<sup>1</sup> Университет мировых цивилизаций им. В.В. Жириновского, Москва, Россия

<sup>2</sup> Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Москва, Россия

**Аннотация.** В статье рассматривается проблема национального характера и ценностных ориентаций латиноамериканцев (венесуэльцев, колумбийцев и аргентинцев) и показывается их актуализация на лексическом уровне в акте коммуникации в латиноамериканских вариантах испанского языка. Цель исследования – раскрыть понятие национальный характер и выявить ценностные ориентации жителей Венесуэлы, Колумбии и Аргентины, а также продемонстрировать их детерминацию речевого поведения и выбора лексических единиц. В исследовании использованы методы лингвистического наблюдения и описания, сопоставительный анализ и метод сплошной выборки. На основании анализа изучаемого материала определена важность ценностей «поклонение прекрасному», «гастрономия», «гедонизм», «стимуляция», «способности, влияние», «самосохранение», «самостоятельность». Данные ценностные ориентации реализуются в использовании в речи фразеологизмов и объясняют их происхождение. Результаты исследования могут применяться в области испанистики, межкультурной коммуникации, аксиолингвистики, лингвокультурологии и других дисциплин, а также будут полезны для всех тех, кто интересуется национально-культурной спецификой латиноамериканских этносов. Список использованной в ходе исследования литературы может служить хорошим справочным материалом при написании курсовых и дипломных работ в дальнейшем.

**Ключевые слова:** лексическая единица, фразеологизм, испанский язык, колумбийцы, венесуэльцы, аргентинцы, национальный характер, ценности

**Для цитирования:** Никитина М.С. Особенности латиноамериканских национальных характеров // Вестник ЮУрГУ. Серия «Лингвистика». 2025. Т. 22, № 3. С. 20–25. DOI: 10.14529/ling250303

Original article  
DOI: 10.14529/ling250303

## FEATURES OF THE HISPANIC NATIONAL CHARACTERS

**M.S. Nikitina**<sup>1,2</sup>, [mariasergnik@gmail.com](mailto:mariasergnik@gmail.com)

<sup>1</sup> Zhirinovsky University of World Civilizations, Moscow, Russia

<sup>2</sup> Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow, Russia

**Abstract.** The article discusses the problem of national character and value systems of the Hispanic (Venezuelans, Colombians and Argentines) and shows its lexical manifestations in a communicative process in Latin-American variants. The purpose of the article is to define the notion of national character and identify the values of Venezuelans, Colombians and Argentines and to demonstrate their influence on the language behavior of communicators and communicants and their choice of verbal means. The research employs the method of continuous sampling, the comparative method and the methods of linguistic observation and description. On the basis of material analysis, the study identifies the significance of the values of “the worship of beauty”, “gastronomy”, “hedonism”, “stimulation”, “abilities, influence”, “self-preservation”, and “independence”. These values determine the usage of phraseological units in speech and explain the origin of certain phraseological units. The findings are applicable in Hispanic studies, cross-cultural communication, axiolinguistics, cultural linguistics and related disciplines. The results may be useful for all who are interested in Hispanic cultural identity. References are recommended for writing course papers and theses.

**Keywords:** lexical unit, phraseological unit, Spanish language, Colombians, Venezuelans, Argentines, national character, values

**For citation:** Nikitina M.S. Features of the Hispanic national characters. *Bulletin of the South Ural State University. Ser. Linguistics.* 2025;22(3):20–25. (in Russ.). DOI: 10.14529/ling250303

В последние десятилетия наблюдается неугасаемый интерес к изучению различных аспектов межкультурной коммуникации и ряда смежных с нею дисциплин: этнопсихоллингвистика, аксиоллингвистика, социоллингвистика, лингвистика эмоций, национальное коммуникативное поведение и др. Одним из важнейших понятий в рамках данных научных направлений является «национальный характер» или «национальный склад мышления». Специфика национального характера различных лингвокультурных общностей особенно заметно проявляется при сравнительном анализе разноразличных культур. Сопоставительный анализ можно проводить с точки зрения сходств и различий. В данном исследовании мы проанализируем различия национальных характеров латиноамериканских этносов.

К сожалению, данный вопрос практически не освещен в современной испанистике (в большинстве случаев рассматривается только национальный характер испанцев) и требует дальнейшего изучения. В связи с этим цель нашего исследования заключается в том, чтобы дать определение понятию «национальный характер» и выделить его особенности, а также ценностные ориентации латиноамериканского этноса и рассмотреть реализацию ценностных представлений на лексическом уровне. Материалом исследования являются лексические единицы, наиболее часто употребляющиеся в речи жителей стран Латинской Америки, в частности фразеологизмы. В исследовании использованы методы лингвистического наблюдения и описания, а также сопоставительный анализ, которые позволили нам установить значимость ценностей латиноамериканских этносов, и метод сплошной выборки при сборе языкового материала из двуязычных словарей, социальных сетей и латиноамериканских сайтов и электронных журналов.

Стоит отметить, что в силу своей многогранности термин «национальный характер» имеет немалое количество трактовок. Так, С.М. Арутюнян под национальным характером подразумевает «психологический склад нации, представляющий собой «своеобразную совокупность разнорядковых явлений духовной жизни народа» [1, с. 23–31]. Н. Джандильдин рассматривает национальный характер в качестве «совокупности специфических психологических черт, ставших в большей или меньшей степени свойственными той или иной социально-этнической общности в конкретных экономических, культурных и природных условиях ее развития» [3, с. 122]. По словам А.И. Горячевой, национальный характер можно охарактеризовать, как «специфическую исторически сложившуюся совокупность психических свойств наций» [2, с. 213].

В настоящем исследовании мы будем придерживаться определения, данного Н.М. Фирсовой. По ее мнению, национальный характер – это «своеобразие национальных психологических черт, концептуального видения картины мира,

ценностных ориентаций, национальных традиций и обычаев, сформировавшихся и формирующихся под влиянием климатических и географических факторов, особенностей исторического развития, религиозных верований данной нации. Национальный характер проявляется в специфике национальной культуры, в языке и коммуникативном поведении народа». При этом к одним из ключевых компонентов национального характера относятся «ценностные ориентации» данных этносов [9, с. 130–133].

Для начала обратимся к описанию наиболее характерных особенностей речевого поведения латиноамериканских этносов. Среди факторов, детерминирующих их коммуникативное поведение, можно выделить культурно-исторические традиции, местожительство, возраст, социальный статус, уровень образования [9, с. 156] и этнические ценности. Одну из важных отличительных национальных психологических черт испаноговорящего этноса составляет «мачизм», который несет в себе культ силы и мужественности, превосходство мужского пола над женским. Стоит отметить, что данное превосходство особенно хорошо прослеживается на лексическом уровне.

Например, если сравнить термины “el hombre” и “la mujer”, можно заметить, что слово el hombre имеет более широкое значение – «мужчина, человек», тогда как под la mujer подразумевается «жена» или «женщина», что говорит о более уважительном отношении к мужскому полу в испаноязычном мире, нежели к женскому. Как известно, мужское и женское восприятие мира отличается у разных наций. При этом оно не является одинаковым и у народов, которые говорят на одном языке [4, с. 54–55].

Испанский мачизм проявляется в страсти к риску, поскольку риск составляет смысл жизни для испанского мужчины. Это раскрывается прежде всего в испанской корриде, где риск умереть в схватке с быком довольно высок. Однако для испанского мужчины смертельный риск имеет особую значимость, так он проявляет себя настоящим мужчиной. Для латиноамериканского мачизма характерен культ насилия и силы, агрессия, отношение к женщине как к собственности, обостренное чувство собственного «я», большое количество любовниц [9, с. 131; 168–171]. Если сравнивать трактовку понятия «мачизм» в Испании и странах Латинской Америки, то в кастильском варианте macho означает «орёл», «герой», «настоящий мужчина» и подразумевает мужское превосходство в физическом плане. В латиноамериканских национальных вариантах – это активный, энергичный человек, а также храбрец, человек неробкого десятка (machazo). Как мы видим, в латиноамериканских вариантах значение термина macho по смыслу приближено к слову «человек», и в этом случае речь уже не идет о физических данных.

Доминирование мужского начала над женским также можно проследить в пословицах и по-

говорках, поэзии и фольклоре. Например, “*mujer llorona, es puta o ladrón*” (плачущая женщина – проститутка или мошенница), “*mujer hermosa, mujer vanidosa*” (красивая женщина – спесивая женщина), “*mujer besada mujer ganada*” (женщина, которую поцеловал, – завоеванная женщина), *mujer hermosa, viña e higueral, muy malas son de guardar* (жена красовита – безумному радость) [7, с. 71] – данные поговорки отражают отношение мужчины к женщине как к собственности, показывают, что мужчина властен над женщиной, а некоторые из пословиц носят уничижительный характер. Данный феномен объясняется фактором более высокого социального статуса латиноамериканского мужчины, чем женщины, и восходит к практически полному признанию приоритета мужского начала со стороны латиноамериканских женщин [9, с. 84; 131].

Так, влияние гендерного признака говорящего при выборе языковых средств наиболее заметно проявляется в венесуэльском и колумбийском варианте испанского языка. Одним из ярчайших примеров является коммуникативная ситуация «комплимент». Поскольку для венесуэльских мужчин характерно повышенное внимание к женскому полу, они довольно часто активно выражают свое восхищение красивой женщиной. Делается это, как правило, очень громко и эмоционально. Данные «пиропо» отличаются грубостью и вульгарностью и имеют сексуальный подтекст.

– *Eres la carne mechada que rellena la arepa de mi corazón* (Ты как тушеное мясное блюдо, которое заполняет кукурузную лепешку моего сердца);

– *Quisiera ser mantequilla para derretirme en tu arepa* (Я хотел бы быть сливочным маслом, чтобы растаять в твоей кукурузной лепешке) [12].

Колумбийские женщины тоже часто слышат подобные комплименты. Например, “*Уу, ¿pero quién pidió pollo?*” (кто заказывал цыплёнка?). Данный «пиропо» обозначает похвалу и восхищение красивой женщиной. Однако такой комплимент уместно использовать в определенных ситуациях, например, если мужчина видит красивую девушку на улице или на празднике. Следовательно, мы можем заключить, что ценность «поклонение прекрасному» детерминирует речевое поведение венесуэльцев и колумбийцев в коммуникативной ситуации «комплимент».

Обращаясь к рассмотренным выше примерам, мы можем отметить еще одну закономерность. Как известно, в странах Латинской Америки большую роль играют кулинарные традиции, что находит свое отражение в языке. Как справедливо заметила Т.В. Писанова: «Наименования природных продуктов, предназначенных для еды, и продуктов кулинарной деятельности включают в себя разные смыслы, мирно сосуществующие в гастрономическом тезаурусе испанского языка. Блюдо как результат кулинарной деятельности – это не только продукт, предназначенный для еды, но и сюжет,

сценарий, привязанный к человеку и особенностям его опыта и возможностей, которые выведены за рамки мира природы и вовлечены в мир разных систем ценностей» [6, с. 133]. Таким образом, ценность «гастрономия» находит широкое отражение в речи латиноамериканцев. Приведенные ниже примеры наглядно это демонстрируют.

– *Eres la carne mechada que rellena la arepa de mi corazón* (Ты как тушеное мясное блюдо, которое заполняет кукурузную лепешку моего сердца);

– *Quisiera ser mantequilla para derretirme en tu arepa* (Я хотел бы быть сливочным маслом, чтобы растаять в твоей кукурузной лепешке) [12].

Как видно, в данных «пиропо» используются названия популярных блюд латиноамериканской кухни. “*La arepa*” – это лепёшка из кукурузной муки в Колумбии, Венесуэле и Боливии, а “*la carne mechada*” – традиционное латиноамериканское блюдо из тушеного мяса. Следовательно, ценность «гастрономия» детерминирует употребление названий национальных блюд в венесуэльском варианте испанского языка.

Одержимость колумбийцев едой также проявляется в связанных с кулинарией выражениях. Фраза “*Уу, ¿pero quién pidió pollo?*” (кто заказывал цыплёнка?), как упоминалось ранее, используется для эстетической оценки женской привлекательности. Интересно отметить, что цыплёнок вызывает у колумбийцев ассоциацию с добычей, мясом и превосходным вкусом [5, с. 128]. Исходя из этого, можно сделать вывод, что ценность «гастрономия» определяет выбор лексических средств и объясняет речевое поведение говорящего в коммуникативной ситуации «комплимент».

Продолжая анализировать кулинарные традиции латиноамериканских этносов, нельзя не отметить ключевые продукты питания в данных странах. Так, во многих странах Латинской Америки бананы – это один из главных источников питания, в частности в Венесуэле, Мексике, Эквадоре, Колумбии, Аргентине, Перу и др. Неслучайно в латиноамериканских вариантах испанского языка существует большое количество фразеологизмов с лексической единицей «банан». В перуанском и мексиканском варианте испанского языка “*estar aplatanado*” (дословно «быть бананом») значит становиться вялым, апатичным, безразличным к чему-либо [5, с. 110]. В колумбийском варианте испанского языка “*parado en una cáscara de banano*” (дословно «стоящий в банановой кожуре») имеется в виду о нахождении человека в нестабильной ситуации; “*pelarle a alguien el plátano*” (дословно «очистить кому-то банан») означает напрямую говорить правду [10, с. 95]. В венесуэльском варианте испанского языка “*caerse de plátano*” (упасть ничком); “*plátano maduro no vuelve a verde*” (дословно «зрелый банан никогда не станет зеленым»).

Остановимся более подробно на данном фразеологизме. Данное выражение означает, что время, которое уходит, безвозвратно. Поэтому нужно

ловить каждый момент и наслаждаться прекрасными вещами в жизни, потому что пути назад нет, время нельзя повернуть вспять [11]. Как известно, венесуэльцам присущи такие национально-психологические черты, как неторопливость и непунктуальность. Многие дела принято откладывать на потом или вообще не выполнять. Для них характерно «прохладное» отношение к работе и любой трудовой деятельности. При этом венесуэльский народ любит шумные праздники, танцы и прочие развлечения [8, с. 216]. Исходя из этого, можно прийти к выводу, что когда говорящий адресует данную фразу партнеру по общению, он советует ему наслаждаться жизнью и получать удовольствие от происходящих событий. Таким образом, разделяемая обоими коммуникантами ценность «гедонизм» определяет использование данной фразеологической единицы в ходе речевого акта.

Теперь обратимся к аргентинскому варианту испанского языка. Любопытно, что в Аргентине для обозначения слова «банан» используется лексическая единица “*banana*” вместо “*plátano*”, как во многих странах Латинской Америки. При этом там широко распространено выражение “*A pará mono no le vengas con bananas verdes*” (дословно «Не давайте папе-обезьяне зеленые бананы»), что означает, что сложно обмануть того, кто профессионал в своем деле, он всегда будет знать больше. В данном случае проводится аналогия с обезьяной, которая знает о бананах больше, чем любой из нас, ее потомков [14]. Таким образом, когда говорящий произносит данную фразу, он вербализирует ценностную ориентацию «способности, влияние», которая подразумевает признание и уважение авторитета, и является одной из главных для патристических, вежливых аргентинцев.

Другой популярный продукт питания в Латинской Америке – папайя. Как известно, родиной папайи является Мексика и северная часть Южной Америки, именно поэтому в Мексике и Колумбии особенно любят и ценят данный фрукт. В связи с этим в мексиканском и колумбийском варианте испанского языка существует фразеологизм: “*Papaya partida, papaya comida*” (Мексика) / “*Papaya puesta, papaya partida*” (Колумбия), дословно «разделенная папайя, съеденная папайя / папайю, которую положили – папайя, которую разделили», что означает «воспользоваться возможностью».

Происхождение данного фразеологизма связано с особенностями тропического фрукта. Поскольку папайя очень мягкая, ее легко разрезать или разделить. Соответственно, когда собеседник произносит данную фразу, он говорит о редкой возможности, которой на удивление очень легко воспользоваться (так же легко, как разделить папайю) [13]. Рассмотрим примеры:

– *Ella fue la que me dijo a mí que yo le gustaba y que quería ser mi novia, así que yo le dije que sí, papaya puesta, papaya partida, y ya llevamos cinco años juntos.* (Именно она мне сказала, что я ей

нравлюсь и что она хочет быть моей девушкой, поэтому я сказал да, *дело сделано*, и мы вместе уже пять лет);

– *Vi una oferta de ropa y como tenía suficiente dinero aproveché para hacer una gran compra, papaya puesta, papaya partida.* (Я увидел выгодное предложение на одежду, и поскольку у меня было достаточно денег, я воспользовался им, чтобы сделать крупную покупку, и вот *дело в шляпе*) [13].

В семантике данных высказываний можно проследить актуализацию ценности «стимуляция», которая подразумевает ценностное отношение говорящего к определенным жизненным событиям. В данном случае речь идет о ситуации, которая обычно бывает редкой, и если ею не воспользоваться, то можно впоследствии пожалеть.

Еще одно известное выражение “*dar papaya*” (дословно отдать папайю, подразумевается отдать ценный фрукт) – «дать повод», напротив означает выставить себя уязвимым в определенной ситуации или совершить ошибку, в ходе которой другой человек может воспользоваться вами в своих интересах. Обратимся к примерам:

– *En esa zona hay muchos ladrones, así que cuando pases por ahí evita dar papaya, guarda bien tu teléfono y no muestres nada de valor caminando por ahí.* (В этом районе много воров, поэтому, когда проходишь мимо, прогуливаясь, *не давай им повод*, береги свой телефон и не показывай ничего ценного);

– *Estaban jugando un videojuego y Miguel dio papaya cuando su novia lo llamó por teléfono porque empezó a distraerse, claramente Juan se aprovechó de esto para ganar.* (Они играли в видеоигру, и когда Мигелю позвонила его девушка, он начал отвлекаться, что *дало повод* Хуану воспользоваться этим, чтобы победить) [13].

Как видно из примеров, в семантике данных высказываний реализуется ценность «самосохранение». В первом случае говорящий предостерегает собеседника о возможной краже в опасном районе, во втором – молодой человек отвлекся и поставил себя в уязвимое положение, его друг этим воспользовался и получил выгоду. Таким образом, обобщая примеры, можно сделать вывод, что ценностная ориентация «самосохранение» проявляется в выборе данной лексической единицы и объясняет ее происхождение в колумбийском варианте испанского языка.

Еще один не менее любимый продукт в латиноамериканских странах – дыня. И хотя родиной дыни считается Азия, жители стран Южной Америки тоже любят побаловать себя данным фруктом, что нашло свое отражение в языке, в частности в аргентинском варианте испанского языка. Так, наиболее употребительными в речи аргентинцев являются следующие фразеологизмы: “*hablar para melónes*” (дословно говорить о дынях) – «строить воздушные замки», “*abrir un melón*” (дословно открыть дыню) – «столкнуться с последст-

виями в ходе обсуждения противоречивой темы» и “el melón y el casamiento ha(n) de ser de acertamiento” – «Брак – лотерея. Женишься раз, а плачешься век».

Происхождение данной фразы обусловлено тем, что дыня – крупный плод, и из-за толстой кожицы трудно определить, зеленая она или спелая, сладкая или безвкусная. Пока не разрежешь и не попробуешь, не узнаешь наверняка, правильно ли ты сделал выбор. Иногда выбор подходящего супруга или хорошей дыни – это вопрос удачи, и во многих ситуациях зависит от случая [11]. Следовательно, когда коммуникант произносит данное выражение, он сообщает собеседнику о том, что иногда сложно предугадать, как будут развиваться события, тем самым демонстрируя свое ценностное отношение к независимому выбору и принятию собственного решения. Из этого можно заключить, что ценность «самостоятельность» регулирует речевое поведение говорящего и раскрывает происхождение описанного в примере фразеологизма.

Таким образом, подводя итог вышеизложенного, можно сказать, что национальные характеры и ценностные ориентации латиноамериканцев имеют существенные различия. К примеру, для венесуэльцев и колумбийцев одной из психологических черт национального характера является мачизм, что отражается в детерминирующей

речевое поведение ценности «поклонение прекрасному». Еще одна национальная черта данных этносов – любовь к вкусной еде, которая актуализируется в ценности «гастрономия», также определяет выбор речевых средств в ходе коммуникативного акта, в частности в коммуникативной ситуации «комплимент». Помимо прочего, одной из важных ценностных ориентаций для венесуэльцев является «гедонизм», что проявляется в наслаждении жизнью и использовании в речи фразеологизмов с лексической единицей “plátano”. Для колумбийцев среди главных ценностей можно выделить «стимуляцию» и «самосохранение», что находит отражение в ценностном отношении к определенным явлениям и влияет на выбор языковых средств в момент речи. Что касается аргентинцев, к их ключевым ценностям можно отнести «способности, влияние» и «самостоятельность», которые оказывают воздействие на коммуникативное поведение данного этноса и реализуются в употреблении фразеологических единиц с популярными продуктами питания «банан» и «дыня». Полученные результаты могут быть полезны при изучении курсов испанистики, межкультурной коммуникации, аксиолингвистики, лингвокультурологии и других смежных дисциплин, а также помогут лучше разобраться в особенностях национального характера, культуре и ценностных ориентациях испаноговорящих народов.

### Литература

1. Арутюнян С.М. Нация и ее психический склад. Краснодар, 1966. С. 23–31.
2. Горяева А.И. О некоторых категориях социальной психологии (к вопросу о структуре общественной психологии) // Проблемы общественной психологии / под. ред. В.Н. Колбановского и Б.Ф. Поршнева. М.: Мысль, 1965. С. 213.
3. Джандильдин Н. Природа национальной психологии. Алма-Ата, 1971. С. 122.
4. Зыкова С.А. Способы реализации концепта «Мужественность» в испаноязычной культуре // Вестник Челябинского государственного университета. 2008. С. 53–57.
5. Никитина М.С. Оценочная лексика в вариантах полинационального языка: дис. ... канд. филол. наук. Мытищи, 2022. 165 с.
6. Писанова Т.В. Гастрономический тезаурус испанского языка: систематизация ценностных представлений о мире // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. 2011. № 1. С. 132–141.
7. Туровер Г.Я. Словарь пословиц. Испанско-русский и русско-испанский. М.: Рус. Яз. Медиа; Дрофа, 2009. 208 с.
8. Фирсова Н.М. Основные черты национального характера венесуэльцев // Вопросы иберороманистики. 2013. № 12. С. 215–219.
9. Фирсова Н.М. Современный испанский язык в Испании и странах Латинской Америки. М.: АСТ: Восток – Запад, 2007. 352 с.
10. Чеснокова О.С. Колумбийская кухня глазами филолога // Латинская Америка. 2011. № 5. С. 87–96.
11. 10 refranes y dichos populares sobre la fruta [Электронный ресурс]. URL: <https://www.frutasbruno.com/10-refranes-y-dichos-populares-sobre-la-fruta/> (дата обращения: 20.07.2024)
12. 27 “piropos” que todas las venezolanas escuchamos al salir a la calle [Электронный ресурс]. URL: <http://matadornetwork.com/es/27-piropos-que-todas-las-venezolanas-escuchamos-al-salir-la-calle> (дата обращения: 30.11.2016)
13. Expresiones colombianas [Электронный ресурс]. URL: <https://charlashispanas.com/11-expresiones-colombianas/> (дата обращения: 21.07.2024)
14. La historia de los refranes: «¿A papá mono con bananas verdes?» [Электронный ресурс]. URL: <https://semanarioactualidad.com.ar/la-historia-de-los-refranes-a-papa-mono-con-bananas-verdes/> (дата обращения: 22.07.2024)

## References

1. Arutyunyan S.M. *Naciya i ee psicheskij sklad* [The nation and its mental make-up]. Krasnodar, 1966, pp. 23–31.
2. Goryaeva A.I. *O nekotoryh kategoriyah social'noj psichologii (k voprosu o strukture obshchestvennoj psichologii)* [About some categories of social psychology (about the structure of social psychology)]. Problemy obshchestvennoj psichologii. Ed. by V.N. Kolbanovskij i B.F. Porshnev. Moscow: Mysl', 1965, p. 213.
3. Dzhandil'din N. *Priroda nacional'noj psichologii* [The nature of national psychology]. Alma-Ata, 1971. P. 122.
4. Zykova S.A. Sposoby realizacii koncepta "Muzhestvennost'" v ispanoyazychnoj kul'ture [The ways of realization of concept "Masculinity" in Spanish-speaking culture]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta*. 2008, pp. 53–57.
5. Nikitina M.S. *Ocenochnaya leksika v variantah polinacional'nogo yazyka*. Dis. ... kand. filol. nauk [Evaluative Lexis in Variants of Polynational Language. Cand. sci. diss.]. Mytishchi, 2022. 165 p.
6. 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.)
7. Turover G.Ya. *Slovar' poslovic. Ispansko-russkij i russko-ispanskij* [Dictionary of Proverbs. Spanish-Russian and Russian-Spanish Dictionary]. Moscow: Rus. Yaz. Media; Drofa, 2009. 208 p.
8. Firsova N.M. Osnovnye cherty nacional'nogo haraktera venezuel'cev [The main features of Venezuelans' national character]. *Voprosy ibero-romanistiki*. 2013, no. 12, pp. 215–219.
9. Firsova N.M. *Sovremennij ispanskij yazyk v Ispanii i stranah Latinskoj Ameriki* [Modern Spanish Language in Spain and Latin America]. Moscow: AST: Vostok – Zapad, 2007. 352 p.
10. Chesnokova O.S. Kolumbijskaya kuhnya glazami filologa [Colombian Cuisine through the eyes of philologist]. *Latinskaya Amerika*. 2011, no. 5, pp. 87–96.
11. 10 refranes y dichos populares sobre la fruta. URL: <https://www.frutasbruno.com/10-refranes-y-dichos-populares-sobre-la-fruta/> (accessed: 20.07.2024)
12. 27 "piropos" que todas las venezolanas escuchamos al salir a la calle. URL: <http://matadornetwork.com/es/27-piropos-que-todas-las-venezolanas-escuchamos-al-salir-la-calle> (accessed: 30.11.2016)
13. Expresiones colombianas. URL: <https://charlashispanas.com/11-expresiones-colombianas/> (accessed: 21.07.2024)
14. La historia de los refranes: «¿A papá mono con bananas verdes?». URL: <https://semanarioactualidad.com.ar/la-historia-de-los-refranes-a-papa-mono-con-bananas-verdes/> (accessed: 22.07.2024)

*Сведения об авторе*

**Никитина Мария Сергеевна**, кандидат филологических наук (10.02.19), доцент кафедры теории, практики и дидактики перевода, Университет мировых цивилизаций им. В.В. Жириновского, Москва, Россия; доцент кафедры английского языка, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Москва, Россия; [mariasergnik@gmail.com](mailto:mariasergnik@gmail.com)

*Information about the author*

**Maria S. Nikitina**, PhD in Philology, Associate Professor of the Department of Theory, Practice and Didactics of Translation, Zhirinovsky University of World Civilizations, Moscow, Russia; Associate Professor of English Language Department, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow, Russia; [mariasergnik@gmail.com](mailto:mariasergnik@gmail.com)

**Статья поступила в редакцию 28.08.2024.**

**The article was submitted 28.08.2024.**