

**COMUNICAÇÃO DA CULTURA ATRAVÉS DA LINGUAGEM (EXEMPLOS DE FRASEOLOGIA ADJETIVA RUSSA)**

***COMUNICAR LA CULTURA A TRAVÉS DEL LENGUAJE (EJEMPLOS DE FRASEOLOGÍA ADJETIVAL RUSA)***

***COMMUNICATING CULTURE THROUGH LANGUAGE (EXAMPLES OF RUSSIAN ADJECTIVAL PHRASEOLOGY)***

Elmira Ildarovna NAZMIEVA<sup>1</sup>  
Elena Anatolyevna ANDREEVA<sup>2</sup>  
Kadria Azatovna SAKHIBULLINA<sup>3</sup>

**RESUMO:** Neste artigo, as unidades fraseológicas são consideradas a fonte mais valiosa de informação sobre a cultura e a mentalidade das pessoas de uma determinada nação; elas são frequentemente preservadas no folclore, costumes e tradições e podem ser encontradas na literatura. Para reconhecer uma unidade lexical como um conceito, uma palavra-chave da cultura que seja comumente usada é necessária, sendo frequentemente incluída em unidades fraseológicas ou provérbios, ditados e assim por diante. Neste estudo, várias unidades fraseológicas que refletem tradições e costumes do povo inglês, australiano e russo são discutidas. O foco principal do estudo foi sobre as unidades fraseológicas adjetivas, que são aquelas correlacionadas com os adjetivos, com o objetivo de revelar seus significados, com base em vários fatores culturais e históricos. Os significados podem ser comunicados a partir de uma variedade de posições e até mesmo abordagens diferentes das quais uma cultura é considerada. As Unidades Fraseológicas enriquecem cada idioma e estão inextricavelmente ligadas à cultura dos falantes nativos. Mais de 900 unidades de várias estruturas em russo foram encontradas e localizadas em frases do corpo da língua russa. Por enfatizarem a conexão das unidades com a cultura em que foram formadas, foram selecionados para o artigo exemplos representativos da culinária russa, estereótipos, clima e outros.

**PALAVRAS-CHAVE:** Fraseologia. Expressões idiomáticas. Adjetivos. Cultura. Russo. Comunicação.

**RESUMEN:** *En este artículo, las unidades fraseológicas se consideran la fuente de información más valiosa sobre la cultura y la mentalidad de las personas de una determinada nación; a menudo se conservan en el folclore, las costumbres y las tradiciones, y se pueden encontrar en la literatura. Para reconocer una unidad léxica como concepto, palabra clave de la cultura, es necesario que sea de uso común, frecuente, incluida en unidades fraseológicas o*

<sup>1</sup> Universidade Federal de Kazan (KPFU), Kazan – Rússia. Professora adjunta. Candidata em Ciências Pedagógicas. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7514-5162>. E-mail: [nei80@mail.ru](mailto:nei80@mail.ru)

<sup>2</sup> Universidade Federal de Kazan (KPFU), Kazan – Rússia. Professora Associada do Departamento de Filologia. Candidata em Ciências Filológicas. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8418-952X>. E-mail: [elenaandreeva7788@mail.ru](mailto:elenaandreeva7788@mail.ru)

<sup>3</sup> Universidade Federal de Kazan (KPFU), Kazan – Rússia. Instrutora Sênior do Departamento de Línguas Estrangeiras. Candidata em Ciências Filológicas. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4604-6058>. E-mail: [kadriush@yandex.ru](mailto:kadriush@yandex.ru)

*refranes, refranes, etc. En este estudio, se discuten varias unidades fraseológicas que reflejan tradiciones y costumbres de los pueblos ingleses, australianos y rusos. El foco principal del estudio estuvo en las unidades fraseológicas adjetivas, que son aquellas correlacionadas con los adjetivos, con el propósito de revelar sus significados, a partir de diversos factores culturales e históricos. Los significados se pueden comunicar desde una variedad de posiciones e incluso diferentes enfoques desde los que se considera una cultura. Los Phraseological Unit enriquecen cada idioma y están indisolublemente vinculados con la cultura de los hablantes nativos. Se encontraron más de 900 unidades de varias estructuras en ruso, y luego se ubicaron en oraciones de los corpus del idioma ruso. Para enfatizar la conexión de las unidades con la cultura en la que se formaron, se seleccionaron para el artículo ejemplos que representan la cocina rusa, los estereotipos, el clima y otros.*

**PALABRAS CLAVE:** *Fraseología. Modismos. Adjetivos. Cultura. Ruso. Comunicación.*

**ABSTRACT:** *In this paper, phraseological units are considered as the most valuable source of information about the culture and mentality of a people of a certain nation; they are often preserved in folklore, customs and traditions, and can be found in literature. In order to recognize a lexical unit as a concept, a keyword of culture is necessary, so it is commonly used, frequently included in phraseological units or proverbs, sayings, and so on. In this study, several phraseological units that reflect traditions and customs of English, Australian and Russian people are discussed. The main focus of the study was on adjectival phraseological units, which are those correlated with adjectives, with the purpose of revealing their meanings, based on various cultural and historical factors. Meanings can be communicated from a variety of positions and even different approaches from which a culture is considered. Phraseological Units enrich each language and are inextricably linked with the culture of the native speakers. More than 900 units of various structures in Russian were found, and then located in sentences from the Russian language corpus. For emphasizing the connection of the units with the culture in which they were formed, examples representing Russian cuisine, stereotypes, climate and others were selected for the article.*

**KEYWORDS:** *Phraseology. Idioms. Adjectival. Culture. Russian. Communication.*

## **Introdução**

Os especialistas em línguas de hoje atuam como personalidades linguísticas que podem combinar com eficiência o conhecimento linguístico geral com as peculiaridades da cultura e tradições associadas. O desenvolvimento dos valores humanos se reflete na linguagem, pois é um espelho da cultura, mostrando a realidade e criando uma visão de mundo específica para cada nação ou etnia que a utiliza como meio de comunicação. A etnolinguística surgiu entre os séculos XIX e XX, estudando a interação de fatores linguísticos, etnoculturais e etnopsicológicos em uma língua. Nenhum dos componentes (pensamento, cultura e linguagem) existiria sem o outro (TARASOV, 1996). Os contextos de comunicação interétnica e o comportamento sociocultural dos comunicantes têm semelhanças e diferenças.

O ensino de línguas contribui para a educação para a paz, que resolve mal-entendidos internacionais. Aprender uma língua estrangeira facilita a comunicação multicultural, porque por meio de uma língua estrangeira a pessoa pode compreender sistemas perceptuais estrangeiros, funções cognitivas, sistemas de valores, integrando a nova informação em seus próprios sistemas perceptuais, modificando-os em conformidade (ROHRBACH; WINIGER, 2001; ECONOMAKIS, 2001; SOBOLEVA, 2017).

É impossível separar a linguagem da cultura (HASELBACH, 2000; MAKSIMOV, 1899). Os estudiosos contam com 150 a 250 definições de cultura na literatura mundial (FROLOV *et al.*, 1989, p. 523).

Ao experimentar uma civilização diferente, é essencial dominar as habilidades de comunicação em seu idioma. Quando as pessoas falam a mesma língua, por exemplo, inglês, como britânicos e americanos, com algumas diferenças em suas culturas, eles também têm algumas variantes na forma de comunicar informações, usando várias palavras para denotar as mesmas ideias. Por exemplo, na variante britânica eles dizem “*petrol*”, mas não a americana “*gasoline*”, ou “*tram*”, não um “*street car*” e etc. No nível idiomático, há muito mais diferenças de variantes e são mais difíceis de entender. A ideia da frase americana “*to put one’s foot into it*”, que significa “cometer má conduta pública”, na variante britânica é transmitida pela frase “*to drop a brick*”, que, por sua vez, dificilmente será compreensível para a maioria das pessoas nos Estados Unidos.

A cultura inclui itens regulares: ideais, normas morais, tradições e costumes. Juntos, eles constituem as regras sociais de conduta, cuja observância é indispensável manter para sociedade como um todo integrado (WHITFORD; DIXON, 1994).

## Métodos

O método de amostragem foi usado durante o trabalho com os dicionários de inglês e russo. O *Russian and English National Language Corpora* foi usado para coletar exemplos para nosso estudo.

A identificação e classificação das Unidades Fraseológicas foram baseadas no método de análise fraseológica de A.V. Kunin, que é chamado de método de identificação fraseológica e descrição fraseológica. O método de análise semântica juntamente com a tradução, e o método de comparação para distinguir os meios linguísticos em diferentes línguas foram realizados. A análise etimológica ajudou a encontrar unidades culturalmente relacionadas.

## Resultados e discussão

O escopo deste estudo são Unidades Fraseológicas adjetivas, ou seja, unidades fraseológicas correlacionadas com adjetivos. O tipo estrutural mais popular entre eles é com um componente de comparação (conjunção como), ou seja, unidades fraseológicas adjetivas comparativas, e o resto é formado com várias preposições (em inglês) ou representado como combinações de partes do discurso nocionais (em russo) e todas podem ser chamadas de Unidades Fraseológicas adjetivas não comparativas.

Em uma série de unidades fraseológicas adjetivas comparativas, o zoomorfismo "um bandicoot" com um seme avaliativo negativo costumava ser popular na Austrália ou ainda é regionalmente usado lá, o que é a razão para a presença de um componente avaliativo negativo no significado fraseológico: “(as) *balmy / barmy, mad / as a bandicoot*” (maluco, insano como um bandicoot) coloquial australiano – “tocado, louco, fora da mente”; “(as) *bandy as a bandicoot*” (torto como um bandicoot) coloquial australiano – “pernas arqueadas (sobre um homem)”; “(as) *miserable as a bandicoot*” (miserável como um bandicoot) coloquial australiano – “patético, infeliz”. Os significados negativos dessas unidades fraseológicas são explicados pelo seguinte fator: “Os australianos não gostam de ratos marsupiais (bandicoots), que causam grandes danos aos seus jardins e pomares” (KUNIN, 1984, p. 64, tradução nossa) Aqui está outro exemplo de uma Unidade Fraseológica comparativa: “(as) *cross (sulky or savage) as a bear*” (selvagem como um urso) – muito bravo; ~ “*looks like a beast*” (aparenta ser uma besta); “*angry as hell*” (irritado pra inferno). A expressão remonta à época em que uma das diversões mais populares era atrair um urso com cães.

Existem unidades fraseológicas adjetivas que transmitem o mesmo significado de “completamente careca” em várias nações (inglês, russo e australiano), mas de maneiras lexicais diferentes: Ing. “(as) *bald as a billiard ball*” (careca como uma bola de bilhar) ~ Rus. “голый как коленка” (“(as) *naked as a knee*” – pelado como um joelho) ~ Austr. “(as) *bald as a bandicoot*” (careca como um bandicoot). Se nestes exemplos os adjetivos-componentes coincidem, então nas Unidades Fraseológicas “(as) *round as a barrel*” (tão redondo quanto um barril) and “(as) *thick as a barrel*” (tão cheio quanto um barril), os componentes-substantivos coincidem, com os quais ocorre a comparação. As características estruturais e gramaticais das unidades fraseológicas podem ser diferentes: “ободранный как липка” – “(as) *a sheep among the shearers*” (como uma ovelha entre os tosquiadores) ~ “tosquiado”; or “(as) *blind as a bat* – (de forma mais rara “(as) *a beetle, as mole* – Cego como um morcego, besouro, toupeira)” ~ traduzido para o russo como “uma galinha cega” – “слепая курица”.

As diferenças nas formas de expressar o mesmo pensamento descrevem uma imagem da vida de uma nação, seus hábitos e ideais; mostrar uma atitude negativa ou positiva em relação às coisas. Podemos presumir que as flores da margarida podem ser amadas pela maioria dos britânicos, ao contrário da maioria dos russos que preferem rosas. Podemos supor que entre muitos britânicos era popular pintar paredes (ou eles valorizam mais a pintura) e menos do que os russos poderiam se dedicar à jardinagem: “(as) *fresh as a daisy* (as a rose ou as paint – fresco como uma margarida, ou uma rosa, ou tinta)” ~ Rus. ~ “свежа как роза” – “fresco como uma rosa”, ~ “свежий как огурчик” – “fresco como um pepino”.

Assim, devemos levar em consideração as peculiaridades inerentes a cada etnia, a fim de evitar mal-entendidos. A língua de uma nação e sua cultura estão intimamente ligadas e devem ser estudadas em conjunto. As Unidades Fraseológicas são a riqueza nacional de cada língua e, portanto, também estão inextricavelmente ligadas à cultura das pessoas que falam a língua.

### **Unidades fraseológicas adjetivas na língua russa**

Toda fraseologia comparativa da língua russa (bem como de outras línguas eslavas) pode ser considerada de dois tipos principais: frases estáveis comparativas (FEC) – expressões idiomáticas e FEC - unidades fraseológicas (ROIZENZON, 1971). Fraseologismos podem atuar como uma forma que não é preenchida com nenhum conteúdo do ponto de vista do russo moderno (“гол как сокол” – “pobre pra cachorro”, “глупый как пробка” – “burro como um saco de martelos” etc.), ou refletem a situação real de comparação (“черный как уголь” – “preto como carvão”, “трусливый как заяц” – “tão tímido como uma lebre” etc.). O motivo da perda da situação de comparação é o desaparecimento do objeto do uso cotidiano, cujo nome fica armazenado como um dos componentes. Por exemplo, aquelas pessoas que chamam o cabelo loiro macio de “branco como o linho” dificilmente estão familiarizadas com a tecnologia de fazer fios de linho. A falta de comparação direta pode não ser devido à perda da realidade, mas à falta de consciência nas várias áreas da vida, ou falta de conhecimento das fontes de expressão (“богат как Крез” – “tão rico como Creso”). A expressão pode ser abreviada com o tempo, quando o usual é entendido a partir de meia palavra, por exemplo: “свеж как огурчик” (fresco como um pepino recém-colhido) ou “красный как рак” (vermelho como um lagostim cozido) (IONOVA, 1975).

Trabalhando com dicionários, mais de 900 unidades de várias estruturas em russo foram encontradas, e posteriormente localizadas em frases do Corpora online de língua russa. Vários exemplos de tal fraseologia com alguns comentários sobre sua origem são dados abaixo:

- «Гол как сокол» – significa “alguém absolutamente pobre, que não tem nada” ou “pobre pra cachorro”. Vem de uma comparação com o velho batedor “*sokol*”, que era um disco de ferro fundido totalmente liso, preso a correntes (MAKSIMOV, 1899).

Exemplos da literatura: a) Pobre pra cachorro, entrou na casa que já havia sido toda preparada e agora até ameaça (Vasily Shukshin, “Wolves”, 1967).

b) Depois de revistá-los e coletar os troféus - nada vai me atrapalhar, estou sem um tostão e pobre pra cachorro - apressei-me, me escondendo nos emaranhados dos esgotos da metrópole (V.G. Poselyagin, “Fugitive”, 2015).

- «Губа не дура» – expressão coloquial, mas ainda usada. Significa que alguém tem bom gosto, sabe o que escolher, o que preferir. Vem do provérbio: “Губа не дура, язык не лопата; знают, где кисло, где сладко” significando “Sabe-se de que lado o pão tem manteiga; eles sabem onde está azedo, onde é doce”

Exemplos: a) Ele sabe de que lado o pão tem manteiga - hein? (I.S. Turgenev “Nakhlebnik”, 1848).

b) E você, Misha, sabe de que lado o pão tem manteiga. (A. P. Chehov, “Leshiy”, 1888).

- «Косая сажень в плечах» – uma pessoa de constituição forte, ombros muito largos, ou “um homem grande e corpulento”. Antigamente na Rússia, antes da introdução do sistema métrico de medidas, além das braças comuns iguais a três arshins, havia também uma pequena braça na vida cotidiana, igual a dois arshins e meio, e uma braça oblíqua, igual à distância da ponta do dedão do pé direito até a ponta do dedo médio da mão esquerda levantada (DAL, 1914).

Ex.: a) Mas ela estava bastante cansada deste esposo amoroso - um cara forte, um grande homem, e que não quer encontrar um emprego para pelo menos colocar comida na mesa (Victor Seleznev, “To be married is good, but to be at home is better”, 2001).

b) Bem, quando falam de força física extraordinária, dizem, por exemplo: um homem grande, corpulento como um armário, Atanásio de oito por sete, um sujeito grande, um reboque (Vladimir Cherkasov, “Black Box”, 2000).

c) E ele, um homem corpulento, mas não é bom - portanto, eles têm medo de aceitar alguém como ele, ele dirá aos outros que os soldados são contra a lei de Deus (L.N. Tolstoy, "Full collection of works", 1909).

Para enfatizar melhor a ligação entre as unidades e a cultura na qual foram formadas, foram selecionados exemplos que representam a culinária russa. Por sua estrutura, algumas das unidades também podem ser chamadas de tipos substantivos e verbais. Nabo cozido e mingau costumavam ser tipos de comida muito populares na Rússia. Hoje em dia, essas palavras são usadas para expressar várias características de coisas ou pessoas:

- "каши просят" – sobre sapatos ou botas gastas, em buracos, exigindo reparos; "каши не сварить" – é impossível negociar ou fazer qualquer coisa com alguém; "мало каши ел" – jovem e ainda sem experiência para assumir qualquer negócio sério, "*wet behind the ears*" (molhado atrás das orelhas); "каша в голове" – alguém não consegue pensar com clareza; "каша во рту" – alguém fala de maneira errada, diz as palavras incorretamente;
- "дешевле пареной репы" – "as cheap as dirt" (tão barato quanto sujeira); "проще пареной репы" – "*as easy as falling off the log*" (tão fácil quanto cair de um tronco).

Portanto, às vezes é possível transmitir o significado das frases usando equivalentes idiomáticos em inglês. Como podemos ver, as unidades fraseológicas podem descrever uma condição, gostos, aparência, características de caráter e assim por diante. Todos eles podem ser classificados de acordo com sua semântica. Esses múltiplos elementos da vida constituem a cultura russa e a refletem. Podemos encontrar frases equivalentes em inglês, também, para unidades como:

- «как шёлковый» – significando "tímido, obediente", isso é "*(as) good as gold*" (tão bom quanto ouro), "*(as) meek as a lamb*" (manso como um cordeiro); «как щепка» – significando "muito magro, magro" ou "*(as) thin as a rail (a rake, a reed)*" (magro como um trilho, um ancinho, um junco), "*(as) skinny as a tooth pick*" (tão magro como um palito); «чёрный как смоль» – negro como o azeviche, escuro como breu; carvão preto; «как спичка» – "*(thin, spindly etc.) as a matchstick (a rail)*" - (magro, fino etc.) como um palito de fósforo (um trilho).

Frequentemente, um idioma reflete os fenômenos culturais com base no contexto, clima e posição geográfica desenvolvidos historicamente ou nas condições socioeconômicas de seu país. Frequentemente, pode ser impossível usar tradução direta ao lidar com frases fixas. Pode

ser desafiador demonstrar tais aspectos na tradução sem conhecer as características culturais comuns no país de destino.

Foram escolhidas unidades fraseológicas baseadas em estereótipos sobre a Rússia, bem como no que poderia ser considerado comum para a região russa. Ao navegar na lista fraseológica, muitas frases sobre intoxicação por álcool foram encontradas:

- «под градусом», «под мухой», «под хмельком (хмелем)», «под шефе» - em estado de intoxicação leve, embriagado;
- «как зюзя (в зюзю)», «в стельку», «мертвецки пьян», «в доску пьян(ый)», «под балдой», «на бровях», «едва на ногах стоит», «на ногах не стоит» – sobre uma pessoa muito bêbada (os dois últimos também descrevendo uma pessoa fraca por causa de doença ou exaustão);
- «как стёклышко» – pode significar algo limpo e brilhante, ou uma pessoa absolutamente sóbria, uma pessoa moralmente pura.

Outro exemplo repetido é sobre neve na Rússia:

- «зимой снега (снегу) не выпросишь» – sobre uma pessoa mesquinha e gananciosa; «как прошлогодний снег нужен» – completamente desnecessário.
- Um exemplo do folclore russo, contos de fadas: «на курьих ножках» – sobre uma construção pequena, surrada e nada atraente.
- A atitude crítica em relação às estradas russas foi refletida na frase «ни проехать ни пройти (ни пройти ни проехать)» – sobre uma estrada muito ruim, suja e quebrada ou sobre uma multidão.
- Casas russas sempre foram cercadas por altas cercas e portões, então a frase «ни в какие ворота не лезет» – significa que não vai funcionar, ou "não retém água", ou significa literalmente "não vai caber no espaço entre os portões abertos".
- Costumava haver czares na Rússia, então a expressão «без царя в голове» – “Sem um czar na cabeça” significa alguém muito estúpido, obtuso.
- A etimologia da unidade fraseológica «всегда готов» (“Sempre preparado”, que também pode ser traduzido como “sempre pronto para fazer algo”) vem do período da Rússia Soviética, quando os Pioneiros usavam essa frase como lema.

A linguagem desempenha um papel especial, sendo um meio de transmissão da experiência social de um indivíduo. A ideia da sociabilidade da linguagem deve ser entendida como uma unidade de linguagem e cultura, linguagem e sociedade. Em qualquer ponto do



desenvolvimento de uma cultura, sua linguagem a reflete plena e adequadamente. A sociedade, membros da comunidade cultural e linguística nacional, é a força motriz do progresso e de todas as mudanças em uma língua.

## Síntese

As unidades fraseológicas merecem atenção especial ao aprender uma língua estrangeira e compreender a cultura de uma nação da língua-alvo. De acordo com a definição de Pimenova (2002, p. 6), chamamos de unidade fraseológica: a) combinações estáveis de palavras com semântica complicada que não são formadas pela geração de modelos semântico-estruturais de valores variáveis, b) palavras separadas com um significado reinterpretado, chamados de expressões idiomáticas de uma única palavra, c) sentenças de tipo proverbial. Um provérbio ou ditado, um idioma ou uma combinação estável de palavras com semântica complicada são criados por pessoas em seu ambiente cultural. A forma como o significado é transmitido depende das peculiaridades culturais. Maslova (2001, p. 82), em seu guia de estudos “Linguoculturologia”, escreve que as unidades fraseológicas são sempre dirigidas ao sujeito, ou seja, surgem para interpretar o mundo, avaliar e expressar uma atitude subjetiva em relação a ele. Arsentieva (2006, p. 22) e Abdullina, Ageeva e Artamonova (2019), observam que os componentes avaliativos positivos, negativos ou neutros devem sua aparência ao conteúdo de qualquer fenômeno extralinguístico: costume, tradição, crenças, superstições, lendas, mitos, contos de fadas etc. Assim, o estudo das Unidades Fraseológicas contribui para uma compreensão mais profunda da cultura e do idioma de uma nação.

As unidades fraseológicas que refletem as tradições e costumes dos ingleses, por exemplo, são: “*good wine needs no bush*” (bom vinho não precisa de arbusto) - o que significa “bom vinho não precisa de rótulo”; ~ “Um bom produto se garante” (de acordo com o antigo costume, os estalajadeiros penduravam ramos de hera como sinal de que havia vinho à venda); “*beat the air (or the wind)*” (Bater no ar (ou no vento)) - “tentar em vão, desperdiçando energia”; ~ “Moer o vento”, “esmagar a água com um pilão” (a expressão vem do costume medieval de agitar os braços em sinal de vitória, quando o inimigo não comparecia ao tribunal pela honra de resolver uma disputa com uma arma) (KUNIN, 1972, p. 25-26).

“Uma das funções fundamentais de uma língua é ser um instrumento de criação, desenvolvimento, armazenamento e transmissão de cultura.” (ANDREYEVA; KORNEVA; SAKHIBULLINA, 2019; MASLOVA, 2001, p. 2, tradução nossa). Uma grande quantidade de informações passa por uma palavra, e o sucesso de uma pessoa na sociedade depende do quanto

ela conhece a palavra, sendo capaz de perceber os segredos da língua. As unidades fraseológicas são a fonte de informação mais valiosa sobre a cultura e a mentalidade das pessoas; elas são frequentemente preservadas no folclore e nas tradições. Para reconhecer uma unidade lexical como um conceito, uma palavra-chave da cultura, ela deve ser comumente usada, frequente, incluída em unidades fraseológicas ou provérbios, ditados e semelhantes. A fraseologia é diferente em cada idioma. As unidades fraseológicas são o “espelho da vida da nação”.

De acordo com a definição de Kunin (1972, p. 8), uma unidade fraseológica é uma combinação estável de lexemas com um significado total ou parcialmente reinterpretado.

Vastos espaços, trabalho e atividade intelectual, a tempestade de seus sentimentos que as pessoas medem por si mesmas (Rus. “каша в голове” (que significa: "cabeça confusa"), “насколько хватает глаз” (tão longe quanto os olhos podem ver); “голова на месте” (sobre alguém “inteligente e esperto”); “on cloud seven (or nine)” (na nuvem sete (ou nove)); “green with envy” (verde de inveja); “out of the way” (sem rumo); etc.

Na forma interna da maioria das unidades fraseológicas, existem significados que lhes conferem um toque cultural e étnico. Por exemplo, o fraseologismo “сбоку припёку” – traduzido literalmente como "ao lado do pão" (sobre algo desnecessário, não significativo, “quinta roda”) surgiu da situação real de assar pão, quando há excessos de massa na lateral da base do pão que não são comidas (MASLOVA, 2001, p. 83). A semântica de tais unidades fraseológicas pode ser interpretada do ponto de vista de atitudes de valor e estereótipos inerentes à mentalidade de uma nação, ou seja, em termos de cultura nacional: o fato de a massa estar separada da base do pão não é bom; além disso, não pode ser usado para comida, porque queima; fica coberta por uma crosta, portanto, as protuberâncias nas laterais do pão não são necessárias.

### **Compreender a nação / personalidade**

“O conceito de personalidade só faz sentido no sistema de relações sociais, somente onde é possível falar de um papel social e de um conjunto de papéis” (FROLOV, 1989, tradução nossa). Onde há pessoas, suas atividades e relações, também há cultura. Criando o mundo objetivo da cultura, as pessoas ao mesmo tempo se desenvolvem como personalidades, como seres sociais, formam suas habilidades criativas. Todos esses processos teriam sido impossíveis sem o desenvolvimento paralelo da atividade da fala humana, causando a interação dos indivíduos tanto dentro de uma única cultura quanto entre outras culturas.

A personalidade linguística existe, se manifesta e se forma nas atividades e na comunicação do meio cultural em que está inserida. Ou, pelo contrário, partindo da língua, pode-se entender muito sobre a cultura de outra nação. A linguagem é a primeira dificuldade que nos impede de compreender outra nação.

O inglês tornou-se uma língua internacional devido à sua relativa simplicidade gramatical e flexibilidade (ECONOMAKIS, 2001, p. 4). Por exemplo, parte da fala de muitas palavras em inglês é determinada por seu lugar na frase. À primeira vista, é incomum e incompreensível para um russo, uma vez que uma palavra em inglês pode ser um adjetivo, um substantivo ou um verbo. Muitas palavras, como “beber”, “beijar”, “olhar”, etc., podem ser usadas como substantivos, verbos e adjetivos: *we “chill” champagne in ice, and we feel a “chill” in the morning* (“esfriamos” champanhe no gelo e sentimos um “friozinho” pela manhã.). As vantagens da língua inglesa são sentidas nos negócios, onde sua compactação, clareza e consistência são indispensáveis. Por exemplo, em inglês não há equivalente para a expressão russa “em duas palavras”: eles dizem “em uma palavra”. Temos que levar em consideração as peculiaridades linguísticas de cada nação, a fim de evitar mal-entendidos.

## Conclusões

O significado pode ser transmitido de diferentes maneiras lexicais; o significado culturalmente relacionado é melhor comunicado por meio de expressões lexicais como fraseológicas. As características estruturais e gramaticais das unidades fraseológicas podem ser diferentes. As diferenças nas formas de expressar o mesmo pensamento descrevem uma imagem da vida de uma nação, seus hábitos e ideais; mostra uma atitude em relação às coisas. Temos que levar em consideração as peculiaridades inerentes a cada etnia, para evitar mal-entendidos. A língua de uma nação e sua cultura estão interligadas e devem ser estudadas em unidade. As unidades fraseológicas podem descrever uma condição, gostos, aparência, características de caráter e assim por diante. Todas podem ser classificadas de acordo com sua semântica. Pode ser desafiador demonstrar tais aspectos na tradução sem conhecer as características culturais comuns no país de destino.

Como se vê pelos exemplos, a linguagem verbaliza a imagem cultural nacional do mundo, bem como a armazena e a passa de geração em geração. Enquanto a comunicação cultural pode ser realizada através da transmissão do significado de itens lexicais como unidades fraseológicas, as últimas agem como peças de informação de outra visão de mundo

cultural, e os alunos de línguas tentam combiná-los com a visão cultural existente em suas mentes, dada por sua língua nativa, então a interação de visões de mundo acontece.

**AGRADECIMENTOS:** O trabalho é realizado de acordo com o Programa de Crescimento Competitivo do Governo Russo da Universidade Federal de Kazan.

## REFERÊNCIAS

ABDULLINA, L. R.; AGEEVA, A. V.; ARTAMONOVA, E. V. Corpus linguistics tools for loanwords and borrowings studies. **Journal of Research in Applied Linguistics**, v. 10, p. 33-41, 2019.

ANDREYEVA, Y. A.; KORNEVA, I. G.; SAKHIBULLINA, K. A. Values and anti-values in figurative phraseological units in the Russian and German languages. **Humanities & Social Sciences Reviews**, v. 7, n.4, p. 427-432, 2019.

ARSENTIEVA, E. F. **Phraseology and phraseography in a comparative aspect:** (on the material of Russian and English languages). Kazan State University, 2006. 172 p.

DAL, V. I. **The explanatory dictionary of the living Great Russian language.** 4. ed. Saint Petersburg, 1914. v. 4, p. 9.

ECONOMAKIS, E. **How different we are!** Saint Petersburg: KARO, 2001. 224 p.

FEDOROV, A. I. **Phraseological dictionary of the Russian literary language.** Moscow: AST, 2008. 828 p.

FROLOV, I. T. *et al.* **Introduction to philosophy.** Textbook for universities: in 2 parts. Moscow: Politizdat, 1989. 639 p.

HASELBACH, A. Learning in polylogues. Processes of social insertion into overlapping culture. **Lifelong Learning in Europe**, v. 5, n. 4, p. 196-200, 2000.

IONOVA, I. A. **Adjectival phraseological units with a comparison structure in modern Russian.** Russian language at school. Prosvesheniye, 1975. n. 4, p. 96-101.

KUNIN, A. V. **English-Russian phraseological dictionary, about 20,000 phraseol.** 4. ed. Moscow: Rus. lang., 1984. 942 p.

KUNIN, A. V. **Phraseology of modern English.** The experience of a systematic description. Moscow: Intern. Relations, 1972. 288 p.

LUBENSKAYA, S. I. **Russian-English phraseological dictionary.** Moscow: Languages of Russian culture, 1997. 1056 p.

MAKSIMOV, S. V. **Krylatye slova.** Saint Petersburg, 1899. 261 p.

MASLOVA, V. A. **Linguoculturology**: a textbook for university students. Moscow: Publishing Center “Academy”, 2001. 208 p.

PIMENOVA, N. D. **Comparative analysis of phraseological units with component-ornithorous in the english and turkish languages**. Kazan, 2002. 22 p.

ROHRBACH, R.; WINIGER, E. **Tandem statt unterricht** [Tandem instead of teaching]. Comano, Switzerland: Universitat Bern, 2001. p. 64-68.

ROIZENZON, L. I. Notes on Russian comparative phraseology. **Questions of phraseology**, Samarkand, p. 12-21, 1971.

SOBOLEVA, N. P. Linguoculturological aspects of the contextual use of phraseological units in advertising slogans. **Vestnik Tomskogo Gosudarstvennogo Universiteta, Filologiya**, v. 45, p. 139-149, 2017.

TARASOV, E. F. **Intercultural communication**: a new ethnology of the analysis of language consciousness. Ethnocultural specificity of language consciousness. Moscow, 1996. 227 p.

TIKHONOV, A. N. **Phraseological dictionary of the russian language**. Moscow: Russian language-Media, 2007. 338 p.

WHITFORD, G. K.; DIXON, R. J. **English-Russian vocabulary and phraseological dictionary**. American idioms: 4500 units. Moscow: Zest, 1994. 190 p.

### Como referenciar este artigo

NAZMIEVA, E. I.; ANDREEVA, E. A.; SAKHIBULLINA, K. A. Comunicação da cultura através da linguagem (exemplos de fraseologia adjetiva russa). **Rev. EntreLínguas**, Araraquara, v. 7, n. esp. 3, e021041, set. 2021. e-ISSN: 2447-3529. DOI: <https://doi.org/10.29051/el.v7iesp.3.15698>

**Submetido em:** 10/01/2021

**Revisões requeridas em:** 20/03/2021

**Aprovado em:** 23/06/2021

**Publicado em:** 01/08/2021