Aleksandra BLATEŠIĆ
Tamara STANIĆ
(Università di Novi Sad)

Gli etnonimi “francese” e “italiano” nella fraseologia italiana

Abstract: (**Ethnonyms "French" and "Italian" in phraseology of Italian language**) Starting from general considerations on the fundamental connections between language and culture, in this paper we intend to address the problem of the relationship between the national language and the Italians’ vision of the world. The special features of the culture and mindset of a given speech community, as well as its perception and designation of the universe, are reflected in the language that is used as a source of the values and ideals which are believed by the people who speak it. The tendency to apply the self-centered approach in the evaluation of the surrounding world and other peoples makes the nature of these values very subjective and yet often enduring over time. Therefore, the object of our research is represented by fixed expressions such as Italian idioms, collocations, and proverbs containing the ethnonyms ‘French’ and ‘Italian’, which we have found in several dictionaries and collections of Italian proverbs. For purposes of comparison we have chosen the ethnonym ‘French’ because this nation is felt by the Italians as the closest in terms of culture and yet the French are the target of many prejudices. By applying the methods and tools of Lublin’s ethnolinguistic school, we explain the meaning and values of various linguistic expressions which are transmitted to subsequent generations, becoming a major landmark in the formation of a certain conception of the world. Finally, by comparing the two ethnonyms examined, we will clarify the mentality and social values that Italians accept and observe in the assessment of others.

Keywords: Italian language, phraseology, ethnoliguistics, ethnonyms, linguistic worldview

Riassunto: Partendo da considerazioni generali sulle connessioni fondamentali tra lingua e cultura, in questo intervento intendiamo affrontare il problema del rapporto tra la lingua nazionale e la visione del mondo degli italiani. Le particolarità della cultura e mentalità di una data comunità linguistica, nonché il suo modo di percezione e designazione dell’universo, si riflettono nella lingua che viene usata come fonte di valori e ideali in cui crede il popolo che la parla. La tendenza ad applicare l’approccio egocentrico nella valutazione del mondo circostante e degli altri popoli rende la natura di questi valori molto soggettivi e spesso duraturi nel tempo. Pertanto la nostra ricerca ha come oggetto le espressioni fisse, ossia le collocazioni, i modi di dire e i proverbi italiani contenenti gli etnonimi ‘francese’ e ‘italiano’, che abbiamo trovato in vari dizionari e raccolte di proverbi italiani. Per il confronto abbiamo scelto l’etnonimo ‘francese’ poiché questa nazione è sentita dagli italiani come il popolo più vicino a loro, ma anche un popolo al quale vengono attribuiti numerosi pregiudizi. Applicando le metodologie e gli strumenti della scuola etnolinguistica di Lublin spiegheremo il significato e i valori delle espressioni linguistiche individuate, che vengono trasmesse alle generazioni successive, rappresentando un importante punto di riferimento nella formazione della concezione del mondo. Infine, mettendo a confronto i due etnonimi presi in esame, chiariremo alcuni valori sociali e di mentalità che gli italiani accettano e osservano nella valutazione degli altri.

Parole-chiave: lingua italiana, fraseologia, etnolinguistica, etnonimi, quadro linguistico del mondo

BDD-A26659 © 2017 „Jozsef Attila” Tudomanyi Egyetem Kiado Szeged; Editura Universității de Vest din Timișoara
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 09:01:40 UTC)

1. L'introduzione

La nostra ricerca è basata sui nuclei fondanti dell'etnolinguistica polacca ai fini di descrivere l'aspetto semantico, sociolinguistico e culturale degli etnonimi 'francese' e 'italiano', individuati nella fraseologia e paremiologia della lingua italiana contemporanea. I modi di dire e i proverbi italiani contenenti etnonimi per il loro contenuto e il messaggio trasmettono l'atteggiamento e il punto di vista degli italiani nei confronti di se stessi e degli altri popoli in un lungo arco del tempo. Al fine di ottenere una migliore comprensione degli atteggiamenti degli italiani, fondamentalmente etnocentrici[1], ma comunque imposti da secoli come valori di riferimento della loro società, in questo lavoro partiamo dall'etnonimo nazionale 'italiano'. Lo presentiamo prima nell'uso autonomo in varie espressioni linguistiche e poi nei proverbi in cui viene messo a confronto con altri etnonimi. Poiché il confronto con gli altri popoli è spesso generico e riguarda più nazioni simultaneamente, in alcuni esempi, specialmente nelle paremie italiane vengono riscontrati anche altri etnonimi oltre a quelli presi in esame.

Il patrimonio linguistico della lingua italiana ci offre una vasta scelta di espressioni linguistiche fisse che traggono la loro origine nella tradizione, nella storia, nei valori sociali e culturali di un popolo. Nella lingua scritta assai più che nell'uso parlato di una lingua si congelano, persistono e coesistono le onde innovative (Terić 2013:217). Per questo motivo le espressioni fisse di una lingua, ormai confermate e attestate nel tempo rappresentano giudizi e valori generalmente accettati dai suoi parlanti (Blatešić 2016a: 27). La ricerca di modi di dire e proverbi come locuzioni tipiche e fisse di una lingua, inoltre, contribuisce alla comprensione del cosiddetto quadro fraseologico del mondo, parte integrante del quadro linguistico del mondo che analizzeremo nel presente studio. Ai fini di avere un quadro pancronico l'oggetto della nostra ricerca comprende anche lo studio delle più frequenti e comuni collocazioni, che pur essendo combinazioni lessicali meno pittoresche, abituali e privilegiate, riflettono il quadro linguistico attuale, più vicino ai tempi moderni. Le collocazioni sono espressioni di due o più parole che per uso e consuetudine lessicale formano una unità fraseologica non fissa ma riconoscibile. Le collocazioni possibili sono molte, ma tutte sono contraddistinte dalla riconoscibilità come unità lessicale che le rende elemento distintivo e caratteristico della lingua (Tiberii, 2012: 3).

Facendo riferimento alle premesse teoriche della scuola etnolinguistica di Lublina, qui di seguito presentiamo lo strumentario teorico applicato in questa ricerca. Essendo uno dei concetti chiave dell'etnolinguistica polacca, in primo luogo va menzionato il quadro linguistico *del mondo* (QLM), che viene formato in base ai valori

[1] Tutte le nazioni del mondo sono prevalentemente etnocentriche, perché nell'osservazione degli altri partono da se stesse, prendendo come punto di riferimento icontenuti del mondopiù vicino e più conosciuto che determina la formazione del loro punto di vista.

BDD-A26659 © 2017 „Jozsef Attila" Tudomanyi Egyetem Kiado Szeged; Editura Universității de Vest din Timișoara
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 09:01:40 UTC)

accettati dai parlanti nativi di una lingua. Questo quadro è di carattere estremamente soggettivo, in quanto rappresenta una interpretazione antropocentrica del mondo circostante e non una visione oggettiva della realtà. Un altro fattore altrettanto importante per la formazione del proprio punto di vista sono *gli stereotipi*, che fondamentalmente fanno parte integrante del quadro linguistico del mondo.Gli stereotipi nascono in seguito ad un normale processo cognitivo di adattamento la cui funzione è quella di ridurre la complessità del flusso di informazioni ricevute dalla società (Petrovic 2003: 16). Per descrivere gli stereotipi, il punto di vista e le prospettive dalle quali dipende la formazione di un certo QLM i linguisti della scuola polacca utilizzano le metodologie cognitive (Бартминьский 2005, Бартмињски 2011, Grzegorczykowa 1995). Il soggetto (individuale o collettivo) che concettualizza e delinea i valori sia tradizionali sia attuali ammessi dalla società forma un'immagine etnocentrica che viene utilizzata non solo come punto di partenza nella percezione degli altri, bensì come un elemento chiave per capire la sfera concettuale del punto di vista formato. L'osservazione di valori presenti negli altri qui si spiega come il processo della riflessione nello specchio, cioè come risultato della posizione di partenza etnocentrica, secondo cui "l'osservatore" vede e riconosce "nell'osservato" le proprie caratteristiche, che ulteriormente vengono valutate come positive, negative o semplicemente diverse. Per questo motivo l'approccio cognitivo assicura la comprensione sia del soggetto sia dell'oggetto dell'osservazione. Come risultato di questo processo infine si presentano *i profili* ottenuti delle etnìe analizzate, vale a dire le descrizioni dei rappresentanti tipici di ogni etnìa presa in esame.

2. Espressioni linguistiche contenenti l'etnonimo 'italiano'

2.1 Collocazioni

Tra le collocazioni contenenti l'etnonimo 'italiano' abbiamo individuato quelle che evidenziano le caratteristiche intrinseche del territorio italiano con la sua flora e fauna, poi quelle che si riferiscono a diverse forme della cultura generica e filologica e infine molte espressioni relative a partiti politici e istituzioni nazionali. La maggior presenza dell'etnonimo 'italiano' nel contesto dell'organizzazione istituzionale e politica si potrebbe spiegare considerando che gli esseri umani hanno bisogno di organizzarsi dentro un gruppo per raggiungere un obiettivo prefissato (Malinovski 1971: 293, 294). L'appartenenza politica o istituzionale in questo modo contribuisce al rafforzamento della coscienza nazionale, il cui valore viene esaltato nel contesto in cui si usano anche altri etnonimi.

bracco italiano (cane da ferma), *civiltà italiana, coste italiane, cultura italiana, dizionario d'italiano, imparare l'italiano, insegnante d'italiano, lingua italiana, letteratura italiana, lezioni d'italiano, lupo italiano* (allevato come cane di utilità), *miglio antico italiano* (un'unità di misura di lunghezza 1851, 51m), *molosso italiano* (una razza di cane), *Movimento Sociale Italiano*(1946-1994), *nardo italiano* (una pianta profumata del genere Lavandula), *neoidealismo italiano* (movimento filosofico sviluppatosi tra il XIX e il XX

BDD-A26659 © 2017 „Jozsef Attila" Tudomanyi Egyetem Kiado Szeged; Editura Universității de Vest din Timișoara
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 09:01:40 UTC)

secolo), *Partito Comunista Italiano* (1921 – 1991), *Partito Liberale Italiano* (fondato nel 1924 e ricostruito nel 1943), *Partito Popolare Italiano* (1919-1926), *Partito Repubblicano Italiano* (fondato nel 1895), *Partito Socialdemocratico Italiano* (fondato nel 1952), *Partito Socialista Italiano* (fondato nel 1892 e ricostruito nel 1947), *Partito Socialista Italiano di Unità Proletaria* (fondato nel periodo dal 1943 al 1947), *professore di italiano, regioni italiane, Repubblica Italiana, registro aeronautico italiano, registro italiano navale, segugio italiano* (cane da corsa), *spinone italiano* (cane da caccia), *studiare l'italiano, tema d'italiano, vocabolario di italiano, volpino italiano* (cane da guardia).

2.2 Modi di dire contenenti l'etnonimo 'italiano'

I modi di dire si riferiscono soprattutto alla lingua italiana, considerata qui uno dei simboli più forti dell'identità nazionale. Il motivo per l'uso dell'etnonimo nazionale soprattutto nell'ambito della lingua e letteratura italiana si può spiegare richiamando l'affermazione di Edward Sapir. Questo linguista americano già nei suoi studi degli anni venti del Novecento sostiene che la lingua abbia probabilmente la più grande influenza sul processo della socializzazione, e che il parlato comune serva come simbolo di straordinario potere per la solidarietà sociale dei parlanti di un gruppo etnico o nazionale (Сапир 1984: 37). Il processo dell'apprendimento di una lingua, nonché quello dell'apprendimento degli schemi culturali del gruppo al quale apparteniamo si svolgono nel nostro inconscio. Il risultato di questi processi si riflette nei comportamenti di un individuo che li segue inconsapevole dei limiti e dei significati imposti dalla società (Сапир 1984: 252-255). I modi di dire *parlare italiano, parlare italiano da cani* e *parlare italiano maccheronico* esaltano l'importanza di parlare bene la lingua materna che qui risulta l'unica lingua ben chiara e comprensibile[2]. L'ultimo modo di dire di questo gruppo *cosa fatta all'italiana* ha il significato ambivalente, poiché include delle connotazioni sia positive sia negative.

parlare italiano – parlare chiaro
parlare un italiano da cani – parlare un italiano cattivo e grammaticalmente scorretto
parlare un italiano maccheronico – parlare l'italiano molto male, usando i lessemi e le strutture non esistenti
cosa fatta all'italiana – spesso con valore ironico: una cosa fatta con furberia, o con faciloneria (ma anche talora, con senso di umana indulgenza o generosità).

2.3. Proverbi contenenti l'etnonimo 'italiano'

Nei proverbi italiani qui di seguito sono messi in rilievo alcuni principali difetti del popolo italiano quali capricciosità, imprevedibilità e individualismo. Gli italiani sembrano inclini alle feste e alla bella vita, ma nei proverbi risultano poco capaci di risolvere alcuni problemi amministrativi, organizzativi e istituzionali. Il popolo che ha dato origine a queste sentenze contemporaneamente si mostra conscio di tutte le bellezze e di vantaggi del Paese che abita.

In Italia troppe feste, troppe teste, troppe tempeste.

[2] Ricordiamo che le lingue nei modi di dire *parlare arabo/cinese/turco/greco/tedesco* sono considerate simbolo di incomprensibilità, non di diversità.

BDD-A26659 © 2017 „Jozsef Attila" Tudomanyi Egyetem Kiado Szeged; Editura Universității de Vest din Timișoara
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 09:01:40 UTC)

In Italia c'erano un tempo troppe feste, che poi furono eliminate a cominciare dalle riforme settecentesche.

Le cose in Italia son fatte in tal guisa che la più dritta è la Torre di Pisa.

L'Italia è un paradiso abitato da demoni.

La bellezza dell'Italia la renderebbe un paradiso se non fosse abitata da gente piena di difetti.

3. Espressioni linguistiche contenenti l'etnonimo 'francese'

3.1 Collocazioni contenenti l'etnonimo 'francese'

Tra le collocazioni contenenti questo etnonimo sono numerose quelle riferite ad alcuni fenomeni, oggetti, invenzioni e alimenti di supposta origine francese. Non mancano, però, i riferimenti alla lingua e letteratura francese, ad alcuni fatti ed eventi di importanza storica, nonché quelli che descrivono le caratteristiche fisiche dei francesi. Alcune collocazioni sono esempi di falsa origine, adottata e diffusa per la mancanza di ulteriori chiarimenti e attestazioni scientifiche (*carte francesi, bacio alla francese, mal francese*). Per esempio alle carte che sono state importate in Italia dalla Francia è stata automaticamente attribuita l'origine francese, nonostante questa provenienza non fosse stata mai verificata[3]. Un altro caso simile è quello del *mal francese*, ossìa della sifilide che venne introdotta in Europa dall'America ad opera dei marinai di Cristoforo Colombo e poi diffusa in Italia dai soldati francesi dell'armata di Carlo VIII durante l'assedio di Napoli nel 1494 (Kent, Romanelli 2008: 226-236). In Italia il morbo si manifestò in forma epidemica e si abbatté su tutta l'Europa. È interessante che oggigiorno gli italiani chiamano questa malattia il"mal francese" mentre in Francia è conosciuta come il "mal napolitain". Un altro esempio interessante dell'etimologia completamente falsa è quello di *baciare alla francese* che originariamente aveva poco a fare con il popolo d'Oltralpe. Pare che quest'espressione sia diventata francese durante e dopo la Prima guerra mondiale per un errore fonetico commesso dai soldati americani che avrebbero inteso *baiser à la florentine* come *baiser*[4] *français*. I soldati diffusero quest'espressione erronea in tutto il territorio anglosassone in modo da renderla internazionale. Il fatto sta che il *bacio alla fiorentina* fu usato già nel Quattrocento[5] da Pulci nel suo poema più famoso *Il Morgante*, ma neanche questo basta per attestare le origini italiane di questa espressione. Le più remote descrizioni di questo tipo di bacio si trovano nei testi di Plutarco, Teocrito e Tibulo, il che ci fa ipotizzare che l'espressione risalga al periodo degli antichi greci e romani (Loredano 1655: 156-157).

[3] Secondo alcuni ricercatori, le *carte 'francesi'*sonoeffettivamente di origine cinese (Wilkinson 1895).

[4] Tra l'altro il verbo *baiser* in francese ha assunto il valore volgare di 'fottere'.In fatti per 'baciare' si usa normalmente *embrasser.*

[5] L., Pulci, *Il Morgante*, Venezia, Matteo Codecà, 1478-1483

BDD-A26659 © 2017 „Jozsef Attila" Tudomanyi Egyetem Kiado Szeged; Editura Universității de Vest din Timișoara
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 09:01:40 UTC)

arte francese, bacio (baciare) alla francese, carte francesi (il mazzo principale consiste di 52 carte con semi da cuori, fiori, quadri e picche), colletto6 (collo) *francese* (il colletto aperto e largo, per le camicie più eleganti), *erre francese* (la pronuncia particolare della „r"), *franco francese7, giardino alla francese* (uno stile di giardini incentrato sulla simmetria, decorazioni vegetali ricercate, statue, giochi d'acqua e grandiose prospettive che si perdono in foreste naturali), *lingua francese, letteratura francese, letto alla francese* (è un letto più grande di un singolo e più piccolo di un matrimoniale), *maggio francese*[8], *mal francese (sifilide),nasino alla francese* (il naso piccolo e all'insù), *pane francese* (un tipo di pane simile al famoso baguette), *popolo francese, rima francese*[9], *rivoluzione francese*[10], *scarpa alla francese* (modello di scarpa da donna con linguetta frangiata, conosciuto anche come francesine), *stile francese*[11], *stucco francese* (un tipo di pasta di semplice utilizzo, serve per rasare le pareti o per riparare le piccole imperfezioni dei mobili).

3.2 Modi di dire contenenti l'etnonimo 'francese'

Alcuni modi di dire presentati in questo paragrafo possono essere considerati internazionali, soprattutto *andarsene alla francese,* mentre gli altri sono stati modificati a causa di varie influenze storiche, sociali e culturali. Spieghiamo prima il modo di dire *andarsene alla francese,* ormai di diffusione internazionale,poiché presente in molte lingue europee:ingl. *to take French leave*, ted. *sich auf französich verabschieden,* spagn. *a tomar licencia francés*, port. *a tirar uma licença francês*, *saída à francesa* ecc. Questo modo di dire che significa "andare via senza saluto", nella lingua italiana è conosciuto anche nella variante con l'etnonimo 'inglese', dello stesso significato: *filarsela all'inglese* o *andarsene all'inglese.* In altre lingue, invece, questo modo di dire si trova come l'unica variante possibile, per esempio in fr. *filer à l'anglaise,*ungh. *angolosan távozik,* rus. *Уйти по-английски*, ucr. *Піти по-англійськи,* pol. *wyjść po angielsku,* ecc. La confusione etnica nella fraseologia delle lingue europee ha origini storiche e allude ai tempi del Settecento e Ottocento nei quali le relazioni culturali tra i francesi e gli inglesi erano aggravate a causa di conflitti politici e della guerra tra i Paesi dei due popoli.

---

[6] In Francia questo tipo di collo della camicia si chiama *chemise avec colitalien,* cioè*camicia con colletto italiano.*

[7] Il franco francese era la valuta ufficiale della Francia prima dell'introduzione dell'euro nel 2002.

[8] Questo termine designa in maniera globale l'insieme dei movimenti di rivolta in Francia nel maggio e giugno del 1968. La rivolta iniziò come protesta studentesca e si estese al mondo operaio e a tutte le categorie della popolazione sull'intero territorio nazionale.

[9] Appartiene alla categoria di rime culturali, che non sono vere e proprie rime fonologicamente, bensì il risultato della trasposizione in italiano. Questa rima fa rimare tra loro "a" ed "e", quando queste sono seguite da n + consonante (es: "ant" / "ent").

[10] La rivoluzione francese fu un periodo di radicale e a tratti violento sconvolgimento sociale, politico e culturale, occorso in Francia tra il 1789 e il 1799. Le principali e più immediate conseguenze della rivoluzione furono l'abolizione della monarchia assoluta e la proclamazione della repubblica.

[11] Nonostante questa collocazione sia riferita più comunemente allo stile e modo di vivere del popolo d'Oltralpe, abbiamo individuato ancora un significato, legato all'ambiente religioso del Medioevo. Infatti, dallà metà del IX secolo fino alla fine del Medioevo questa collocazione riguardava un calendario medievale, secondo il quale il primo giorno dell'Anno nuovo cadeva il giorno di Pasqua.

BDD-A26659 © 2017 „Jozsef Attila" Tudomanyi Egyetem Kiado Szeged; Editura Universității de Vest din Timișoara
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 09:01:40 UTC)

andarsene alla francese– andare via senza saluto
bestemmiare / masticare un po' di francese – parlare francese in modo imperfetto
parlare un francese maccheronico – parlare francese molto male
parlare francese come una vacca spagnola

Un altro detto italiano interessante, soprattutto per motivi etimologici è "parlare francese come una vacca spagnola". Secondo alcuni linguisti questo modo di dire dall'origine opaca viene dal ben più trasparente e sensato "parler français comme un basque l'espagnol", cioè "parlare francese come un basco lo spagnolo", in cui i baschi sono stati presi come punto di riferimento per chi parla male altre lingue. I baschi, infatti, sono una popolazione non indoeuropea che abita alcune province della Spagna e della Francia, ed è conosciuta per il fatto che,cercando di mantenere viva la propria lingua, parla in genere piuttosto male le lingue dei due Paesi che la ospitano.

3.3 Proverbi contenenti l'etnonimo 'francese'

Nei proverbi italiani il popolo d'Oltralpe è visto con una certa diffidenza. Nonostante la fama di essere allegri, di compagnia ed estrosi, i francesi sono considerati anche puntigliosi, boriosi, arroganti, furiosi e di temperamento collerico. Come le donne, anche i francesi sono grandi chiacchieroni che in ogni momento hanno bisogno di parlare e di vantarsi. Il comportamento dei francesi si distingue da quello degli italiani a tal punto che spesso sono considerati incomprensibili, artificiali, non naturali e comunque contrari ai valori accettati nella società italiana. Nell'immaginario collettivo degli italiani i francesi vengono spesso rappresentati con tipici simboli della grandiosità e dell'orgoglio patriottico (castelli e bandiere). Alcuni proverbi italiani, invece, alludono alle numerose guerre tra Francia e Piemonte, spesso finite in sconfitte per la nazione d'Oltralpe.

Francese per amico, ma non per vicino.
I francesi e le donne possono vivere senza pane ma non senza chiacchiere.
I francesi non parlano come agiscono, non leggono come scrivono, non cantano nelle regole.
Il Piemonte è la sepoltura dei francesi.
In Francia troppi castelli e troppe bandiere.

4. Gli italiani, i francesi e gli altri popoli a confronto

In questo paragrafo presentiamo i proverbi in cui, oltre agli etnonimi 'francese' e italiano', vengono messi a confronto altri etnonimi europei. In base al contenuto e all'oggetto del confronto abbiamo diviso i proverbi in più gruppi, all'interno dei quali analizzeremo diverse caratteristiche attribuite a vari popoli.

a) Il confronto secondo le caratteristiche generiche

In questi proverbi diverse nazioni sono definite attraverso le caratteristiche salienti loro attribuite dalla tradizione popolare. I francesi sono caratterizzati dalla

BDD-A26659 © 2017 „Jozsef Attila" Tudomanyi Egyetem Kiado Szeged; Editura Universității de Vest din Timișoara
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 09:01:40 UTC)

formalità dei rapporti, dalla cortesia e dalla galanteria. Gli italiani sono considerati scettici e sleali, gli svizzeri freddi e senza fantasia, mentre i tedeschi più che cucinano intrugliano. Molto interessante l'ultimo proverbio in cui i turchi sono considerati molto allegri nonostante la loro fama da violenti conquistatori. Sembra che gli italiani sentano la più grande rivalità nei confronti dei popoli vicini, non lontani. (Блатешић 2016a:30)

Gentilezza di Francia, calma d'Inghilterra, fortezza d'Alemagna e fede di Spagna.
Devozione d'italiani, galanteria di svizzeri e cucina di tedeschi valgon meno che nulla.
Gl'inglesi son boriosi, i francesi furiosi, iracondi gli alemanni, accorti gl'italiani, gli spagnoli sono astuti, gli ungheresi avveduti, i russi indolenti, i turchi gaudenti.

b) Il confronto secondo il comportamento in guerra

I proverbi che descrivono o valutano il comportamento dei francesi in guerra sono assai ironici nei confronti di questo popolo, che dal punto di vista degli italiani, sapeva iniziare bene la battaglia, ma non la concludeva altrettanto bene. I francesi sono poi confrontati spesso con gli spagnoli, che erano considerati capaci nel muovere grandi eserciti con abili manovre, soprattutto nei ripiegamenti. Nell'ultimo proverbio gli italiani descrivono le nazioni che parteciparono alle colonizzazioni imponendo i propri usi e abitudini.

Assalto francese e ritirata spagnola.
Furia francese e ritirata spagnola.
Francese furioso, spagnolo assennato e tedesco sospettoso.
Nel colonizzare un'isola, la prima fabbrica eretta da uno spagnolo sarebbe una chiesa, da un francese un forte, da un olandese un magazzino e da un inglese una bottega di birra.

c) Il confronto secondo il modo di fare

Nel primo proverbio del gruppo gli italiani hanno un'alta capacità critica nel progettare una cosa e a prevederne i vari sviluppi, mentre i francesi sono visti come abili nel valorizzarla e farsene vanto. Nel secondo proverbio sono presentate tutte le faccende in cui i vari popoli eccellono e che spesso fanno volentieri in gruppo.

L'italiano è saggio prima di fare una cosa, il tedesco quando la fa, e il francese quando è bell'e fatta.
Gli spagnoli si accordano a bravare, i francesi a gridare, gli inglesi a mangiare, i tedeschi a sbevazzare e gli italiani a pisciare.

d) Il confronto secondo il modo di mangiare e bere

Agli italiani è molto importante la qualità del cibo che mangiano nonché il rito del mangiare e bere, che più comunemente viene praticato in compagnia. Dal punto di vista degli italiani che generalmente considerano il cibo come elemento di identità culturale solo i francesi sono presentati come buongustai. Nel consumare le pietanze gli spagnoli sono considerati troppo frugali, mentre con i tedeschi e gli inglesi il popolo italiano non riesce a condividere gli stessi gusti, soprattutto nella quantità del mangiare e del bere.

BDD-A26659 © 2017 „Jozsef Attila" Tudomanyi Egyetem Kiado Szeged; Editura Universității de Vest din Timișoara
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 09:01:40 UTC)

Al francese un'oca e allo spagnolo una rapa.
Dove beve tedesco non beve italiano.
Dove stanno dei tedeschi non vi può stare italiani.
Francese per la vita, tedesco per la bocca.
Spagnoli frugali, tedeschi assetati, inglesi affamati, italiani valenti, francesi mai contenti.

e) Il confronto secondo il modo di reagire

Il primo proverbio indica l'indole e il modo di reagire dei quattro popoli, che vengono paragonati ai quattro generi di spettacolo. In questa visione, gli inglesi sono improntati alla serietà, i francesi alla leggerezza, gli spagnoli alla devozione religiosa e gli italiani al riso e alle burle. Sono molto diversi anche i modi con i quali i vari popoli smaltiscono le pene. Così i tedeschi si ubriacano, i francesi fanno festa e mangiano, gli spagnoli si dedicano alla musica e gli italiani ci dormono sopra.

Per gl'inglesi il mondo è una tragedia, per i francesi una commedia, per gli spagnoli un oratorio, per gl'italiani una farsa.
Le nazioni smaltiscono diversamente il dolore: *il tedesco lo beve, il francese lo mangia, l'italiano lo dorme e lo spagnolo lo canta*.

f) Il confronto secondo il modo in cui parlano

In questi proverbi sono presenti alcuni pregiudizi molto diffusi anche oggi nei confronti delle altre lingue del mondo. L'italiano è la lingua della seduzione, il francese è quella della diplomazia, della persuasione, il tedesco è quella del rimprovero, degli ordini, l'arabo, invece, è il simbolo della lingua incomprensibile e il russo la lingua della violenza e delle cattive maniere.

Gli italiani cantano, i tedeschi urlano, e i francesi gorgheggiano.
Gli italiani piangono, gli alemanni gridano, i francesi cantano.
Il demonio sedusse Eva in italiano, Eva convinse Adamo in francese, Dio li rimproverò in tedesco, Adamo rispose in arabo e l'angelo li cacciò in russo.

g) Il confronto secondo il modo in cui sono osservate e trattate le donne

Le affermazioni di questi proverbi, soprattutto di quello che riguarda la bellezza delle donne, sono estremamente generiche e spesso si trovavano nelle pubblicazioni popolari dell'Ottocento, nei lunari e negli almanacchi da dove venivano imparati a memoria e ripetuti con eventuali modifiche. Il proverbio che si riferisce al modo in cui sono trattate le donne nel matrimonio indica la posizione sfavorevole delle italiane, che in passato erano tenute chiuse in casa. Le donne francesi, inglesi e tedesche, invece, godevano di una posizione decisamente migliore. Nell'ultimo proverbio del gruppo, che riguarda il modo di amare è messa in risalta la fantasia e l'estrosità delle donne italiane, mentre le donne francesi sono descritte come troppo razionali nelle faccende amorose.

Le donne spagnole son belle, le greche son loro sorelle, le francesi son graziose, le italiane son briose, le tedesche bionde e leste, le inglesi bianche e meste, le svizzere son fiere, le russe son severe.

BDD-A26659 © 2017 „Jozsef Attila" Tudomanyi Egyetem Kiado Szeged; Editura Universității de Vest din Timișoara
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 09:01:40 UTC)

La moglie dello spagnolo è serva, dell'italiano è prigioniera, del francese è padrona, dell'inglese è regina, del tedesco è massaia.

Le donne tedesche amano col cuore, le francesi con la testa, le inglesi con lo spirito,le spagnole col corpo e le italiane con quello che salta in mente.

5. Conclusione

A conferma di quanto già detto riportiamo la sintesi del profilo dell'etnonimo "italiano": un rappresentante tipico di questa nazione ritiene importante il parlato regolare e chiaro, mostra di avere un atteggiamento affettivo nei confronti della propria lingua, prova interesse per le discipline umanistiche e filologiche, considera positivamente l'appartenenza al sistema istituzionale nonostante l'atteggiamento piuttosto negativo nei confronti del governo e dell'apparato statale, si mostra motivato a esprimere la propria identità nazionale ed è ben conscio della specificità del proprio territorio. Tra le caratteristiche di connotazione negativa abbiamo individuato la capricciosità, l'imprevedibilità, la disorganizzazione, l'impetuosità, l'individualismo, la superficialità, la passione smisurata per la festa e il divertimento, i cattivi rapporti con le donne e la tendenza a sottovalutarle. Un rappresentante tipico del popolo italiano possiede le seguenti caratteristiche di connotazione positiva: l'allegria, l'ingegnosità, le buone capacità culinarie, i gusti raffinati, la creatività, il senso della misura giusta, l'atteggiamento autocritico al fine di migliorare se stesso.

In seguito all'analisi di numerosi espressioni linguistiche contenenti l'etnonimo 'francese', abbiamo constatato che un tipico rappresentante del popolo francese è dotato di palato raffinato e mostra interesse per la buona cucina, la moda, l'abbigliamento, le calzature e in genere un alto tenore di vita. È orgoglioso della bellezza della propria lingua e dell'importanza della propria storia. Tra le caratteristiche di connotazione positiva attribuite ai francesi abbiamo individuato la diplomazia, la grazia e la bellezza delle donne e la loro buona posizione in società e in famiglia. Le caratteristiche di connotazione negativa, invece, sono:l'irruenza, la slealtà, la grandiosità, la tendenza a parlare troppo e ad alta voce, l'arroganza, l'artificialità, troppa razionalità nelle faccende amorose notata nelle donne francesi.

Bibliografia

Бартминьский, Ежи. 2005. Языковой образ мира: очерки по этнолингвистике. Москва: Индрик.

Бартмињски, Јежи.2011. Језик-слика-свет. Етнолингвистичке студије. Београд: SlovoSlavia.

Bellonzi, Fortunato. 2000. *Proverbi toscani*. Firenze: Giunti Gruppo Editoriale.

Блатешић, Александра 2016а. „Компарација етнонима „turco" и „Турчин" у италијанској и српској фразеологији и паремиологији". *Зборник радова Језици и културе у времену и простору 5*, Нови Сад, Филозофски факултет, стр. 27-36.

Блатешић, Александра. 2016б. *Колокације, фраземи и паремије италијанског језика са компонентом етнонима*.Нови Сад: Филозофски факултет,.

BDD-A26659 © 2017 „Jozsef Attila" Tudomanyi Egyetem Kiado Szeged; Editura Universității de Vest din Timișoara
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 09:01:40 UTC)

Boggione, Valter, Massobrio, Lorenzo. 2004. *Dizionario dei proverbi. I proverbi italiani organizzati per temi*. Torino: UTET.
Casadei, Federica. 1995. "Per una definizione di "espressione idiomatica" e una tipologia dell'idiomatico in italiano", in *Lingua e stile*, 30, 2, p. 335-358.
Franceschi, Temistocle. (2004). *La formula proverbiale*, in Valter,Boggione & Lorenzo Massobrio (coord.), *Dizionario dei proverbi. I proverbi italiani organizzati per temi*. Torino: UTET.
Grzegorczykowa, Renata. 1995. Die Lubliner antropologisch-kulturelle und kognitive Sprachwissenschaft der letzten Jahrzehnte. In: *DAAD (ed.). Convivium. Germanisches Jahrbuch.* Polen 1995: 153-179. Bonn: Deutscher Akademischer Austauchdienst.
Guazzotti, Paola, Oddera, Maria Federica. 2004. *Il grande dizionario dei proverbi italiani.* Bologna: Zanichelli editore.
Kent, M, Romanelli, F. "Reexamining siphilis: an update on epidemiology, clinical manifestations and management". *Annals of Pharmacotherapy*,Vol. 42, No 2, 2008: 226-236.
Lapucci, Carlo. 1984. *Modi di dire della lingua italiana*. Milano: Garzanti editore.
Lapucci, Carlo. 2007. *Dizionario dei proverbi italiani*. Firenze: Le Monnier.
Малиновски, Бронислав (1971). *Магија, наука и религија и друге студије*. Београд: Просвета.
Pittano, Giuseppe. 2006. *Frase fatta capo ha. Dizionario dei modi di dire, proverbi e locuzioni* (IX ristampa, prima edizione 1992). Bologna: Zanichelli editore.
Quartu, Monica, Rossi,Elena. 2012.*Dizionario dei modi di dire della lingua italiana*. Milano: Hoepli editore.
Сапир, Едвард. 1984. *Огледи из културне антропологије*. Београд: Просвета.
Schwamenthal, Riccardo, Straniero, Michele, L. 1999. Dizionario dei proverbi italiani e dialettali. Milano: Biblioteca Universale Rizzoli.
Sorge, Paola. 2004. *Dizionario dei modi di dire della lingua italiana*. Roma: Newton Compton Editori.
Terić, Gordana. 2013. Analisi comparata di alcuni fraseologismi in italiano e nelle lingue romanze. In: Italica belgradensia. Atti del Convegno internazionale Oltre i confini: aspetti transregionali interculturali dell'italiano. Belgrado, Filološki fakultet, pp. 213-226.
Tiberii, P. (2012). *Dizionario delle collocazioni*. Bologna: Zanichelli Editore.

BDD-A26659 © 2017 „Jozsef Attila" Tudomanyi Egyetem Kiado Szeged; Editura Universității de Vest din Timișoara
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 09:01:40 UTC)