

ЛІСНЯК С. П.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ФРАЗЕОЛОГІЗМИ ЯК ДЖЕРЕЛО НАЦІОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЇ ІНФОРМАЦІЇ

У статті розглядаються лексичні та культурологічні особливості фразеологізмів, а також деякі національно-культурні аспекти актуалізації фразеологічних одиниць у газетно-публіцистичному дискурсі.

Ключові слова: фразеологічна одиниця, національно-культурний компонент, фразеологічний образ.

В статье рассматриваются лексические и культурологические особенности фразеологизмов, а также некоторые национально-культурные аспекты актуализации фразеологических единиц в газетно-публицистическом дискурсе.

Ключевые слова: фразеологическая единица, национально-культурный компонент, фразеологический образ.

The article deals with the lexical and cultural peculiarities of the idioms, and also about some national and cultural aspects of actualization of idioms in the publicistic discourse.

Key words: idiom, national cultural component, phraseological image.

Лінгвокультурологія вивчає лінгвокультурні утворення, що виникли в результаті взаємодії мови та культури (до них відносяться і фразеологічні одиниці), а також те, як вони формують колективну ідентичність і в які стосунки вступають із суб'єктом мовлення [1:131]. Лінгвокультурологічний аналіз встановлює умови формування подібної культурної конструкції на матеріалі фразеології, коментує фразеологічні одиниці як цитати, сформовані під впливом різних типів дискурсу (літературного, політичного тощо).

Актуальність теми дослідження обумовлена необхідністю вивчення функціонування фразеологічних одиниць у функціональних стилях мови (зокрема у газетно-публіцистичному стилі мовлення), подальшим висвітленням семантико-стилістичних питань ФО іспанської мови у комунікативно-прагматичному аспекті, а також виявлення зв'язків між фразеологією та культурою шляхом виявлення національної специфіки ФО. Новизною дослідження вважаємо висвітлення фразеологізмів іспанської мови як інформаційно-комунікативних одиниць (з точки зору національно-культурної інформації, яку вони передають у процесі комунікації) та їх значення для формування публіцистичного тексту.

Фразеологічним одиницям (далі ФО) властива усталеність, пов'язана з відтворюваністю у мові та з колективною пам'яттю (усталені вирази передаються від покоління до покоління). Вибір образів у процесі мовної концептуалізації не є довільним. Однакові та подібні базисні метафори, що формують корпус фразеологізмів, виявляються у більшості європейських мов. Це пояснюється взаємним зв'язком культури з мовою.

Мова відтворює ті образи, стереотипи, які пов'язані з різними типами дискурсу. Наприклад, міфологічний дискурс мотивує образну основу багатьох усталених метафоричних сполучень (*caja de Pandora, caballo de Troya, entre Escila y Caribdis* etc.), літературний обумовлює існування відповідних ФО (*la vida es un sueño, el molino de viento, ser don Juan Tenorio, etc.*), публіцистичний утворює ряд стереотипів дискурсу (*la batalla poselectoral, la fuga de cerebros, el blanqueo de dinero, encarar la crisis, salir de un bache económico, etc.*).

Фразеологізми формують поле колективної культурно-мовної пам'яті, а сучасна лінгвокультурологія вивчає ФО в контексті їх здатності виступати знаками культури, в яких відображена самосвідомість народу, та яким чином фразеологізми відтворюють менталітет народу у процесі їх живого функціонування в мові. Фразеологічний склад мови відображає світоглядні позиції народу, оскільки вибір образів та їх втілення в мові є результатом культурної інтерпретації фрагментів довколишньої дійсності з метою відображення ціннісної або емоційної орієнтації. образи, що лежать в основі ФО є зрозумілими та прозорими для даної лінгвокультурної спільноти, тобто відображають характерне для неї світобачення та сприйняття. Це дозволяє вести мову про національно-культурну специфіку фразеологічного складу мови, що виявляється яскравіше, ніж у її лексичному фонді.

У мові закріплюються та фразеологізуються самі ті образні вирази, які асоціюються з національно-культурними еталонами, стереотипами, міфологемами, які у мовленні відтворюють характерний для певної лінгвокультурної спільноти менталітет. До джерел культурно значимої інтерпретації фразеологізмів відносяться символічні реалії, установки культури, що зафіксовані у фольклорі або в інших типах дискурсів, особливо у релігійних. Ці джерела є семіотичними системами, що моделюють результати власне людської

свідомості (архетипи та прототипи). Стереотипність, символічність образного сприйняття ФО обумовлює їх національно-культурну специфіку.

Логічний зв'язок цілісного значення фразеологізму з лексичними значеннями його компонентів спирається на фразеологічний образ – те наочне уявлення, на фоні якого ми сприймаємо це цілісне значення як узагальнено-переносне, як метафоричний або метонімічний дериват, що виник в результаті глобального переосмислення первинного змісту семантичного комплексу-прототипу [5:58].

Якщо фразеологічний образ з якоїсь причини був втрачений, втрачається і логічний зв'язок між семантичним результатом, цілісним значенням ФО та первинним змістом її семантичних компонентів (напр.: *tomar el pelo a uno* насміхатись, обманювати, розіграти – букв.: взяти волосся; *chuparse uno el dedo* бути дурнем або вдавати з себе дурня, букв.: смоктати палець). Таким чином, фразеологічний образ має здатність зберігати національну специфіку фразеологізму, оскільки він, як правило, утворений на реаліях, що відомі лише одному народу.

У ході аналізу ФО іспанської публіцистики, виділимо окремі їх групи, які відображають національні особливості культури: 1) ФО, у яких відображені неповторні, типово-національні народні звичаї, традиції, обряди тощо. Цікавим з цієї точки зору є ФО з компонентом “*mantilla*”: *estar uno en mantillas* бути недосвідченим, бути новачком, робити перші кроки, як немовля); *quedarse uno en mantillas* (бути відсталим, відставати від інших); *haber salido uno de mantillas* (подорослішати, вийти з пелюшок, стати достатньо дорослим, самостійним). Наприклад: “... esta disputada operación, que destruido el país, se ha cobrado miles de vidas inocentes, llevándose de paso el derecho internacional que *no por encontrarse en mantillas* deja de ser el único instrumento de que disponemos para lograr un orden internacional estable ...” [El País]. Компонент “*flamenco*” викликає асоціативний зв'язок з неповторним стилем танку і співу “фламенко”, а у фразеологізмі “*ponerse flamenco*” означає знахабніти, переходити межу дозволеного.

Як свідчить проведений нами аналіз, в іспанській періодиці широко використовуються фразеологізми з мови кориди. Політика виступає особливою сферою, де широко й влучно автори вживають

вирази з мови кориди для позначення суперництва між партіями (аналогія йде по лінії порівнювання з битвою тореадора з биком). Наприклад, ФО *saltarse una cosa a la torera* (означає знехтувати чимось, зухвало порушити щось) зустрічаємо у статті на міжнародну тематику: “El líder de la coalición, Julio Anquita, acusó al gobierno de “saltarse a la torera” los acuerdos del Congreso al apoyar una intervención militar que está “fuera de la legalidad internacional” [El Mundo], де у вузькому контексті відбувається формування культурно-семантичної моделі [образ тореро, який нехтує небезпекою, зневажаючи її]. Таким чином, створення культурно-семантичної моделі слугує для побудови переконливої аргументації, з однієї площини дійсності за допомогою метафоричного перенесення до іншої.

2) ФО, що репрезентують певну історичну добу: тут цікавим джерелом утворення фразеологізмів були часи лицарства в Іспанії: *caballero sin caballo* (збідніла людина, букв.: лицар без коня), а також часи Реконквісти: *hay moros y cristianos* (означає “тут справа не на жарт, справжня бійка”); *a más moros, más cristianos (ganancia)* (чим більше труднощів, тим більша пошана) тощо.

3) ФО, що зберегли архаїчні елементи (старовинні виміри ваги / довжини), наприклад: *meterse en la camisa de once varas* означає лізти не у свою справу, де *varas* – старовинний вимір довжини. Наведемо приклад з газетної статті: “Pero también ha errado Piqué al meterse en camisa de once varas, porque Israel combate a sus enemigos con métodos claramente repugnantes y violentos” [El País].

4) ФО, у яких відображається своєрідність рослинного світу: *no valer una cosa un higo* (не мати ніякої вартості, нікуди не годитися, букв.: не коштувати фіги); *tomar el olivo* (означає втекти, букв.: взяти оливку); *más seco que una avellana* (сухий, зморщений [про стару, виснажену людину] букв.: сухіший за лісний горіх); *media naranja* (друга половинка, дружина [рідше про чоловіка] букв.: половина апельсина); *¡naranjas chinas!* (ще чого не вистачало, букв.: китайські апельсини), тощо.

5) ФО, що несуть у своєму складі традиційні власні імена та загальні назви. Так, наприклад, у деяких ідіомах можуть приховуватися історичні спогади: *tener más orgullo que don Rodrigo en la horca* (букв.: бути зухвалішим за дона Родріго на шибениці), *por interés te quiero Andrés* (означає виказувати комусь прихильність з

метою отримати винагороду), *A Zaragoza o al charco* (порівняйте з українським “Пан або пропав”, букв.: “Або до Сарагоси, або у калюжу”).

б) ФО, які інформують нас про традиційні страви, продукти харчування: *estar a la olla de otro* (бути на утриманні у когось, де “olla” традиційна іспанська страва), *ganarse el cocido* (заробляти собі на харчування, де *cocido* іспанська національна страва), *aguar uno el vino* (зіпсувати щось непотрібним втручанням, букв.: додати води до вина) тощо.

Таким чином, в основі метафоричного утворення фразеологізмів лежить когнітивний процес: образні ФО мають соціальну усвідомлену конотацію, яка передбачає єдність раціонально-понятійних та емоційно-експресивних структур і слугує основним засобом побудови аргументації у публіцистичних текстах, відтворюючи культурно-семантичні моделі. Національно-культурні ФО виступають джерелом національно-культурної інформації (тобто сукупності культурно-історичних знань) та матеріалом для створення культурно-семантичної моделі у публіцистичному дискурсі. Іспанські ФО, які мають глибинне історичне походження (мова кориди, фламенко і т. д.) широко використовується в періодичних виданнях і є ефективною формою збереження та передачі етнокультурної інформації. Однак в умовах інтеркомунікації інформація подібного характеру іноді утруднює спілкування, адже національно-культурні фонові знання часто відсутні у представників інших народів. Удосконалення методів перекладу та вивчення фразеологізмів з національно-культурним компонентом сприяє процесу міжмовної комунікації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Брагина Н. Г. Фрагмент лингвокультурологического лексикона (безовые понятия) / Наталья Георгиевна Брагина // Фразеология в контексте культуры. – М.: Наука, 1999. – С. 23–37.
2. Вакуров В. Н. Основные проблемы стилистики фразеологических единиц: автореф. дис. на соискание учен. степени доктора филол. наук / Владимир Николаевич Вакуров. – М., 1983. – 43 с.
3. Воронина А. З. Коннотация фразеологизмов в коммуникативном аспекте / А. З. Воронина // Сб. науч. трудов МГПИИЯ. – 1985. – Вып. 244. – С. 28–38.
4. Маслова В. А. Когнитивная лингвистика: [учебн. пособие]. – Минск: Тетра Системс, 2008. – 272 с.
5. Солодухо Э. М. Вопросы сопоставительного изучения заимствованной фразеологии / Э. М. Солодухо. – Казань, 1982. – 169 с.
6. Телия В. Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц / Вероника Николаевна Телия. – М.: Наука, 1986. – 143 с.