

ТОЛСТОВА О. Л.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ КОМПАРАТИВНИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ СУЧАСНОЇ ІСПАНСЬКОЇ МОВИ З ОНОМАСТИЧНИМ КОМПОНЕНТОМ

У статті досліджуються компаративні фразеологізми з ономастичним компонентом. Розглянуто їхні структурні та семантичні особливості, виділено групи, відповідно до семантики оніма. Основна увага приділяється сучасним фраземам, аналізується семантика та вмотивованість використання у фразеологізмі ономастичного компонента.

Ключові слова: компаративний фразеологізм, агент порівняння, онім, антропонім, топонім, ергонім, хрематонім.

В статье исследуются компаративные фразеологизмы с ономастичным компонентом. Рассмотрены их структурные и семантические особенности, выделены группы, в соответствии с семантикой онима. Основное внимание уделяется современным фраземам, анализируется семантика и мотивированность использования во фразеологизме ономастичного компонента.

Ключевые слова: компаративный фразеологизм, агент сравнения, оним, антропоним, топоним, эргоним, хрематоним.

The article deals with the interpretation of comparative phraseological units with an onomastic component. Its structural and semantic features are considered. We selected groups, in accordance with the semantics of onym. Basic attention is paid to the modern phraseologisms. The article examines the use of onomastic component in phraseological unit.

Key words: comparative phraseological unit, agent of comparison, onym, antroponym, toponym, ergonym.

Оніми, як відомо, становлять одну з високофреквентованих категорій лексики кожної мови, а фразеологізми з ономастичним компонентом являють собою дуже колоритний прошарок фразеології, який привертає увагу багатьох дослідників. Мотиваційну основу фразеологізмів з онімним компонентом становить його лінгвокультурна інформація, джерелом якої є соціум, історія, література, міфологія, релігія, а також їхня образність, пов'язана з позамовними факторами, які впливають на розуміння символіки оніма представниками різних соціумів [1:3].

Проблемі функціонування онімів у складі фразеологізмів присвячені дисертаційні роботи Г.Манушкіної, О.Сафронової, Н.Філіппакі, О.Кудріної, Л.Степанової, Я.Лагинович, А.Кравчук, В.Бояркіна, Н.Пасік, І.Заваринської, виконані на матеріалі англійської, французької, німецької, чеської, польської, російської та української мов, але аналіз іспанської ономастичної фразеології трапляється рідко, що дозволяє говорити про недостатність опрацювання цього питання.

Образи-еталони, які вважаються категоріальною ознакою

порівняльних фразем, є реаліями, значущими з погляду повсякденно-культурного досвіду. Отже, вибір цих образів залежить від національної психології, специфіки асоціативного мислення, тому у структурі компаративних фразеологізмів яскраво виражена національна мовна картина світу. Крім того, корпус компаративних фразем постійно оновлюється, а ономастичні компоненти відображають сучасні реалії. Усе вищезазначене визначає **актуальність** нашої статті. Здійснений аналіз дає цінний матеріал для досліджень з соціолінгвістики.

Метою статті є здійснити комплексний аналіз компаративних фразеологізмів з ономастичним компонентом, зосередивши особливу увагу на агенті фразеологізму, яким виступає онім, його семантиці, фонових знаннях, необхідних для розуміння фразеологізму; класифікувати фразеологізми за семантикою ономастичного компонента; проаналізувати мотивацію вибору агенту порівняння.

Об'єктом дослідження є компаративні фразеологічні одиниці сучасної іспанської мови, що належать переважно до розмовного стилю. **Предмет** – семантичні особливості компаративних фразем сучасної іспанської мови з ономастичним компонентом.

Порівняння – цінний мовний факт для дослідників, оскільки саме вербалізований результат цієї розумової операції – це експлікація, свідчення прототіпичності того чи іншого атрибуту, що належить концепту. У свою чергу, фразеологізація того чи іншого атрибуту свідчить про його стереотипність [2:45].

Позначаючи новий об'єкт, явище, людина незмінно співвідносить його в свідомості зі схожим об'єктом, явищем, що вже має назву. Номінативним знаком у цьому випадку стає якась відома модель – словосполука, яка через вербальний знак сприяє запам'ятовуванню і освоєнню нового об'єкту. Порівняльні фразеологізми завжди привертати увагу дослідників, оскільки вони, з одного боку, поділяють риси, притаманні усім іншим типам ФО, а з іншого, мають ряд диференційних характеристик. Своєрідність, що дозволяє виділити їх серед інших фразеологічних одиниць, виникає в результаті взаємодії структурних і лексико-виражальних чинників. Зокрема структурною особливістю цих фразем є наявність операторів введення (*como, como si, lo mismo que, más... que, menos ...que, tan... como*).

З погляду формального вираження, порівняння – це конструкція, яка складається з чотирьох компонентів: 1) вираження референта порівняння; 2) вираження ознаки, яка порівнюється між двома предметами, її ще

називають орієнтиром або основою порівняння (*tertium comparationis*); 3) формальний показник порівняння – порівняльний сполучник; 4) вираження агента порівняння [3:43]. Наприклад, у фразеологізмі *con más humos que la infanta Micomicona* референтом є особа, до якої звернене порівняння, *con (más) humos* – орієнтир, *más que* – формальний показник порівняння, *la infanta Micomicona* – агент. Варто зазначити, що в усіх досліджених компаративних фраземах онім виступає агентом або елементом багатокomпонентного агента.

Порівняльні фраземи характеризують властивості, дії, стани через конкретний образ, співставлення з яким демонструє, яким чином представлена та чи інша якість або дія. При цьому варто зазначити, що об'єкт порівняння часто опускається, якщо сприймається як загальновідомий (наприклад: *(duro) como los pies de Cristo*).

На думку В.М.Телії, компаративні фразеологізми виступають як свого роду шаблони культурно-національного світорозуміння, як надбання групової свідомості” [4:239]. Звороти порівняльного типу створюють свою семантику на підставі певних еталонів. Останніми, як правило, виступають об'єкти, які, з одного боку характеризуються конкретністю, а з іншого, є добре відомими та близькими кожному члену окремого мовного колективу, насамперед, саме за тієї ознакою, еталоном якої вони виступають. Тому розуміння компаративних фразем, особливо з ономастичним компонентом, вимагає від реципієнта певних фонових знань.

Серед компаративних фразем з ономастичним компонентом найбільшу групу складають ті, у яких агентом порівняння виступає антропонім. Такі агенти вирізняються різноманітністю і можуть бути розподілені на окремі семантичні групи, найбільшу з яких складають відомі реально існуючі особистості. Зокрема, популярність американської масової культури відображається у фраземах, де еталонами є американські актори, співаки (*ser más blanco que Michael Jackson*, *ser más guapo que Brad Pitt*), політики (*tener menos vista que el ángel de la guarda de los Kennedy*). Привертає увагу двокомпонентна структура антропоніму у перших двох фраземах (ім'я та прізвище), що загалом не є характерним для компаративних фразем іспанської мови.

Особливу увагу варто приділити зворотам, агентами яких виступають особистості іспаномовного світу:

- *Tener más años que maracas de Machín* (бути дуже старим). Антоніо Мачін – відомий кубинський співак болеро минулого століття, що грав на мараках (марокасах). Цей фразеологізм містить алюзію на іншу популярний

в Іспанії компаративний зворот: *moverse más que las maracas de Machín* (рухатися багато і дуже швидко).

- *Tener la misma cara, que el que mató a Manolete* (бути дуже страшним). Манолете (справжнє ім'я Мануель Лауреано Родрігес Санчес) – відомий іспанський матадор, вбитий биком. Його ім'я фігурує також в іншому фразеологізмі *ser el toro que mató a Manolete*, що означає бути звинуваченим в усіх гріхах.

- *Tener más cojones que caballo del Espartero (vulg.)* (бути дуже сміливим). Бальдомеро Еспартеро – іспанський генерал і державний діяч. Тут також варто зазначити, що в іспанській розмовній мові геніталії часто символізують маскуліність, сміливість та силу (інший приклад: *tener mas cojones que el caballo de Santiago*).

- *Ser más feo que los hermanos Calatrava/ que el feo de los hermanos Calatrava* (бути дуже страшним). Мануель Гарсія Лосано і Франсіско Гарсія Лосано, творчий псевдонім – брати Калатрава – іспанські гумористи, пародисти та співаки, популярні у 70-х роках; зараз вони мало кому відомі, проте фразеологізм зберігся.

Також як еталон крайньої потворності в іспанській фразеології використовуються інші персонажі (*ser más feo que Picio/que Espinete*). *Espinete* – схожий на їжака персонаж дитячої програми, популярної у 80-ті роки. *Picio* – чоловік, що з невідомих причин був засуджений до смерті і отримав звідку про помилування. Як реакція на цю звістку, у нього випало волосся, брови і вії та з'явилися пухлини на обличчі, що його повністю спотворило. За іншою версією, *Picio* – грецький бог Гефест, син Зевса та Гери, який описується як кульгавий та незграбний.

Ser más listo que Cardona /que Lepe/que Lepe, Lepito y su hijo/que Lepe, Lepijo y su hijo/que Lepe, Lepico y su hijo, saber más que Cardona (бути дуже розумним). Перший вираз також використовується в значенні бути швидким. Кардона – віконт, який поспішно втік, коли його друга Інфанта Фердинанда стратили в 1363 році за вбивство брата короля Пітера IV Арагонського.

Інший еталон розуму – Лепе, натякає на Дона Педро де Лепе і Дірантес, єпископа, що жив у XVII столітті, є автором одного з католицьких катехізисів та відомий як людина високої культури та інтелекту. Тут також бачимо нагромадження антропонімів (*Lepe, Lepico y su hijo*), що сприяє посиленню експресивності, підвищенню кваліфікативних ознак за рахунок квантитативних.

Tener más peligro que el Lute (бути дуже небезпечним). Луте – відомий

злочинець 60-х років.

Іспанські політики також фігурують у розмовних порівняльних зворотах:

- *Tener más morro que Felipe González* (бути безсовісним і цинічним). Феліпе Гонсалес Маркес – іспанський державний і політичний діяч, прем'єр-міністр Іспанії з 1982 по 1996. Фразеологізм демонструє суспільну думку щодо цього політика.

- *Pintar menos aquí que Loyola de Palacio en un Sex Shop* (рідко з'являтися десь). Ігнасія де Лойола де Паласіо – іспанський політик, заступник голови Європейської комісії, комісар по питаннях транспорту і енергетики в 1999-2004 роках, відома своєю аристократичністю. Її ім'я фігурує також в іншій розмовній фраземі – *trabajar menos que el peluquero de Loyola de Palacio* (мало працювати), у якій виявляється іронічне ставлення іспанців до зачіски політика (досл. працювати менше ніж перукар Лойоли де Паласіо).

Меншу продуктивність у компаративних фраземах виявляють антропоніми на позначення героїв фільмів, казок, літературних персонажів. Зокрема, тут також відображається популярність американської масової культури, а саме кінематографу: *estirarse menos que Epi y Blas en una cama de belcro* (персонажі мультсеріалу “Вулиця Сезам”) *estar fuerte como Hulk, ser mas peligroso que MacGyver en la ferretería, estar más perdido que Wally, gastar menos que Tarzán en esmokin, ser más defectuoso que el afeitado de Chewbacca, тощо.*

Також знаходимо персонажів іспанської класичної літератури: *ser más flaco que el caballo de don Quijote, tener más mierda que los pies de Lazarillo* (vulg.).

У ряді компаративних фразеологізмів агентом виступає фантастичний видуманий персонаж *Carracuca*, такі порівняння характеризуються різноманітністю орієнтирів, проте всі вони є негативно конотованими і виражають крайній ступінь певного недоліку, складної ситуації: *estar más perdido que Carracuca, estar más muerto que Carracuca, estar más liado que Carracuca, pasar más hambre que Carracuca, ser más feo que Carracuca, ser más tonto que Carracuca, ser peor que Carracuca.*

Ще один негативно конотований персонаж, який асоціюється з дурістю, недалекоглядністю – *Abundio*. Історія Абундіо точно не відома, за деякими джерелами вираз виник в Наваррі, де він жив і, йдучи на збір винограду, брав також виноград з собою, щоб з'їсти на десерт. Він є героєм серії компаративних фразеологізмів зі структурою речення, у яких іспанці

виявляють почуття гумору та креативність: *ser más tonto que Abundio, que echó una carrera solo y llegó el segundo / que vendió el burro para comprar los aparejos / que vendió el coche para comprar gasolina / que hecho de encargo.*

Біблійні персонажі в розмовних порівняльних фраземах фігурують переважно в іронічному контексті: *estar más despistado que Adán en el día de madre, ser más feo que escupir a Cristo (vulg.), tener más cojones que el caballo de Santiago (vulg.), tener más años que Matusalén.*

Досить широко представлені в іспанській компаративній фразеології ергоніми. Ця група власних назв включає найменування партій, товариств, заводів, вузів, кінотеатрів, магазинів, фірм тощо. Тут також можемо виділити декілька груп.

Назви іспанських футбольних клубів: *tener mejor delantera que el Real (vulg.)* (мати дуже великі груди), фразеологізм містить алюзію на високу кваліфікацію нападників клубу Реал-Мадрид, в основі порівняння складний метафоричний багатоконпонентний перенос; *tener más paciencia que un socio del Atlético* (бути дуже терплячим) – натяк на чисельні програші клубу Атлетико; *ser más duro que el Alcoyano* (бути вольовим) – Алькой – команда, яка, програючи дуже багато, виявляла твердість характеру та силу волі, що відобразилося у фраземі.

Хрематоніми включають власні назви матеріальних предметів – кораблів, ураганів, алмазів тощо, а також витворів духовної культури – заголовки творів, назви музичних п'єс, творів живопису, кінофільмів та ін. Ця група онімів також відображена у компаративній фразеології. Найчастіше фігурують назви фільмів та компаній, фірм. Щодо фільмів тут вкотре фіксуємо вплив американської масової культури: *estar más aburrido que Titanic, ser más aburrido que Lo que el viento se llevó.*

Фраземи, у яких агентами є хрематоніми-назви фірм та інших компаній створюються переважно під впливом реклами. Наприклад, джерелом фразеологізму *ser más tierno que el osito de Mimosín* (бути дуже ніжним) є реклама миючого засобу. Інші приклади цієї групи: *ser más basto que un condón de Duralex (jerga), trabajar menos que el fotógrafo del BOE, estar más agarrado que la paellera de Villabajo, estar más desteñado que el payaso de Micolor.*

Приклади інших хрематонімів у фразеологізмах:

- *Tener uno más cuento que Calleja* (бути брехливим). *Calleja* – видавництво дитячих книжок в Іспанії.

- *Tener uno más años que el Piano del Oasis* (бути дуже старим). *Piano del Oasis* – нічний клуб в Сарагосі.

Топоніми фігурують переважно у фраземах не позначення далекої відстані або інших просторових характеристик: *como de aquí a Buenos Aires; como de aquí a Berlín/a Buenos Aires/a la luna/a Londres/a Marte/a Neptuno/a Nueva York/a Pamplona/a Pekín/a Valencia, pasando por Cáceres al Polo Norte, ser mas largo que el Misisipi*. Релевантним для таких фразеологічних порівнянь є виконання емоційно-експресивної й інтенсифікуючої функцій.

Як бачимо, у компаративних фразеологізмах з ономастичним компонентом відображається креативність, гумор та різноманітність онімів, які у структурі компаративних фразем виступають агентами. Найбільшу групу складають компаративні фраземи з антропонімами, менш представлені – ергоніми, хрематоніми та топоніми.

Розподіл досліджуваного матеріалу по тематичних групах і семантичних полях свідчить про тенденцію до антропоцентризму. Вона виявляється в тому, що ономастична компаративна фразеологія спеціалізується переважно на характеристиці людини, в першу чергу як живої і розумної істоти, описі характеру та зовнішності. Антропоцентризм компаративної фразеології пояснює перевагу антропонімів над іншими онімами. В якості агента найчастіше використовуються приклади з найближчої реальності. Як видно з досліджених прикладів, у компаративних фраземах міститься не лише експресивна оцінка референта, а й суб'єктивна інформація про агент порівняння.

Перспективним вважаємо дослідження інших тематичних груп компаративних фразем іспанської мови, а також функціонування порівняльних структур з ономастичним компонентом в сучасній іспаномовній художній літературі.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Заваринська І. Ф.* Лінгвокультурна мотивація фразеологізмів з онімним компонентом в англійській, польській та українській мовах: автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.17 / Заваринська Ірина Федорівна; Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова. - К., 2010. - 19 с. 2. *Левченко Е. П.* Гендерный аспект компаративных фразеологических единиц / Левченко Е. // Мовна картина світу слов'ян і культура. – Т. 1. – Матеріали міжнародної наукової конференції (Люблін, 5-7 листопада 2010 р. – Люблін-Рівне, 2010). – С. 44-49. 3. *Романченко А. П.* Про суть компаративних фразеологізмів та їх семантико-структурні особливості // Записки з українського мовознавства. – О.: Астропринт, 2004. – Вип. 14. – С. 40–49. 4. *Телия В. Н.* Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. – М.: Школа “языки русской культуры”, 1996. – 285 с. 5. *Селіванова О. О.* Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. – Полтава: Довкілля-К., 2006. – 716 с. 6. *Bartoš L.* Sobre un subtipo de fraseologismos comparativos en el checo y el español. *Etudes Romanes de Brno*, Brno: Masarykova univerzita, 2001, L 21. – P. 5-14.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

7. *Испанско-русский фразеологический словарь: 30 000 фразеологических единиц / Э.И. Левинтова, Е.М.Вольф, Н.А.Мовшович и др.; под ред. Э.И.Левинтовой.* – М. Рус. яз., 1985. – 1080 с. 8. *Beinhauer W.* El español coloquial / W. Beinhauer. – Madrid : Gredos, 3ª edición, 1991. – 445 p.