

**М. Куликова**

## НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ С КОМПОНЕНТОМ-АНТРОПОНИМОМ В ИСПАНСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Целью данной работы является выявление сходств и отличий фразеологизмов с именами собственными в испанском и русском языках. Материалом исследования послужили 64 русских и 110 испанских фразеологизмов, отобранных из словарей. На основе проведенного анализа происхождения и смыслового значения антропонима были выделены следующие группы имен собственных, входящих в состав фразеологических единиц.

**Библейские имена** в равной степени представлены в материале испанского (29 %) и русского языков (28 %): *en traje de Adán, ser un Adán, beso de Judas, hijas de Eva* / *в костюме Адама, поцелуй Иуды*. В испанской лингвокультуре произошло переосмысление первочеловека и его наготы: имя *Adán* ассоциируется с грязным, неопрятным, неряшливым человеком: *Manuel es el típico Adán, se viste mal y no se cuida nada*.

Фразеологические единицы с антропонимом, именуемым **мифологический персонаж**, совпадают в смысловом и количественном отношении в сопоставляемых языках (18 % в испанском и 17 % в русском), что объясняется влиянием античной мифологии: *talón de Aquiles* / *ахиллесова пята, la caja de Pandora* / *ящик Пандоры, el trabajo de Sísifo* / *сизифов труд, la espada de Damocles* / *дамоклов меч* и др.

Фразеологизмы, компонентами которых являются имена **фольклорных персонажей** (21 % в испанском, 31 % в русском языке) и **литературных героев** (11 % в испанском и 13 % в русском языке), выражают особенности национального характера. Как правило, это архетипы, вызывающие устоявшиеся ассоциации у носителей данной лингвокультуры. Например, *ya viene Martinico* (добрый домовый Мартинико приходит, когда детям пора спать), *ponerse como el Quico* (уменьшительно-ласкательной форма имени *Enrique*, персонажа, олицетворяющего обжорство). В материале русского языка доминируют сказочные герои: *худой как Кощей, страшный как Баба Яга, Иванушка-дурачок, любопытная Варвара, дядя Степа, тришкин кафтан, дьявольская уха*.

Фразеологизмы с именем бессмертного персонажа М. де Сервантеса из произведения «Хитроумный идальго Дон Кихот Ламанчский» развивают отрицательные коннотации: *ser un quijote* 'быть глупым, наивным идеалистом'; *se porta como un quijote* 'ведет себя, как дурак, вмешивается в чужие дела'. В то время как в русском превалирует положительная коннотация этого литературного героя: благородный, великодушный, справедливый.

В качестве компонента-антропонима фразеологизмов могут выступать **исторические личности** (11 % и 21 % в испанском и русском языках соответственно): *ser más valiente que el Cid, así se las ponían a Fernando séptimo* / *как Мамай прошел, Кондрашка хватил, филькина грамота*.

Фразеологизмы с компонентом-антропонимом выполняют функцию хранения и трансляции традиций, истории, культуры народа, в силу чего является особым языковым знаком, имеющим яркую этнокультурную специфику.