

Міністерство освіти і науки України
Київський національний лінгвістичний університет
Кафедра германської і фіно-угорської філології

Курсова робота

на тему:

Власні імена у фразеологізмах англійської та української мов

Студентки групи Па05-20
3 курсу факультету германської філології
денної форми навчання
спеціальності 035 Філологія
спеціалізації 035.041 Германські мови та літератури
(переклад включно), перша – англійська
Миколайчук Ілони Ігорівни

Науковий керівник:
кандидат філологічних наук, старший викладач
Субота Сергій Володимирович

Національна шкала _____
Кількість балів _____
Оцінка ЄКТС _____

Київ 2022

Ministry of Education and Science of Ukraine
Kyiv National Linguistic University
Chair of Germanic and Finno-Ugrian Philology

Term Paper

PROPER NAMES IN PHRASEOLOGISMS
OF THE ENGLISH AND UKRAINIAN LANGUAGES

ILONA MYKOLAICHUK

Group Pa05-20

Germanic Philology Faculty

Research Adviser

PhD (Linguistics), Senior Lecturer

S.V. Subota

Kyiv 2022

ЗМІСТ

СПИСОК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ.....	4
ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ З ВЛАСНИМИ НАЗВАМИ.....	7
1.1. Поняття фразеологізму в сучасній лінгвістиці.....	7
1.2. Класифікація фразеологічних одиниць.....	8
1.3. Загальна характеристика онімів та їх різновидів.....	9
Висновки до розділу 1.....	11
РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНИЙ АНАЛІЗ ОНІМІВ ЯК ОДНОГО З ВИДІВ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ В АНГЛІЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ.....	12
2.1. Аналіз онімного простору вибраних англійських фразеологічних словників.....	12
2.2. Аналіз власних назв у складі вибраних українських фразеологічних словників.....	17
2.3. Вживання онімів у фразеологізмах англійської та української мов.....	21
Висновки до розділу 2.....	25
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	27
РЕЗЮМЕ.....	29
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	30
СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ.....	33

СПИСОК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

ВН – власна назва

ФО – фразеологічна одиниця

ВСТУП

Як соціальні істоти, люди прагнуть відчувати себе всередині колективу, зокрема своєї нації. Питання національної ідентичності, а водночас і питання приналежності та довіри, зростаючими темпами поширюється у світі останніми роками. Оскільки мова є однією із головних характеристик нації, вчені всього світу все глибше занурюються у вивчення мовних аспектів. Серед таких областей мови – відносно молода в історичному розвитку фразеологія, а особливо ті вирази, що містять власні назви, або оніми.

Сьогодні дуже активно досліджуються як фразеологізми, так і оніми, адже це слова, що слугують маркерами та містять певні дані про той чи той етнос. Але навіть попри наявність численних праць ці дві галузі досі недостатньо вивчені. Цьому причиною сприйнятливість фразеологічних одиниць до часто стрімких змін в історії, культурі, свідомості людей, що найчіткіше простежується у фразеологізмах з онімним компонентом. Тому такі мовні звороти продовжують бути актуальним об'єктом дослідження.

Основними функціями онімів у мовленні є самовизначення, надання виразності та вираження експресивності. Завдяки швидкій реакції на події у світі кожен народ завжди має низку власних назв, які віддзеркалюють реалії відповідного періоду.

Актуальність теми дослідження зумовлена недостатньою вивченістю цієї теми в сучасній лінгвістиці, а також необхідністю поглибленого вивчення фразеології як показника багатства мови задля аналізу ідіом з власними назвами.

Метою роботи є дослідити місце онімів у складі англійської та української мов і проаналізувати онімний простір лексикографічних джерел зіставлюваних мов.

Поставлена мета передбачає розв'язання таких **завдань**:

- виявити власні назви всіх онімних розрядів, зареєстрованих у вибраних фразеологічних словниках;

- дослідити смислове навантаження власних назв, з'ясувати варіації фразеологізмів, що містять у своєму складі оніми;
- окреслити ізоморфні й аломорфні характеристики вживання проаналізованих фразеологічних одиниць з компонентом «власна назва» в англійській та українській мовах.

Об'єктом дослідження стали фразеологічні одиниці з онімним компонентом.

Предмет дослідження становлять особливості функціонування власних назв як елементів ідіом.

Матеріалом слугували два англійських (*Oxford Dictionary of Idioms*, *The American Heritage Dictionary of Idioms*) і два українських (*Словник фразеологізмів української мови*, *Фразеологічний словник української мови*) фразеологічних словники.

Під час написання роботи найчастіше використовувалися такі **методи**, як метод суцільної вибірки, описовий структурний та зіставний методи, а також контекстуальний метод і метод кількісних розрахунків, завдяки чому вдалося розглянути різні аспекти досліджуваних одиниць мови.

Практичне значення дослідження полягає в подальшому розширенні наявних знань про фразеологічні одиниці з онімним компонентом і сприянні поглибленню раніше проведених досліджень з цієї теми.

Структура роботи. Курсова робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел, списку лексикографічних джерел і умовних скорочень.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ

ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ З ВЛАСНИМИ НАЗВАМИ

1.1. Поняття фразеологізму в сучасній лінгвістиці

Фразеологія як самостійна наука сформувалася порівняно недавно, однак стійкі мовні сполуки ще здавна цікавили вчених та дослідників і продовжують привертати їхню увагу в наш час.

Оскільки мова відбиває сприйняття та мислення людини, вивчення фразеологізмів дає нам не лише мовознавчий, а й культурний матеріал, завдяки якому можна глибше вивчати специфіку кожного народу.

Фразеологія займається вивченням фразеологізмів, або фразеологічних одиниць (фразеологічних зворотів, фразем). Існує кілька десятків визначень поняття «фразеологізм», жодне з яких не визнане універсальним, загальним. Деякі вчені є прибічниками вузького розуміння предмету фразеології, наприклад О. С. Юрченко, В. В. Виноградов, В. М. Білоноженко. Інші ж дотримуються широкого розуміння предмету фразеології, серед них Л. Г. Скрипник, Н. Д. Бабич, О. В. Кунін. Зокрема, Л. Скрипник визначає фразеологізми як стійкі сполучення двох і більше слів, що створюють семантичну цілість і відтворюються у процесі мовлення як готові словесні формули (Скрипник, 1973:7).

Фразеологічні одиниці мають ряд певних властивостей: стійкість, пов'язана з нею відтворюваність (саме завдяки своїй стійкості вирази відтворюються як готові сполуки), відносна постійність складу, експресивність (у цьому і полягає функція ФО – висловлювати ставлення, підсилювати зміст висловленого) (Ужченко, 2005:14, 18-20). Крім того, фразеологізми не можна дослівно перекласти на інші мови, часто неможливо не загубити конотацію, що лежить в їхній основі. Але найпершою ознакою фразеологізму є його семантична неподільність, адже сприймається значення

не кожного окремого компонента, а саме цілої сполуки (Кочерган, 2003:292-293).

«Фразеологічні вирази вживаються майже у всіх галузях життя сучасної людини. Вони часто зустрічаються як в оригінальних творах класиків, так і в сучасних письменників, активно використовуються в засобах масової інформації та в повсякденному мовленні» (Бондаренко, 2011:272).

1.2. Класифікація фразеологічних одиниць

Вчені застосували різні підходи до класифікації ФО, звертаючи увагу на семантику, функціональний аспект, граматичний чи морфологічний принцип, оточення, джерела походження, мовний стиль тощо. Найширшого визнання набула структурно-семантична класифікація В. В. Виноградова на основі ідей О. О. Шахматова та Ш. Баллі.

Зважаючи на те, як між собою з'єднуються компоненти і як співвідносяться їхні семантичні значення з семантичним значенням усього виразу, В. Виноградов виділяє:

- а) фразеологічні зрощення – семантично неподільні фразеологічні одиниці, значення яких не залежить від значень окремих компонентів (*збити з пантелику* – викликати розгубленість, *to kick the bucket* – померти);
- б) фразеологічні єдності – семантично неподільні фразеологічні одиниці, значення яких залежить від значень окремих компонентів, тобто є вмотивованим; у більшості це образні вислови (*пальцем не ворухнути* – нічого не зробити; *to add oil to the fire* – погіршувати, *підливати олії у вогонь*);
- в) фразеологічні сполучення – стійкі звороти з певною мірою самостійними компонентами, де одне слово є семантично зв'язаним і реалізує певне своє значення лише в цьому звороті, а поєднавшись з іншим словом, утворює інший зворот і, відповідно, має інше значення (*дати гарбуза* – відмовляти у сватанні, *дати на горіхи* –

дуже виляти когось, *дати драла* – втекти, *не дати проходу* – невідступно переслідувати; *strong tea* – міцний чай, *strong language* – лайка, *strong suit* – сильна сторона; галузь, в якій хтось добре обізнаний) (Виноградов, 1977:140-161).

У своїй праці «Фразеологія сучасного російського мови» Н. М. Шанський як прибічник широкого розуміння фразеології виділив четвертий тип фразеологізмів – фразеологічні вирази. Вони являють собою стійкі сполучення, де компоненти мають цілком вільні значення (*It is not all gold that glitters* – *не все те золото, що блищить*) (Скрипник, 1973:15).

1.3. Загальна характеристика онімів та їх різновидів

У кожній мові існують загальні назви, які позначають однотипні, однорідні об'єкти, та власні назви – найменування окремих об'єктів, яке їх вирізняє. Виникнення кожної назви обумовлене суспільною потребою поіменувати саме той об'єкт, який має певне значення для суспільства (Зубко, 2007:13). Власні назви, або оніми, або пропріативи, є культурно маркованими, адже відбивають особливості об'єкту, який називають; історичний період, коли слово було створене; народ і мову, з якої воно походить тощо. «Присутність онімів ... значно ускладнює виявлення змісту тексту: вона вказує на національне маркування тексту і вимагає додаткових фонових знань з лінгвокраїнознавства» (Воротняк, 2012:5).

Так само, як і фразеологізми, оніми містять у собі закодовану інформацію та викликають зацікавлення у вчених. Фразеологізми й оніми є важливими не тільки для загального дослідження зв'язку мови і культури, а й, наприклад, для розвитку лексикографії та укладення словників (Cowie, 1998:55).

Вивченням онімів займається ономастика (грец. *ὀνομαστική* – «мистецтво давати імена»). Найпершою ознакою оніма є його написання з великої літери. Власні назви похідні від загальних, суспільно закріплені та виконують номінальну й інформативну функції (Торчинський, 2009:7-8).

За денотатом Ю. О. Карпенко виокремлює різні макрокласи онімів: 1) антропоніми (особові імена людей); 2) топоніми (географічні назви), які поділяються на певні тематичні групи; 3) зооніми (клички тварин); 4) теоніми (власні назви божеств); 5) міфоніми (власні назви міфічних істот); 6) космоніми (власні назви космічних об'єктів); 7) ергоніми (власні назви організацій, виробничих та суспільних об'єднань); 8) хрононіми (власні назви відрізків часу, історичних подій); 9) хрематоніми (власні назви окремих матеріальних предметів та витворів духовної культури); 10) поетоніми (різноманітні власні назви в художніх творах) (Карпенко, 2004:83-84).

Так само використовуючи денотатно-номінативну типологію, М. М. Торчинський розрізняє шість онімних полів: вітоніми (власні назви об'єктів живої природи; сюди зокрема відносяться антропоніми, зооніми, фітоніми і міфоніми), топоніми (власні назви географічних об'єктів), космоніми (власні назви космічних об'єктів), прагматоніми (власні назви об'єктів, пов'язаних із матеріальною сферою діяльності людини), ідеоніми (власні назви об'єктів, пов'язаних із нематеріальною сферою діяльності людини) та ергоніми (власні назви постійних або тимчасових об'єднань людей). Кожне поле охоплює дрібніші підгрупи власних назв. (Торчинський, 2008:129).

Усі власні назви формують ономастичний простір мови. Оніми – це мовні універсалії, оскільки вони невід'ємно присутні в усіх мовах. Через те, що велике число власних назв відоме лише обмеженій частині людей, часто складається хибне враження, що онімів у мові небагато. Однак, кількісно ВН значно переважають над загальними назвами. (Карпенко, 2004:83-84)

Висновки до розділу 1

Вчені-лінгвісти пропонують різноманітні підходи до формулювання поняття фразеології. Одні розглядають цей розділ мовознавства як такий, що охоплює усі різноманітні стійкі сполуки, інші виокремлюють лише певні звороти.

Фразеологія займається вивчення фразеологізмів, або ідіом, які є семантично пов'язаними сполученнями, що відзначаються стійкістю й експресивністю та служать культурним відображення народу, до складу мови якого належать.

Як і у випадку з визначенням фразеології, так само різними є способи систематизувати фразеологічні одиниці. Найбільш розповсюдженою серед класифікацій фразеологізмів є поділ фразеологічних одиниць на фразеологічні зрощення, єдності та сполучення за В. Виноградовим, здійснений на основі поєднання семантики та структури виразів.

Власні назви, або оніми, є частою складовою фразеологізмів і так само потребують обізнаності про країну, її народ і культуру, аби розуміти зміст вислову. М. Торчинський пропонує поділити ономастичний простір мови на шість онімних полів (вітоніми, теоніми, топоніми ідеоніми, прагматоніми та ергоніми), де за основу взято денотат, тобто об'єкт, позначений онімом. У межах кожного поля виділяються менші розряди.

Крім того, виявлено, що одна загальна назва має кілька сотень варіантів власних назв. Таким чином, у словниковому складі мови оніми чисельніші.

Попри наявний плідний доробок з фразеології та ономастики, ці дві області продовжують викликати інтерес у дослідників і вчених, що помітно з кількості праць, які активно публікуються в усьому світі.

РОЗДІЛ 2
ПРАКТИЧНИЙ АНАЛІЗ ОНІМІВ
ЯК ОДНОГО З ВИДІВ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ
В АНГЛІЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ

2.1. Аналіз онімного простору вибраних англійських
фразеологічних словників

Методом суцільної вибірки з двох фразеологічних словників, а саме *Oxford Dictionary of Idioms* (понад 5000 виразів) та *The American Heritage Dictionary of Idioms* (понад 10 000 виразів), було відібрано 203 англійських фразеологізми, що містили у своєму складі власні назви.

В результаті аналізу вживання власних назв у фразеологізмах виявилось, що в англійській мові найчастіше фіксуються вітоніми. Вітоніми – це власні назви на позначення об’єктів живої природи. Серед них найбільше зустрічаються антропоніми – власні особові назви, «що не дивно, враховуючи антропоцентричність мови» (Pierini, 2008:51). До складу ономастичного простору проаналізованих антропонімів, тобто антропонімікону, належать особові імена, прізвища, поєднання особових імен і прізвищ, титули та фаміліоніми.

Характерною властивістю є переважаюче число особових імен. Всього підраховано 27 фразеологізмів з особовими назвами, з них 23 масоніми та 4 феміноніми, тобто імена відповідно чоловіків і жінок: *Bob's your uncle*, *Johnny-on-the-spot*; *plain Jane*, *typhoid Mary*, *waltz/walk Matilda*, *nervous Nellie*.

Також слід відзначити, що у фразеологізмах англійської мови дуже часто вживаються прізвища та поєднання особових імен і прізвищ. Ідіом з прізвищами нараховується 20: *Buckley's chance*, *do a Melba*, *another Richmond in the field*, а поєднань особових імен і прізвищ – 13: *all my eye and Betty Martin*, *sweet Fanny Adams*, *before you can say Jack Robinson*.

Особливістю англійської культури, а отже і фразеологізмів з онімами, є титули. Наявні 9 випадків їх вживання: *King or Kaiser, at Her/His Majesty's pleasure, all Sir Garnet*.

Серед непродуктивних антропонімів – фаміліоніми, що позначають назви окремих сімей. Фаміліонім зареєстровано лише один: *keep up with the Joneses*.

Окрім власних особових назв до вітонімів відносяться міфоніми – найменування об'єктів і предметів з міфів, билин, казок тощо, тобто таких, які ніколи не існували. В словниках англійських ідіом вжито 13 міфонімів: *an Achilles heel, the wheel of Fortune, a sop to Cerberus*.

Зооніми також є складовою ономастичного простору живої природи, однак майже відсутні у проаналізованих лексикографічних джерелах. Виділено лише один англійський фразеологізм із зоонімом: *Charley horse*.

Кількісне вживання онімів на позначення об'єктів живої природи узагальнено в Таблиці 2.1.

Таблиця 2.1. Вітоніми в англійських ФО

			Кількісне співвідношення			Відсоткове співвідношення		
антропоніми	особові назви	масоніми	70	27	23	34,5%	13,3%	11,3%
		феміноніми			4			2%
	прізвища			20	9,9%			
	особова назва + прізвище			13	6,4%			
	фаміліоніми			1	0,5%			
	титули			9	4,4%			
	зооніми			1			0,5%	
міфоніми			13		6,4%			
Всього			84		41,4%			

Другу найбільш численну групу вітонімів в англійській мові (40 вжитків) складають топоніми – власні географічні назви. Серед них групою з найбільшою кількістю вживань були ойконіми – власні назви на позначення населених пунктів; це можуть бути міста, села, поселення, квартали і навіть окремі будинки. Нараховується 16 таких висловів: *send someone to Coventry, coals to Newcastle, a New York minute, Sydney to the bush*.

Хороніми, які позначають певні території, наприклад, край, район, область, країну тощо, зустрічаються 9 разів: *grin like a Cheshire cat, the man on the Clapham omnibus, I'm from Missouri*. Переважання ойконімів і хоронімів в англійській мові «пояснюється тим, що образність англійських фразеологізмів із хоронімними компонентами в основному ґрунтується на реальній інформації» (Заваринська, 2009:15).

У топонімічному просторі опрацьованих словників практично відсутнє вживання гідронімів (ВН на позначення водних об'єктів). Зафіксовано лише один такий вислів: *cross the Rubicon*.

Особливу увагу привертають відтопонімні прикметники, дотичні до пропріальної лексики. В обраних словниках спостерігається 14 вживань таких слів. Найчастіше це були прикметники, утворені від назв країн і міст: *as American as apple pie, take French leave, Mexican overdrive*.

Топонімічний простір викладено у Таблиці 2.2.

Таблиця 2.2. Англійські топоніми

	Кількісне співвідношення	Відсоткове співвідношення
ойконіми	16	7,9%
хороніми	9	4,4%
гідроніми	1	0,5%
відтопонімні прикметники	14	6,9%
Всього	40	19,7%

Ідеоніми, котрі позначають результати розумової, ідеологічної та художньої сфер людської діяльності, є третьою за частотністю групою онімів у вибірці – 35 вживань (17,2%). Їх можна поділити на дві групи: ідеоніми біблійного походження та ідеоніми з художньої літератури.

Ідеонімів біблійного походження в зіставлених мовах нараховується 18 одиниць. У своїй більшості це власні назви персонажів, а також декілька бібліонімів (назв книг): *stack of **Bibles**, a **Judas** kiss, meek as **Moses**, rob **Peter** to pay **Paul**.*

У випадку ідеонімів з художньої літератури в англійських фразеологічних словниках зустрічається 16 літературно-художніх онімів: *groves of **Academe**, **Frankenstein's** monster, **Lady Bountiful**, the real **Simon Pure**.*

Не надто частим є вживання етнонімів – власних назв на позначення племен, народів, націй і будь-яких інших етнічних спільнот. Їх нараховується 14 одиниць (6,9%): *not a **Chinaman's** chance, beat the **Dutch**, beware/fear the **Greeks** bearing gifts.*

До розряду етнонімів також відносяться лінгвоніми, або ж глоссоніми, які застосовуються для найменування мов, мовних сімей, діалектів, говірок тощо. Помічено лише дві таких ВН: *excuse/pardon my **French**, it's all **Greek** to me.* Тобто загалом власні назви, що стосуються етносів, становлять 7,9% від усієї вибірки.

Незначною частотністю характеризуються теоніми – найменування божеств. У вибірці відслідковується 13 вживань (6,4% від загалу), причому абсолютна більшість (одинадцять виразів) містять іменник *God*: ***God** willing, man of **God**, by guess and by **God**.* Серед теонімів зустрічається по одному прикладу демонімів (найменування духів) та божеств нехристиянської релігії: *the **Grim Reaper*** та *bow down in the house of **Rimmon*** відповідно.

Нечасто серед фразеологізмів з онімами трапляються власні назви на позначення якихось часових відрізків, зокрема днів тижня, які зустрічаються

у 5 виразах: *it'll be a frosty Friday, girl/man Friday, Monday morning quarterback, Sunday best, a month of Sundays*.

Вживаються також темпоніми (назви триваліших вагомих часових відрізків, як-от тижнів, місяців чи років), а саме 3 рази: *like turkeys voting for Christmas, Lenten fare, mad as a March hare*.

Ономастичний простір англійської мови містить й інші менш продуктивні розряди власних назв. Сюди можна віднести апелятивоніми, котрі є «загальними назвами, які з певними стилістичними настановами функціонують у художньому мовленні як власні» (Торчинський, 2008:255). Серед англійських фразеологізмів було виокремлено 4 вирази з апелятивонімами: *Lady Luck, Lady Muck, Mr Clean, in Queer Street*. Якщо характеризувати простіше, апелятивоніми – це загальні назви, що перейшли в розряд власних шляхом стилістичного застосування, часто персоніфікацією.

Зафіксовано також по одному ергоніму (різноманітні об'єднання людей), прагматоніму (об'єкти матеріальної сфери діяльності людини) та мелосопоедоніму (різновид ідеонімів, а саме назва пісенного твору; тут це назва маршової пісні) й одну релігійну денотацію: *Scout's honour, not know shit from Shinola, whistle Dixie* та *Is the Pope (a) Catholic?* відповідно.

Оніми, що зустрічалися найрідше, скомпільовані в Таблиці 2.3.

Таблиця 2.3. Найменш продуктивні розряди онімів у проаналізованих лексикографічних джерелах

	Кількісне відношення	Відсоткове відношення
апелятивоніми	4	2%
лінгвоніми	2	1%
гідроніми	1	0,5%
фаміліоніми	1	0,5%
мелосопоедоніми	1	0,5%

ергоніми	1	0,5%
прагматоніми	1	0,5%
релігійна денотація	1	0,5%

Якщо розглянути типи фразеологізмів з власними назвами за класифікацією В. Виноградова та Н. Шанського, можна відразу помітити переважаючу частотність фразеологічних сполучень. Вирази з одним і тим же денотатом завжди мають різне значення, а один і той же денотат в різних виразах дуже часто набуває нового значення. Ця тенденція спостерігається особливо серед:

- антропонімів: *true as Bob, Bob's your uncle; I'm all right, Jack; jack of all trades (and master of none), on your Jack; Johnny-come-lately, Johnny-on-the-spot;*
- теонімів: *God's acre, play God, God's (own) gift to, God's willing;*
- ойконімів: *all roads lead to Rome, Rome was not built in a day, when in Rome (do as the Romans do), fiddle while Rome burns;*
- відтопонімних прикметників: *Dutch courage, a Dutch uncle, go Dutch, in Dutch, Dutch uncle/talk to one like a Dutch uncle; Indian giver, Indian summer* тощо.

2.2. Аналіз власних назв у складі вибраних українських фразеологічних словників

Результатом вибірки ідіом з власними назвами із *Словника фразеологізмів української мови* (понад 7900 виразів) та *Фразеологічного словника української мови* (понад 2500 виразів) стали 148 фразеологізмів.

Найбільше серед фразеологізмів з власними назвами міститься теонімів – 55 вжитків, що складають 37,2% від загалу. Кожна ідіома містить форми *Бог, Господь, Христос*. Таку частотність можна пояснити, розглянувши особливості цінностей українців. З давніх-давен релігія глибоко укорінена в

їхній культурі, а через переважання селянського населення (яке завжди було дуже віруючим) вислови зі словами на позначення вищих сил тільки набували поширення у мовленні.

На відміну від англійської мови, вітоніми в українській мові – другі за чисельністю і трохи менш поширені (45 вживань, або 30,4%). Так само найбільш частотним з-поміж вітонімних розрядів виявилися антропоніми; налічується 22 вжитки таких онімів. До того ж, це онімне поле представлено в українській вибірці лише одним розрядом – особовими іменами (18 масонімів і 4 феміноніми): з *Кіндратиком* у голові; де *Макар* телят пасе; по *Марусин* поясок, як та баба *Палажка* (і баба *Параска*); з *Богом*, *Парасю*; *Христя* в намисті.

В контрасті з англійською мовою, серед українських вітонімів не зафіксовано жодного прізвища, поєднання особового імені з прізвищем, фаміліоніма чи титула. У випадку з титулами це пояснюється різницею історичного розвитку: в англійській культурі досі існує нехарактерна українцям система почесних звань, котрі є ознакою привілейованості.

Інші розряди вітонімів також присутні в українському ономастичному просторі. Було виділено 16 власних назв на позначення міфічних об'єктів: *канути в Лету*, *стріла Амура/Купідона*, *гордійв вузол*, та 7 зоонімів: як *Сірко* на прив'язі, *очей у Сірка/Рябка позичати*, *Лис Микита*. Із семи прикладів зоонімів п'ять українських виразів містять ВН *Сірко*, що, мабуть, можна пояснити поширеністю цієї клички собаки.

Таблиця 2.4. Українські вітоніми

		Кількісне співвідношення		Відсоткове співвідношення	
антропоніми	масоніми	22	18	14,9%	12,2%
	феміноніми		4		2,7%
міфоніми		16		10,8%	

зооніми	7	4,7%
Всього	45	30,4%

Так само третіми за частотністю, однак дещо різними за продуктивністю, є ідеоніми. Серед українських фразеологізмів можна зустріти 19 випадків онімів цього макрокласу. З них 17 біблійного походження: *Адамові діти, як по Псалтирю читати, Хома невірний/невірячий, каїнова печать*.

У випадку ідеонімів з художньої літератури в ході аналізу було відразу помітно різницю у вживанні серед зіставлюваних мов. Серед українських ФО таких власних назв було зафіксовано лише дві: *як той Тарас Бульба з Андрієм, Робінзон на безлюдному острові*.

Відносна частотність спостерігається й у межах макрокласу топоніми: нараховується 17 онімів на позначення географічних об'єктів, що складають 11,5% від усієї вибірки. Це онімне поле охоплює різні розряди:

- а) 6 хоронімів, які було вжито на позначення частин світу та територій: *відкрити Америку, пройти Крим і Рим і мідні труби, прорубати вікно в Європу, як хан долізе до Криму, Новий світ, Старий світ*;
- б) 2 ойконіми з назвами міст: *пройти Крим і Рим і мідні труби, по чому в Тростянці гребінці*;
- в) лише один гідронім: *перейти Рубікон*, який є українським відповідником англійському виразу *cross the Rubicon*;
- г) одна ідіома з астронімом: *Великий Віз*, вжита на позначення галактики Чумацький Шлях.

Як і англійські фразеологізми, українські оніми також містять відтопонімні прикметники, однак їхня кількість та відсоткова частка менші. В українських лексикографічних джерелах налічується 7 відтопонімних прикметників: *аттична сіль, казанська сирота, як решетилівська толока*.

Як бачимо, в українській мові вони втрачають написання з великої літери, на відміну від власних назв англійської мови.

Топонімічний простір українських фразеологізмів викладено нижче в Таблиці 2.5.

Таблиця 2.5. Українські ФО з топонімами

	Кількісне співвідношення	Відсоткове співвідношення
хороніми	6	4,1%
ойконіми	2	1,4%
гідроніми	1	0,67%
астроніми	1	0,67%
відтопонімні прикметники	7	4,7%
Всього	17	11,5%

Серед вибраних фразеологізмів з онімами трапляються хрононіми. Цей макроклас не є часто вживаним в обох мовах, але його продуктивність майже вдвічі більша в українській мові. Зафіксовано 5 українських датонімів (власні назви окремих днів, зазвичай пов'язаних з певним святом чи подією): *на Миколи та ніколи, не до Петра, а до Різдва, на маленького Юрія, вальпургієва ніч, варфоломійська ніч.*

Присутні також і темпоніми в кількості 6 вжитків: *як на Великдень, як муха у Спасівку, мерзлого в Петрівку.* Що стосується днів тижня та місяців, в українській мові вони пишуться з малої літери, тому, на відміну від англійських, не входять до числа онімів.

Вживання еттонімів в українських фразеологічних словниках майже не відслідковується, лише один випадок: *на Рахманський великдень.* Але навіть попри те, що *Рахманський* – це еттонім, цей український фразеологізм мав би належати до міфонімів, адже рахмани за народними віруваннями – праведні християни, які живуть у міфічному Вирії.

Інших груп онімів, присутніх в англійській мові, в українській вибірці немає. Зокрема, відсутні апелятивоніми, ергоніми, прагматоніми, релігійні денотації та дрібні підгрупи, як-от лінгвоніми та мелосопоетоніми.

2.3. Вживання онімів у фразеологізмах англійської та української мов

Провівши кількісний аналіз вживання онімів у фразеологізмах англійської та української мов, доцільним також буде проаналізувати, що саме передають вжиті власні назви.

Найчастіше можна зустріти фразеологізми з пропріативами, які позначають стосунки між людьми та взагалі лад суспільства. Наприклад, висловлення:

- сварок (*як та баба Палажка (і баба Параска); як той Тарас Бульба з Андрієм; між Сціллою та Харибдою*);
- відсутності порядку (*вавилонське стовпотворіння, содом і гоморра*);
- недоречності (*вискочити як Кузьма з маку/як Пилип з конопель*);
- безвиході (*like turkeys voting for Christmas* (про завідомо безнадійний провал); *ні сюди Микита, ні туди Микита*);
- критики здібностей (*it's all Greek to me* (тарабарська грамота, щось незрозуміле), *not know shit from Shinola* (ні чорта не знати; про некомпетентність і тупість); *з Кіндратиком у голові, Бог розумом зобидив, відрізнути Божий дар від яєчні*);
- зради (*a Judas kiss* (поцілунок Іуди, символ зради), *юдине/іудине плем'я*);
- зневаги (*не мати і за Боже пошиття*);
- лукавості (*a Job's comforter* (Йововий розрадник), *Indian giver* (хто чекає подарунка у відповідь на свої подарунки), *rob Peter to pay Paul* (взяти в борг в одного, щоб віддати іншому)),

але також і

- дружби (*Damon and Pythias* (два вірних друга)).

До другої за наповненістю групи належать оніми, що передають риси характеру людини. Як і у попередньому випадку, це здебільшого негативні риси характеру, як-от:

- недовірливість (*a doubting Thomas* і його відповідник *Хома невірний/невірячий*);
- самовпевненість (*play God* (вдавати Бога/грати в Бога));
- непоказність (*John Doe/John Q. Public/Joe Blow/Joe Doakes/Joe Zilch/Jane Doe* (про пересічних, звичайних людей), *ні Богу свічка, ні чорту кочерга*);
- хитрість (*Лис Микита*);
- жадібність (як *Мартин мила* (*набратися, наїстися тощо*), як *Мартин до мила* (*допастися, припасти тощо*));
- непосидючість (як *Марко/Сивко у неклі* (*товктися, гасати*)).

Зустрічаються і позитивні характеристики:

- доброта (*meek as Moses* (лагідний як Мойсей));
- кмітливість (*Philadelphia lawyer* (кмітливий адвокат));
- вірність (*girl/man Friday* (вірний слуга, походить від вірного П'ятниці з «Пригод Робінзона Крузо»));
- відважність (*as game as Ned Kelly* (відважний як Нед Келлі, котрий був народним месником в Австралії));
- працьовитість (*work like a Trojan* (працювати, не покладаючи рук)).

Така різноманітність ідіом цієї категорії не випадкова, адже «кількість і якість фразем, які відображають позитивну або негативну концептуалізацію тих чи інших якостей людини, можна вважати показником етичних норм і правил соціального життя та поведінки в суспільстві, ставлення переважної кількості представників однієї мовної спільноти через своє світосприйняття до інших народів і культур» (Венжинович, 2009:96).

З кількісною перевагою в англійській мові спостерігаються вирази про ставлення до праці: *let George do it* (хай хтось інший зробить; мене це не

обходить), *a labour of Hercules* (геркулесова праця, винятково важка праця); *Jack of all trades and master of none* (майстер на всі руки); *Rome was not built in a day* (Київ не відразу збудований, враз нічого не робиться); *work like a Trojan* (працювати, не покладаючи рук), *бочка Данаїд, сізіфова праця*.

Трапляються і власні назви, що вказують на зовнішні ознаки людини: *plain Jane* (негарна дівчина), *Христя в намисті* (одягнена неохайно, без смаку), *як на Великдень (нарядитися, вдягнутися тощо)* (одягнений дуже святково).

Помічено також ряд онімів, що стосуються грошей і багатства (*an Aladdin's cave* (місце, повне цінних речей), *rich as Croesus* (багатий, як Крез; дуже багатий), *take the King's/Queen's shilling* (вступити на військову службу, за що виплачували шилінг), *all Lombard Street to a China orange* (протиставлення великих статків чомусь звичайному), *the life of Riley* (безтурботне життя в достатках), *put on the Ritz* (розкішно одягатися, хизуватися одягом), *як з рога Амальтеї* (як з рога достатку, щедро, рясно), *як у Христа за пазухою* (безтурботне багате життя), *Юдині/Лудині срібняки* (винагорода за зраду).

Крім того, варто відмітити часте вживання особових назв, які є поширеними в народі. В українській мові це часто саме форми імені – скорочені або з додаванням суфіксів. Серед таких антропонімів *Bob, George, Harry, Jack, Jane, Joe, John, Mary, Tom; Кіндратик, Макар, Марко, Мартин, Маруся, Параска/Парася, Панько, Тимко, Христя*. Українські оніми найчастіше передають негативну оцінку, висміювання, некмітливість тощо, тоді як англійські слугують скоріше для позначення простої, пересічної людини.

Фонологічний чинник також впливає на сприйняття особових імен у фразеологізмах. Дуже часто це імена, які легко римуються, та імена зі звуками [x], [ф], причому останні характеризують невдах, недотеп, дурнів, пустобрехів (Романченко, 2003:21): *by guess and by God, Христя в намисті*,

пройти Крим і Рим і мідні труби, по чому в Тростянці гребінці; Хома невірний/невірячий, розводити химині кури.

Загалом, використання онімів можна охарактеризувати однією короткою, але влучною думкою: «Найголовнішим критерієм частотності вживання онімів є, безсумнівно, їх загальноновживаність та загальновідомість» (Романченко, 2002:75).

Висновки до розділу 2

Отже, аналіз власних назв показав, що в зіставлюваних мовах оніми вживаються неоднаково. Серед англійських пропріативів найбільше вітонімів, на які припадає 41,4% усіх онімів, тоді як в українській мові вони займають друге місце – 30,4%. З-поміж вітонімів в обох мовах найчастотнішими є антропоніми (власні особові назви).

На відміну від англійської вибірки, в українському онімному просторі найбільше зафіксовано теонімів (37,2% від загалу); у порівнянні частка українських теонімів майже у шість разів менша – 6,4%.

Різниця між найбільш часто вживаними онімами полягає в зосередженості англійської мови на людину та абсолютній невід’ємності православної віри в житті носіїв української мови.

Значна продуктивність (друге місце) серед англійських ідіом також властива топонімам – 19,4%. Українські власні назви цього розряду менш частотні – 11,5%, до того ж з орієнтацією на уявлення про реалії, а не на реальну інформацію.

Третім за продуктивністю розрядом в обох мовах стали ідеоніми. Їх частка від ономастикону опрацьованих словників складає 17,2% і 12,8% в англійській та українській мовах відповідно.

Частка інших груп онімів різна, зокрема продуктивність англійських етнонімів (7,9%) у понад 11 разів більша, ніж українських (0,7%), що свідчить про більшу зацікавленість та сприйнятливості носіїв англійської мови до інших культур. В українській мові майже вдвічі більша частка хрононімів (7,4% проти 3,9% англійських). Окрім того, в обох мовах присутні розряди з дуже низькою продуктивністю, де зустрічається всього 1-3 приклади з розряду.

Також спостерігається, що з усіх описаних груп онімів в англійській мові відсутні лише астроніми, тоді як українська вибірка не налічує жодного прізвища, поєднання імен з прізвищем, фаміліоніма, титулу, лінгвоніма,

апелятивоніма, ергоніма, прагматоніма, мелосопоестоніма чи релігійної денотації.

За семантичним значенням серед досліджених ідіом з власними назвами найуживаніші ті, які позначають стосунки між людьми та риси характеру людини.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Фразеологізми, які у своєму складі містять власні назви, становлять чималий пласт як англійського, так і українського фразеологічного потенціалу. Як невід’ємні складники живого мовлення, завдяки своїй високій семантичній насиченості оніми передають різноманітну інформацію про позначуваний об’єкт.

Матеріалом даного дослідження стали фразеологічні словники *Oxford Dictionary of Idioms* (2004), *The American Heritage Dictionary of Idioms* (2003), *Словник фразеологізмів української мови* (2003) та *Фразеологічний словник української мови* (1998). Використовувався в першу чергу метод суцільної вибірки та зіставний метод.

Через велику кількість запропонованих способів систематизації власних назв для дослідження пропріальної лексики треба насамперед визначити конкретну класифікацію. В цій роботі було поєднано класифікації Карпенка Ю. О. і Торчинського М. М., аби компенсувати відсутність розрядів онімів у того чи того дослідника.

Як показує кількісний аналіз, типовими в досліджуваних лексикографічних джерелах власних назв є вітоніми, представлені у переважній більшості антропонімами, що включають особові назви реальних осіб. На другому місці за чисельністю – теоніми, що свідчить про значний вплив релігії на життя носіїв англійської та української мов. Третім за величиною розрядом є топоніми, які охоплюють хороніми, ойконіми, гідроніми, астроніми та відтопонімні прикметники а четвертим – ідеоніми. В обох мовах наявні також і менші за чисельністю розряди власних назв, наприклад, хрононіми й етноніми. Інші групи онімів: апелятивоніми, ергоніми, прагматоніми та решта – вживаються зрідка.

Відповідно до семантичної класифікації Виноградова В. В. зіставляваним мовах найбільш притаманні фразеологічні сполучення, онімні компоненти яких часто поєднуються з іншими словами, утворюючи нові за змістом вирази. Крім того, серед українських фразеологізмів помітніше

вживання ідіом-речень, тоді як серед англійських фразеологізмів – більше ідіом-словосполучень.

Серед функцій онімів фігурують номінативна (називна функція для ідентифікації об'єктів), диференційна (завдяки якій об'єкт вирізняється з-поміж інших), характеристична (надається певний опис денотата), експресивна, ідеологічна тощо.

Також у результаті аналізу зроблено висновок, що фразеологізми з онімним компонентом найчастіше вживаються задля характеристики й оцінювання персонажів, об'єктів, подій, явищ і т.д. Як елементи опрацьованих ідіом власні назви зазвичай використовуються для зображення стосунків між людьми, рис характеру людини, зовнішнього вигляду, ставлення до праці, матеріальних статків.

Таким чином, аналіз онімного простору вибраних фразеологічних словників довів, що власні назви додають до мовлення експресивності та передають емоційне ставлення мовця до дійсності крізь призму фразеологічних виразів. Оніми надають фразеологізмам нових семантичних значень та відображають ментальні особливості носіїв англійської та української мов.

РЕЗЮМЕ

Курсову роботу на тему «Власні імена й фразеологізмах англійської та української мов» присвячено аналізу вживання власних назв, або онімів, або пропріативів, як елементів фразеологізмів у зіставлюваних мовах. Дана робота обсягом у 21 сторінку складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел, списку лексикографічних джерел і списку умовних скорочень

Перший розділ – теоретичний, де окреслюється визначення фразеологізму, власної назви та розділів мовознавства, що їх вивчають. Також викладено найбільш загальні класифікації досліджуваних одиниць.

Другий розділ – практичний, у якому висвітлено результати аналізу онімного простору фразеологічних словників англійської та української мов. Надаються приклади усіх розрядів власних назв, які зустрічались у ході дослідження, що коротко підсумовуються в декількох таблицях. Також дається характеристика семантичного наповнення вибраних онімів, описуються певні закономірності та тенденції в зіставлюваних мовах, порівнюється навантаження англійського та українського мовленнєвого складу фразеологізмами з онімним компонентом.

У висновку, дослідивши 351 випадок (203 англійських та 148 українських) вживання власної назви у фразеологізмах, серед найчастотніших розрядів пропріативів в обох мовах антропоніми (власні особові назви), теоніми (назви божеств), ідеоніми (найменування результатів розумової, художньої, культурної сфер людської діяльності), топоніми (географічні назви). Переважно оніми вживаються для оцінки суспільного ладу, рис характеру, зовнішності, ставлення до праці та заможності/бідності.

Ключові слова: фразеологічна одиниця, ідіома, власна назва, онім, продуктивність, частотність, семантичне значення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Виноградов В.В. (1977). *Об основных типах фразеологических единиц в русском языке. Избранные труды. Лексикология и лексикография* (с. 140-161). Москва: Наука.
2. Карпенко Ю. О. (2004). Власні назви, *Українська мова: Енциклопедія* (Редкол.: Русанівський В.М., Тараненко О.О., Зяблюк М.П. — 2-ге вид., випр. і доп.) (с. 83-84). Київ: Українська енциклопедія ім. М. П. Бажана.
3. Кочерган М.П. (2005). *Вступ до мовознавства*. Київ: Академія.
4. Куцик О. А. (2013). Прислів'я і приказки з ономастичним компонентом як лінгвокультурні тексти (на матеріалі російської та української мов), *Рідне слово в етнокультурному вимірі* (с. 176-186). Дрогобич: Посвіт.
5. Скрипник, Л. Г. (1973). *Фразеологія української мови* [монографія]. Київ: Наук. думка.
6. Cowie, A. P. (1998) *Phraseology. Theory, Analysis and Applications* (ed. Cowie, A.P.). Oxford: Oxford University Press.
7. Бондаренко О. М., Радзієвська О. В. (2011). *До проблеми перекладу англійських фразеологізмів, Система і структура східнослов'янських мов – Вип. 3* (с. 271-277). Київ: Видавництво Національного педагогічного університету ім. М. П. Драгоманова. Відновлено з http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=sissm_2011_3_40
8. Венжинович Н.Ф. (2018). *Фраземіка української літературної мови в контексті когнітології та лінгвокультурології* [монографія]. Ужгород: ФОП Сабов А.М. Відновлено з https://chtyvo.org.ua/authors/Venzhynovych_Nataliia/Frazemika_ukrainskoi_literaturnoi_movy_kohnityvnyi_ta_linhvokulturolohichniy_aspekty.pdf

9. Воротняк Л. І. (2012). *Вивчення онімів у складі англійських фразеологізмів як чинник формування навичок міжкультурної взаємодії у магістрів вищих педагогічних навчальних закладів* – Вип.1. Вісник Національної академії Державної прикордонної служби України, Хмельницький. Відновлено з http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=Vnadps_2012_1_6
10. Заваринська І.Ф. (2009). *Лінгвокультурна мотивація фразеологізмів з знімним компонентом в англійській, польській та українській мовах*. (Автореферат на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук). НПУ ім. М. П. Драгоманова, Київ. Відновлено з <https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/10106/Zavarynska.pdf?sequence=1>
11. Зубко А. М. (2007). Українська ономастика: здобутки і проблеми, *Спеціальні історичні дисципліни: питання теорії та методики* №15 (с. 262-280). НАН України, Інститут історії України. Відновлено з http://resource.history.org.ua/cgi-bin/eiu/history.exe?&I21DBN=EJRN&P21DBN=EJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21COLORTERMS=0&S21P03=IDP=&S21STR=sid_2007_15_262
12. Романченко А. П., Андоньєва О. І. (2002). Своєрідність функціонування онімів у фразеології, *Записки з ономастики* №6 (с. 73-80). Одеський національний університет ім. І. І. Мечникова, Одеса. Відновлено з http://karpenko.in.ua/?page_id=27
13. Романченко А. П., Тельпіс О. І. (2003). Склад і чинники фразеологізації онімів, *Записки з ономастики* №7 (с. 16-23). Одеський національний університет ім. І. І. Мечникова, Одеса. Відновлено з http://karpenko.in.ua/?page_id=27

14. Торчинський М. М. (2008). *Структура онімного простору української мови* [монографія]. Хмельницький: Авіст. Відновлено з <http://elar.khmnu.edu.ua/jspui/handle/123456789/4383>
15. Торчинський М. М. (2009). *Структура онімного простору української мови. Ч. 2 : Функціонування власних назв* [монографія]. Хмельницький: ХНУ. Відновлено з <http://elar.khmnu.edu.ua/jspui/handle/123456789/4384>
16. Тренажер з правопису української мови. Відновлено з https://webpen.com.ua/pages/linguistic_norm/big_letter.html
17. Pierini P. (2008) Opening a Pandora's Box: Proper Names in English Phraseology, *Linguistik online*. University of Bern, Switzerland. Retrieved from <https://bop.unibe.ch/linguistik-online/article/view/518/865>

СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ

18. Уклад.: Білоноженко В. М. та ін. (2003). *Словник фразеологізмів української мови*. НАН України, Інститут історії України. Київ: Наук. думка.
19. Ужченко В.Д., Ужченко Д.В. (1998). *Фразеологічний словник української мови*. Київ: Освіта.
20. Siefring J. (ed.). (2004) *Oxford Dictionary of Idioms, 2nd edition*. Oxford: Oxford University Press.
21. Ammer C. (2003). *The American Heritage Dictionary of Idioms (Reprint edition)*. Boston: Houghton Mifflin Harcourt.
22. Уклад.: Баранцев К. Т. (2005). *Англо-український фразеологічний словник, 2-не вид., випр.*. Київ: Т-во “Знання”, КОО. Відновлено з https://chtyvo.org.ua/authors/Barantsev_Kostiantyn/Anhlo-ukrainskyi_frazeolohichnyi_slovnyk/
23. Українська публічна електронна бібліотека «Горох». Відновлено з <https://goroh.pp.ua/>