

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
імені М. П. ДРАГОМАНОВА**

**ЗАВАРИНСЬКА ІРИНА ФЕДОРІВНА**

УДК 81'373.7.811.111+811.161.2+811.162.2

**ЛІНГВОКУЛЬТУРНА МОТИВАЦІЯ  
ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ З ОНІМНИМ КОМПОНЕНТОМ  
В АНГЛІЙСЬКІЙ, ПОЛЬСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ**

10.02.17 – порівняльно-історичне і типологічне мовознавство

Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня  
кандидата філологічних наук

Дисертацією є рукопис

Робота виконана на кафедрі загального мовознавства та славістики Рівненського інституту слов'янознавства Київського славістичного університету, Міністерство освіти і науки України

- Науковий керівник –** доктор філологічних наук, професор  
**Тищенко Олег Володимирович**,  
Рівненський інститут слов'янознавства  
Київського славістичного університету,  
проректор з наукової роботи
- Офіційні опоненти:** доктор філологічних наук, професор  
**Лучик Алла Анатоліївна**,  
Національний Університет  
“Києво-Могилянська академія”,  
професор кафедри  
загального та слов'янського мовознавства
- кандидат філологічних наук, доцент  
**Скубашевська Ольга Станіславівна**,  
Національний педагогічний університет  
імені М. П. Драгоманова,  
докторант кафедри соціальної філософії  
та філософії освіти

Захист відбудеться “9” лютого 2010 р. о 14 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради К 26.053.15 у Національному педагогічному університеті імені М. П. Драгоманова за адресою: 01601, м. Київ-30, вул. Пирогова, 9.

З дисертацією можна ознайомитися в бібліотеці Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова за адресою: 01601, Київ-30, вул. Пирогова, 9.

Автореферат розісланий “31” грудня 2009 р.

Учений секретар  
спеціалізованої вченої ради

К. Д. Паршак

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Дисертаційне дослідження присвячене вивченню лінгвокультурної мотивації фразеологізмів з онімним компонентом в англійській, польській та українській мовах. На основі семантики онімного компонента фразеологізми класифіковано у дві тематичні групи: антропонімну і топонімну; за джерелом лінгвокультурної інформації оніма визначено чотири типи моделей фразеологізмів: із соціально маркованими онімними компонентами, псевдоонімними компонентами, прецедентними онімними компонентами, сакральними онімними компонентами в англійській, польській та українській мовах; розроблено методику зіставлення фразеологізмів з онімним компонентом у неблизькоспоріднених мовах.

Сучасна ономастика характеризується тенденцією до аналізу онімів як самодостатніх номінативних одиниць (Ю. Карпенко, М. Рут, М. Carroll, А. Сіє́ліkowa, А. Furdal), а також як компонентів фразеологізмів, в образному змісті яких відображено культурно-національне світобачення кожного етносу, зокрема англійського (Р. Piegini, І. Башмакова, С. Співак), німецького (Ю. Фірсова), польського (Т. Шутковський, R. Grzegorzczukowa), українського (В. Ужченко), російського (О. Березович, В. Мокієнко) тощо.

Останнім часом увагу науковців зосереджено на зіставному вивченні ономастичної фразеології як близькоспоріднених мов: української та польської (А. Кравчук), російської та польської (Т. Шутковський), російської та української (М. Алефіренко), так і неблизькоспоріднених: російської та угорської (М. Пилаш), української та англійської (О. Скубашевська), англійської та російської (В. Аракін).

Незважаючи на широкий спектр праць із ономастичної фразеології, дискусійними і донині залишаються питання щодо семантичного навантаження компонента-оніма (П. Чучка, М. Knappovb, D. Nilsen, E. Rzetelska-Feleszko) та його ролі в мотивації фразеологічного значення (С. Єрмоленко, А. Кравчук, В. Мокієнко, Н. Пасік). Окрему увагу вчених зосереджено на дослідженні фразеологізмів із компонентами-конотонами (Є. Отін), мотивація яких ґрунтується на образах, пов'язаних з Людиною і Всесвітом. Саме при співвіднесенні образного змісту, виявленого в “буквальному” прочитанні фразеологізмів, з еталонами національної культури розкривається і культурно значимий смисл самого образу, тобто його мотивація. Мотиваційну основу фразеологізмів з онімним компонентом становить його *лінгвокультурна інформація* (О. Березович), 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. Такий аспект вивчення фразеологізмів з онімним компонентом стимулює актуальність розгляду цих одиниць у міжмовному плані.

**Актуальність** дисертаційної роботи зумовлена її спрямуванням на вивчення механізмів формування культурних конотацій у значенні фразеологізмів неблизькоспоріднених мов. Поєднання зіставно-типологічного і порівняльно-історичного підходів до аналізу англійських, польських та українських фразеологізмів з онімним компонентом є необхідним для виявлення як спільних закономірностей їхнього творення, так і відмінних особливостей відображення в зовнішній та внутрішній формах лінгвокультурної інформації.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Дисертацію виконано відповідно до тематичного плану науково-дослідних робіт Рівненського інституту слов'янознавства Київського славістичного університету в рамках наукової теми “Мовні, культурні та концептуальні моделі світу германських та слов'янських мов” (тема затверджена вченою радою Рівненського інституту слов'янознавства Київського славістичного університету, протокол № 4 від 2 грудня 2004 р.). Тема перезатверджена спеціалізованою вченою радою К 26.053.15 НПУ імені М. П. Драгоманова, протокол № 11 від 10 листопада 2009 року.

**Метою** дисертаційної роботи є виявлення мотиваційної основи фразеологізмів з онімним компонентом шляхом зіставлення їхньої лінгвокультурної інформації в англійській, польській та українській мовах.

Поставлена мета передбачає вирішення таких **завдань**:

- уточнити лінгвокультурологічні засади вивчення онімізації фразеологізмів;
- розробити методику зіставлення фразеологізмів з онімним компонентом в англійській, польській та українській мовах;
- скласифікувати фразеологізми за семантикою онімного компонента;
- визначити мотиваційну основу фразеологізмів з антропонімним компонентом;
- визначити мотиваційну основу фразеологізмів з топонімним компонентом;
- зіставити лінгвокультурну інформацію фразеологізмів з онімним компонентом в англійській, польській та українській мовах.

**Об'єкт** дослідження становлять фразеологізми з онімним компонентом в англійській, польській та українській мовах.

**Предметом** дослідження є лінгвокультурна інформація фразеологізмів з антропонімним та топонімним компонентами в зіставлюваних мовах.

**Джерельною базою дисертації** є: Oxford Dictionary of English Idioms (A. Cowie, R. Mackin), A Thesaurus of English Traditional Metaphors (P. Wilkinson), Англо-український фразеологічний словник (К. Баранцев), Словарь английских личных имен (А. Рыбакин); польські фразеологічні словники: *Dzieje przysiovia polskiego w toku rękiciu wiekyw. Nowa księga przysiyw i wyraieć przysiwionych polskich*: в 2-х томах (J. Krzyżanowski, S. Ѓwirko), *Siownik frazeologiczny jkzyka polskiego* (S. Skorupki), *Siownik jkzyka polskiego*: в 4-х томах (M. Szymczak); польський ономастичний словник: *Siowiacska onomastyka* (E. Rzetelska-Feleszko, A. Cieńlikowa); українські словники: Етимологічний словник української мови: в 7 томах (О. Мельничук), Фразеологічний словник української мови (В. Білоноженко та ін.), Українські приказки, прислів'я і таке інше (М. Номис), Українські прислів'я, приказки та порівняння з літературних пам'яток (М. Пазяк). Фактичний матеріал дисертації становлять 1050 англійських, польських та українських онімних фразеологізмів (по 350 од. у кожній мові).

**Методи дослідження.** Зіставно-типологічний метод дозволив виявити спільні закономірності творення фразеологізмів з онімним компонентом в англійській, польській та українській мовах і відмінні особливості в їхній зовнішній і внутрішній формах; порівняльно-історичний метод сприяв з'ясуванню первісного значення

компонента-оніма в зіставлюваних фразеологізмах; методика компонентного аналізу застосовувалася для визначення семних характеристик значення антропонімних та топонімних компонентів досліджуваних одиниць; методика лінгвістичного моделювання – для класифікації фразеологізмів з онімним компонентом за конкретними моделями; процедура кількісного аналізу – для кількісно-якісної характеристики фразеологізмів з антропонімним компонентом в англійській, польській та українській мовах.

**Наукова новизна** одержаних результатів полягає в тому, що в роботі вперше скласифіковано англійські, польські та українські фразеологізми з онімним компонентом у чотири типи моделей: 1) фразеологізми з соціально маркованими онімними компонентами, 2) фразеологізми з псевдоонімними компонентами, 3) фразеологізми з прецедентними онімними компонентами, 4) фразеологізми з сакральними онімними компонентами, перша з яких є характерною лише для фразеологізмів з антропонімним компонентом; виявлено відмінну лінгвокультурну мотивацію фразеологізмів з онімним компонентом у зіставлюваних мовах (антропометрична образність розкривається в значенні слов'янських одиниць із антропонімним компонентом, антропоцентрична – у значенні англійських одиниць із топонімним компонентом).

**Теоретичне значення** дисертації пов'язане із поглибленням теоретичних концепцій зіставної ономастичної фразеології, з розробкою теоретико-методологічних засад вивчення поняття “лінгвокультурна інформація фразеологізмів”, а також ключових поjęнь теорії мотивації загалом та мотивації фразеологічного значення зокрема.

**Практичне значення** одержаних результатів полягає в можливості їхнього застосування в зіставно-типологічних дослідженнях із проблем ономастичної фразеології, а також у процесі підготовки спецкурсів із міжкультурної комунікації, у викладанні навчальних дисциплін: “Порівняльна типологія англійської та української мов”, “Порівняльна типологія польської та української мов”, “Перекладацький аналіз тексту”, “Сучасна українська літературна мова” (розділ “Фразеологія”), “Лексикологія англійської мови”, “Лінгвокраїнознавство”. Опрацьований фактичний матеріал може стати у пригоді при укладанні перекладних багатомовних ономастичних фразеологічних словників.

**Апробація результатів дослідження.** Основні положення дисертаційного дослідження висвітлювалися в доповідях на семи міжнародних наукових конференціях: “Медіа, бізнес, громадськість, влада: взаємодія на шляху до євро інтеграції” (Тернопіль, 2003 р.), “Етнокультурні цінності та слов'янська філологія” (Рівне, 2006 р.), “Мова і традиційна культура: ідеї, проблеми, пошуки” (Рівне, 2008 р.), “Сучасні дослідження з іноземної філології” (Ужгород, 2008 р.), “Мова і культура” (Київ, 2009 р.), “Семантика мови і тексту” (Івано-Франківськ, 2009 р.), “Проблеми загальної та ареальної семантики” (Луганськ, 2009 р.).

**Публікації.** Проблематику, теоретичні й практичні результати дисертаційного дослідження викладено в семи статтях, опублікованих у фахових наукових виданнях, затверджених ВАК України.

**Обсяг і структура роботи.** Дисертація складається з переліку умовних скорочень, вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури (235 найменувань, з яких 35 – іноземними мовами), списку лексикографічних джерел (52 найменування). Повний обсяг дисертації – 215 сторінок, основний зміст викладено на 165 сторінках.

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми дослідження, сформульовано мету, визначено завдання, об'єкт, предмет, наукову новизну дисертації, методи дослідження, охарактеризовано фактичний матеріал, теоретичне й практичне значення здобутих результатів, указано форми апробації та структуру роботи.

У **першому розділі “Лінгвокультурологічні засади дослідження онімізації фразеологізмів у сучасній лінгвістиці”** уточнено семантичний статус онімів та їхню роль у формуванні фразеологічного значення; визначено специфіку онімного компонента як індикатора лінгвокультурної інформації фразеологізмів; розроблено методикку зіставлення фразеологізмів з онімним компонентом в англійській, польській та українській мовах.

Відкритість проблеми семантичного статусу онімів у фразеологізмах (Н. Максимчук, В. Ужченко, Я. Адамовський, Р. Pierini) пояснюється різними позиціями вчених щодо розуміння їхньої ролі у формуванні фразеологічного значення. Одні дослідники (О. Березович, В. Мокієнко) вважають, що культурні конотації, які тривалий час відзначаються стабільністю в межах певної мови, сприяють формуванню символіки в оніма, тим часом прихильники парадигматичної асемантичності онімів (Р. Охштат, Л. Степанова) уточнюють, що з безпоняттевого знака на рівні мови онім перетворюється в апелятив на рівні фразеології. Кожний онімний клас має свої особливості, а тому у фразеологізмах може і не мати символічного значення, виконуючи лише номінативну функцію.

Найбільш прийнятною для концепції дисертаційної роботи є думка вчених про повноправний, хоча і специфічний (екстралінгвальний) статус онімів, які відіграють основну роль у мотивації фразеологізмів. До конотацій оніма дотичний асоціативний фон, що експлікує його у свідченнях етносвідомості, тобто в актах *мотивації*, а не власне номінації (О. Березович). Основою мотивованості є внутрішня форма фразеологізму, яка розглядається як обов'язкова образно-смілова характеристика мовного знака (А. Кравчук, Н. Ляшенко, Н. Пасік). За такого підходу актуалізується поняття *лінгвокультурної мотивації*, під якою в дослідженні розуміється психоментальна операція встановлення образності фразеологізмів з онімним компонентом, яка ґрунтується на лінгвокультурній інформації, закодованій у символіці оніма. Залежно від внутрішньої форми фразеологізму, мотивація може бути експліцитною (асоціативною) та імпліцитною (виявляється шляхом етимологічного аналізу).

*Джерелом лінгвокультурної інформації* онімного компонента (далі – ОК) є соціум, історія, література, античність, християнство, на основі якого досліджувані одиниці класифіковано у фразеологічні моделі, спільні для англійської, польської

та української мов: 1) *фразеологізми з соціально маркованими ОК* (поширені у соціумі компоненти-імена чоловіка та жінки); 2) *фразеологізми із псевдоонімними компонентами* (псевдоантропонімні та псевдотопонімні компоненти); 3) *фразеологізми з прецедентними ОК* (ОК історичного та літературного походження); 4) *фразеологізми з сакральними ОК* (ОК античного (міфологічні) та християнського (агіоніми) походження) (рис. 1).

Мотивація фразеологізмів з ОК ґрунтується на основі переосмисленої культурної інформації про образ Людини (антропометричні образи: *образ людини як фізичного та фізіологічного феномена; образ людини як суспільного феномена*) та про образ Людини і Всесвіту (антропоцентричні образи: *співвідносні із людиною і всесвітом; набуті внаслідок взаємодії людини і всесвіту*) (рис. 1).

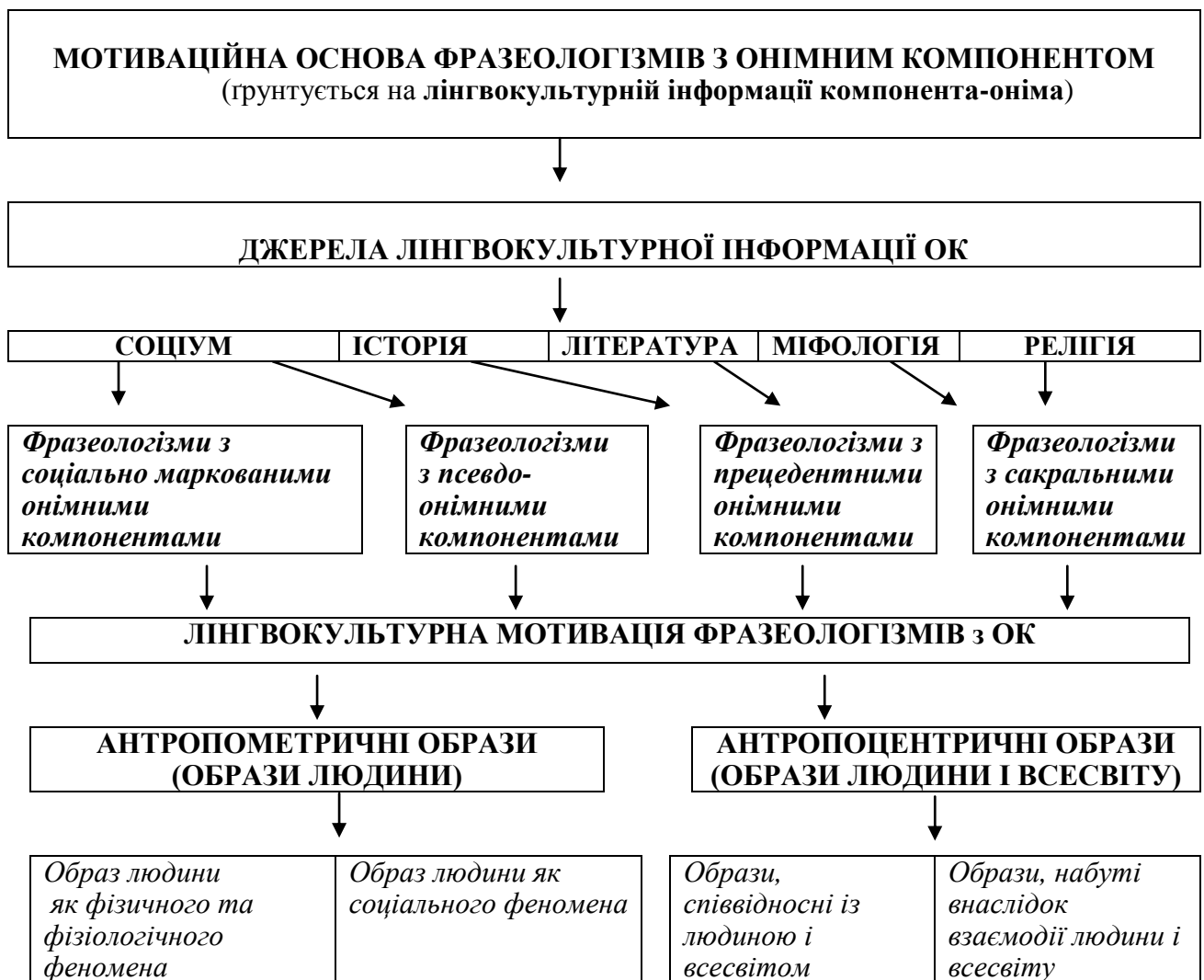


Рис. 1. Модель дослідження лінгвокультурної інформації фразеологізмів з онімним компонентом

Виявлення мотиваційної основи формування образного значення фразеологізмів з онімним компонентом здійснювалося за такою методикою. На *першому етапі* фразеологізми було скласифіковано за семантикою ОК в

антропонімну та топонімну тематичні групи. *Другий етап* передбачав визначення джерел лінгвокультурної інформації ОК у фразеологізмах англійської, польської та української мов, який дозволив виявити чотири спільні типи моделей фразеологізмів з онімним компонентом. *Наступний етап* спрямовувався на зіставлення лінгвокультурної інформації фразеологізмів з ОК для виявлення особливостей образності досліджуваних одиниць в англійській, польській та українській мовах.

У другому розділі “**Мотиваційна основа фразеологізмів з антропонімним компонентом у зіставляваних мовах**” визначено джерела лінгвокультурної інформації компонента-антропоніма, на основі яких встановлено типи моделей досліджуваних фразеологізмів; зіставлено план вираження і план змісту фразеологізмів з антропонімним компонентом в англійській, польській та українській мовах; виявлено особливості в образному значенні аналізованих одиниць.

Зіставлення фразеологізмів з антропонімним компонентом за джерелами лінгвокультурної інформації останнього та за антропометричною й антропоцентричною образністю їхнього фразеологічного значення дало можливість визначити особливості мотиваційної основи досліджуваних одиниць (табл. 1).

Таблиця 1

**Кількісно-якісна характеристика  
фразеологізмів з антропонімним компонентом  
в англійській, польській та українській мовах**

ДЖЕРЕЛА лінгво- культурної інформації АК	МОДЕЛІ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ З АК					ОБРАЗНІСТЬ ЗНАЧЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ З АК					
						<i>Антропометричні образи Людини:</i>			<i>Антропоцентричні образи Людини і Всесвіту:</i>		
	Типи ФМ з АК	англ. мова	пол. мова	укр. мова	англ. мова	пол. мова	укр. мова	англ. мова	пол. мова	укр. мова	
Соціо- культурний простір	ФС	ЧИ	37	61	72	28	55	67	19	21	27
	МК	ЖІ	10	15	22						
	ФКПА		8	20	20	8	8	11	0	12	9
Історія	ФП	ІА	25	21	23	39	15	18	23	20	16
Література	АК	ЛА	37	14	11						
Міфологія	ФС	АП	38	17	18	37	37	24	46	32	28
Релігія		ХП	45	52	34						
УСЬОГО						112	115	120	88	85	80
			<b>600</b>	<b>200</b>	<b>200</b>	<b>200</b>	<b>347</b>			<b>253</b>	

*Примітки: АК – антропонімний компонент; ЖІ – жіночі імена-компоненти; ІА – історичні антропоніми; АП – антропоніми античного походження; ЛА – літературні антропоніми; ФКПА – фразеологізми з компонентами-псевдоантропонімами; ФМ – фразеологічна модель; ФПАК – фразеологізми з прецедентними антропонімними компонентами; ФСАК – фразеологізми з сакральними антропонімними компонентами; ФСМК – фразеологізми з соціально маркованими антропонімними компонентами; ХП – антропоніми, що походять із християнства; ЧІ – чоловічі імена-компоненти.*



Поширені компоненти-імена людей у процесі тривалого функціонування у фразеологізмах англійської (*Jack, Mary*), польської (*Antek, Marysia*), української (*Альоша, Дунька*) мов сприяли формуванню символіки й асоціацій у їхньому фразеологічному значенні, на основі якого ці одиниці включено до **моделі фразеологізмів із соціально маркованими антропонімічними компонентами** (англ. *Jack on both sides* – “людина, що намагається служити багатьом, і нашим і вашим”; англ. *Mary Ann* – “проста, банальна дівчина”; пол. *Antek z Rowiñla* – “шибеник, лобур”; пол. *Zeszy sił dwie Marysie: baju, baju obie* – “жінки-пліткарки”; укр. *Альоша приморожений* – “людина з вадами в характері”; укр. *Дунька з Кацапетівки* – “дурна жінка”).

Фразеологізми з соціально маркованими антропонімічними компонентами у кількісному плані переважають інші моделі фразеологізмів (табл. 1). Власні імена у фразеологізмах цієї моделі виконують символічну функцію і можуть позначати певний стереотипний образ (англ. *Cousin Betsy*; пол. *Giupi Maciek*; укр. *Дурний, як Стецько*). Вибір імені-компонента може зумовлюватися зовнішньою формою фразеологізму, тобто формальною організацією мікротексту (англ. *John Doe and Richard Roe*; пол. *Zebrał sił dwa Jkdruchy: jeden ñlepy, drugi giuchy*; укр. *Андрею, не будьте свинею, коли вас люди величають*).

Ця модель представлена фразеологізмами, значення яких ґрунтується на образах Людини:

1) як *фізичного та фізіологічного феномена*, що трансформують лінгвокультурну інформацію про її **розумові вади** в усіх зіставляваних мовах: англ. *Jack Adams* – “нерозумний чоловік”, пол. *Їmieje sił jak Filip na jelito* – “особа дурна, бездумна” (польське слово *filip* має значення ‘розум’, однак у фразеологізмах з ОК ім’я має негативні асоціації), укр. *То ще дурна Ганка* – “дурна жінка” (негативна конотованість імені *Гана* пов’язана з впливом польського слова *gar* – ‘дурень’). Натомість лінгвокультурна інформація про **емоції**: пол. *Dobra Agnieszka, kto z niñ nie mieszka* – “злостива жінка” та **огрядність**: пол. *Gruba Berta* – “товста жінка” (приклад зворотнього перенесення (метафоричний розвиток значення відбувався за схемою на основі яскравого уявлення про розмір: людина → предмет (потужна німецька гармата) → людина (товста жінка)) закодована лише в польських одиницях; про **поведінку** (розпутність) – в англійських: *Jack-a-dandy* – “бабій, франт, піжон” (лексема *dandy* у *Jack-a-dandy* походить з шотл. *Dandy*, що є демінутивом від *Andrew*, що сягає фр. *Andrū*, грец. *Andreas* (з *andreios* – ‘чоловічий’, з *andros* – ‘чоловік’) та польських: *Siodka Dorotka, ale droga nieboga* (польське ім’я *Dorota* раніше було синонімом жінки легкої поведінки); про **жадібність** їсть, як *Мартин мило* – “жадібно їсть” та **зріст** *півтора Івана разом* – “дуже високий” – в українських фразеологізмах;

2) як *суспільного феномена*, які передають інформацію про **професію** в англійській мові: *Cheap Jack* – “мандрівний дрібний торговець” (атрибутивний компонент *Cheap* надає фразеологізму негативного конотативного відтінку. Сама лексема *Jack* є англіфікацією французького імені *Jacques*, яке є зменшувальною формою від *Jacobus*, але в Англії це ім’я завжди асоціювалося з апелятивами *Johan*,

*John* і тому воно, можливо, має місцеве походження і використовується при зверненні до незнайомця як загальна назва); **соціальну нерівність** – у польській мові: *Dobra psu mucha, a Matiaszowi piotka* та українській: *Не для Гриця паляниця* (ім'я *Гриць* – назва простого чоловіка, якому не слід від життя очікувати особливих розкошів, навіть у формі паляниці); **гендерну нерівність**: *Старший Гриць як Парашка* та **умов життя**: *куди Макар телят не ганяв* – “там, де важкі умови життя, далеко” (*Макар* – це злидар, змушений пасти своїх телят на закинутих вигонах. Можливо, що *Макарові телята* – фікція, й у цьому вислові міститься прихований гумор) – в українській мові.

Ця модель ще представлена фразеологізмами, значення яких ґрунтується на образах Людини і Всесвіту, зокрема:

1) **образах, співвідносних із людиною і всесвітом**, що трансформують інформацію про різні **реалії** в англійській мові: *the Blue Peter* – “прапор відплиття” (синій прапор з білим квадратом, що піднімається перед відплиттям судна) та про **поняття виміру** – в українській: *три душі і Марфа* – “зовсім мало”;

2) **образах, набутих унаслідок взаємодії людини і всесвіту**, що трансформують лінгвокультурну інформацію про **нечисту силу** лише у слов'янських мовах: пол. *to prawdziwy Iwan* (у польській мові ім'я *Iwan* має асоціативне тло і використовується у специфічних контекстах; *diabei Iwan* (народна назва диявола); укр. *Антипо (Грицько) в нім сидить* (антропонім *Антипо* використано у значенні злого духа; грец. ім'я *Αντίποσ*)). Одна з особливостей демонічних назв – це множинність найменувань того самого міфічного персонажу, що пов'язано зі страхом вимовляти ім'я демона, оскільки вважали, що це одночасно є його прикликанням. Цим зумовлено табування імен: замість ‘справжньої’ назви демона вживається ‘безпечне’ ім'я людини.

У слов'янських фразеологізмах, порівняно з англійськими, ширше представлена оцінна характеристика людини: пол. *Kaïda Poionka – to dobra ionka*; пол. *Muwisz jako prawu Michai*; укр. *Манька білолучанська*; укр. *Альоха з мильного заводу*.

**Фразеологізми з псевдоантропонімним компонентом** відзначаються яскравою національно-культурною специфікою у зіставлюваних мовах: англ. *Sleep with Mrs. Green* – “ночувати на траві”; пол. *Czytaj dzieio Chrapickiego* – “міцно спати, хропіти”; укр. *Читати Храповецького* – “хропіти”.

Ця модель представлена фразеологізмами, значення яких ґрунтується на образах Людини:

1) **як фізичного та фізіологічного феномена**, що трансформують інформацію про її **розумові вади** у зіставлюваних мовах: англ. *Bess (Jack) o'Bedlam* – “божевільна людина”, укр. *Балда Іванівна* – “нерозумна людина”. Натомість лінгвокультурна інформація про **рисид характеру** (*балакучість, злостивість*) наявна лише у слов'янських мовах: пол. *Ranna Trzeraikowska* – “балакуча жінка”, укр. *Кобра Львівна* – “злостива жінка”, про **слух**: *Глухар Тетерович* – “людина, що недочуває”, **неуважність**: *Розтанша Іванівна* – “неуважна людина” та **огрядність**: *Баба Пихтя* – “товста жінка” – в українській мові.

2) як суспільного феномена і передається як інформація про *рід занять* в англійській мові: *Joe College* – “студент” та польській: *Panna Vabska* – “акушерка”; *соціальний статус*: *To pan майстер дармохляп, що хто кине, а він хан* – “голодранець” – в українській.

Ця модель ще представлена фразеологізмами, значення яких ґрунтується на образах Людини і Всесвіту, зокрема:

1) образах, співвідносних із людиною і всесвітом, що трансформують лінгвокультурну інформацію про *рух* (йти): укр. діал. *Проїхати на Ждановським* – “прийти пішки, не дїждавшись автобуса, машини” (каламбурне обігрування слова ‘ждати’); про *час*: пол. *Na ńw. Migdy, co nie bywa nigdy* (гра слів) – “ніколи”; укр. діал. *на святого лінтя* – “ніколи” лише у слов’янських мовах;

2) образах, набутих внаслідок взаємодії людини і всесвіту, що трансформують інформацію про *смерть* у польській: *Oj pojdk za Murawskiego* та українській: *Від Муравського ніхто не втече* (від слова ‘мурава’, якою покритий гріб) мовах, де спостерігаємо частковий збіг образних основ.

Характерною ознакою цих фразеологізмів є їхня культурна маркованість та оцінна семантика. Англійські псевдоантропонімні фразеологізми поступаються у кількості польським та українським (див. табл. 1).

Джерелом лінгвокультурної інформації *фразеологізмів з прецедентними антропонімними компонентами* зіставлюваних мов є історія та література. Спостерігаємо майже однакове кількісне співвідношення фразеологізмів з компонентами-іменами історичних осіб в англійській, польській, українській мовах та різне у фразеологізмах із компонентами-іменами літературних персонажів. Це пояснюється міжмовною асиметрією, пов’язаною з актуалізацією: англ. *Don Lothario*; пол. *Wiek balzakowski* чи неактуалізацією: англ. *Hobson’s choice*; пол. *Bismark w spydnicy*; пол. *Wystrojona jak rosiecka Magdalena*; пол. *Za Jana Kazimierza nie staio miast i ioinierza*; укр. *Спасіба Сталіну-грузину, шо убув нас у резину* прецедентної інформації у свідомості носіїв цих мов.

Ця модель представлена фразеологізмами, значення яких ґрунтується на образах Людини:

1) як *фізичного та фізіологічного феномена*, що трансформують інформацію про *риса характеру* у всіх зіставлюваних мовах: англ. *as proud as Punch* – “гордий чоловік” (герой лялькової вистави “Панч і Джуді”: горбань *Панч* із гачкуватим носом – утілення оптимізму та його дружина *Джуді* – неохайної жінки), пол. *Albertusa wuprawiaż* – “боягуз” (*Albertus* – герой сценічних творів), укр. *баба Палажска і баба Параска* – “сварливі жінки” (персонажі оповідань І. С. Нечуя-Левицького. У переносному значенні – “язикаті люди”); *поведінку* (ловелас) в англійській мові: *Don Juan* (елемент *don* номена *Don Juan* походить з лат. *Dominus* “лорд, господар”). Метафоричне вживання *Don Juan* на позначення розпусника мотивуються компонентами *Don* “господар (жінок)” і та українській: *Дон Жуан; вік* у слов’янських мовах: пол. *Kobieta simpsonowski* – “жінка після сорока років” (вислів пов’язаний з іменем пані Сімпсон, заради якої зрікся престолу в 1936 р. англійський король Едвард); укр. *жінка бальзаківського віку*;

2) як *суспільного феномена*, що трансформують лінгвокультурну інформацію про **рід занять** в англійській мові: *Mother Bunch* – “ворожка” та польській: *Magiowk jak Metternich* – “розумний політик”.

Ця модель ще представлена фразеологізмами, значення яких ґрунтується на образах Людини і Всесвіту, зокрема:

1) *образах, співвідносних із людиною і всесвітом*, що трансформують лінгвокультурну інформацію про **їжу** та **напої** в англійській мові: *Sally Lunn* – “здобна булочка”, *John Barleycorn* – “пиво” і **наній** – лише в українській: *марія демченко* – “горілка, самогон” (переосмислення імені і прізвища реальної історичної постаті: особа → предмет (Марія Демченко, відома стаханівка, родом із Чернігівщини. Розповідають анекдоти про її чванливість);

2) *образах, набутих унаслідок взаємодії людини і всесвіту*, що трансформують лінгвокультурну інформацію про **історичні події** в слов'янських мовах: пол. *Umazany jak Mazera* (народні переказів про любовні пригоди Мазепи, який згодом став козацьким гетьманом); укр. *Спасибі Іллічу: ні вчиняю, ні печу!*.

Спільне у фразеологізмах з прецедентними антропонімічними компонентами спостерігаємо на основі інтерлінгвальної інформації. Асиметрична частина таких фразеологізацій ґрунтується відповідно на інтралінгвальних знаннях: англ. *proud as Punch* – “дуже гордий”; пол. *Albertusa wuprawiajz* – “боягуз”; укр. *Іван Іванович та Іван Никифорович* – “сварливі люди”. Спостерігаємо різний ступінь засвоєння прецедентної інформації. Так, у межах польсько-українського зіставлення важливим є той факт, що через тривалі історичні й культурні контакти певна історична постать була популярною у цих лінгвоспільнотах, однак символіка прецедентного імені, а звідси, і його емоційно-експресивна оцінка є дещо різними: пол. *Wygl.Nęda jak Gonta*; укр. *Прославився на Вкраїні козак Гонта, що сажав жидів на кілля поверх плота*.

**Фразеологізми з сакральними антропонімічними компонентами**, джерелом інформації яких є античність та християнство, становлять значну частину досліджуваного матеріалу (див. табл. 1). Оскільки їхньою мотиваційною основою є знання про міфи та християнство, вони відзначаються високим ступенем інтернаціональності: англ. *Pandora's box*; пол. *Pudio Pandory*; укр. *скриня Пандори* – “вмістище зла, лиховісний дар”.

Ця модель представлена фразеологізмами, значення яких ґрунтується на образах Людини:

1) як *фізичного та фізіологічного феномена*, що трансформують лінгвокультурну інформацію про її **вік** у всіх зіставлюваних мовах: англ. *As old as Methuselah* – “старий”; пол. *Matuzalow wiek, matuzalowe lata* – “старий”; укр. *Мафусаїлів вік та розумові здібності*: англ. *as wise as Solomon* – “розумний, досвідчений”; пол. *rozwi.Nęzajz wkzei gordyjski* – “виконати важке завдання”; укр. *премудрий, як Саламон* – “іронізують над тим, хто вдає розумного”;

2) як *суспільного феномена*, що трансформують культурну інформацію про **рід занять** в англійській мові: *Son of Aesculapius* – “лікар” та польській: *Pilnuje jak cerber* – “злий, невмолимий вартовий” та **взаємини** (дружні, родинні) – в англійській: *the Damon and Pythias* – “нерозлучні друзі” та польській: *Krewny po*

*Adamie* – “далекий родич” мовах.

Ця модель ще представлена фразеологізмами, значення яких ґрунтується на образах Людини і Всесвіту, зокрема:

1) *образах, співвідносних із людиною і всесвітом*, що трансформують лінгвокультурну інформацію про певні **локуси** у всіх зіставляваних мовах: англ. *Augean stable* – “занедбане, занехаяне місце”; пол. *Stajnia Augiasza*; укр. *авгієві стайні*; про **час** – у слов’янських: пол. *Kiedy sik Adam do Ewy zalecai* – “дуже давно”; укр. *Не до Петра, а до Дмитра* – “час до зими” (свято Дмитра припадає на день 26 жовтня ст.ст.); про **їжу** – лише в англійській мові: *Adam and Eve on a raft* – “яєчня з двох яєць на тості” (цей біблійонім містить у собі семантику якісної подібності двох об’єктів); **напої** – українській: *адамові слізки* – “горілчані напої”;

2) *образи, набуті внаслідок взаємодії людини і всесвіту*, що трансформують інформацію про **спосіб життя** в англійській мові: *to Braid saint Katherine’s tresses* – “продівувати, залишитися старою дівочою”. У польській мові натрапляємо на фразеологізм, пов’язаний з культом цієї святої, який стосується сфери **шлюбу**: *Їввікта Катарзупа њлубу усіна* (на св. *Андрія* ворожать дівчата, а на св. *Катерини* – ворожать хлопці, кладучи під подушку картки з іменами дівчат, щоб зранку витягнути ім’я судженої); **прокляття** в англійській мові: *the Curse of Cain* – “прокляття Каїна” та **тавро** – в українській: *каїнова печать* – “тавро зради, злочину”.

Зіставлення фразеологічного значення одиниць із сакральними компонентами дало можливість визначити відмінності в передачі культурної інформації: англ. *Jacob’s ladder* – “квіти, які ростуть на драбинках”, пол. *drabina Jakubowa* – “високі сходи”; англ. *give a sop to Cerberus, to* – “дати хабара”, пол. *Pilnuje jak cerber* – “злий, невмолимий вартовий”, англ. *to build Hercules’ Pillars* – “здійснити щось видатне”, укр. *дійти до геркулесових стовпів* – “дійти до “краю”, укр. *геркулес засушений* – “дуже худий”. Ці одиниці є лакунами.

Спільним у мотиваційній основі цих фразеологізмів є їхні джерела інформації. Фразеологізми античного походження більше поширені в англійській мові. У слов’янських мовах спостерігаємо майже однакове їх кількісне співвідношення. Продуктивними у зіставляваних мовах є моделі фразеологізмів із агіонімічними компонентами, переосмислене значення яких пов’язується здебільшого з певною календарною датою або біблійною подією: англ. *On St. Tib’s eve*; пол. *Na њвікту Michaі w таји*; укр. *До св. Духа тримайся кожуха*.

У третьому розділі “**Мотиваційна основа фразеологізмів з топонімним компонентом у зіставляваних мовах**” визначено джерела лінгвокультурної інформації компонента-топоніма, на основі яких встановлено типи моделей досліджуваних фразеологізмів; зіставлено план вираження і план змісту фразеологізмів з топонімним компонентом в англійській, польській та українській мовах; виявлено особливості в образному значенні аналізованих одиниць.

Важливе місце в дослідженні лінгвокультурної мотивації фразеологізмів англійської, польської та української мов займають топоніми, які є невід’ємним компонентом смислової та структурної організації фразеологізму.

**Фразеологізми з прецедентними топонімними компонентами** (оронімами, хоронімами, ойконімами, урбанонімами, гідронімами) пов'язані з історико-культурними реаліями, значення яких ґрунтується на образах Людини:

1) як **фізичного та фізіологічного феномена**, що трансформують лінгвокультурну інформацію про її **поведінку та характер** у зіставлюваних мовах: англ. *Like Morvah Downs, hard and never plowed* – “некультурна людина”; пол. *ObrNeb i Mońciska* – “сварлива людина”; укр. *Що бішена кішка, що понеділова жінка, що чоловік з Борисполя – все одно* – “людина, якій не вгодиш”; **розумові вади** – в англійській: *He is so dumb you can sell him the Brooklyn Bridge* – “дурна людина” та польській: *Wrona gierwacka* – “дурна людина”; **зріст** – у слов'янських мовах: пол. *Wysoki jak baranowska dzwonnica* – “дуже високий”; укр. *довгий, як Пирятинська верства* – “дуже високий”;

2) як **суспільного феномена**, що трансформують лінгвокультурну інформацію про **соціальний стан та умови життя** у слов'янських мовах: пол. *Bogaty jak berduczowski bankier* – “багатий”; укр. *Кам'янець вінець: кругом вода, в середині біда* – “погані умови життя”;

Ця модель ще представлена фразеологізмами, значення яких ґрунтується на образах Людини і Всесвіту, зокрема:

1) **образах, співвідносних із людиною і всесвітом**, що трансформують лінгвокультурну інформацію про **просторово-локативні та часові орієнтири** (**кривизна, відстань, час**) у зіставлюваних мовах: англ. *Crooked as George Street West* – “кривий, заплутаний”; пол. *Daleko jak ńwiku Michai od Nieńwieia* – “близько”; пол. *Rzadki jak końsiyi w Krakowie* – “зовсім не рідкісний”; укр. *Як ся зійде Стрий і Ломець, то буде світу кінець* – “ніколи”. З-поміж інтернаціональних фразеологізмів із топонімами-компонентами: англ. *All roads lead to Rome*, пол. *Wszystkie drogi do Rzymu prowadzNę*, укр. *Усі дороги ведуть у Рим* знаходимо фразеологізми з ойконічним компонентом: пол. *Nie od razu Krakuw zbudowany*, укр. *Київ не відразу збудований*, яким властива національно-культурна специфіка;

2) **образах, набутих унаслідок взаємодії людини і всесвіту**, що трансформують лінгвокультурну інформацію про **простір** (**місцевість**) в англійській мові: *to be born within the sound of Bow bell* – “народитися в Лондоні” (в Лондоні є церква *St. Mary-le-Bow* відома своїми дзвонами), у слов'янських мовах важливої символічної функції набувають елементи **свого–чужого простору**: пол. *Nie wie, czy w raju, czy jest na Beskidzie* (*Beskid* – середня частина Карпат, відома в давнину розбоями) та українській: *Піди за Бескідди – не збудешся біди*. У таких фразеологізмах оцінювання відбувається за архетипною опозицією **свій–чужий**. Здебільшого негативно оцінюється все, що пов'язане з іншим етносом: пол. *Gwardia rosiejowskaNę*, укр. *Московські недоліжки*, пол. *Kiedy przyjdiesz za Dunaj, do domeczki nie dumaj* (прислів'я, фрагментом давньої пісні); укр. *Диви Ляше, по Прут наше!* (границя між давньою Польщею і Буковиною).

Кількісний аналіз зіставлюваних фразеологізмів показує перевагу англійських одиниць із хоронічним та урбанонічним компонентами над польськими та

українськими (табл. 2). Це пояснюється тим, що образність англійських фразеологізмів із хоронімними компонентами в основному ґрунтується на реальній інформації: англ. *Badger State, the* – “штат Вісконсін” (у цьому штаті було багато борсуків). Натомість у слов’янських фразеологізмах більш значущими для мовців є уявлення про реалії: пол. *Czerwony jak Jansborg*; укр. *Гола, як Теплинський ліс, де чумаків бере біс*. В англійській мові спостерігаємо відносно більшу кількість фразеологізмів із компонентами-урбанонімами, порівняно з польською та українською. Значущі для лінгвокультурної спільноти об’єкти простору набувають значення прототипів: англ. *Crooked as George Street West* – “кривий, заплутаний”, пол. *Wysoki jak baranowska dzwonnica* – “дуже високий”, укр. *довгий, як Пирятинська верства* – “дуже високий”. Досить висока частотність властива компонентам-гідронімам у слов’янських фразеологізмах: пол. *Krańż piasek od Wisiy*, укр. *Знай, Ляше, по Случ (Прут) наше!* (табл. 2). Щодо фразеологізмів з оронімними компонентами, то тут варто відзначити той факт, що об’єкти певної культури є прототипами для вербалізації на основі певної ознаки: англ. *Old as Knock ('s) Cross*, пол. *Ma nos jak Jysa Gyra*.

Таблиця 2

**Кількісно-якісна характеристика  
фразеологізмів з топонімним компонентом  
в англійській, польській та українській мовах**

ДЖЕРЕЛО лінгво- культурної інформації ФТК	МОДЕЛІ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ З ТК				ОБРАЗНІСТЬ ЗНАЧЕННЯ ФТК						
					Антропометричні образи людини:			Антропоцентричні образи людини і всесвіту:			
	Типи МФМ з ТК	англ. мова	пол. мова	укр. мова	англ. мова	пол. мова	укр. мова	англ. мова	пол. мова	укр. мова	
Історико- культурний простір	ФП ТК	ОРК	8	6	4	48	64	59	85	56	51
		ХК	82	22	26						
		ОЙК	18	60	59						
		УК	21	4	6						
		ГК	4	28	15						
	ФКПТ	2	14	23	0	6	9	2	8	14	
Античність	ФС ТК	АП	8	5	5	6	9	6	9	7	11
Християнство		ХП	7	11	12						
УСЬОГО	450		150	150	150	54	79	74	96	71	76
				207			243				

Примітки: ГК – фразеологізм із гідронімним компонентом; АП – компоненти античного походження; МФМ – мотиваційні фразеологічні моделі; ОРК – оронімні компоненти фразеологізмів; ТК – топонімний компонент; УК – урбанонімні компоненти фразеологізмів; ФПТК – фразеологізми з прецедентними топонімними компонентами; ФСТК – фразеологізми з сакральними топонімними компонентами; ФТК – фразеологізми з топонімними компонентами; ХП – компоненти, що походять із християнства.

**Фразеологізми з компонентами**, які імітують у різний спосіб топоніми – **псевдотопонімами**, відзначаються національно-культурною специфікою: англ. *Бу*

*the street of 'By-and-bye' one arrives at the house of Never* – “зволіканням нічого не досягнеш”; пол. *Spriąć się do Kiszyniowa* – “сховати до кишені”, укр. *поїхати до Могильовської губернії* – “померти”. Джерелом лінгвокультурної інформації фразеологізмів з псевдотопонімним компонентом є мовно-культурний простір.

Ця модель представлена фразеологізмами, значення яких ґрунтується на образах Людини: як фізичного та фізіологічного феномена, що трансформують лінгвокультурну інформацію про її **стан** (померти) у слов'янських мовах: пол. *Machnąć kozia na Brydno* – “померти” (*Brydno* – район Варшави, де є велике кладовище); укр. *поїхати до Могильовської губернії*. Спільним для цих одиниць є те, що, крім лінгвальних причин, створення псевдотопонімів зумовлено насамперед евфемізацією.

Ця модель ще представлена фразеологізмами, значення яких ґрунтується на образах Людини і Всесвіту, зокрема:

1) образах, співвідносних із людиною і всесвітом, що трансформують лінгвокультурну інформацію про **рух** в англійській мові: *go to Bedford* – “йти спати” та українській: *Іду до Лежухова* – “йти спати”;

2) образах, набутих унаслідок взаємодії людини і всесвіту, що трансформують лінгвокультурну інформацію про **неправильний життєвий шлях** в українській мові: *пішов на Жабокруки* – “пішов поганою дорогою” (на болота, де жаби крукають; село *Жабокруки*). Спільність проаналізованих фразеологізацій спостерігається на рівні механізмів фразеотворення. Трапляються поодинокі приклади паронимазії: укр. *Комісар з Тригубиць, де одна хата, а сім вулиць*.

Англійські псевдотопонімні фразеологізми поступаються у кількості польським та українським (табл. 2).

Джерелом лінгвокультурної інформації **фразеологізмів з сакральними топонімними компонентами** є античність та християнство. Оскільки їхньою мотиваційною основою є знання міфології та християнства, то вони відзначаються високим ступенем інтернаціональності. Важливу роль у мотивації фразеологізмів відіграють топоніми християнського походження: англ. *Corn of Egypt*, пол. *Egipskie ciemności*, укр. *єгипетська тьма* та античного походження: англ. *Attic salt*, пол. *Attyska sól*, укр. *аттична сіль*.

Ця модель представлена фразеологізмами, значення яких ґрунтується на образах Людини:

1) як фізичного та фізіологічного феномена, що трансформують лінгвокультурну інформацію про її **рис** характеру в англійській мові: *Kissed the Blarney stone* – “говірка та переконлива людина” та польській: *Mumia egipska* – “мовчазна людина”), **розумові вади** в англійській: *An Arcadian youth* – “обмежена людина”;

2) як суспільного феномена, що трансформують інформацію про її **вчинки** у зіставлюваних мовах: англ. *Cross the Rubicon*, пол. *przekroczyć Rubikon*, укр. *перейти (переступити) Рубікон* – “перейти/переступити межу; прийняти важливе рішення, зробити безповоротний крок”.

Ця модель ще представлена фразеологізмами, значення яких ґрунтується на



образах Людини і Всесвіту, зокрема:

1) *образах, співвідносних із людиною і всесвітом*, що трансформують лінгвокультурну інформацію про *об'єкти* в зіставлюваних мовах: англ. *the Arabian bird* – “казковий птах Фенікс; диво, унікум”, пол. *Baranki egipskie* – “блощиці”, укр. *Якусь Єгипту на нас Бог допустив* – “говорили селяни про польові миші”; *місце* (хаосу): англ. *Babel of tongues* – “галас, гармидер”, пол. *Sodom and Gomorrah* – “тріховне місце”, укр. *вавилонське стовпотворіння* – “безладдя, галас, метушня”;

2) *образах, набутих унаслідок взаємодії людини і всесвіту*, що трансформують лінгвокультурну інформацію про *щастя* в польській мові: *I ja byłem w Arkadii* – “і я мав свої хвилини щастя” (топонім *Аркадія* як прототипне уявлення про благословенну країну функціонує в межах різних лінгвокультур). В українській культурі цей топонім також прецедентний, однак у ньому актуалізовано інші прототипні уявлення: *аркадійська ідилія*.

Дослідження лінгвокультурної інформації у семантиці фразеологізмів з топонімним компонентом сприяло встановленню особливостей їхньої мотиваційної основи в англійській, польській та українській мовах, що виявляються у способах засвоєння лінгвокультурної інформації різними етносами.

Загальні результати дослідження дозволяють зробити такі **висновки**:

Теоретико-методологічна концепція дисертаційного дослідження базується на таких положеннях: 1) лінгвокультурна мотивація – психоментальна операція встановлення образності фразеологізмів з онімним компонентом, яка ґрунтується на лінгвокультурній інформації, закодованій у символіці оніма; 2) лінгвокультурна інформація фразеологізмів – це культурні конотації компонента-оніма, в якому відображено світобачення носіїв мови; 3) мотиваційну основу фразеологізмів з онімним компонентом становить їхня лінгвокультурна інформація, джерелами якої є соціум, історія, література, міфологія, релігія, а також, образність пов'язана з позамовними факторами, які впливають на розуміння символіки оніма представниками різних етносів.

Запропонована методика виявилась ефективною у визначенні відмінностей у лінгвокультурній мотивації фразеологізмів з онімним компонентом в англійській, польській та українській мовах.

Англійські, польські та українські фразеологізми з онімним компонентом скласифіковано у чотири типи моделей: 1) фразеологізми з соціально маркованими онімними компонентами, 2) фразеологізми з псевдоонімними компонентами, 3) фразеологізми з прецедентними онімними компонентами, 4) фразеологізми з сакральними онімними компонентами, перша з яких є характерною лише для фразеологізмів з антропонімним компонентом.

Зіставлення мотиваційної основи *фразеологізмів з соціально маркованим онімним компонентом* дало можливість виявити, що поширені антропоніми-компоненти, спільні для зіставлюваних мов (*John, Iwan, Іван*), мають як позитивну, так і негативну семантику. Спільним у зіставлюваних мовах є те, що образ людини здебільшого є негативним. У межах фразеологічних систем слов'янських мов, порівняно з англійською, оцінна характеристика людини представлена ширше.

Дослідження мотиваційної основи *фразеологізмів з псевдоонімними компонентами* показало, що всі ці одиниці характеризуються яскравою національно-культурною маркованістю. Проте англійські фразеологізми із псевдоонімними компонентами значно поступаються у кількості польським та українським. Це пояснюється тим, що у слов'янських фразеологізмах імітація онімів-компонентів є більш поширеними, ніж в англійській.

*Фразеологізми з прецедентними онімними компонентами* в англійській мові переважають над слов'янськими. Спільне у фразеологізмах з прецедентними антропонімними компонентами спостерігаємо на основі інтерлінгвальної інформації, відмінне – в інтралінгвальних знаннях, у ступені засвоєння культурної інформації етносом, етнічних символах, історико-культурній взаємодії.

*Фразеологізмів з сакральними онімними компонентами* характеризуються відносно однаковою кількістю у зіставлюваних мовах. Це пов'язано з тим, що більшість таких одиниць належать до інтеркультурного фонду, тобто у всіх мовах це запозичення. Проте дослідження мотиваційної основи досліджуваних одиниць показало відмінності у виокремленні фрагментів інформації, на основі якої відбувається фразеологізація. Значущим є ступінь опрацювання інформації, тобто кількість та різноманітність фразеологізмів, утворених на її основі.

Найбільш продуктивними в аспекті зіставлення джерел лінгвокультурної інформації оніма-компонента для англійської мови є моделі фразеологізмів з прецедентними та сакральними тонімними компонентами, для слов'янських – із соціально маркованими антропонімними компонентами. У свою чергу, польські фразеологізми з сакральними агонімами переважають українські. Це пояснюється різним сприйняттям конотацій онімного компонента у фразеологізмах носіями англійської, польської та української мов.

Фразеологічне значення досліджуваних одиниць ґрунтується на їхній образності: антропоцентричній та антропометричній.

Антропоцентрична образність фразеологізмів з онімними компонентами різному розкривається в їхньому значенні: в англійській мові переважають образи, співвідносні із людиною і всесвітом (простір, рух, предмет, місце), у слов'янських – образи, набуті внаслідок взаємодії людини і всесвіту (уявлення людини про світ живої та неживої природи).

Антропометрична образність більш характерна для слов'янських одиниць, у значенні яких людина сприймається як фізичний та фізіологічний феномен (її тіло, властивості, дії, поведінка, розумові вади).

Перспективи подальших досліджень полягають у зіставленні лінгвокультурної інформації фразеологізмів з онімним компонентом інших тематичних груп.

## **СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ**

1. Заваринська І. Ф. Особливості конотації антропонімів на позначення прізвиська людини в англійській та українській мовах / І. Ф. Заваринська // Слов'янський вісник : зб. наук. праць. Серія "Філологічні науки". – Рівне : РІКСУ, 2006. – Вип. 6. – С. 98–103.

2. Заваринська І. Ф. Складні метафоричні найменування з топонімним компонентом в людини в англійській та українській мовах : лінгвокультурологічний підхід / І. Ф. Заваринська // Слов'янський вісник : зб. наук. ст. Серія "Філологічні науки". – Рівне : РІКСУ, 2007. – Вип. 7. – С. 95–100.

3. Заваринська І. Ф. Структурно-семантична характеристика фразеологічних одиниць з теонімним та міфонімним компонентом в англійській мові / І. Ф. Заваринська // Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики : зб. наук. праць. – К. : КНУ ім. Т. Г. Шевченка, 2007. – Вип. 12. – С. 148–155.

4. Заваринська І. Ф. Антропоніми як складник прецедентного імені у пареміях української, польської та англійської мов / І. Ф. Заваринська // Сучасні дослідження з іноземної філології : зб. наук. ст. – Ужгород : ТзОВ "Папірус-Ф", 2008. – Вип. 6. – С. 104–110.

5. Заваринська І. Ф. Семантико-етимологічні особливості фразеологічних одиниць з топонімним компонентом в англійській мові / І. Ф. Заваринська // Слов'янський вісник : зб. наук. праць. Серія "Філологічні науки". – Рівне : РІКСУ, 2009. – Вип. 8. – С. 68–74.

6. Заваринська І. Ф. Специфіка механізму творення фразеологізмів з псевдоантропонімним та псевдотопонімним компонентами значення / І. Ф. Заваринська // Матеріали Х міжнар. наук.-практ. конф. "Семантика мови і тексту" : зб. наук. ст. – Івано-Франківськ, 2009. – С. 101–105.

7. Заваринська І. Ф. Культурно-національна семантика фразеологічних одиниць з ономастичним компонентом в аспекті мовно-концептуальної картини світу (лінгвокультурологічний підхід) / І. Ф. Заваринська // Проблеми загальномовної та ареальної семантики : зб. наук. праць. Лінгвістика. – Луганськ : ЛНУ, 2009. – Вип. 2 (17). – С. 139–146.

## АНОТАЦІЇ

**Заваринська І. Ф. Лінгвокультурна мотивація фразеологізмів з онімним компонентом в англійській, польській та українській мовах.** – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук зі спеціальності 10.02.17 – порівняльно-історичне і типологічне мовознавство. – Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова, Київ, 2010.

У дисертаційному дослідженні запропоновано новий підхід до зіставно-типологічного вивчення лінгвокультурної інформації фразеологізмів з онімним компонентом в англійській, польській та українській мовах; розроблено методику зіставлення фразеологізмів з онімним компонентом у неблизькоспоріднених мовах, виявлено дві тематичні групи досліджуваних одиниць на основі семантики онімного компонента: антропонімну та топонімну; визначено мотиваційну основу формування образного значення фразеологізмів з антропонімним та топонімним компонентами в англійській, польській та українській мовах; проаналізовано спільні та відмінні джерела лінгвокультурної інформації фразеологізмів з онімним компонентом у зіставляваних мовах.

**Ключові слова:** фразеологічна ономастика, лінгвокультурна мотивація, компонент-онім, фразеологізми з антропонімним та топонімним компонентами, лінгвокультурна інформація, образність фразеологізмів.

**Заваринская И. Ф. Лингвокультурная мотивация фразеологизмов с онимным компонентом в английском, польском и украинском языках. – Рукопись.**

Диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.17 – сравнительно-историческое и типологическое языкознание. – Национальный педагогический университет имени М. П. Драгоманова, Киев, 2010.

В диссертационном исследовании предложен новый подход к сравнительно-сопоставительному исследованию лингвокультурной информации фразеологизмов с онимным компонентом в английском, польском и украинском языках.

Разработана и апробирована методика сопоставления английских, польских и украинских фразеологизмов с онимным компонентом, которая проводилась в три этапа. На первом этапе фразеологизмы классифицированы в две тематические группы: антропонимную и топонимную. Вторым этапом предусматривалось исследование источников лингвокультурной мотивации компонента-онима. Следующий этап предусматривал сопоставление лингвокультурной информации фразеологизмов с компонентом-онимом для определения особенностей значения исследуемых единиц.

Наиболее важным в работе оказалось изучение источников пополнения репертуара фразеологических онимов в указанных языках.

Лингвокультурологический анализ онимов-компонентов фразеологизмов основывается на идее о том, что онимы в процессе функционирования могут приобретать культурные коннотации, образуя промежуточную форму между онимом и апеллятивом – коннотонимом.

Выявлено отличающуюся лингвокультурную мотивацию фразеологизмов с онимным компонентом в сопоставляемых языках (антропометрическая образность раскрывается в значении славянских единиц с антропонимным компонентом, антропоцентрическая – в значении английских единиц с топонимным компонентом)

Этимолого-семантический анализ предусматривал определение ассоциативного фона онимов, поскольку формальное совпадение компонентов еще не свидетельствует о тождественности единиц. Следовательно, антропонимы во фразеологических системах по своим признакам и функциям соотносимы с общеупотребительной лексикой, окрашенной экспрессивно, в ряде случаев антропонимы приобретают символичность. В исследуемых языках наблюдаем асимметрию в значении онимных компонентов.

Онимы в составе фразеологизмов могут номинировать реальный субъект или объект, а иногда происходит развитие образа на основе какого-то яркого, значимого признака. Символическое значение онима предопределено реальными

физическими характеристиками, свойственными обозначаемому объекту, то есть, большую роль играют экстралингвистические факторы. В работе также выявлена связь антропометрических и антропоцентрических образов с компонентами-онимами и с реальными культурно-историческими обстоятельствами, связанными с этим объектом или образом этого объекта, созданного в мифологии, религии, литературе или искусстве.

Фразеологизмы с компонентами-онимами являются эффективным средством образования экспрессии, проявления оценки говорящего, ситуации, явления, процесса, индивидуального / коллективного мировосприятия и выполняют прагматическую функцию в языке. Их употребление позволяет акцентировать внимание на необходимой информации и активизирует внимание коммуникантов.

**Ключевые слова:** фразеологическая ономастика, лингвокультурная мотивация, компонент-оним, фразеологизмы с антропонимным и топонимным компонентами, лингвокультурная информация, образность фразеологизмов.

**Zavarynska I. F. Linguistic and cultural motivation of the proper name component in the phraseological units of the English, Polish and Ukrainian languages.** – Manuscript.

Thesis for a candidate degree in Philology in speciality 10.02.17 – Contrastive, Historical and Typological Linguistics. – M. P. Drahomanov National Teacher Training University, Kyiv, 2010.

The thesis suggests a new approach to the contrastive and typological study of the linguistic and cultural information of the phraseologisms with proper name component in the English, Polish and Ukrainian languages. The paper introduces the methodology for comparing phraseologisms with proper name component in the languages mentioned above. Two thematic groups of the studied units are distinguished on the basis of proper name component semantics: personal and geographical proper names. The research defines the motivation basis for the formation of the figurative meaning of the phraseologisms with personal and geographical proper name component in the English, Polish and Ukrainian languages. The thesis analyses common and different sources of the linguistic and cultural information of the phraseologisms with proper name component in the contrasted languages.

**Key words:** phraseological onomastics, linguistic and cultural motivation, component-proper name, phraseologisms with personal and geographical proper name component, linguistic and cultural information, figurativeness of the phraseologisms.

Підписано до друку 28.12.2009 р. Формат 60x90/16.  
Ум. друк. арк. 0,9. Обл.-вид. арк. 0,9.  
Тираж 100. Зам. 53.

---

«Видавництво “Науковий світ”»<sup>®</sup>  
Свідоцтво ДК № 249 від 16.11.2000 р.  
м. Київ, вул. М. Коцюбинського, 17, оф. 414.  
200-87-13, 200-87-14, 8-050-525-88-77