Чепурна З. В.,*старший викладач кафедри теорії, практики та перекладу німецької мови
Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»*

ОЙКОНІМІЯ ЯК СВОЄРІДНИЙ ФЕНОМЕН КУЛЬТУРИ

Анотація. У статті представлено і проаналізовано німецькі фразеологізми з ойконімами. Згідно з результатами проведеного дослідження, відображаючи у своєму складі як міжнаціональний, так і специфічно-національний компонент німецької культури, ономастична фразеологія німецької мови є ключем до розуміння ментальності німецької нації, її історичного та культурного розвитку та зв'язків з іншими народами.

Завдяки ойконімам можна зрозуміти як один народ ставиться до іншого, а деякі риси, що передаються фразеологічними зв'язками, мають іронічну конотацію, яка виявляється в певному контексті або в комунікативній ситуації.

Оскільки культура народу – це синтез національного і міжнаціонального компонентів, що перебувають у нерозривній єдності і переплетенні, ономастичні фразеологічні одиниці виникли або в результаті дії першого компонента і в цьому випадку мають аналоги в інших мовах, або в результаті дії другого компонента і тоді є національно-специфічними.

У статті наголошується, що міжнаціональні фразеологізми виникли в німецькій мові, як і в інших мовах, під впливом античної культури, християнства, зарубіжної літератури й історії. У семантиці ж національно-специфічних фразеологічних одиниць німецької мови відбивається національна історія, особливості розвитку національної літератури і мистецтва, специфіка національних власних назв, асоціацій, пов'язаних із топонімами.

У фразеологізмах національного характеру відображено події і факти, які не мають місця в інших культурах, а в мовах перекладу значення фразеологічних реалій передається, як правило, нефразеологічним шляхом. Ойконімії як новому феномену культури приділено значну увагу. Цей клас онімів має суттєву відмінність порівняно з іншими класами онімів

У перекладацькому аспекті представлено та проаналізовано німецькі фразеологізми з ойконімами. Спираючись на аналіз розглянутих наукових напрацювань, зроблено висновок, що ономастична фразеологія німецької мови є ключем до розуміння ментальності німецької нації, її історичного та культурного розвитку та зв'язків з іншими народами, відображаючи у своєму складі як міжнаціональний, так і специфічно-національний компонент німецької культури. Було встановлено, що значна кількість німецьких фразеологізмів з ойконімами в українській мові, на жаль, має лише частковий еквівалент без ойконімічного компонента.

Ключові слова: ономастична фразеологія, ономастичний, ойконім, онім.

Постановка проблеми. Фразеологія – це галузь лінгвістики, яка має справу зі сталими фразами із двох або більше слів і має вікову традицію. Фразеологія є лінгвістичною піддисципліною, вона тісно пов'язана з лексикологією, але зараз вона

все частіше розглядається як самостійна дисципліна. Нині формування фразеологізмів відбувається майже одночасно з формуванням нових слів і запозиченнями з іноземних мов і є одним із способів збагачення мови.

До завдань фразеології як лінгвістичної дисципліни входить усебічне вивчення фразеологічного фонду тієї або іншої мови. Предметом фразеологічних досліджень є природа фразеологізмів, їхні категоріальні ознаки, а також виявлення закономірностей мовного функціонування. Специфіка фразеологізму як ознака вторинного формування представлена «різного роду синтагматичною взаємодією слів-компонентів під час переосмислення та утворення нового значення вихідного поєднання або певного слова» [1, с. 43–47]. Важливими аспектами дослідження цієї науки є такі: сталість фразеологічних одиниць, системність фразеології й семантична структура фразеологічних одиниць, їхнє походження й основні функції. **Актуальність статті** зумовлена значним інтересом сучасної лінгвістики до фразеології як наукової дисципліни. Проблема вивчення фразеологізмів є нині дуже актуальною для лінгвістики, оскільки мова є національною формою вираження і втіленням духовної і матеріальної культури. Мова відображає процес пізнання і постає як основний засіб вираження думок.

Метою статті є дослідження фразеологізмів з українськими та німецькими ойконімами, аналіз уже проведених досліджень із цієї тематики, дослідження фразеологізмів з ойконімічним компонентом.

Особливо складною галуззю фразеології є переклад фразеологічних одиниць, що вимагає чималого досвіду в сфері дослідження цієї дисципліни. Фразеологізмами вважають ідіоми, порівняння, крилаті вислови, прислів'я, приказки, сталі формули, звороти науково-термінологічного характеру, афоризми, сталі вислови з виробничо-технічної сфери тощо [2, с. 401]. Їхня роль полягає в заповненні лакун у лексичній системі мови, яка не може повністю забезпечити найменування пізнаних людиною сторін дійсності.

Термін «фразеологія» бере свій початок із 1900-х років як частина стилістики. Потім були розроблені фразеологічні методи дослідження фразеологізмів, а згодом класифікацією фразеологізмів активно почали займатися зарубіжні та вітчизняні науковці. Зараз же набувають популярності дослідження фразеологізмів з онімним компонентом, тому що вивчення таких фразеологічних одиниць (далі – ФО) дає змогу простежити історичні та національно-культурні реалії певного народу.

Ідеї, запропоновані швейцарським лінгвістом Чарльзом Баллі в 1905 році, стали основою фразеології як наукової дисципліни. Сьогодні ж фразеологія належить до: 1) «лінгвістичної дисципліни, яка займається вивченням фразеологізмів»; і вивчає: 2) «наявність фразеологізмів в окремій мові». У 40-і роки

фразеологію в Радянському Союзі пов'язували з мовознавцем В. Виноградовим, який перейняв і уточнив ідеї Чарльза Баллі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У 60-і роки були розроблені фразеологічні методи дослідження фразеологізмів (В. Архангельський, Н. Амосов, А. Кунін). Зацікавилися системною організацією фразеологізмів у мові (І. Чернишова, Н. Шанський) та її історичним розвитком (В. Мокієнко, А. Федоров), семантикою фразеологізмів у їхньому номінальному аспекті (В. Телія), особливостями валентності компонентів фразеологізмів (С. Попова) і розробленням опису фразеологізмів у словниках (А. Бабкін, А. Молотков).

Вивчення фразеологізмів з онімним компонентом є багатоаспектним: власну назву досліджують як концепт, як апелятив, як засіб для підсилення емоційного та дієвого складника фразеологізму, як національний складник у структурі фразеологізму, описують також різновиди онімів у фразеологічних одиницях, використання онімів у сталих виразах різного типу тощо.

Також вивчення таких фразеологічних одиниць дає змогу, з одного боку, простежити особливості закріплення у мові національно-культурних реалій, з іншого – зробити узагальнення теоретичного характеру з приводу окремих не до кінця з'ясованих проблем фразеології та ономастики.

Як зауважує В. Мокієнко, ономастична фразеологія відображає не тільки національну самобутність іменника того чи іншого народу, але й через колоритні імена повідомляє про своєрідні звичаї, спосіб мислення, міфологію [3, с. 57–67]. На функціонування власних імен у складі фразеологізмів ще в XIX і на початку XX ст. звернули увагу О. Потєбня, Ф. Сумцов, Ф. Буслаєв, І. Вознесенський, В. Даль. Вони зазначали, що власні імена як компоненти фразеологізмів служать яскравим засобом експресії, використовуються для рими, свідчать про певні історичні події.

Вживання власних назв у складі фразеологізмів досліджуються на матеріалі різних мов: польської (А. Кравчук), чеської (Л. Степанова), болгарської (М. Леонідова), російської (В. Бояркін, Т. Кондратьєва, К. Бетехтіна), англійської (Г. Манушкіна, Б. Ажнюк, О. Сафронова), французької (Н. Філіппакі), німецької (Р. Охштат, Н. Щербань). Ці одиниці вивчаються і в порівняльному аспекті: на матеріалі української, російської та німецької мов (О. Кудіна), російської та польської (Я. Лагінович), української та польської (А. Кравчук), російської, німецької, англійської (К. Назаров).

Виклад основного матеріалу. Ойконімія посіла чільне місце в системі людських цінностей. Вона належить до культурного надбання народу і є тим універсальним історично-соціальним фактом, який дає право трактувати її як своєрідний феномен культури. Сучасний український полікультурний простір неможливо аналізувати чи інтерпретувати, оминувши таку важливу ланку в традиційній культурі, як ойконімія. Тому цей культурний пласт доцільно розглядати в трьох аспектах: антропологічному, суспільно-історичному і як систему. Ойконіми – це особливий клас онімів, який суттєво вирізняється серед інших класів онімів і навіть серед інших розрядів топонімів. Головною причиною цього є те, що поселення – це географічні об'єкти не природного походження, а результат людської діяльності, продукт праці людських рук. Саме тому такі назви виражають насамперед стосунки поселення до окремої особи або до групи людей [4, с. 308].

Значний вплив на розвиток слов'янської ономастики XX ст. мали праці польського дослідника В. Ташицького, який у 30-х роках нашого століття у праці “Slowianskie nazwy

miejscowe” подав свою, досконалішу від класифікації Ф. Миклошича, лексико-семантичну класифікацію слов'янських ойконімів. Замість запропонованого Ф. Палацьким і Ф. Миклошичем поділу топонімів на дві групи: 1) назви поселень, які походять від назв особових і 2) назви поселень, що походять від апелятивів, В. Ташицький теж пропонує ділити топоніми на дві групи, але здійснює цей поділ на інших засадах: а) місцеві назви, що завжди були назвами місцевості; б) назви, що спершу були найменуваннями людей, а згодом назвами місцевостей. Класифікація назв населених пунктів В. Ташицького на кілька десятиліть стала загальноприйнятою для польських і багатьох інших слов'янських ономастів. Оскільки ґрунтовно та одночасно дослідити всю ойконімію систему будь-якої країни майже неможливо, то більшість назв населених пунктів тієї чи іншої країни залишається до сьогодні не вивченою.

У вітчизняній українській ономастиці першою найґрунтовнішою працею, де вивчався ономастичний матеріал, зокрема ойконіми і гідроніми, є «Нарис словотворчої системи української актової мови XIV – XV ст.» Л. Гумецької. Продовжуючи поділ топонімів за Ф. Миклошичем на *nomina personalia* і *nomina appellativa*, Л. Гумецька виділяє чотири групи топонімів: 1) місцеві назви, що не походять від назв осіб; 2) місцеві назви, що походять від назв осіб; 3) назви непевного значення; 4) назви нез'ясованого значення.

Сьогодні ґрунтовно досліджено назви поселень лише окремих регіонів України, зокрема Покуття (Д. Бучко), Прикарпаття (М. Габорак), Буковини та Одещини (Ю. Карпенко), Опілля (В. Котович), Дніпро-Бузького межиріччя (В. Лобода), Рівненщини (Я. Пура), Південно-Західного Поділля (М. Торчинський), Львівщини (Є. Черняхівська), Волині (В. Шульгач), Івано-Франківщини (В. Яцій), Сумщини (О. Іваненко), Черкащини (І. Гонца), Полтавщини (А. Лисенко), Північної Хмельниччини (Н. Герета), Північної Тернопільщини (І. Воляннюк).

Також значну увагу варто приділити новому феномену культури – ойконімії. Цей клас онімів суттєво відрізняється від інших класів онімів і навіть від інших розрядів топонімів. Оскільки ґрунтовно та одночасно дослідити всю ойконімію систему будь-якої країни майже неможливо, то більшість назв населених пунктів тієї чи іншої країни залишаються до сьогодні не вивченими.

aussehen wie der Junge von Meissen – мати вигляд хлопчика з Мейсена. Значення: *мати безглуздий вигляд.*

Походить вираз від великої порцелянової статуетки, яка була збудована біля входу до Мейсенської порцелянової мануфактури аж до 1840 року і відразу ж привернула увагу відвідувачів своїм костюмом лакея і безглуздим обличчям.

der Geist von Potsdam – дух Потсдама, тобто дух мілітаризму.

Цей фразеологізм слугує нагадуванням про те, що місто Потсдам пов'язується в історії з пруським мілітаризмом, тому що був столицею Пруссії.

Значний пласт у німецькому ономастиконі посідають фразеологізми з компонентом-ойконімом не німецького походження. Ось деякі з них:

guter Onkel aus Amerika – добрий дядько з Америки, або reiche Tante aus Amerika – багата тітка з Америки, тобто багатий родич. Походження до сьогодні не відоме.

Amerika den Amerikanern – Америка для американців. Значення: *в справі американських континентів не можна допускати втручання.*

Ці слова належать президенту США Дж. Монро, який у 1823 році опублікував ті основні принципи, на яких, на його думку, повинна бути заснована американська політика. Ці принципи отримали назву «доктрина Монро». Суть її полягала в тому, що США не допустять, щоб у справі Аргентини, Бразилії, Колумбії та інших країн Південної Америки втручався Священний союз європейських монархів, які прагнули після перемоги над наполеонівською Францією насадити в усьому світі покірність. Фраза ця розумілася так: «Вся Америка – для США». Звідси й пішло походження цього фразеологізму.

Etwas ist faul im Staate Dänemark – щось негаразд у Данському королівстві. Значення: «щось не так». Ця фраза походить від першого акту трагедії В. Шекспіра «Гамлет». Це сказав Марцелл, і в англійському оригіналі це звучить так: “Something is rotten in the state of Denmark.”.

sich nach den Fleischtöpfen Ägyptens (zurück) sehnen – сумувати за єгипетськими котлами з м'ясом. Значення: сумувати за колишнім ситим життям де-небудь.

Вислів біблійного походження, а саме – з другої книги Мойсея. Народ Ізраїлю нарікав на Мойсея та Аарона: «О, якби ми померли були в єгипетському краї, або щоб ми померли були в цій пустині!».

ob/wenn in China ein Fahrrad/ Sack Reis umfällt – коли велосипед/мішок рису в Китаї перекинеться. Значення: несуттєвий випадок, дрібна пригода, просто дрібниця.

nichts Neues im Staate Dänemark – нічого нового в Данському королівстві. Значення: нічого нового, відсутність новин, нових повідомлень. Вислів походить від французького фразеологізму “nichts Neues von Paris”.

Der Lord läßt sich entschuldigen, er ist zu Schiff nach Frankreich – лорд просить вибачення, він на кораблі на шляху до Франції, тобто бути недоступним, ховатися.

Фраза походить від трагедії Ф. Шіллера «Марія Стюарт». Драма закінчується цими словами, і через них Елізабет, королева Англії, дізнається, що після страти Марії Стюарт тепер останній з її довірених осіб і радників, її улюблений лорд Лестер, також покинув її.

in Griechenland gibt es alles – в Греції все є. Вислів має два значення:

1) У нас є все (особливо у випадках, коли з'являється особлива потреба в чомусь);

2) Про людину, яка хвалювано претендує на те, що у нього все буде.

Фразеологізм виник після цитати з водевілю А. Чехова «Весілля» (1890 р.), де один із героїв – кондитер-грек, хвалювано говорить: «В Греції все є».

Holland tragen – нести Голландію. Значення: брехати, забріхуватися, базікати.

wie ein Schwede bei Poltawa – як швед під Полтавою. Значення: потрапити в безвихідне становище.

aussehen wie der Tod von Basel/Warschau – мати вигляд смерті Базеля/Варшави. Значення: мати дуже поганий вигляд, мати смертельно блідий вигляд.

В українській мові є частковий еквівалент: як із хреста знятий.

Фраза «Смерть Базеля», можливо, походить із народної пісні, яка перевидана в альманасі Миколая.

Висновки. Підсумовуючи результати, варто зазначити, що тема статті заслуговує подальшого розгляду як у теоретичному,

так і в практичному аспектах, оскільки є ще безліч фразеологізмів з іншим топонімним компонентом. Тому нам здаються плідними і подальші дослідження в цьому напрямі, де, як і раніше, залишається маса невивчених проблем. Подальші наукові розвідки можуть бути пов'язані з більш детальним вивченням фразеологізмів, розчленованих на компоненти, або на прикладах інших мов у міждисциплінарному аспекті.

Література:

1. Авксентьев Л.Г. Семантична структура фразеологічних одиниць сучасної української мови та особливості її формування. *Мовознавство*. 1987. №1. С. 43–47.
2. Ажнюк Б.М. Англійська фразеологія у культурно-етнічному висвітленні Київ : Наукова думка, 1989. С. 401.
3. Мокиенко В.М. О собственном имени в составе фразеологии. *Перспективы развития славянской ономастики*. Москва : Наука, 1980. С. 57–67.
4. Актуальні проблеми філології та перекладознавства: збірник наукових праць. Вип. 6 / гол. ред. М.Є. Скиба ; відп. за випуск М.М. Торчинський. Хмельницький : ХмЦНП, 2013. Ч. 2. С. 308.

Chepurna Z. Oykonymie as a cultural phenomenon of culture

Summary. The article presents and analyzes German phraseologisms with oykonoms. According to the results of the study, reflecting both the ethnic and the specific-national component of German culture, the onomastic phraseology of the German language is the key to understanding the mentality of the German nation, its historical and cultural development and relations with other peoples.

Also, thanks to adjective adjectives, one can understand how one people relates to another, and some of the traits conveyed by phraseological connections have an ironic connotation that manifests itself in a particular context or communicative situation.

Since the culture of the people is a synthesis of national and inter-ethnic components that are inseparable unity and intertwining, onomastic phraseological units emerged either as a result of the action of the first component and in this case have analogues in other languages, or as a result of the action of the second component, specific.

Cross-national phraseology emerged in German, as in other languages, under the influence of ancient culture, Christianity, foreign literature and history. The semantics of the national-specific phraseological units of the German language reflect the national history, peculiarities of the development of national literature and art, the specifics of national proper names, associations associated with place names.

The phraseologicalisms of national character reflect events and facts that do not occur in other cultures, and in the languages of translation the meaning of phraseological realities is transmitted, as a rule, in a non-phraseological way. Oikonomia, as a new cultural phenomenon, has received considerable attention. This class of onyms is significantly different from other classes of onyms

As it is almost impossible to thoroughly and thoroughly study the whole system of any country in the country, most of the names of settlements of this or that country are still unknown.

In the translation aspect, German phraseologisms with oykonoms are presented and analyzed. Based on the analysis of the considered scientific achievements, it is concluded that the onomastic phraseology of the German language is the key to understanding the mentality of the German nation, its historical and cultural development and relations with other peoples, reflecting both the ethnic and specific national component of German culture.

Key words: onomastic phraseology, onomastics, oykonym, onym.