

ФУНКЦІОНАЛЬНО-ЕКСПРЕСИВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ НІМЕЦЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ З ОНОМАСТИЧНИМ КОМПОНЕНТОМ

Стаття присвячена вивченню стилістичного потенціалу німецьких фразеологізмів з ономастичним компонентом. Визначено і систематизовано типи ономастичного компоненту, здійснено аналіз функціонально-експресивних характеристик стійких сполук, описано процес деонімізації і його особливостей.

Ключові слова: фразеологізм, ономастичний компонент, ономастична фразеологія, онім, деонімізація.

Сучасні лінгвістичні студії характеризуються посиленням уваги до проблем антропологічної спрямованості, що передбачає дослідження вербального підґрунтя природи людини, її внутрішнього світу, дослідження зв'язку між мовою та культурою мовної спільноти. Яскравими зразками, які документують культурну спадщину суспільства, є фразеологічні одиниці. Семантико-синтаксична стабільність, як одна з основних характеристик фразеологізму, а також тривале існування, дозволяють розглядати фразеологічні одиниці як «спрошені культурні зразки» [1:179]. Основою для виникнення таких зразків є не тільки розвиток мови, але й розвиток соціального, духовного і культурного життя. Саме цей факт оприявнює невіддільний зв'язок між історичним розвитком мовної спільноти і фразеологічним складом мови. В ідіоматичі віддзеркалюється життєвий досвід мовців, мовні стереотипи, що з'явилися у певні періоди та укорінилися у національній свідомості.

Оскільки фразеологія знаходиться у постійній динаміці і реагує на позамовну дійсність відповідно до мінливих комунікативних потреб мовців, відбувається перманентний процес виникнення сталих словосполучень, котрі відбивають національну специфіку і фіксують її на певних етапах. Чільне місце посідають серед таких лексичних одиниць стійкі сполуки, котрі належать до галузі ономастичної фразеології. Зазначена галузь має вкрай потужний потенціал, адже ономастичний компонент є водночас національним компонентом, який віддзеркалює особливості німецького менталітету, розвиток національної історії, літератури і культури. Цей факт і визначає **актуальність** пропонованої розвідки, адже фразеологізм є атрибутом свідомості мовців і водночас фрагментом мовної практики.

Об'єктом дослідження є німецькі фразеологічні одиниці з ономастичним компонентом, **предметом** – їх прагматичні, семантичні і стилістичні особливості. **Матеріалом** слугують фразеологічні одиниці з ономастичним компонентом, відібрані з авторитетних лексикографічних джерел.

Загальна **проблема** полягає у відсутності дослідження функціонально-експресивних характеристик німецьких фразеологічних одиниць з ономастичним компонентом, що передбачає розв'язання таких **завдань**:

- виявити, відібрати і систематизувати фразеологічні одиниці з ономастичним компонентом;
- розглянути основні класифікації зазначених фразеолексем;
- проаналізувати ступінь стилістичної маркованості стійких сполук;
- визначити їхні функціонально-еспресивні характеристики;
- описати процес деонімізації та його особливостей;
- окреслити перспективи подальших досліджень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій за проблематикою роботи дозволяє констатувати, що в сучасній лінгвістиці висвітлюються питання, пов'язані з проблемою визначення статусу фразеологічних одиниць з ономастичним компонентом, проблеми адекватного перекладу таких сталих словосполучень, дослідження їх особливостей і лінгвокультурного потенціалу. Зазначені проблеми віддзеркалені у наукових розвідках вітчизняних і зарубіжних вчених, зокрема в працях Г. Бургера, В. В. Виноградова, Д. Добровольського, О. В. Куніна, П. Кюна, В. В. Ловяннікової, К. Рьомер, С. П. Тимченко, В. Фляйшера, К. Фьольдеса, І. І. Чернишової тощо. Проте проблема визначення стилістичних особливостей, а саме функціонально-експресивних характеристик німецьких фразеологізмів з ономастичним компонентом, у фокусі лінгвістичних розвідок не перебувала.

Вагома роль та особливий статус ономастичної фразеології в лінгвістиці пояснюється безпосереднім зв'язком сталих словосполучень з ономастичним компонентом з історією та культурою суспільства, в якому вони постали. «Власне ім'я – це один з «продуктів» людської культури. Воно виникає в колективі, відповідно до потреб колективу і віддзеркалює риси, що важать для колективу, який знаходиться на певному етапі історичного розвитку» [2:5]. Значний вплив на формування фразеологізмів з ономастичним компонентом справили античність, християнство, світова і національна література. Тож зазначені фразеолексеми віддзеркалюють основні етапи розвитку німецького народу, становлення нації, характер взаємовідносин Німеччини з іншими демосами.

Аналіз ономастичного компоненту у складі сталих словосполучень в німецькій мові дозволив виокремити декілька основних груп. Ономастичний компонент може бути виражений антропонімом (*jeder Hans findet seine Grete*), теонімом (*in Morpheusarmen ruhen; Venus sein*), агіонімом (*beim Schwein des heiligen Antonius schwören; wenn Pfingsten und Ostern auf einen Tag fallen*), міфозоонімом (*Pegasus besteigen; ein echter Zerberus*), топонімом (*leben wie Herrgott in Frankreich; einen Charlottenburg machen*), фіктонімом (*Meister Lampe; Frau Holle*).

Сучасна наука пропонує низку різних класифікацій фразеологічних одиниць відповідно до типу ономастичного компоненту, логічним є поділ зазначених фразеолексем, запропонований Ц. Фьольдесом, в якому він презентує систематизацію з урахуванням діахронічного аспекту. Він поділяє імена на німецькі й іноземні; на іншомовні й німецькі, котрі походять з інших німецькомовних країн; а також пропонує поділ відповідно до критерію літературного походження, а саме – антична міфологія, Біблія; [3:176]. Він вказує також на можливість систематизації фразеологізмів такого типу з урахуванням статусу і ролі оніма у складі стійкої сполуки або відповідно до структурно-семантичного критерію [3:177-179].

Об'єктом пропонованого дослідження є сталі словосполучення, що містять у своєму складі ономастичний компонент, який репрезентовано:

- античними іменами;
- біблійськими іменами;
- літературними іменами;
- національними німецькими іменами і прізвищами.

Важливим завданням даної розвідки є визначення функціонально-експресивних характеристики зазначених фразеолексем, тобто визначення ступеню їх стилістичної маркованості. Однією з основних функцій фразеологізму є нагнітання експресії, що надає ваги його конотативним яkostям [5:198]. Стилiстична маркованiсть фразеологiчних одиниць може слугувати iндикатором соціальних вiдносин мiж комунікантами, бо стилістичне забарвлення фразеологізмів визначає емоційне ставлення адресанта до змісту, який він передає, дозволяє непрямо переносити емоційні оцінки на адресата, висловлювати іронічну або негативну оцінку тощо [5:218-219].

Лексичний склад німецької мови розподіляється на такі основні стилістичні пласти: нормативно-літературний, книжковий, розмовний, просторічний, грубий [6,7]. Найбільший стилістичний пласт фразеологізмів утворює розмовна фразеологія. Хоча такі лексеми не мають спеціальних позначок у словнику, вони характеризуються певною яскравістю, що зумовлено самою їх фразеологічною формою, адже основною функцією фразеологізму є вираження різного роду оцінок.

З метою визначення стилістичного потенціалу фразеологізмів з ономастичним компонентом було проведено детальний аналіз виокремлених груп зазначених фразеолексем, який засвідчив наявність типових тенденцій для кожної групи, котрі полягають не тільки у належності до певного стилістичного пласту, але й у наявності характерного стилістичного забарвлення.

- До першої аналізованої групи належать імена, які походять з античності. Фразеологічні одиниці, котрі виникли під впливом античної культури, репрезентують, як правило, кальки сталих висловлювань, які давно існували в грецькій мові й латині, і зберегли в німецькій мові своє первісне значення. Фразеологізми цієї групи характеризуються високим стилістичним тоном: *Jemanden aus Morpheus Armen reißen; Damoklesschwert über sich hängen haben; den Augiasstall ausmisten; Stunde des Pan.*

Як правило, вони належать до книжкового стилістичного пласту:

Die Büchse der Pandora; zwischen Scylla und Charybdis; den Rubikon überschreiten; Von Amors Pfeil getroffen sein.

Функціональне стилістичне забарвлення таких фразеологізмів варіюється від евфемістичного (*Dem Bacchus huldigen*) до іронічного (*Neptun opfern; Montezumas Rache*), проте іронічного забарвлення стійкі сполуки набувають лише тоді, коли втратили зв'язок з історичними подіями і отримали зовсім інше значення.

- Під впливом християнства з'явилися біблійські антропоніми і топоніми, які в переважній більшості належать до розмовного стилістичного пласту: *Wie in Abrahams Schoß; bei Adam und Eva anfangen; von Pontius zu Pilatus laufen; das ist nicht der wahre Jakob; Petrus meint es gut; es ist Matthäi am Letzten; Bei Petrus anklopfen.*

Для таких фразеологічних одиниць типовим є іронічне стилістичне забарвлення: *Wo ist dein Bruder Abel?; Tobias sechs, Vers drei; im Adamkostüm; Eine Tochter Evas*, або зневажливе: *Krethi und Plethi*. Ціла низка фразеолексем цієї групи характеризується

архаїчним стилістичним забарвленням: *Haut den Lukas; Den alten Adam ablegen; Jesus, Maria und Josef.*

- Третя група досліджуваних антропонімів складається з імен літературних героїв. Такі імена походять як правило з німецьких казок або інших літературних творів: *Meister Lampe; Meister Petz; Hans Guckindieluft; Hannemann, geh du voran!; Hans im Glück; seine Pappenheimer kennen* і належать до розмовного стилістичного пласту. Типовим є іронічне стилістичне забарвлення: *Das war Tells Geschoss!; sieh da, sieh da, Timotheus!; was tun, spricht Zeus,* або фамільярне: *Frau Holle macht die Federbetten,* проте іноді такі фразеологізми можуть виконувати евфемістичну функцію: *Götz von Berlichingen!*

- Найбільш численну групу складають фразеологізми, що мають у складі національне німецьке ім'я або прізвище. Як правило, це дуже поширені і найбільш типові німецькі антропоніми. Такі фразеологічні одиниці вказують на невіддільний зв'язок із народом, тому характеризуються належністю до розмовного стилістичного пласту: *Jemanden Moritz lehren; den müden Heinrich spielen; Hansdampf in allen Gassen sein; j-n zur Minna machen; den dummen August spielen; wissen, wo Barthel den Most holt; ich will Emil (Hans, Meier) heißen, wenn...; du liebes Lieschen; Otto Normalverbraucher; frech wie Oskar.*

Типовим для таких фразеологізмів є знижений стиль (*Hinz und Kunz*) та відповідно іронічне стилістичне забарвлення: *Der kleine Moritz; als der Alte Fritz; Das walte Hugo!; Der deutsche Michel.* Часто вони виконують евфемістичну функцію і тоді ім'я слугує ерзадом для негарного слова: *Der flotte Heinrich/Otto; Freund Hein; Den heiligen Ulrich anrufen.*

Вживання німецького національного імені як складової фразеологізму, що характеризується високим стилістичним забарвленням є вкрай рідким, проте можливим: *Der Blanke Hans.*

Кількість фразеологічних одиниць, які мають у складі національне німецьке прізвище є значно меншою. Однак спільною рисою є належність таких фразеологізмів до розмовного стилістичного пласту: *Lieschen Müller; wie bei Hempels unterm Sofa; So etwas lebt, und Schiller musste sterben; Das kannst du halten wie der Pfarrer Assmann; Mensch Meier* та іронічне стилістичне забарвлення: *Keine Feier ohne Meier; Nach Adam Riese.*

Проведений аналіз дозволив встановити, що ономастичний компонент виражений зазвичай саме чоловічим ім'ям або прізвищем, при чому антропонім є не сучасним, а давнім ім'ям. Цей факт пояснюється панівним становищем чоловіка в суспільстві в давнину, а також тим, що героями літературних творів були раніш також переважно чоловіки.

Асоціації з власником імені стають основою для появи додаткових конотацій власних імен. При цьому вони втрачають зв'язок з денотатом і набувають нового значення, яке пов'язане з основними властивостями власника імені. Такий процес називається деонімізацією. В результаті цього процесу власне ім'я (онім) стає загальним іменем (апелятивом), відповідно отримує нового статусу, і як частина фразеологізму слугує образним позначенням особи відповідно до характерних для неї властивостей.

Характерною рисою процесу деонімізації є вживання артикля разом з ім'ям: *Ein armer Lazarus sein; dem Peter nehmen und dem Paul geben; aus einem Saulus zu einem Paulus; den schwarzen Peter zuschieben; stark wie ein Herkules sein; den müden Heinrich.* В результаті деонімізації фразеологічна одиниця може втратити значення номінації особи

і повністю втратити зв'язок із іменем: *den Lukas hauten; falscher Wilhelm; den heiligen Ulrich anrufen; Zu Tante Meier gehen; Den großen Max spielen.*

Ономастична фразеологія є ключем до розуміння і адекватного сприйняття німецької ментальності, її історичного і культурного розвитку. Вона відбиває особливості функціонування мови в житті німецькомовного суспільства та жваво реагує на його розвиток. Фразеологізм є джерелом інформації про культурне і мовне оточення, в якому він з'явився, яскраво відбиває позамовний зміст певних явищ, тому подальші розвідки є надзвичайно актуальними для дослідження таких понять, як «колективна пам'ять», укорінена в традиціях символіка, вірування і забобони народу. **Перспективи подальших досліджень** полягають в комплексному дослідженні ономастичної фразеології з урахуванням синхронічного і діахронічного аспектів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Römer C., Matzke B.* Lexikologie des Deutschen. Eine Einführung. – Tübingen: Narr Verlag, 2005. – 236 S.
2. *Сутеранская А. В.* Общая теория имени собственного. – Москва: Наука, 1973. – 366 с.
3. *Földes C.* Eigennamen in deutschen phraseologischen Wendungen / Csaba Földes // Muttersprache- Zeitschrift zur Pflege und Erforschung der deutschen Sprache – Wiesbaden: GfdS, 1985. – S. 174-180.
4. *Fleischer W.* Variationen von Eigennamen/ Wolfgang Fleischer // Der Name in Sprache und Gesellschaft. Beiträge zur Theorie der Onomastik – Berlin : Akademie Verlag, 1973. – S. 52-63.
5. *Fleischer W.* Stilistik der deutschen Gegenwartssprache / W. Fleischer, G. Michel, G. Starke. – Frankfurt am Main [u.a.] : Lang, 1996. – 341 S.
6. *Riesel E.* Deutsche Stilistik / Elise Riesel, Evgenija Schendels. – Moskau : Verlag Hochschule, 1975. – 316 S.
7. *Брандес М. П.* Стилистика текста. Теоретический курс / Маргарита Петровна Брандес. – Москва : Прогресс – Традиция, 2004. – 413 с.
8. *Burger H.* Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen / Harald Burger. – Berlin: Erich Schmidt Verlag, 2010. – 239 S.
9. Чернышева И.И. Фразеология современного немецкого языка / Ирина Ивановна Чернышева. – Москва: Высшая школа, 1970. – 199 с.
10. HSK 2007 — Phraseologie: ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung = Phraseology: an international handbook on contemporary research. [2 Bände]. 2. Halbband / Hg.: H.Burger. – Berlin, New York: Walter de Gruyter, 2007. – 1183S.
11. Redewendungen. Wörterbuch der deutschen Idiomatik / Hrsg. von der Dudenredaktion. [Red. Bearb.: Werner Scholze-Stubenrecht]. – Mannheim: Dudenverlag, 2011. – 959 S.
12. H. Dittrich. Redensarten auf der Goldwaage. Bonn: Ferd.DummlersVerlag, 1975. – 286 S.
13. Der Duden, Bd.11, Duden Redewendungen und sprichwörtliche Redensarten (Der Duden in 12 Bänden) Gebundene Ausgabe. – Mannheim, Zürich: Duden Verlag, 2008. – 959 S.
14. Wörterbuch der deutschen Gegenwartssprache: in 6 Bd. / [hrsg. von R. Klappenbach und W. Steinitz]. – Berlin: Akademie-Verlag, 1967-1982. – 4579 S.

Сармина А.Л., к. филол.н., ассистент

Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Киев

ФУНКЦИОНАЛЬНО-ЭКСПРЕССИВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ НЕМЕЦКИХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ С ОНОМАСТИЧЕСКИМ КОМПОНЕНТОМ

Статья посвящена изучению стилистического потенциала немецких фразеологизмов с ономастическим компонентом. Определены и систематизированы типы ономастического компонента, проведен анализ функционально-экспрессивных характеристик стойких словосочетаний, описан процесс деонимизации и его особенностей.

Ключевые слова: фразеологизм, ономастический компонент, ономастическая фразеология, оним, деонимизация.

Sarmina G.L., PhD., assistant

Taras Shevchenko national university of Kiyv, Kiyv

FUNCTIONAL-EXPRESSIVE CHARACTERISTICS OF THE GERMAN PHRASEOLOGICAL UNITS WITH ONOMASTIC COMPONENT

The article focuses on the study of stylistic potential of German idioms with the onomastic component. The types of onomastic components were defined and specified, functional and expressive characteristics of idioms have been analyzed, the deonymization process and its peculiarities have been studied.

Key words: phraseological unit, onomastic component, onomastic phraseology, onym, deonymization.

УДК 811.222.1'04'37

Стельмах М.Ю., канд. філол. наук, доцент

ЛНУ ім. Івана Франка, Львів

ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ КАТЕГОРІЇ МОЖЛИВОСТІ В СУЧАСНІЙ ПЕРСЬКІЙ МОВІ

Проаналізовано структуру модальної категорії об'єктивної можливості в сучасній перській мові, виявлено способи вираження кожного семантичного типу категорії можливості.

Ключові слова: модальність, об'єктивна можливість, зовнішня можливість, внутрішня можливість.

Категорію можливості дослідники вважають мовною універсалією. Такі значення, як '(не)можливо, що я це зроблю', '(не) можна цього робити', 'неможливо це зробити', 'є можливість це зробити', 'я (не) здатен, не вмію щось зробити', пронизують усю систему кожної мови. Категорія можливості охоплює безліч ситуацій, без мовного

© Стельмах М.Ю., 2015