

ЛЕКСИКОЛОГІЯ. ФРАЗЕОЛОГІЯ. ІСТОРІЯ МОВИ

УДК 811.111'276.6

ЛОНСЬКА Людмила Іванівна
кандидат філологічних наук, доцент
кафедри українського мовознавства
і прикладної лінгвістики Черкаського
національного університету
імені Богдана Хмельницького
e-mail: L.Lonska@ukr.net

АНТРОПОНІМИ В СКЛАДІ УКРАЇНСЬКИХ ПАРЕМІЙ: ЛІНГВОСТАТИСТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ

Статтю присвячено лінгвостатистичному дослідженню антропонімів-чоловічих імен у структурі українських паремій. Визначено абсолютні й відносні частоти досліджуваних онімів. Сума абсолютних частот у 3-х підвибірках становить 245. З'ясовано, що найвищу частотність має ім'я Хома та його фонетико-словотвірні варіанти: Фома, Тома, Хомка (38; 15,5%). Досить уживаним в українських пареміях є ім'я Іван (Іванко, Івась, Йвась, Івашко), яке посідає друге місце за абсолютною частотою – 29 (11,8%). Із 58 онімів, ужитих у прислів'ях, лише 6 мають абсолютну частоту, вищу за 10; 18 антропонімів мають абсолютну частоту 1 (0,8%). Визначено й середню частоту трьох підвбірок (81,6) для обчислення відносної похибки, яка вказує на реальну вагу різних за величиною чисел. Розбіжність між числами в 2-ій підвибірці більша, ніж у 1-ій, а числа 3-ї підвбірки суттєво не відрізняються від середньої частоти (похибка третьої підвбірки – 0,15). Здійснено ранжирування отриманих частот, яке необхідне для подальших квантитативних досліджень, зокрема для знаходження коефіцієнта кореляції тощо. Установлено, що найнижчий (9,5) ранг мають варіанти з абсолютною частотою 1, найвищу – з абсолютною частотою 38 (58 ранг). Характеристика антропонімів засвідчує, що більшість із них не індивідуалізує особу, а має узагальнене значення: вказує на людину загалом, її риси, вдачу, поведінку, спосіб життя тощо. Більшість паремій побудована на фонетичних асоціаціях, де вибір імені зумовлений мікротекстом.

Ключові слова: антропонім, лінгвостатистика, вибірка, підвибірка, абсолютна частота, відносна частота, середня частота, відносна похибка, ранг, ранжирування, варіанта, індекс концентрації, індекс винятковості.

Постановка проблеми. Сьогодні, на початку XXI століття, особливо актуальними є міждисциплінарні дослідження мови. Саме тому значна роль у цьому напрямі належить лінгвостатистиці, або квантитативній лінгвістиці, яка вивчає кількісні характеристики мовних одиниць на всіх рівнях. За словами Г. Альтманна, «жодна інша лінгвістична

дисципліна не мала такого впливу на інші науки, як квантитативна лінгвістика. Закон Ципфа є предметом щонайменше двадцяти інших дисциплін, які його аналізують і розвивають. Заінтриговані цією обставиною, усе більше фізиків, математиків і біологів підключаються до дослідження мови. Саме через закони – об'єкт квантитативної лінгвістики – лінгвістику було прийнято у велику сім'ю «міцних наук» [1, с. 7], тому статистичні методики за комп'ютерної підтримки відкривають нові шляхи для дослідження мови, а також розкривають величезний потенціал для вирішення багатьох теоретичних завдань лінгвістики й практичних завдань обробки текстових даних. Об'єктом нашого дослідження є лінгвостатистична характеристика українських паремій з антропонімним компонентом на позначення чоловічих імен.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Якісний аналіз українських прислів'їв з антропонімним компонентом досліджують такі вчені: Н. М. Пасік (2000) вивчає власні назви в українській фразеології та пареміології, зокрема науковець вказує на те, що каламбури зі стрижневими вигаданими власним назвами виникли внаслідок розщеплення лексеми-мотиватора на носія фразеологічного значення й формального граматичного показника. Поєднання апелювативних та онімних категорійних ознак, прозорість внутрішньої форми псевдоонімного компонента є джерелом образності та експресивності таких стійких зворотів [2, с. 10]. І. С. Божко (2010) аналізує семантику антропоніма в складі фразеологічної одиниці на матеріалі української, російської, французької, англійської та німецької мов [3]; В. В. Степаненко (2010) досліджує англійські фразеологізми, які мають у семантичній структурі власні імена [4]; Г. Доброльожа описує онімну лексику в ареальній фразеології (на матеріалі фразеології Середнього Полісся та суміжних територій) [5]. Лінгвокультурна мотивація фразеологізмів з онімним компонентом в англійській, польській та українській мовах була об'єктом дослідження І. Ф. Заваринської [6]. Науковець зазначає, що образність досліджуваних одиниць може зумовлюватись реальними фізичними характеристиками, властивими названому об'єкту, тобто велика роль належить асоціативному фону, конотації, символічному значенню [6, с. 12]. Предметом розгляду О. А. Мороз (2011, 2012) є власне ім'я як одиниця презентації національної дійсності [7; 8]. Незважаючи на низку праць, присвячених якісному аналізу антропонімів, лінгвостатистичні дослідження цих онімів у структурі українських паремій здійснюємо вперше, хоч існують окремі праці, присвячені кількісній характеристиці мовних явищ. Так, Є. А. Карпіловська (2003), Н. В. Бардіна (2004), С. Н. Бук (2004, 2005, 2007, 2008), О. Г. Хроленко (2006) працюють над проблемами сучасної прикладної лінгвістики. Сьогодні активізовано дослідження в прикладній лексикографії, створено словники мови окремих письменників, укладено он-лайн конкорданси окремих творів. Тому проблема лінгвостатистичних досліджень є актуальною й потребує ретельного аналізу з опертям на прикладні аспекти мовознавства.

Мета статті полягає в дослідженні основних понять квантитативної лінгвістики: абсолютної, відносної та середньої частот, рангів спостережених варіант, обчисленні відносної похибки антропонімів у складі українських паремій.

Виклад основного матеріалу. Антропоніми-власні чоловічі імена є досить уживаними в українських прислів'ях. Матеріалом дослідження стала вибірка українських прислів'їв і приказок обсягом 369 сторінок, розподілена на три підвибірки. У кожній підвибірці підраховано абсолютні частоти вживання чоловічого імені. Загальна сума абсолютних частот у трьох підвибірках становить 245 (122; 29; 94) для 58 уживаних чоловічих імен. Найбільшу абсолютну частоту має ім'я *Хома* та його фонетичні *Фома*, *Тома* й словотвірний варіант *Хомка* (38, відносна частота – 15, 5%) (див. табл. 1).

Українські прислів'я з цим компонентом побудовані в основному на фонетичних асоціаціях: вибір імені зумовлений формальною організацією мікротексту. Напр.: *Казав Хома – нічого нема; Держись, Хома, іде зима; Якби хтів Хома, так би робив і дома*. Тут помічено явище паронимазії, яке полягає в навмисному зближенні в контексті паронімів і взагалі співзвучних слів або їхніх форм з конкретною стилістичною метою.

Табл. 1.

Абсолютні та відносні частоти антропонімів-чоловічих імен

№ з/п	Антропонім-чоловіче ім'я	Абсолютна частота	Відносна частота	№ з/п	Антропонім-чоловіче ім'я	Абсолютна частота	Відносна частота
1.	Хома (Тома, Фома, Хомка)	38	15,5 %	30.	Федот	2	0,8 %
2	Іван (Івась, Іванко)	29	11,8%	31.	Гнат (Ігнат)	2	0,8 %
3.	Гриць (Грицько)	17	6,9%	32.	Яків	2	0,8 %
4.	Семен	13	5,3%	33.	Павло	2	0,8 %
5.	Ілля (Ілько)	12	4,8%	34.	Пилип	2	0,8 %
6.	Юрій (Юрко)	12	4,8%	35.	Демид	2	0,8 %
7.	Дмитро (Дмитрій, Дмитер)	9	3,6%	36.	Кирило	2	0,8 %
8.	Мартин	8	2,4 %	37.	Омелько	2	0,8%
9.	Данило	7	2,8%	38.	Максим	2	0,8 %
10.	Микита	6	2,4%	39.	Овдій	2	0,8 %
11.	Кузьма	6	2,4%	40.	Устим	2	0,8 %
12.	Сава (Савка)	6	2,4%	41.	Йосип	1	0,4 %
13.	Панько (Пантелій або Панас)	6	2,4%	42.	Роман	1	0,4 %
14.	Петро	6	2,4%	43.	Мусій	1	0,4 %
15.	Михайло	6	2,4%	44.	Тихон	1	0,4 %
16.	Федір (Федь, Федько)	6	2,4 %	45.	Пархом	1	0,4 %
17.	Микола	5	2%	46.	Єгорій	1	0,4 %
18.	Андрій (Андрушка, Андруха)	4	1,6%	47.	Онисько	1	0,4 %
19.	Ярема	4	1,6%	48.	Карпо	1	0,4 %
20.	Лука	4	1,6%	49.	Яць	1	0,4 %
21.	Юхим	4	1,6%	50.	Василь	1	0,4 %
22.	Кіндрат	4	1,6%	51.	Сидір	1	0,4 %
23.	Матвій (Матвійко)	4	1,6 %	52.	Свирид	1	0,4 %
24.	Прокоп	3	1,2 %	53.	Клим	1	0,4 %
25.	Гаврило (Гаврилко)	3	1,2 %	54.	Артим	1	0,4 %
26.	Антон (Антін, Антошка)	3	1,2 %	55.	Тишко	1	0,4 %
27.	Марко	3	1,2 %	56.	Гліб	1	0,4 %
28.	Макар	2	0,8 %	57.	Назар	1	0,4 %
29.	Левко	2	0,8 %	58.	Борис	1	0,4 %
	Усього	245					

Онім Хома конотує такі риси: невмілий, ні до чого не придатний, пияка, гультай, ледар, невдалий, нещасливий, нерозумний, некрасивий: *Заробив, як Хома на качалках: одну продав, а дев'ять на плечах баби побили; Якби Хоми гроші, був би і він хороший; Який*

Хомка, така його й донька; На безриб'ї і рак риба, на безлюдді і Хома чоловік; Не смійся, кума, що дурень Хома, бо всі люди кажуть, що й ти без ума; І ззаду знать, що Хомою звать. В останньому прикладі антропонім має сему 'некрасивий'. Однак ця сема закріплена не лише за цим іменем. Це переконливо підтверджують паремії з однаковим компонентним складом, у яких варіюється лише антропонім: *Видно ззаду, що Пархім.* Аналізовану сему мають й інші антропоніми: *Гляну на вид, то й скажу, що Демид; Чи не той то Микита, що з вильотами свита.*

Досить уживаним в українських пареміях є ім'я *Іван* та його варіанти *Іванко, Івась, Івашко* (абсолютна частота – 29, відносна – 11,8%). *Іван* – це узагальнений образ старої чи літньої людини, *Іванко* – молодой: *Коли не вчився Іванком, то Іваном вже тяжко вчитися.* У онімі *Івась* – співпереживання за долю бідної людини. У прислів'ях, побудованих на співзвучності *Іван – пан*, змальовано соціальну нерівність. Антропонім означає будь-яку просту, переважно бідну людину, яку протиставляють панові. Іванові завжди дістається від пана: *Пан з паном погодиться, а Іван у спину дістане; Що можна пану, того не можна Івану; Полюбила пана – втратила Івана.* Іван асоціюється з нікчемною, нерозумною, бідною, невмілою, упертою людиною, ледарем, інколи він жорстокий: *Великий попів Іван, та дурний; Ростом з Івана, а розумом з болвана; Захворів Іванко, аж опух від снукку; Учи Івана на цимбалах, а він вперто на дудку грає; Жінка Йвася боялася: під припічком сховалася;*

Антропонім *Гриць* (розм. *Грицько*) з абсолютною частотою 17 і відносною 6,9 % посідає третє місце щодо частоти серед досліджуваних одиниць. Одне й те саме ім'я в різних контекстах набуває різної конотації: позитивної чи негативної. З одного боку, *Гриць* – роботящий: *Гриць за волами, Гриць і за дровами,* з іншого, він ледар: *До роботи – в Гриця порвані чоботи.* Це переважно образ бідної людини: *Труби, Грицю, в рукавицю; Не для Гриця паляниця, а також зовні некрасивої та неохайної людини: Чотири свічки спалила, поки Гриця умила, а п'ятий каганець, такий Грицько поганець.*

Абсолютну частоту 13, відносно 5,3% має антропонім *Семен*. Прислів'я з цим онімом побудовані на римуванні: *Будь собі, Семене, без мене; Казала дівка: «Семене, не притуляйся до мене, а сама тільки того й хоче»; Не журишь, Семене, що нема грошей у мене.* Відомий загалу фразеологізм *Про мене, Семене* є усіченим від таких висловів: *Про мене, Семене, а я звуся Іван [як Гапка скаже; хай усі коло мене, аби я зверху].* *Семен* уособлює у собі образ нерозумної, недолугої людини: *Сидить Семен під кручею, ловить раки онучею,* прислів'я побудоване на співзвуччі кінцівки.

П'яте місце щодо частоти вживання мають два антропоніми *Ілля (Ілька)* та *Юрій (Юрко)* – 12 (4,8%). Ці та інші імена мають наступні частоти, зокрема *Дмитро (Дмитрій, Дмитер)* – 9 (3,6%), *Петро, Михайло, Федір (Федь, Федько)* – 6 (2,4%), *Микола (Нікола, Миколай)* – 5 (2%), *Прокоп* – 3 (1,2%), *Андрій, Лука* – 4 (1,6%), *Павло* – 2 (0,8%), *Борис, Гліб* – 1 (0,4%), вони функціонують переважно в прислів'ях про церковні свята. Саме з антропонімами-іменами святих пов'язані народні прикмети: *З Юрія хороводи, а Дмитрія – вечорниці; Сіно до Юрка, а хліб до Ілька; На Бориса і Гліба берися до хліба; На Івана Купала баба муки не мала, на святого Петра пироги напекла; На Іллі до обіду літо, а після обіду осінь; На Михайла зима саньми приїхала; Перший Спас час припас, Петро і Павло – два прибавив, Ілля-пророк – три приволок; На Андрія треба кожуха-добродія.*

Онiм *Мартин* з абсолютною частотою 8 і відносною 3,2 % мовці асоціюють із нерозумною людиною: *Дурний Мартин узяв мило за сир* або яка живе за рахунок інших: *Їж, Мартине, мати ще підкине; Або Бог – дитина слухати дурного Мартина.* Байдужість людини відображена в такому прислів'ї: *Про мене, Мартин, хоч головою об тин.* Особливої конотації антропоніму надає компаратив та кілька підряд уживаних онімів: *Учив Мартин Мартина, а сам дурний, як тростина.* Матеріальна забезпеченість людини впливає й на її внутрішній світ, що думку підтверджує прислів'я з антропонімом *Мартин*, що має узагальнену семантику: *Добрый Мартин, коли має алтин.*

Антропонім *Данило* має абсолютну частоту 7 (відносно 2, 8%). Цей онім римується з *Гаврило* (абсолютна частота 3, відносна 1,2%). Тому прислів'я мають однаковий компонентний склад, у них замінено лише антропоніми: *Не умер Данило (Гаврило), так болячка задавила*. Так виникають лексичні варіанти в складі паремій: *На тобі [тягне], Данило, що мені [йому] не мило [миле]; Бери, Даниле, хоч [що] тобі [мені] не миле*. Явище паронимазії спостережено в таких пареміях: *Данило, хапай точило; Маєш, Данило, те, що зогнило; Бери, Левко, хоч і глевко*. Абсолютна частота антропоніма *Левко* 2 (0,8 %).

З абсолютною частотою 6 трапляється 7 антропонімів: *Микита, Кузьма (Кузьма-Дем'ян), Сава (Савка), Панько, Петро, Михайло, Федір (Федь, Федько)*, їхня відносна частота 2, 4%. Онім *Кузьма* народ асоціює з бідною людиною: *Не було в Кузьми грошей і не буде, хіба хто підкине*. Номен *Савка* уособлює жвависть: *Жвавий Савка, аж шкура говорить*. *Панько* – це розмовний варіант імені *Пантелій* або *Панас* (у різних говірках), в антропонімі наявна сема 'некрасивий': *Вбери й пенька, то стане за Панька*. *Панько* не здатний сам нічого зробити: *Не втне Панько тіста, бо ячмінне*. Він є об'єктом глузувань: *Штурх Панька в око, бо Панько і так сліпий*. Розмовно-побутовий варіант *Федько* (від *Федір*) конотує бідність, хоч цей онім, як і багато інших, стає засобом типологізації – уособлює бідність: *Заживай, Федьку, то хрін, то редьку, бо більше нічого нема*.

Антропонім *Микола* з абсолютною частотою 5 (2%) функціонує в таких фонетичних варіантах: *Никола, Нікола, Миколай* – переважно на позначення імені святого Миколая й пов'язаний із народними прикметами через церковні свята: *Юрій з теплом, а Никола з кормом; До Миколи не буде літа ніколи*.

Шість антропонімів: *Лука, Юхим, Кіндрат, Матвій (Матвійко), Андрій (Андрійко, Андрушка, Андруха), Ярема* мають абсолютну частоту 4 (1, 6%). *Лука* уособлює неуважність: *От вам Лука: рукавиці за пазухою, а він їх шука*. Онім *Юхим* характеризує невдачу, недотепу, пустобреха, часто вживаний із жіночим іменем *Хима* – уособленням нерозумної жінки: *Шукає Хима Юхима, а Юхим біля неї*, хоч зовнішня форма оніма *Юхим* суперечить його позитивній семантиці: *Юхим* – благочестивий. Словотвірний варіант антропоніма *Андрій* – *Андрійко* – у контексті набуває іронічної конотації: *Заплач, Андрійку [Матвійку], дам копійку*, хоч в іншій життєвій ситуації це ім'я – позитивно конотоване. При збереженні структури й семантики прислів'я можлива антропонімна заміна, основана на співзвуччі онімів, їхньому римуванні. Недолугість людини відображено в паремії [З нашого] *Андрушка ні м'ясо ні юшка*. Негативне забарвлення мають й такі одиниці: *Зібралися два Андрухи: один сліпий, а другий глухий*.

З абсолютною частотою 3 трапляється 4 антропоніми: *Прокіп (Прокоп), Антон (Антін, Антошка), Гаврило (Гаврилко), Марко* (1,2%). Антропонім *Прокоп* уособлює нікчемну людину: *Як з Прокопом, так і без Прокопа*. Зажерливість, потяг до їжі, байдужість втілено в образі Антона: *Антошку, з їж картошку, та не з їж ложку; Не журиється Антін об тім: Батько вмирає, а він коржі вминає*.

Абсолютну частоту 2 має 13 антропонімів: *Макар, Левко, Омелько, Федот, Гнат (Ігнат), Яків, Павло, Пилип, Демид, Кирило, Максим, Овдій, Устим* (0,8%). Так, ім'я *Федот* співзвучне в непрямих відмінках зі словом *робота*. Він або роботящий: *Для нашого Федота не страшна робота*, або ледачкуватий: *Не клеїться робота у нашого Федота*.

Сему 'дурний' мають майже всі досліджувані антропоніми (*Хома, Іван, Мартин, Гаврило, Кирило, Омелько*): *Дурного Кирила і Химка побила; Доки є земелька, доти й розум в Омелька; Два брати рідні і обидва Івановичі, один так, а другий дурак; Дурному Гаврилі усе чорнобривці*.

Абсолютну частоту 1 спостережено у 18 антропонімах (0, 4%): *Йосип, Роман, Мусій, Тихон, Пархом, Єгорій, Онисько, Карпо, Пантелій, Василь, Сидір, Свирид, Клим, Артим, Тишко, Назар, Борис, Гліб* (0, 4%). Лише два оніми *Борис* і *Гліб* пов'язані з іменами святих. У контексті з цими одиницями відображені народні прикмети. Решта імен

побудовані на римуванні, тому можна говорити про узагальнений образ людини: *Без одного Василя не обійдеться весілля; Такий наш Йосип – нема і не просить.*

Ілюстративний матеріал засвідчує, що антропонімів з абсолютною частотою 10 і більше – усього 6, з абсолютною частотою 1 – 18. Для визначення точних даних у квантитативній лінгвістиці використовують поняття індекса – відносного спрощеного показника, необхідного для порівняння явищ і вивчення впливу на них окремих чинників, що характеризує зміни рівня відповідного явища. Визначимо індекс концентрації антропонімів у досліджуваному джерелі, який дорівнює відношенню слів з абсолютною частотою 10 і більше до загальної кількості слів, тобто $6 : 245 = 0,024$, та індекс винятковості, який встановлює відношення слів з абсолютною частотою 1 до загальної кількості слів, у нашому дослідженні він дорівнює $0,073$, тобто $18 : 245$. Обчисливши дані до тисячних, можемо констатувати, що поодиноких антропонімів майже втричі більше, ніж тих, що трапляються часто.

Абсолютні частоти групуються навколо центра й не відхиляються від нього. Для знаходження центру необхідно визначити середню частоту \bar{x} . У трьох підвбірках вона становить $81,6$ ($122+29+94$): 3 . Порівняємо відносну різницю між теоретично обчислювальною й спостереженою частотою в 3-х підвбірках для визначення відносної похибки, котра показує, яку реальну вагу мають різні за величиною числа. Обчислюємо її за такою формулою:

$$\varepsilon = \frac{|x_1 - x_2|}{x_1}, \text{ де } \varepsilon - \text{відносна похибка, } x_1 - \text{теоретично обчислювальна}$$

частота (середня частота), x_2 – спостережена частота: $\varepsilon_1 = |81,6 - 122| : 81,6 = 0,49$; $\varepsilon_2 = |81,6 - 29| : 81,6 = 0,64$; $\varepsilon_3 = |81,6 - 94| : 81,6 = 0,15$. Розбіжність між числами в 2-ій підвбірці більша, ніж у 1-ій, а числа 3-ї підвбірки відрізняються між собою менше, ніж числа перших двох вибірок.

У квантитативній лінгвістиці виникають ситуації, коли отримані дані необхідно упорядкувати, розташували їх або за зменшенням або за збільшенням частот. Таке упорядкування називають ранжируванням, а місця, які займають в отриманій послідовності ті чи ті варіанти, називають рангами. Визначимо ранги досліджуваних одиниць, використавши робочу таблицю (див. табл. 2).

Табл. 2

Ранговий розподіл варіант

Абсолютна частота	Ранг	Абсолютна частота	Ранг	Абсолютна частота	Ранг	Абсолютна частота	Ранг
38	58	6	46	2	23,5	1	9,5
29	57	5	42	2	23,5	1	9,5
17	56	4	38,5	2	23,5	1	9,5
13	55	4	38,5	2	23,5	1	9,5
12	53,5	4	38,5	2	23,5	1	9,5
12	53,5	4	38,5	2	23,5	1	9,5
9	52	4	38,5	2	23,5	1	9,5
8	51	4	38,5	2	23,5	1	9,5
7	50	3	33,5	2	23,5	1	9,5
6	46	3	33,5	2	23,5	1	9,5
6	46	3	33,5	1	9,5	1	9,5
6	46	3	33,5	1	9,5	1	9,5
6	46	2	23,5	1	9,5	1	9,5
6	46	2	23,5	1	9,5		
6	46	2	23,5	1	9,5		

У процесі дослідження виявлено 58 антропонімів. Ми отримали наступний ряд варіант (38, 29, 17, 13, 12, 12, 9, 8, 7, 6, 6, 6, 6, 6, 6, 5, 4, 4, 4, 4, 4, 4, 3, 3, 3, 3, 2, 2, 2, 2, 2, 2, 2, 2, 2, 2, 1, 1, 1, 1, 1, 1, 1, 1, 1, 1, 1, 1, 1, 1, 1, 1, 1, 1). Кожній варіанті-антропоніму необхідно присвоїти відповідний ранг. Порядок ранжирування будемо подавати від меншого до більшого. Ранг 1 присвоюємо найменшому числу, яким є 1, однак варіант з таким значенням у нашому ряді 18. У такому разі середній ранг, який приписуємо кожному із відповідних чисел дорівнює $(1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11+12+13+14+15+16+17+18):18=171:18=9,5$, тому усім варіантам із числом 1 буде приписаний 9, 5 ранг. Наступний ранг буде 19 (для варіанти з абсолютною частотою 2), оскільки 18 місце вже зайняте. Однак величин із такою частотою 13, тому необхідно визначити ранг для них: $(19+20+...+31):13=23, 5$. Для варіанти з абсолютною частотою 3 ранг дорівнюватиме $(32+33+34+35):4=33, 5$. Для частоти 4 ранг = 38, 5 $(36+37+38+39+...41):6$; для варіанти з частотою 5 ранг = 42; для варіанти з частотою 6 ранг = 46 $(43+44+...49):7$; для варіанти з частотою 7 ранг = 50; із частотою 8 – 51; із частотою 9 – 52; із частотою 12 – 53, 5 $(53+54):2$; із частотою 13 – 55; із частотою 17 – 56; із частотою 29 – 57; із частотою 38 – 58. Останній ранг повинен відповідати числу варіант (у нашому дослідженні 58), отже, ранжирування зроблено правильно. Ранжирування найбільш часто використовують для знаходження коефіцієнта рангової кореляції, який встановлює узгодження між двома ознаками й набуває значень від [-1; 1]. Його доцільніше застосовувати для дослідження мовного явища стосовно тексту.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отже, проведене лінгвостатистичне дослідження антропонімів дає підстави для такого висновку: проаналізований клас онімів широко вживаний в українських пареміях. Більшість індивідуалізованих власних імен стають загальними. Їхня структура основана на фонетичній співзвучності слів, на римуванні чи явищі паронимазії. Зі стилістичного боку майже всі імена мають негативну конотацію, хоч в окремих контекстах можуть набувати позитивної оцінки. Дослідження абсолютних і відносних частот доводить, що найуживанішими є імена *Хома, Іван, Гриць* та їхні варіанти. Обчислення коефіцієнта випадковості показує, що з 58 вжитих у прислів'ях імен 18 трапляються разово й позначають здебільшого узагальнений образ людини. Перспективу подальших досліджень можуть становити інші величини, поняття квантитативної лінгвістики (коефіцієнти лексичної чи синтаксичної різноманітності, рангової кореляції, різні типи індексів, критерій хі-квадрат, дисперсія тощо).

Список використаної літератури

1. Альтманн Г. Мода та істина в лінгвістиці / Г. Альтманн // Проблеми квантитативної лінгвістики. – Чернівці : Рута, 2005. – С. 3–11.
2. Пасік Н. М. Власні назви в українській фразеології та пареміології : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 «Українська мова» / Н. М. Пасік. – К., 2000. – 18 с.
3. Божко І. С. Семантика антропоніма у складі фразеологічної одиниці : співставлення на матеріалі української, російської, французької, англійської та німецької мов / І. С. Божко // Мовознавство. – 2010. – № 2–3. – С. 41–44.
4. Степаненко В. В. Англійські фразеологізми, які мають у семантичній структурі власні імена / В. В. Степаненко // Вісник ЛНУ ім. Т. Шевченка. – 2010. – № 4. – С. 58–63.
5. Добролюба Г. Спостереження за онімною лексикою в ареальній фразеології (на матеріалі фразеології Середнього Полісся та суміжних територій) : [Електронний ресурс] / Г. Добролюба. – Режим доступу : eprints.zu.edu.ua/9968/1/Добролюба1.pdf.
6. Заваринська І. Ф. Лінгвокультурна мотивація фразеологізмів з онімним компонентом в англійській, польській та українській мовах / І. Ф. Заваринська : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.17. – К, 2010. – 19 с.
7. Мороз О. А. Семантика та структура номінативних фразеологічних одиниць з компонентом «власне ім'я» / О. А. Мороз // Науковий часопис Національного пед. ун-ту імені М. П. Драгоманова. Серія 10 : Проблеми граматики і лексикології української мови : зб. наук. пр. / Відп. ред. М. Я. Плющ. – К. : НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2011. – Вип. 8. – С. 353–360.
8. Мороз О. А. Власне ім'я як одиниця презентації національної дійсності / О. А. Мороз // Мовознавчий вісник : зб. наук. пр. / Черкаський нац. ун-т ім. Б. Хмельницького; Відп. ред. Г. І. Мартинова. – Черкаси, 2012. – Вип. 14–15. – С. 141–147.

References

1. Altmann, G. (2005). The fashion and the truth in linguistics. *Problemy kvantytatyvnoi linhvistyky*. (Problems of quantitative linguistics). Chernivtsi, 3–11 (in Ukr.)
2. Pasik, N. M. (2000). *Proper names in Ukrainian phraseology and paremiology*: synopsis of the dissertation for a candidate degree in philology, speciality 10.02.01. "Ukrainian Language", Kyiv, 18 (in Ukr.)
3. Bozhko, I. S. (2010). Semantics of the anthroponeme in the structure of a phraseological unit: comparison on the material of the Ukrainian, Russian, French, English and German languages. *Movoznavstvo*. (Linguistics), 2–3, 41–44 (in Ukr.)
4. Stepanenko, V. V. (2010). English phraseological units with "proper names" in their semantic structure. *Visnyk LNU im. T. Shevchenka* (T. Shevchenko LNU Herald), 4, 58–63 (in Ukr.)
5. Dobrolyozha, G. *Observation of proper names in the areal phraseological units of the Middle Polissya and neighbouring territories* [Electronic resource] / eprints.zu.edu.ua/9968. (in Ukr.)
6. Zavarynska, I. F. (2010). *Linguistic and cultural motivation of phraseological units with "proper name" component in English, Polish and Ukrainian languages*: synopsis of the dissertation for a candidate degree in philology: 10.02.17. Kyiv, 19 (in Ukr.)
7. Moroz, O. A. (2011). Semantics and structure of the nominative phraseological units with "proper name" component. *Naukovyi chasopys Natsionalnoho ped. un-tu imeni M. P. Drahomanova. Seriya 10 : Problemy hramatyky i leksykologhii ukrainskoi movy : zb. nauk. pr. / Vidp. red. M. Ya. Plyushch*. (Scientific chronicle of the M. P. Dragomanov National pedagogical University. Series 10: Problems of grammar and lexicology of the Ukrainian language: collection of scientific articles / Ed. by M. Ya. Plyshs). K. : NPU, 8, 353– 360 (in Ukr.)
8. Moroz, O. A. (2012). Proper name as a unit presenting national reality. *Movoznavchyi visnyk : zb. nauk. pr. / Cherkaskyi nats. un-t im. B. Khmelnytskoho; Vidp. red. H. I. Martynova*. (Linguistic Herald: collection of scientific articles / B. Khmelnytsky National University at Cherkasy / Ed. by A. I. Martynova. Cherkasy, 14–15, 141–147 (in Ukr.).

LONS'KA Lyudmyla Ivanivna,

Candidate of Philology, Associate Professor of Ukrainian linguistics and applied linguistics Cherkasy National University of Bohdan Khmelnytskyi

e-mail: L.Lonska@ukr.net

ANTHROPONEMES IN THE STRUCTURE OF UKRAINIAN PROVERBS: LINGUISTIC STATISTIC INVESTIGATION

Abstract. Introduction. *Statistical methods based on computer use open new ways of language research, and reveal great possibilities for investigations of theoretical problems of linguistics as well as for solving practical tasks of text data processing. That's why quantitative research of any linguistic phenomenon is an urgent problem of modern linguistics.*

Purpose. *The aim of our work deals with the linguistic investigation of anthroponemes – men's names in the structure of proverbs and sayings. It also aims at defining quantities, coefficients and ranks of the investigated phenomena.*

Methods. *The main method of investigation is quantitative one, which includes determining main concepts of linguistic statistics: absolute, relative and average frequency, relative error, randomness factor and concentration, ranks of the investigated variants.*

Investigation Results. *Linguistic statistic research of anthroponemes in the structure of the Ukrainian proverbs give the following results: the sum of absolute frequencies according to 3 selections is 245. The name "Khoma" and its phonetic variants (Foma, Thoma, Khomka) have the highest frequency of usage (38; 15,5%). The name "Ivan" is also used very often in the Ukrainian proverbs (Ivanko, Ivas, Yvas, Ivashko). This name is second in usage according to absolute frequency – 29 (11,8%). Out of 58 proper names used in proverbs, only 6 have absolute frequency 1 (0,8%). We also determined the average frequency of the 3 selections (81,6) to calculate relative error. The difference in numbers of the 2d selection is larger than in the first selection, but numbers of the 3d selection don't differ much from the average frequency (the error of the 3d selection is 0,15). The carried out ranking of the achieved frequencies proved that variants with absolute frequency 1 have the lowest rank (9,5); variants with absolute frequency 38 have the highest rank (58).*

Originality. *Scientific novelty of the work is determined by the fact that it is the first attempt of linguistic statistic investigation of anthroponemes on the material of the Ukrainian proverbs and sayings based on the main concepts of quantitative linguistics.*

Conclusion. *Linguistic statistic research of anthroponemes allows to make the following conclusion: the analysed class of the proper names is widely used in the Ukrainian proverbs. The majority of them don't individualize any particular person, but they have generalized meaning: they point at a person in general, at his features, his character, his behaviour and way of living. Almost all proverbs*

are formed according to phonetic associations, where the choice of the name is determined by the microcontext. From the stylistic point of view almost all names have negative connotations, though in some contexts they can acquire positive estimation. Investigation of absolute and relative frequencies proves that the most frequently used names are Khoma, Ivan, Gryts and their variants. The calculation of the randomness factor shows that out of 58 names used in proverbs 18 names appear sporadically and they define a generalized image of a person.

Key words: anthroponeme, linguistic statistics, selection, absolute frequency, relative frequency, average frequency, relative error, rank, ranking, variant, concentration index, exception index.

Надійшла до редакції 1.09.17

Прийнято до друку 12.10.17

УДК 811.161.1'26

КАЛЬКО Валентина Володимирівна,
кандидат філологічних наук, доцент,
докторант кафедри українського
мовознавства і прикладної лінгвістики
Черкаського національного університету
імені Богдана Хмельницького
e-mail: mkalko@ukr.net

ПРОБЛЕМА ДЕФІНІЦІЇ ПАРЕМІЇ В СУЧАСНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ

У статті проаналізовано проблеми визначення паремії як когнітивно-дискурсивного феномена, продукту культури народу, поліфункційного жанру усної народної творчості й на ґрунті аналізу найбільш значущих лінгвістичних і фольклорних досліджень запропоновано власну дефініцію. Саме зорієнтованість мовознавства кінця ХХ – початку ХХІ століття на вивчення когнітивно-дискурсивної природи мовних явищ зумовлює застосування новітніх підходів до аналізу лінгвальної сутності паремії, яку інтерпретуємо як етнокультурно марковане, прецедентне висловлення, відтворюване, стабільне за формою, що має глибинну змістову природу і функціонує як компонент тексту.

Ключові слова: паремія, прислів'я, приказка, мовний знак, висловлення, речення, фразеологізм, текст.

Постановка проблеми. Дослідження паремійного фонду має давні традиції й сягає своїм корінням праць Аристотеля, який визначав прислів'я як уламки давньої філософії, які завдяки стислості й доречності збереглися серед загальної загибелі й руйнації, як «метафори від одного роду речей до іншого» [1, с. 288]. Проте в лінгвістиці донині відсутнє єдино прийняте розуміння паремії. Так, А. Тейлор, який написав, на думку його колег, чи не найкращу книгу про прислів'я, названу «The Proverb» («Прислів'я»), де в передмові зауважує про неможливість надати паремії загальноприйнятну дефініцію. Дослідник зазначає, що мовець пізнає її за якимись невловимими ознаками, зібрати які в короткому визначенні просто немає змоги, «потрібно визнати, що прислів'я – це висловлення, яке побутує серед народу, з цим принаймні ніхто не сперечається» [2, с. 3]. Безумовно, статус паремії, її термінологічну й класифікаційну інтерпретацію постійно обговорювали й обговорюватимуть, адже «сьогодні ми маємо дефініцій не менше, ніж самих прислів'їв» [3, с. 152].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Прислів'я глибоко й фундаментально розглянуто у вітчизняному й зарубіжному мовознавстві з огляду на їхню структуру (В. Л. Архангельський, А. Дандис, В. П. Жуков, Г. Л. Перм'яков, З. К. Тарланов та ін.), а також семантику і функції (В. П. Анікін, С. Г. Гаврин, А. Крикманн, В. В. Гвоздев, Т. М. Ніколаєва, Н. М. Шарманова та ін.). Досить продуктивно досліджують паремії в соціокультурному, лінгвокультурному й історичному аспектах (А. М. Баранов, Д. О. Добровольський, Ж. В. Колоїз, О. О. Селіванова, В. М. Телія та ін.), зростає