

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА НІМЕЦЬКИХ АНТРОПОНІМІВ-СИМВОЛІВ

Ящик Н.Р.

Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка

Стаття присвячена дослідженню специфіки формування та функціонування німецьких антропонімів-символів в мові. На основі лексико-семантичного аналізу власних назв визначено основні групи символів: міфологічні, біблійні, імена героїв художньої літератури, історичні, політичні постаті, винахідники, музиканти, спортсмени та представники моди. Джерельною базою дослідження стали німецькі фразеологізми, а також результати опитування німецьких громадян.

Ключові слова: антропонім, символ, символічне значення, фразеологізми, асоціативний експеримент.

Слова з символічним значенням відображають тривалий процес розвитку культури народу, фіксують і передають від покоління до покоління культурні установки, стереотипи, еталони і архетипи. Антропоніми-символи є особливими лексичними одиницями, які виконуючи номінативну функцію, характеризуються фоновою семантикою та позначають певні абстрактні поняття, декодування яких залежить від лінгвокультурної компетенції мовців. Не зважаючи на існуючі праці в галузі ономастики загалом: Н.Д. Арутюнова, А.В. Суперанська, Є.С. Отін, М.Є. Рут, Ю.О. Карпенко [2, 8, 6, 7, 4] та німецької антропоніміки зокрема: А.Н. Антишев, Х. Балов, В.М. Кам'янець, К. Кунце, Р.З. Мурашов, В. Фляйшер [1, 10, 3, 15, 5, 14], проблема символічної семантики власних назв залишається й досі ґрунтовно не вивченою.

Об'єктом нашого дослідження є німецькі антропоніми-символи, **предметом** – міфологічні герої, історичні, політичні, релігійні постаті, літературні діячі, музиканти та інші визначні особистості Німеччини, імена яких стали символами країни.

Символіка імені має давню історію. Ім'я не вибирала людина сама, а отримувала від громади за заслуги, властивості характеру чи зовнішні ознаки. У германських племенах вважалося, що новонароджена дитина тільки тоді отримує душу, коли їй давали ім'я. Воно символізувало зв'язок духовного та тілесного. Перші імена складалися з одного кореня і виражали побажання чи закликання: *Melisa* означало «будь працьовитою, як бджілка». Згодом появляються імена з двох коренів: *Diot-rich* «будь могутнім серед народу» [18, s. 422-428]. Оскільки жінка в суспільстві повинна була підкорятися чоловікові, то в багатьох індогерманських мовах до імені чоловіка додавали жіночі закінчення – так утворились жіночі імена. У германців жіноче ім'я мало особливу функцію: допомагати чоловікам засобом магії: *Wala-run* – чаклунка для бою, *Sigi-run* – перемоги, *Frithu-run* – миру [16, s. 399].

Внаслідок поширення певних імен в мовній спільноті ці антропоніми можуть ставати мовними універсалиями та символами країни: *Ivan* – Росія, *John* – Англія, *Uncle Sam* – Америка, *Charles* – Франція. Для Німеччини такими іменами є *Fritz*, *Hans*, *Michel*. Ці антропоніми часто стають частинами різних композитів і сталих виразів: *Gemüsefritze* (продавець овочів),

Zeitungfritze (продавець газет), *Faselhans* (балакун), *Prahlhans* (хвалько), *Dreckmichel* (замазура), *ich will Hans heißen, wenn das anders ist* (називай мене дурнем, якщо це не так) та ін.

Подані приклади вказують на те, що в системі кожної мови існують усталені антропоніми з символічним значенням, які сформувалися давно та інтерпретуються мовцями як певний узус. Однак, цей процес не можна вважати завершеним, у сучасному суспільстві є велика кількість відомих особистостей, які символізують історичний, політичний, економічний, культурний розвиток країни і з часом їх імена можуть набути усталеної символічної семантики. У дослідженні ми маємо за мету встановити корпус антропонімів-символів німецької мови, проаналізувати, які саме власні імена мають символічне значення, вид діяльності носіїв цих імен та причини їхньої популярності в Німеччині; відображення етнокультурної специфіки антропонімів в мові.

Матеріал дослідження є німецькі фразеологізми з антропонімним компонентом, укладені на основі вибірки з німецьких фразеологічних словників [11, 12, 13, 14, 17] та антропоніми-символи, зібраних під час проведення асоціативного експерименту серед 150 німецьких респондентів віком від 18 до 72 років. Експеримент проведено у письмовій формі та з використанням ресурсів електронної пошти.

На основі лексико-семантичного аналізу німецьких фразеологізмів з антропонімним компонентом було визначено декілька тематичних груп антропонімів-символів: міфологічні, біблійні та релігійні, імена вигаданих літературних героїв та реальних людей.

Міфологічні антропоніми символи представлені іменами різних Богів, героїв міфів та античних легенд. Характерною особливістю цієї групи є грецьке походження та універсальний характер. Грецька міфологія мала великий вплив на формування європейської культури, тому фразеологізми з зазначеними антропонімами-символами живили в багатьох мовах. Зокрема уособленням чоловічої краси є Аполлон: *schön wie Apoll, er ist der reinste Apoll*, а жіночої – Афродіта *schön wie Aphrodite* та *Aphroditische Schönheit*, відомим символом любові є Амур: *Amors Pfeil, von Amors Pfeil getroffen sein*, таланту – Муза *j-n hat die Muse geküsst*, вдачі – Фортуна *Fortuna lächelt*, сили та мужності – Геркулес *ein wahrer Herkules*

sein, herkulische Kraft. Серед міфологічних героїв символічне значення мають Ганнібал – несподівана небезпека *Hannibal vor den Toren*, Несто – досвідченість та мудрість *der Nestor seines Faches sein*, Сізіф – марна праця *Sisyphusarbeit, den Sten des Sisyphus wälzen*, Ксантиппа – сварлива жінка *eine wahre Xantippe sein, einer Xantippe gleichen, Xantippe werden nicht geboren*. Інколи символічне значення може мати не одне ім'я, а словосполучення: *Orestes und Pylades*, які символізують міцну чоловічу дружбу, коли товариші готові померти один заради одного та *Philemon und Baucis* як символ вірного подружжя, яке так любило одне одного, що боги задовольнили їхнє бажання померти в один день. Після смерті Філемон став дубом, а Бавкіда – липою.

Поряд з міфологічними антропонімами-символами актуалізується група **біблійних символів**: фразеологізмів з іменами постатей з Нового та Старого Завітів. Зокрема символіка імені Каїн на позначення вбивці відобразилася у виразах *jdm. ein Kainsmal aufdrücken* та *ein Kainsmal tragen*, негативне значення має також ім'я Юда – зрадник *falsch wie Juda sein, Judaskuss, Judaslohn*. Символом початку та правдивих часів є Адам та Єва *seit Adams Zeiten, von Adam und Eva abstammen, bei Adam und Eva abfangen*, схоже значення має ім'я Мефусаїл, дідусь Ноя, який вважається найстаршою людиною людства, оскільки за легендою прожив 969 років *als wie Methusalem sein*. До біблійних антропонімів-символів належать також Лазар як символ хворобливої та немічної людини *ein armer Lazarus sein*, Йов – нещастя та водночас сильної витримки *arm wie Hiob, eine Hiobsbotschaft, eine wahre Hiobsgeduld haben*, Соломон – мудрості *weise wie Salomo sein, ein zweiter Salomo sein, ein salomonisches Urteil, salomonische Weisheit* та ін. У окрему підгрупу можна віднести імена святих: Святого Флоріана – покровителя пожежників *Floriansjünger, nach dem St. Floriansprinzip handeln, Heiliger Sankt Florian, verschon mein Haus, zünd andre an* та Святого Петра, який за народними віруваннями німців тримає ключі від неба та впускає душі померлих людей в Царство Боже та є покровителем дощової погоди: *Petrus mein es gut mit uns* – гарна погода, *Petrus schließt den Himmel auf Petrus lässt Wasser* – падає дощ, *Perus schifft* – йде злива, *Petrus kegelt, Petrus zieht um* – гримить, *Petrus hat ein Loch gemacht und kann es nicht wieder zustopfen* – падає сніг, *Jetzt ist Petrus der Sack geplatzt* – гроза.

Третю лексико-семантичну групу фразеологізмів утворюють ідіоми з **літературними антропонімами-символами**, тобто іменами героїв різних літературних жанрів. Казкові герої Спляча красуня та Щасливий Ганс стали символами довгого чекання та талану: *aus dem Dornröschenschlaf erwachen, in Dornröschenschlaf liegen jdn. aus dem Dornröschenschlaf erwecken; Hans im Glück sein, sich fühlen wie Hans im Glück, Hans muss man heißen, Glück muss man haben*, а чарівниця з казки Братів Грімм «Пані Метелиця» у багатьох фразеологізмах позначає зміну погоди: *Frau Hölle schüttelt die Federn herunter, das Bett / die Kissen aus* – падає сніг, *Frau Hölle hält Kirmes* – йде дощ, *Frau Hölle treibt die Schafe aus* – легка хмарність. До складу фразеологізмів

можуть входити імена героїв не тільки німецької, а й зарубіжної літератури, зокрема герой твору В. Шекспіра «Отелло, венеціанський мавр» є відомим символом ревності, Ромео і Джульєтта – закоханої пари, а герой іспанської літератури Дон Жуан – бабія: *der reinste Othello, der echte Don Juan sein*. Однакове семантичне значення «середньостатистична людина, споживач» мають імена *Otto Normalverbraucher* та *Lieschen Müller*, які позначають героїв відомих німецьких фільмів «Berliner Ballade» (1948), де Ото є пересічною людиною, яка мусить отримувати продукти за існуючими в післявоєнний період картками, та «Der Traum von Lieschen Müller» (1961), у якому проста працівниця бюро мріє добитися успіху.

Поряд з вигаданими героями символами можуть бути імена **визначних особистостей**. Відомим на увесь світ є фізик В. Рентген, який відкрив рентгенівські промені, а його ім'я стало символом пронизливого погляду: *Röntgenaugen machen, Röntgenblick haben*. Негативну семантику передає сполучення *Doktor Eisenbarth* на позначення лікаря-шарлатана: *ich bin doch kein Doktor Eisenbarth*. Й. Айзенбах справді був відомим хірургом, він подорожував з міста у місто і отримав славу великого цілителя, який хвалився, що лікував навіть російського та турецького правителів. Символ багатства та замогноті є німецька династія підприємців Ротшильд: *Rothschilds Geld, Rothschilds Vermögen, leben wie Rothschild sein Hund*. Поряд з іменами визначних постатей Німеччини компонентами багатьох фразеологізмів є іноземні власні імена: італійський філософ Н. Мак'явеллі зі значенням ґрунтовності виконання справи – *machiavellistisch handeln*, фінський бігун П. Нурмі – *j-n läuft wie Nurmi*, іспанський футболіст та тренер Р. Замора – *j-n hält wie Zamoral*, російський князь Г.О. Потьомкін, який показував Катерині II розвинуті українські села, а насправді перевозив декорації з одної місцевості на іншу *potemkinsche Dörfer zeigen*. Окрему підгрупу формують імена грецьких філософів та поетів: *platonische Liebe, äsopische Erzählweise, Sokrates Ironie*.

Антропоніми-символи, зафіксовані у німецьких фразеологізмах, характеризуються стійкими символічними семами, метафоричною та метонімічною трансформацією смислів, використовуються у сталих порівняннях, ідіомах та пареміях. Однак, ми висуваємо гіпотезу про те, що система антропонімів-символів не обмежується поданими онімами, а доповнюється новими іменами, які мають тенденцію до набуття символічної семантики. Для визначення цих символів був проведений асоціативний експеримент серед німецькомовного населення. Німецькі респонденти навели 29 імен, які, на їхню думку, є символами Німеччини. Домінантні позиції займають імена А. *Hitler* (22), J. W. *Goethe* (19), A. *Merkel* (17), F. *Schiller* (10), H. *Kohl* (7), M. *Luther* (7). Всі імена прокласифіковані за наступними категоріями: історичні та політичні постаті, письменники, поети, музиканти, представники моди та інші особистості. Зрозуміти причину формування символічної семантики можна з допомогою аналізу асоціативних реакцій респондентів на подані слова.

Підгрупа **історичних символів** представлена іменами А. *Hitler* (22), *Otto I.* (3), О. *Bismarck* (2),

König Ludwig II. (1). Одним із домінантних символів цієї категорії є ім'я *Adolf Hitler* та синонімічне поняття *der Führer*. Первісне значення слова *der Führer* – це лідер, провідник, відповідно, позначене позитивною конотацією, тому згодом стало позначати голову держави. Однак, із приходом до влади А. Гітлера в 1933 р., слово *der Führer* широко використовувалось у пропаганді нацистської ідеології, стало синонімом до імені Гітлер, тому в сучасному німецькому мовленні слово *der Führer* намагаються замінити іншими термінами, англо-мовними запозиченнями: *Leiter, Chef*.

Антропонім *Адольф Гімлер* часто зафіксовано в анкетах молодих респондентів, а от опитані старше 50 взагалі не віднесли його до символів. Це пов'язано з процесом переосмислення історії та прийняття її позитивних та негативних моментів. *Адольф Гімлер* асоціюється з трагічними подіями Другої світової війни, переслідуванням євреїв, націонал-соціалізмом тощо та має виражену негативну конотацію: 2. *Weltkrieg* (16), *Nazis* (11), *Hakenkreuz* (13), *KZs* (12), 1945 (8), *Juden* (8), *Judenverfolgung* (4), *Nationalsozialismus* (4), *Faschisten* (4), *NSDAP* (4), *SS* (3) та ін. Серед асоціативних реакцій є слова, які позначають смерть, ненависть, насильство і водночас провину та жаль. Аналіз асоціацій, наведених опитаними особами, допоміг зрозуміти їх ставлення до А. Гітлера: *besessen, ekel, verhasst, ungeheuer, grauenhaft, böse, schlecht, schwarz*, а також визначив деякі особливості його зовнішності: *komische Stimme, Schnauzbart, klein, böser Blick*. Лінгвістична специфіка антропоніма-символу проявляється наявністю в німецькій мові понад 30 складних слів з *Hitler*: *-armee, -bild, -deutschland, -diktatur, -gegner, -gruß, -jugend, -zeit*, а також *Hitlerismus, Hitlererei, hitlerisch, Antihitlerkoalition* та ін.

Іншою всесвітньовідомою постаттю німецької історії є *Otto фон Бісмарк*. На відміну від А. Гітлера, асоціативне поле слова-символу має позитивну семантику: *Verbesserung des Lebensstandards, Zusammenfassung des Reiches, Führung zu Weltmacht, Einheit*. Символічність О. фон Бісмарка проявляється в назвах на його честь географічних місцевостей (*Gelsenkirchen-Bismarck, Bismarckgebirge, Bismarcksee, Bismarck-Straße, Bismarckburg*), назвах підприємств (*Zeche Graf Bismarck*), організацій, кораблів (*SMS Bismarck, SMS Fürst Bismarck*).

Третє місце з-поміж історичних імен-символів займає *Otto I.* (3). Мова йде про Оттона I Великого, першого імператора Священної Римської імперії Х ст. Це ім'я асоціюється у німецьких респондентів з *Kaiserkrönung, Bischöfe, Geschichte, Magdeburg*, резиденцією *Pfalz*, королівським пфальцем Мемлебен, в якому Оттон I помер, та його могилою, яка знаходиться в Магдебурзькому соборі: *begraben im Dom, hübsch verziertes Grab*.

Важливим в історії Німеччини є постать Мартіна Лютера, який став символом Реформації. Його ім'я пов'язане з перекладом Біблії та єдиною німецькою мовою: *Bibelübersetzung, Wartburg, alte Sprachen, einheitliche Sprache*.

Серед антропонімів-символів **політичної тематики** є чотири Федеративних канцлери: *A. Merkel* (17), *H. Kohl* (7), *K. Adenauer* (3), *G. Schröder* (1). Поряд з іменем Ангела Меркель вживалось також слово «*Kanzlerin*» (3). Федеральний канцлер – це

головна особа німецької політичної системи, однак в німецькому політичному дискурсі замість терміна *der Bundeskanzler* все частіше використовують *die Kanzlerin*. Причиною формування відповідного символу є успішна політика Ангели Меркель, першої жінки на чолі федерального уряду. Асоціації до *A. Merkel* (17) можна поділити на наступні групи: синонімічні назви: *Bundeskanzlerin* (14), *Regierungschefin* (5), *Stabvertreterin*; *політична діяльність*: *CDU* (15), *Bundestag* (12), *Politik* (8), *Regierung* (6), *Berlin* (5), *Osten* (8), *Wahlen* (6), *Mecklenburg-Vorpommern* (4), *Große Koalition* (4), *Landtag, Außenpolitik, Führungsstildebatte, Türkei, EU*; прикметники, які характеризують особисті якості канцлера: *weiblich* (6), *mächtig* (5), *konservativ* (2), *wichtig, kompetent, intelligent, erfolgreich, engagiert, mutig, lange unterschätzt, redet viel*; зовнішній вигляд: *Gesicht, Haarschnitt, Frisur, Hosenanzüge, Jacket*.

Поряд із постаттю А. Меркель відомим канцлером Німеччини є *Гельмут Коль* (7). Як і А. Меркель, Г. Коль поряд із *Bundeskanzler* має декілька синонімічних прізвиськ: *Einheitskanzler, Machtkanzler* та *Birne*. Прізвисько *Birne* канцлер отримав після карикатурного зображення в німецькому сатиричному журналі «Titanic» його голови у вигляді груші. Предметом висміювання стали також погане знання англійської мови, його повнота та окуляри: *dick* (4), *Brille, spricht kein Englisch*. Проте більшість асоціативних реакцій пов'язані з політичною діяльністю Г. Коля: *CDU* (2), *Persönlichkeit, lange Amtszeit*, його заслугами в об'єднанні Німеччини: *Wende, DDR, BRD, Berlin, vereinigtes Deutschland, Wiedervereinigung* та деякими негативними явищами: *Beschützung von Straftätern* – закон, ініційований канцлером, стосовно тимчасової поблажливості до головних свідків, який став темою багатьох дискусій, та *Betrug, Lügner, «Ehrenwort»*. Асоціації пов'язані зі скандалом про партійні внески, коли Г. Коля звинуватили в привласненні певної суми грошей. Свою невинуватість він підтвердив тільки «словом честі», що викликало негативну критику зі сторони суспільства. Політичні символи рідко є основою творення нових слів. З ними було зафіксовано тільки декілька мовних одиниць: *Merkozy* (*Merkel + Sarkozy*), *Merkollande* (*Merkel + Hollande*) *Merkel-raus-Rufe; Adenauer-Brücke, -Haus, -Ring, -Stiftung, -Zeit, -Ära*.

Група **літературних діячів** представлена іменами найвідоміших поетів Німеччини є Й. Ф. Гете та Ф. Шіллер. Асоціативні реакції до імені *J. W. Goethe* (19) виражають його сприйняття не тільки як поета, а і як письменника, науковця та філософа: *Dichter* (9), *Schriftsteller, Naturwissenschaftler, Dichter und Denker*. Його життя було тісно пов'язане з Веймаром, рухом «Буря і натиск», класичною німецькою літературою, мистецтвом і навіть політикою. Всесвітньовідомими стали не тільки твори «*Faust*» (12), «*Die Leiden des jungen Werther*», а й персонажі книжок: *Faust, Gretchen, Mephisto*. З ім'ям Гете зафіксовано великий список назв пам'яток, установ, організацій, нагород, орденів, фондів тощо.

Асоціативне поле *F. Schiller* (10) має ряд синонімічних асоціацій з *J. W. Goethe*, оскільки він також є представником німецької класичної літератури, учасником руху «Буря і натиск», про-

відним діячем культури. Символічне значення антропоніма відобразилося в понад 20 композиціях з *Schiller*:- *-bühne, -denkmal, -haus, -preis, -stiftung* та словах, передумовою творення яких був зовнішній вигляд письменника: *Schillerkragen, Schillerlocke, Schillerhemd*. Після смерті Шиллера у молодому віці у розмовній мові німців з'явилися *So (et)was lebt, und Schiller musste sterben*, який має негативний підтекст та позначає безталанний спосіб життя людини, та *das ist eine Idee von Schiller* в значенні «хороша ідея».

До символів належать також імена німецьких письменників: *Gebrüder Grimm* та *Michel Ende*, які писали книги для дітей. Міхаель Енде представник літератури ХХ століття, відомий творами для дітей: «*Jim Knopf und Lukas der Lokomotivführer*», «*Die unendliche Geschichte*», «*Мото*». Його праці перекладені більше ніж 40 мовами, за мотивами книг знято фільми та мультфільми. Ім'я *Michel Ende* належить до символів, названих респондентами молодше 20 років і асоціюється з *Buch, Die unendliche Geschichte, zwei Farben, dick, Film, Bastian*. Зазначені асоціативні реакції пов'язані з книгою «Безкінечна історія», головним героєм якої є Бастіан. Книга надрукована червоним та зеленим шрифтами, щоб підкреслити місце, де відбуваються події: червоний символізує реальність, а зелений – фантазію.

Символами країни для німецьких респондентів є **імена музикантів та композиторів** *J. S. Bach (6), W.A. Mozart (4), L. Beethoven (3), R. Wagner (1)*. Символічною постаттю для опитаних німців є представник сучасної музики, композитор і продюсер *Дімер Болен*. З цим іменем безперечно асоціюється створений ним гурт «*Modern Talking*», велика кількість жінок *Frauen*, відоме німецьке шоу «*Deutschland sucht den Superstar*» (DSDS) та слова *unfreundlich, unterhaltsam, Sprüche*. Участь Д. Болена в журі шоу «Німеччина шукає таланти» пов'язано не тільки з творчістю музиканта, а й з великою кількістю переважно негативних висловів на адресу учасників, тому з'явився навіть термін «*Bohlen-Sprüche*» та цілі збірки цитат композитора.

До плеяди визначних особистостей Німеччини приєднуються **представники моди**: всесвітньовідомі моделі *Claudia Schiffer* та *Heidi Klum*, модельєр та фотограф *Karl Lagerfeld*. Ці імена у німецьких респондентів асоціюється з красою, модою та зовнішніми якостями: *Schönheit, Mode, Stolz, Fotos, blond, blauäugig, Kleidung, bekannt*.

Серед зібраного корпусу німецьких етносимволів зафіксовано імена **інших відомих постатей**: *A. Einstein (2), I. Kant, A. Schwarzer, J. Klinsmann, A. Krupp*, які відносяться до різних сфер соціокультурного життя країни. З *A. Einstein* асоціюються його досягнення в галузі фізики та Нобелівською премією, тому антропонім **Einstein** став символом мудрості: *klug wie Einstein*. Асоціативне поле *I. Kant* також вказує на особливості діяльності цього визначного філософа: *Aufklärung, Dichter und Denker, Erkenntnistheorie, kantische Fragen, Philosophie*.

Відомою німецькою особистістю є Альфред Крупп, засновник сталеварного виробництва. Завод А. Крупп виробляв багато різних виробів, однак для наших опитаних це ім'я в першу чергу асоціюється з виробництвом гармат та війною, тому стало основою фразеологізму: «*Hart wie Kruppstahl*», а ім'я *Krupp* – символом багатства: *Krupp und Krause «багати та бідні»*.

Для багатьох німецьких жінок символом фемінізму є *Alice Schwarzer*, засновник та редактор журналу *Emma*. Вона асоціюється з *Feministin, «EMMA», TV-Auftritte, Brille, große Klappe*. Останні асоціації пов'язані з тим, що А. Шварцер за її феміністичні висловлювання називають «*Frau mit großer Klappe*», з'явився навіть вислів «*Alice-Schwarzer-Brille*», що позначає феміністичну точку зору. Більшість чоловіків символом Німеччини визнають *Jürgen Klinsmann*. Асоціативне поле терміну вказує на його спортивну діяльність: *Fußballer, Nationalmannschaft, Trainer, Jugendliebe, blond und blauäugig*.

Антропоніми-символи відображають специфіку культурно-історичного розвитку народу. Джерелом формування власних назв з символічним значенням можуть бути міфологічні та релігійні вірування, біблійні сюжети, літературні твори, фільми, історичні, політичні та культурні діячі. Передумовою формування символічної семантики є асоціативні уявлення носіїв мови. Діяльність певної особистості, її зовнішність, риси характеру усталено асоціюються з конкретним антропонімом, який починає вербалізувати певне абстрактне поняття. Інтегрування в антропонімі лінгвістичних та екстралінгвістичних знань створює фонову семантику, яка імплікує утворення дериватів, фразеологізмів та паремій. Відповідно антропоніми-символи є лінгвокультурними одиницями та важливими складовими мовної картини світу народу.

Список літератури:

1. Антышев А. Н. Имена. Немецкие антропонимы / А. Н. Антышев – Уфа: Башкирский гос. аграрный ун-т, 2001. – 238 с.
2. Арутюнова Н. Д. К проблеме функциональных типов лексического значения / Н. Д. Арутюнова // Аспекты семантических исследований. – М.: Наука, 1980. – С. 156-249.
3. Кам'янець В. М. Структурні, семантичні та функціональні особливості власних назв сучасної німецької мови: дис. ... канд. філол. н.: 10.02.04 / В. М. Кам'янець – Львів, 2001. – 168 с.
4. Карпенко Ю. О. Про літературну ономастику та її функціональне навантаження / Ю. О. Карпенко // Записки з ономастики: зб. наук. пр. / Одес. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова / від. ред. О. Ю. Карпенко та ін. – Одеса: Астропринт, 2000 – Вип. 41. – С. 68-74.
5. Мурашов Р. З. Имя собственное в современном немецком языке / Мурашов Р. З. – Уфа: Изд-во Башк. ун-та, 1983. – 76 с.
6. Отин Е. С. Из заметок к лекциям по топонимике / Отин Е. С. // Восточноукраинский лингвистический сборник. – Донецк: Донеччина, 2000. – Вып. 6. – С. 37-54.
7. Рут М. С. Антропонимы: размышления о семантике / М. С. Рут // Известия Уральского государственного университета. – 2001. – № 20. – С. 59-64.

8. Суперанская А. В. Общая теория имени собственного / А. В. Суперанская – М.: Наука, 1973 – 367 с.
9. Arens P. Unsere Besten – Wer ist der größte Deutsche? [Электронный ресурс] / Peter Arens – Режим доступа: <http://www.zdf-jahrbuch.de/2003/programmarbeit/arens.htm>
10. Bahlow H. Deutsches Namenlexikon. Familien- und Vornamen nach Ursprung und Sinn erklärt / H. Bahlow – München, 1967. – 588 s.
11. Büchmann G. Geflügelte Worte / G. Büchmann – München: Deutscher Taschenbuch-Verlag, 1967 – 383 s.
12. Duden. Redewendungen und sprichwörtliche Redensarten / Dudenredaktion. – Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich: Dudenverlag, 1996 – Bd. 11. – 864 s.
13. Duden. Zitate und Aussprüche / Dudenredaktion. – Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich: Dudenverlag, 1999 – Bd. 12. – 864 s.
14. Fleischer W. Variationen von Eigennamen / W. Fleischer // Der Name in Sprache und Gesellschaft. Beiträge zur Theorie der Onomastik – Berlin: Akademie Verlag, 1973. – S. 52- 63.
15. Kunze K. Dtw-Atlas. Namenkunde. Vor- und Familiennamen im deutschen Sprachgebiet / K. Kunze – München: Deutscher Taschenbuch Verlag, 1999. – 229 s.
16. Lurker M. Wörterbuch der Symbolik / Manfred Lurker. – Stuttgart: Krönerverlag, 1979. – 686 s.
17. Lutz R. Das grosse Lexikon der sprichwörtlichen Redensarten / R. Lutz – Basel: Herder, 1991 – 636 S.
18. Schwarz M. Einführung in die kognitive Linguistik / Monika Schwarz. – Tübingen, Basel: Francke, 1996. – 238 s.
19. Wolf F. Moderne deutsche Idiomatik / F. Wolf – München: Max Hueber, 1966. – 824 s.

Ящик Н.Р.

Тернопольский национальный педагогический университет
имени Владимира Гнатюка

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА НЕМЕЦКИХ АНТРОПОНИМОВ-СИМВОЛОВ

Аннотация

Статья посвящена исследованию специфики формирования и функционирования немецких антропонимов-символов в языке. На основе лексико-семантического анализа имен собственных определены основные группы символов: мифологические, библейские, имена героев художественной литературы, исторические, политические фигуры, изобретатели, музыканты, спортсмены и представители моды. Материальной базой исследования стали немецкие фразеологизмы, а также результаты опроса немецких граждан.

Ключевые слова: антропоним, символ, символическое значение, фразеологизмы, ассоциативный эксперимент.

Yashchuk N.R.

Ternopil Volodymyr Hnatyuk National Pedagogical University

LEXICAL-SEMANTIC CHARACTERISTIC OF GERMAN ANTHROPONYMS-SYMBOLS

Summary

The article is devoted to the study of the specifics of the formation and functioning of German anthroponyms-symbols in the language. Based on the lexical-semantic analysis of proper names are defined the main groups of symbols: mythological, biblical, the names of heroes of fiction, historical, political figures, inventors, musicians, sportsmen and representatives of fashion. The source of the research was German phraseological units, as well as the results of the survey of German citizens.

Keywords: anthroponym, symbol, symbolic meaning, phraseologism, associative experiment.