

РОЗДІЛ 2 ГЕРМАНСЬКІ МОВИ

УДК 811.1

DOI <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2024.34.1.9>

ВЛАСНІ НАЗВИ У ФРАЗЕОЛОГІЗМАХ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ

PROPER NAMES IN GERMAN PHRASEOLOGISMS

Гаврилова І.М.,

*orcid.org/0000-0003-2322-8051**старший викладач кафедри ділової іноземної мови та перекладу**Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»*

В статті розглянута загальна характеристика фразеологізмів у німецькій мові, які стають все більш важливим аспектом лінгвістичних розвідок і вивчення мови взагалі. Фразеологізми, як стійкі комбінації слів, мають унікальне значення, їх виникнення зумовлено культурними, історичними та соціальними чинниками. У центрі уваги фразеології лежить ідіоматичний характер виразів, що виникає внаслідок взаємодії мови з культурним та соціальним оточенням. Фразеологізм, як структурно-семантична мовна одиниця, характеризується цілісністю значення. Фразеологізми з власними назвами у німецькій мові займають особливо важливе місце. Ці вирази за допомогою метафор, алегорій та образних значень, не лише збагачують мовлення, але й передають емоційні, культурні та історичні аспекти німецькомовного суспільства. Фразеологізми з власними назвами такі, як антропоніми, топоніми та інш. роблять мовлення більш виразним, відображають особливості країни, народу та культури, розкривають спосіб сприйняття світу носіями мови через їх історичну спадщину. Географічні або топонімічні фразеологізми часто пов'язані з важливими історичними подіями, культурними традиціями або природними особливостями певного регіону. Біографічні або номенклатурні вирази відображають вплив видатних особистостей на культуру та світосприйняття. Культурно-історичні репрезентації зберігають пам'ять про важливі події та періоди і відображають важливість історії в мовних репрезентаціях. Брендів та корпоративні вирази зазначають вплив сучасної комерційної культури та бізнесу на мовні вирази. Виникнення літературних або художніх фразеологізмів пов'язано із впливом високої культури і творчості на формування мовних конструкцій. Дослідження фразеологічних одиниць відкриває можливості для аналізу семантичних, структурних та ідіоматичних аспектів мовного виразництва. Врахування мовно-стильових та контекстуальних особливостей використання фразеологізмів дозволяє глибше їх розуміти та ефективніше використовувати в мовленні. У контексті сучасних тенденцій розвитку лінгвістики, зокрема в контексті взаємодії культури та мови, дослідження власних назв у німецьких фразеологічних одиницях набуває особливого значення. У порівнянні з уже відомими дослідженнями, актуальність цієї роботи визначається зверненням до природи та етимології фразеологічних одиниць, що містять власні назви, які охоплюють лінгвістичні, культурні та соціокультурні аспекти.

Ключові слова: фразеологія, фразеологізм, власні назви, антропоніми, топоніми.

The article deals with the general characteristics of phraseological units in the German language, which are becoming an important aspect of linguistic researches and the study of the language in general. Phraseologisms are stable combinations of words and have a unique meaning, their emergence is determined by cultural, historical and social factors. The focus of phraseology is the idiomatic nature of expressions, which arises as a result of the interaction between language and the cultural and social environment. Phraseologisms as a structural-semantic language units are characterized by the integrity of meaning. Phraseologisms with proper names occupy a particularly important place in the German language. These expressions with the help of metaphors, allegories and figurative meanings convey emotional, cultural and historical aspects of German-speaking society. Phraseologisms with proper names such as anthroponyms, toponyms, etc. make speech more expressive, reflect the peculiarities of the country, people and culture, reveal the way speakers of the language perceive the world through their historical heritage. Geographical or toponymic idioms are often associated with important historical events, cultural traditions or natural features of a certain region. Biographical or nomenclature expressions reflect the influence of prominent personalities on culture and worldview. Cultural-historical representations preserve the memory of important events and periods and reflect the importance of history in linguistic representations. Brand and corporate expressions indicate the influence of modern commercial culture and business on language expressions. The emergence of literary or artistic idioms is connected with the influence of high culture and creativity on the formation of language constructions. The study of phraseological units opens opportunities for the analysis of semantic, structural and idiomatic aspects of language expressions. Linguistic, stylistic and contextual features in using of idioms allows to understand them more deeply and use them more effectively in speech. In the context of modern trends in the development of linguistics, in particular in the context of the interaction of culture and language, the study of proper names in German phraseological units acquires special importance. Compared to already known studies, the relevance of this work is determined

by researching the nature and etymology of phraseological units containing proper names, which cover linguistic, cultural and sociocultural aspects.

Key words: phraseology, phraseology, proper names, anthroponyms, toponyms.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Проаналізувати теоретичні аспекти німецьких фразеологізмів та їхніх компонентів, зокрема власних іменників. Дослідити особливості вживання власних назв у структурі фразеологічної одиниці та виявити їх культурно-історичні аспекти.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням властивостей фразеологізмів і типів їх класифікації присвячені роботи В.В. Виноградова, І.І. Чернишової, Е. Агріколи, Г.Л. Пермякова та інших. Власні назви, що репрезентовані в словниковому складі різних мов, представлені в роботах Б.М. Ажнюк, О.Ю. Карпенко, І.Е. Ратнікова та інших.

Постановка проблеми у загальному вигляді. У порівнянні з уже відомими дослідженнями, актуальність цієї роботи визначається зверненням до природи та етимології фразеологічних одиниць, що містять власні назви, які охоплюють лінгвістичні, культурні та соціокультурні аспекти.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Фразеологія є відносно новою лінгвістичною наукою про стійкі комбінації слів у мові, що вивчає явища діахронічно з аналізом їх розвитку у часі, а також синхронічно з точки зору їх сучасної функціональності. Фразеологізм, одиниця цієї науки, визначається як структурно-семантична мовна одиниця, що відрізняється від синтаксичних сполучень і від слова цілісністю значення, структурою та вживанням [12, с. 77].

Фразеологізми у німецькій мові є важливою складовою її лексико-семантичного апарату. Вони представляють собою стійкі вирази, що складаються зі слів або словосполучень і мають закріплене значення, відмінне від літературного. Одна з ключових характеристик фразеологізмів, зокрема і в німецькій мові – це їхній ідіоматичний характер, вони не можуть бути зрозумілі на основі значень складових слів. Переклад ідіом іноземною мовою потребує тонкого відчуття мов оригіналу і перекладу, глибокого аналітичного та інтуїтивного підходу, оскільки йдеться про пошук у мові перекладу відповідників, які повинні сприйматися, як свої, рідні [9, с. 148].

До основних рис фразеологізмів відносять ідіоматичність, стійкість форми та значення, семантичну незалежність та обмеженість в поєднаннях слів. Ці особливості роблять їх важ-

ливим об'єктом дослідження для мовознавців, адже вивчення фразеологізмів дозволяє глибше розуміти менталітет та культуру народу.

Дослідник Я. Баран вказує на такі властивості фразеологізмів як образність і місткість їх значення, а також підкреслює, що вони «виражають предметно-логічне значення, ... доповнюють його відповідною характеристикою предметів, процесів, явищ тощо, яка не завжди міститься у семантиці окремого слова» [3, с. 36].

Власні назви у фразеологізмах відіграють важливу роль у лінгвістичному та культурному аспектах кожної мови. Ця особливість фразеології створює мовне явище, в якому власні імена, такі як назви людей, місць та історичних подій, не лише асоціюються з конкретними значеннями, але й визначаються як символи національної ідентичності та культурної спадщини.

Фразеологізми, що включають в себе власні назви, можна класифікувати за різними ознаками, такими як походження, семантичні аспекти та структура.

Географічні або топонімічні фразеологізми включають назви місцевостей, країн, міст, річок, гір, островів тощо.

«*Mit Alsterwasser gatauft sein*» (бути родом з Гамбургу).

Біографічні або антропонімічні фразеологізми містять імена конкретних осіб, історичних постатей або вигаданих персонажів.

«*jemandem das Leben zur Hölle machen wie Mephisto*» (ускладнювати чиесь життя).

У культурно-історичних фразеологізмах вжито назви культурних або історичних подій, феноменів.

«*etwas im Sturm erobern*» (букв. підкорити щось бурєю) – означає швидко та впевнено досягти успіху.

Брендові або компанійні фразеологізми містять назви відомих брендів або торгових марок.

«*etwas ist wie ein Apple*» (означає високу якість, сучасність або популярність).

До складу літературних або міфологічних фразеологізмів входять назви творів мистецтва, письменництва або персонажів.

«*sein Romeo und Julia spielen*» (розігрівати кохання або романтичні відносини).

За емоційним забарвленням фразеологізми поділяють на позитивні та негативні.

Позитивні виражають позитивні емоції, стани та явища.

«*Jemand ist ein richtiger Kant*» (хтось є справжнім Кантом) – це може вказувати на особу, яка має високий інтелект або мудрість.

Негативні, в свою чергу, виражають негативні емоції, стани та явища.

«*Sich aufführen wie Nero*» (поводитися як Нерон) – описує безжалісну, жорстоку поведінку або рішення особи.

За тематикою розрізняють повсякденні та професійні фразеологізми.

Повсякденні використовуються у щоденному спілкуванні.

«*Ein dummes Lieschen sein*» (бути дурною Лізою) – вживається для опису особи з недостатнім інтелектом або необдуманної дії.

Натомість професійні зустрічаються у вжитку в окремих професійних колах.

«*Ein echter Künstler sein*» (бути справжнім митцем) може вживатися стосовно талановитого артиста чи творчої особистості.

Німецька національна культура, що формувалася і продовжує свій розвиток, визначалася великою мірою впливом релігійної думки, зокрема християнства. Багато виразів німецької мови надалі відчувають вплив християнської традиції. [11] Крім того, використання власних назв у фразеологізмах може визначатися асоціаціями з конкретними особами, місцями або подіями, що впливає на їхнє ідіоматичне значення та використання. Фразеологічні одиниці з міжнародними власними назвами поділено нами на такі підгрупи:

одиниці, що походять з античних часів

«*Schwert des Damokles*» (непередбачувана небезпека);

«*Sisyphusarbeit*» (безплідна праця, яку доводиться виконувати безкінечно).

одиниці, що утворилися під впливом християнства

«*von Adam und Eva anfangen*» (розпочинати щось з самого початку),

«*Daniel in der Löwengrube*» (визначає людину, яка переживає заважкі випробування або небезпеку).

одиниці, джерелом походження яких є твори світової літератури та особи, події всесвітньої історії.

Класифікуючи фразеологізми з власними назвами можна виділити, по-перше, імена, що безпосередньо вказують на певну історичну особу. Вони містять в собі інформацію про культурні та історичні аспекти денотату, по-друге, фразеологізми, що безпосередньо не пов'язані з конкретною особою і використовуються як з імена-ха-

рактеристики, є абстрактними, що послаблює загальне значення.

У фразеології німецькій мові, пов'язаної з іменами осіб, найчастіше використовуються імена (Rufname), рідше – прізвища (Familienname), а щодо прізвиськ (Kosenamen) вони зустрічаються значно рідше і мають епізодичний характер. Кожен фразеологічний вираз з іменем має свою історію, відображає специфічні риси особистостей та є результатом культурного, історичного та соціокультурного контексту, у якому він сформулювався. До національних власних назв у складі фразеологізмів належать здебільшого чоловічі імена *Almann, Lenz, August, Emil, Fritz, Heinrich, Jakob, Max, Oskar, Peter, Ulrich, Michael, Moritz, Wilhelm, Daniel, Otto*.

Das ist für den Alten Fritz(en) (працювати без зарплати);

Onkel Fritz aus Neuruppin (довірлива людина);
dann Heinrich, gute Nacht! (я передчуваю щось погане);

den müden Heinrich spielen (працювати дуже повільно);

Hasenpeter (боягуз);

Blaubeermichael (бідний чоловік);

Schlafmichael (людина, з якою нудно);

Der soll Otto heißen (крутий хлопець).

Проте найчастіше в досліджувальних джерелах у складі фразеологізмів використовується ім'я *Hans*, що походить від біблійного імені Johannes. Як одне з найпопулярніших, воно набуло широкого вжитку. З 15 століття до нього додаються характерні терміни *Hans Stotterer* (заїка), *Hans Liederlich* (розпусний чоловік), *Hans Ohnesorge* (безтурботна людина), які розтлумачуються як прізвиська. Складні іменники, де *-hans* є останнім елементом, часто набувають пейоративного значення: *Prahlhans* (хвалько), *Wursthans* (ненажеро).

Jeder Hans findet seine Grete (кожен чоловік знайде свою другу половинку);

Hans Hasenfuß (боязка людина);

Hanskaspar (хлопчик, який робить дурниці);

Hanskraft (сильна, але незграбна людина);

armer Hans (для висловлення жалю стосовно когось);

Plapperhans (балакун);

Plauderhans (той, хто не може зберігати таємниці);

Hansdampf in allen Gassen (про людину, яка багато подорожує і знає всі новини);

Was Hänschen nicht lernt, lernt Hans nimmermehr (Чого Гансик не навчиться, того Ганс ніколи не вивчить – знання легше здобувати в юному віці).

Жіночі особові імена рідше використовуються у фразеологічних одиницях порівняно з чоловічими. Основні з цих імен *Minna, Trine, Liese, Lotte, Frieda* часто набувають негативних відтінків у фразеологізмах: забудькувата, неохайна та інше.

Eine liederliche Liese (неохайна дівчина).

Фразеологічні одиниці можуть містити також прізвища, серед яких найчастіше вживаються *Müller, Meier, Schmidt*. Активність використання таких прізвищ можна пояснити поширеністю професій, які вони позначають:

Müller (мельник);

Schmidt (коваль).

Разом з тим можна підкреслити, що ці прізвища і імена вказували на соціальний статус людини, яка їх носила. Отже, використання влас-

них назв у фразеологізмах є способом збереження та передачі культурних та історичних аспектів суспільства.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Фразеологічні вирази з власними назвами часто стають віддзеркаленням німецької історії, культури та традицій. Ці вирази можуть відтворювати історичні події, культурні уявлення та стереотипи, що характеризують певний період чи аспект життя.

Цікавим об'єктом подальшого дослідження є фразеологізми з використанням географічних назв, адже вони відображають вплив географічних, історичних та культурних аспектів на мовлення та сприйняття світу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Ахманова О.С., Меднікова З.М., Григор'єва С.А. До питання про фразеологічної сполучуваності слів і шляхах її вивчення. 1967. 97 с.
2. Баран Я. А. Основні питання загальної та німецької фразеології. Львів : Вища школа. Видавництво при Львівському у-ті, 1980. 156 с.
3. Баран Я. Фразеологізми у системі мови. *Вісн. Прикарпат. ун-ту. Сер. : Філологія.* Івано-Франківськ : Плай, 1999. Вип. III. С. 35–42.
4. Гаманюк В., Мішеніна Т. Фразеологізми з ономастичним компонентом як репрезентанти культури (німецько-українські паралелі). *Філологічні студії: Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету.* 2019. Т. 20. С. 29–54.
5. Готра Ю. Ю. Сучасні дослідження з іноземної філології. м. Львів 2016. Вип.14.
6. Зимомря М. Теоретичні основи фразеології. Ужгород : Ужгор. держ. ун-т, 1999. 176 с.
7. Ковбасюк Л.А., Касаткін О.С. Власна назва у фразеологічних одиницях сучасної німецької мови: гендерний аспект. 2017. № 2 (17). С. 151.
8. Лалаян, Н. С. Фразеологічні одиниці з ономастичним компонентом у сучасній німецькій мові : структурно-семантичний та функціональний аспекти [Текст] : автореф. дис. : Одеський національний ун-т ім. І. І. Мечникова. Одеса., 2008. 22 с.
9. Матвіїшин О. М. Колоритні українські фраземи у німецькомовних варіантах західноукраїнських перекладачів. *Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. Філологічні науки.* 2012. № 22 (247). С. 147–151.
10. Обіход Інна Василівна. Німецькі фразеологізми з компонентом на позначення фізичного стану людини: ідеографічна характеристика. 129-те вид. м. Тернопіль : Терноп. нац. пед. ун-т ім. Володимира Гнатюка, 2018. 45 с.
11. Обруєва Г. Х. Про зрушення власного імені в розряд номінальних слів у фразеології англійської мови. *Вісник.* 2010. № 22 (203). С. 94–99.
12. Огуй О. Д. Лексикологія сучасної німецької мови. Вінниця: Нова книга, 2003. 416 с.
13. Павличко О. О. Фразеологічні паралелі німецької та української мов, 2019. с. 10.
14. Duden Redewendungen. Wörterbuch der deutschen Idiomatik. Der Duden in zwölf Bänden. 4. neu bearbeitete und aktualisierte Auflage. Band 11. Dudenverlag. Berlin/Mannheim/Zürich. 2013.
15. Digitale Wörterbuch der deutschen Sprache. URL: <https://www.dwds.de/wb>
16. Christoph Gutknecht: *Von Treppenwitz bis Sauregurkenzeit.* Die verrücktesten Wörter im Deutschen. Verlag C.H. Beck oHG. München. 2008.
17. Das große Fremdwörterbuch. Herkunft und Bedeutung der Fremdwörter. 4. Auflage. Dudenverlag. Mannheim/Leipzig/Wien/Zürich. 2007.
18. Földes Cs. Anthroponyme als Strukturkomponenten deutscher Phraseologismen. Zeitschrift für germanistische Linguistik. Hrsg. Von H. Henne. Berlin, New-York: Walter de Gruyter, 1987. 19 S.
19. Fleischer W. Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache. 2. Aufl. Tübingen: Max Niemeyer, 1997. 299 S.