

УДК 811'373.612.2:81'25  
DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.6.1/33>

**Жижома О. О.**

ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»

**Гусєв М. С.**

ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»

## ЛІНГВОКУЛЬТУРНА СПЕЦИФІКА ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ З ОНОМАСТИЧНИМ КОМПОНЕНТОМ У СУЧАСНИХ СЛОВ'ЯНСЬКИХ МОВАХ

*Дана розвідка присвячена зіставному аналізу українських, польських та російських фразеологізмів і паремій з ономастичним компонентом, що становлять вагомий пласт лінгвокультурної інформації та відображають історичний досвід, ціннісні орієнтири й ментальні моделі слов'янських народів. З урахуванням міждисциплінарного підходу простежено особливості функціонування антропонімів, агіонімів та інших різновидів онімів, визначено їхню семантичну роль у формуванні культурних смислів. Метод моделювання, компонентний та дефініційний аналіз дали змогу окреслити спільні та відмінні риси фразеологічних одиниць у трьох мовах, виявити специфіку їх внутрішньої форми, символіки та аксіологічного навантаження. Дослідження засвідчило, що антропоніми є найбільш продуктивною групою, оскільки уособлюють узагальнені соціальні типи, формують стійкі культурні образи та активно беруть участь у процесі типізації. Водночас значна частина українських одиниць вирізняється гумористичністю, фольклорними алюзіями та локально маркованими історичними асоціаціями, що зумовлює їхню герметичність і відсутність точних аналогів у польській та російській мовах. У польській традиції ключову роль відіграють усталені антропоніми-символи поведінкових рис, а російська демонструє високу міру культурної впізнаваності персонажів, закріплених у народній свідомості. Значущим постає й функціонування агіонімів, які у пареміях виконують роль морально-етичних та календарно-обрядових маркерів.*

*Отримані результати підтверджують, що оніми у фразеологічній системі не лише називають, а й структурують культурну пам'ять, забезпечуючи передачу ключових смислів між поколіннями. Дослідження відкриває перспективи для подальшого вивчення механізмів формування фразеологічних образів, міжмовних паралелей та національно специфічних семантичних моделей у слов'янських лінгвокультурах.*

**Ключові слова:** фразеологізми з ономастичним компонентом, паремії, агіоніми, культурні маркери, порівняльний аналіз, семантика, внутрішня форма фразеологізмів.

**Постановка проблеми.** Активне функціонування фразеологізмів у сучасних слов'янських мовах, у їх лінгвокультурному просторі сприяє формуванню національної картини світу народу. Природа таких одиниць, особливості їх семантико-стилістичних можливостей, зумовлюють постійний інтерес науковців, оскільки потенціал ідом і паремій, так званих, «перлин мови» [1, с. 10] зумовлює їх текстотвірні можливості, які зазвичай є більшими аніж у вільних словосполученнях. Визначення характерних рис, притаманних ідіомам із ономастичним компонентом, у зіставному аспекті наразі є одним із цікавих питань сучасної лінгвістики, яке спирається на міждисциплінарний підхід і поєднує як загальнонаукові так і спеціальні методи дослідження, що сприяють

виявленню специфічних семантичних ознак та їх лексико-семантичних варіантів у межах української, польської та російської культур.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Проблемі вивчення особливостей фразеологічних одиниць була присвячена низка фундаментальних наукових розвідок українських, російських та польських мовознавців, зокрема Олександра Потебні, Леоніда Скрипника, Олександра Мельничука, Івана Кочана, Лариси Коломієць, Олександра Єрмоленка, Галини Удовиченко, Марії Демської, Віктора Виноградова, Анни Малгожати Пайдзінської, Войцеха Павела Соснівського, Дороти Клімек-Янковської, Єжи Бартмінського, Анни Вежицької, Йоланти Козак, проте й надалі інтерес до вивчення питання фразеологічного

спадку залишається у фокусі сучасних дослідників різних галузей мовознавства, адже саме вивчення ідіом, паремій нерозривно пов'язане із комплексним аналізом тієї чи іншої мови та культури конкретного народу.

**Постановка завдання.** Актуальність роботи зумовлена потребою комплексного вивчення культурно маркованих ідіом у зіставному аспекті, у яких зберігається колективна пам'ять народу. Метою нашого дослідження є визначення специфіки фразеологізмів і паремій з компонентами-онімами, які є національними маркерами зазначених лінгвокультур. У межах цього підходу ключову роль відіграє етнолінгвістичний метод, спрямований на вивчення невербальних знаків у контексті кожної культури. При цьому подібний аналіз, безумовно, ускладнюється особливостями етимології подібних фразеологізмів.

**Виклад основного матеріалу.** Поняття культурно вагомої інформації тісно пов'язане із самим процесом людського самопізнання, коли людина з-поміж буттєвого розмаїття виокремлює конкретні загальнолюдські цінності, орієнтири, що згодом формують ієрархію цінностей у певній культурі на конкретному етапі її розвитку. З огляду на лінгвокультурний аспект, паремії та ідіоми – це особливі знаки культурного маркера, які є віддзеркаленням певної внутрішньої (семантичної) і зовнішньої інформації. Високий ступінь переосмислення компонентів, що входять до складу фразеологічної одиниці, образність, стійкість, відтворюваність у відповідній послідовності забезпечує ідіомам суцільне фразеологічне значення – домінантну їх ознаку, порівняно із вільними словосполученнями. Прислів'я можна охарактеризувати як завершені за змістом і структурою вислови, у яких думка передається в образній, переносній формі. Вони зазвичай мають повчальний характер і вирізняються ритмічністю та мелодійністю. Натомість приказки відтворюють певні життєві ситуації, події чи явища, передаючи спостереження та життєвий досвід без прямого моралізування. Аналіз фразеологічних одиниць в контексті їх культурно-національної специфіки, виявлення їх особливостей допомагає, з одного боку, засвідчити ресурсні можливості кожної національної фразеології, а з іншої, – простежити наявність аналогічних одиниць в інших слов'янських мовах, встановити універсальні моделі, закладені у внутрішній формі ідіом і паремій, щоб не перебільшувати долю національного компонента у фраземному фонді кожної з мов. Тому для дослідження було підібрано фразеоло-

гізми з онімним компонентом, зафіксовані в словниках української, польської та російської мов.

Фразеологізми та паремії з ономастичним компонентом – «вторинні, видові назви, що доповнюють і уточнюють первинну, загальну й служать для розрізнення номенів одного типу» [2, с. 21] відображають національну специфіку народу. Розмаїтість таких одиниць, серед яких є міфоніми, хрононіми, агіоніми, літературні оніфми, історичні оніми та антропоніми, зумовлює їх своєрідність в кожній культурі як носіїв певних кодів окремих слов'янських народів. Найбільш продуктивним є клас фразеологізмів та паремій з антропонімами, тоді як хрононіми виявляються малопродуктивними для сучасного мовного простору.

Досить часто аналіз національної специфіки ідіом зводиться до виявлення символів, властивих тому чи іншому народові або власних промовляючих імен. Так в російській культурі ім'я «Ємеля» має виразне символічне навантаження, сформоване переважно під впливом народних казок, зокрема відомої «За шучим велінням», тому й викликає низку асоціацій: лінощі та бездіяльність, простодушність та наївність, тобто це архетип "лінивого щасливця", який став стійким культурним образом у росіян. Один з українських аналогів «*Не мели, як пустий млин*», «*Мели, Іване, доки вітру стане*» хоч і містить ономастичний компонент, проте він є нейтральним і не викликає подібних асоціацій. У польській мові з-поміж кількох варіантів найточніше передає суть російського виразу фразеологізм „*Mielić ozorem, jak najęty*”.

Аналіз національної специфіки фразеологізмів з ономастичним компонентом часто визначається наявністю унікальних лексичних маркерів, які віддзеркалюють певні культурні реалії. Так, на українському фразеологічному тлі яскраво вирізняються ідіоми та паремії з ономастичним компонентом, що стає об'єктом жартів, гумору чи іронії, що, ймовірно, пояснюється кількома важливими чинниками: по-перше, власні імена створюють яскравий образ, який викликає певні асоціації, адже такі вирази звучать «живіше», аніж нейтральні конструкції: «*Пішов до дядька в Микитяни*», по-друге, завдяки конкретизації створюють комічний ефект, коли гумор виникає внаслідок поєднання загального змісту і конкретного імені, що має простонародне або характерне звучання, яке ніби матеріалізує ситуацію, роблячи її ближчою до побутового жанру: «*От, тобі, Гапко, й шпак, малий та ротатий*», «*І ззду звать, що Хомою звать*», «*Наша Парася на все*

удалася», «З Богом, Парасю, поки люди трапляються», «Велика Педоря, та дурна», «Крути, Панько, головою», «Петрик із притиками», по-третє, повторне використання онімів, що походять із фольклору, створює ефект культурного цитування з гумористичним підтекстом, відтак реципієнт пізнає образ, який є спільним: «Ростом з Івана, а розум з болвана», «Дурному Гаврильці усе чорнобривці», «Не буде Галя, буде другая», «Який Сава, така й слава», «Казала Настя, як удасться», «Кобилка біжить, Ванько лежить», «Скачи Данило, хоч тобі й не мило», «Науме, Науме, дурний твій уме», «Забагато ласки для нашої Параски»; по-четверте, ім'я в складі фразеологізму часто використовується як типовий персонаж, евфемізує вислів, який дозволяє м'яко висміяти риси характеру чи поведінки, не ображаючи реальну особу: «Бери, Гаврило, що другі не з'їли», «Дурного Кирила й Химка побила», «За Панасом й Панасиха», «Як Хомка, так його й жонка», «Чого Івась не навчився, того Іван не буде вміти», «Товчеться, як Марко по пеклу», «Та він як Панас – де не посіє, там зійде», «Біда та й годі, як у Мотрі»; по-п'яте, деякі вирази містять гумористичну складову через парадоксальний зміст, коли несподіване поєднання імені та дії створює комізм: «Наша Гандзя письмо розуміє, а читати не вміє», «У Степана очі – як у теляти, що вперше вийшло на лід». Власні назви у складі фразеологізмів «зазнають складних семантичних перетворень, збагачуються новою семантикою, втрачають функцію індивідуалізації й набувають властивостей узагальнювати, характеризувати, перетворюючись в експресивне слово» [4, с. 102].

Посилують національну складову фразеологізмів з ономастичним (відономастичним) компонентом вирази, що містять унікальні лексичні символи: «Знаю, що в Хіврі немає **очіпка**», «По Савці й **свитка**», «Пішов до Варварки, надибав **шкварки**», «Не для Гриця **паляниця**», «Кирило, набий мені **барило**», «Як казав Кирило, я вже не **мотовило**», «Підскачила Маланка, а молоко хлюп до **дзбанка**», «Як гарна Параска, то й гарна й **запаска**, коли ж вона як мулиця, то не вабить і **спідниця**», «Сидить Семен під **кручею**, ловить раки **онучею**» або історичний підтекст, що демонстрував характер взаємин із сусідніми народами, коли завдяки названям у них іменам можна "прочитати" сторінки з нашого минулого [5, с. 28]: «Буде й Лях, як Русин», «Він так намоскалився, що і з живого п'яти рве», «Матері твоїй московська бурулька», «Мутить, як у селі Москаль», «Мазепин дух!», «Мазепа!», «Лядський сину», «За

твое Литва кошелями б'ється!», «Б'ють Хому за Яремину вину!», «Або будем на Русі, або пропадем усі», «Люде не татари, дадуть кусок хліба», «Аби не лежачого татари взяли», «Не пив Полтавської води», «Раз кахикнула – трохи ляшків прикликнула», «Чи то можна Січ віддати за спасибі?!». Наведені приклади фразеологізмів є яскравим відзеркаленням національного колориту, це – застигли фрагменти історичного життя людей певної території, адже такого роду ідіоми і паремії зазвичай виростають із військових подій, народних легенд, побутових реалій чи соціальних конфліктів. Україна пережила власні, унікальні процеси: козацтво, стосунки з Річчю Посполитою, війни зі Швецією, татарсько-турецькі набіги тощо, тому й ідіоми, що народилися саме тут і «прив'язані» до українського досвіду, є герметичними, а наявний у них ономастичний компонент відіграє особливу роль – є прозорим для українця і чужим для представника іншої культури. Такі вирази не матимуть прямих аналогів в інших мовах, адже вони фіксують локальний досвід і якщо подібного не було в російській чи польській історії, культурі, то й фразеологічного образу не виникне: те, що для українців знайоме, смішне, болюче, у поляків чи росіян не викликати ніяких асоціацій. Це пояснює відсутність точних аналогів українських фразеологізмів у польській чи російській мовах; до них можна підібрати близькі за значенням, а не атмосферою відповідники. Наприклад, до виразу «*Bez sztanów za Dnieprzem za Moskwą chodzą*» (характеризує крайню бідність через певні історичні події, що відбулися на Лівобережній Україні) у польській мові можна підібрати кілька висловів, що передають загальний зміст, але жодного з ономастичним компонентом – натяком): «*Chodź bez gaci*»; «*Być gołym jak święty turecki*», «*Nie mieć za co*» або «*Nie mieć grosza przy duszy*», «*Bieda aż piszczy*».

Важливим аспектом у ході роботи є той факт, що здебільшого власні імена, які функціонують в ідіомах і пареміях, не мають «обличчя» у прямому антропологічному розумінні, однак вони виконують специфічну, культурно марковану функцію зв'язку мови та культури. На відміну від індивідуальної ідентифікації, властивої антропомімам у повсякденному спілкуванні, у фразеологічній системі власні імена зазнають процесу узагальнення та типізації: вони позбавляються конкретності, перетворюючись на символи, у яких закодовано певний обсяг колективної культурної пам'яті. Через часто вживані оніми актуалізується культурний зміст, закріплений за певним

персонажем, історичною епохою або соціальним типом, значущим для того чи іншого прошарку суспільства. Таке зміщення акценту зі статичного імені на культурно насичений образ дає можливість фразеологізмам виконувати роль «культурних контейнерів», у яких зберігаються уявлення про моральні, історичні, соціальні та ментальні орієнтири народу. Вони відображають не лише окремі риси конкретного персонажа, а й цінності, норми та культурні архетипи, які сформувалися впродовж тривалого історичного розвитку. Ця закономірність проявляється як в українській, так і в польській та російській мовних традиціях, де оніми також слугують «точками згущення» культурного досвіду. Кожна з цих мов демонструє особливі шляхи вербалізації культурних кодів через власні імена. Так, одним із улюблених імен, використаних українським народом в ідіомах і пареміях, є чоловіче ім'я Хома, вживане часто в контексті характеристики людини низького соціального статусу: *«І ззаду знать, що Хомою звать»*, *«Хома – дворянин на безлюддю»*, *«На безлюдді і Хома чоловік»*, *«Не дримай, Хомко, на те й ярмарок»*, *«На бідного Хому і дерево падає»*, *«Іхав до Хоми, а заїхав до куми»*, *«Над тебе, Хома, і в світі немає»*, *«Тільки й людей, що Хома в церкві»*, *«Хома купив, Хома п'є, бо у Хоми гроші є»*, *«Умер Хома й добра нема»*, *«По Хоми й шапка»* [5], для підкреслення особливостей жіночої вдачі часто використовують ім'я Параска: *«Хто до кого, а я до Параски»*, *«Я до своєї Параски скачу через перелазки»*, *«Знати Параску, що хліб пекла, бо й ворота в тісті»*, *«Наша Параня уже встає зрання»*, *«Як гарна Параска, то й гарна запаска, коли ж вона як мулиця, то не вабить і спідниця»*, *«Забагато ласки для нашої Параски»*, *«Такої ласки не дістати і в Параски»*, *«У всякої Пашки свої замашки»*, *«Хоч би Параска злізла і на дуба – все-таки не буде з Параски Якуба»*. В польській традиції такими поширенішими «народними» іменами є чоловіче Jan (Janek): *«Jak u Jana»*, *«Święty Jan nie pomoże»*, жіноче Zosia: *«Zosia Samosia»*, *«Zosia Samosia z siebie»*, *«Nie bądź Zosią Samosią»*, *«Mała Zosia»*, *«Zosia od siedmiu boleści»*, в російській – це Іван, Фома, Емеля: *«Иван-дурак»*, *«Не поминай Ивана всуе»*, *«Фома неверующий»*, *«Фома да Ерёма»*, *«Мели, Емеля, твоя неделя»* тощо. Таким чином, використання антропонімів в українській, польській та російській фразеологічних традиціях засвідчує спільну для слов'янських культур тенденцію персоніфікувати колективний досвід через типізовані імена, що стають носіями культурних сценаріїв, соці-

альних характеристик і моральних оцінок. Незважаючи на те, що конкретні імена різняться між мовами, до прикладу, Хома й Параска в українській, Jan і Zosia у польській, Іван, Фома та Емеля в російській – у всіх випадках вони функціонують як «культурні маркери», що концентрують у собі уявлення про певні риси характеру, моделі поведінки та соціальні ролі. Саме тому оніми в ідіомах і пареміях не лише збагачують мовну картину світу, а й виконують важливу роль у збереженні та передачі культурної пам'яті, забезпечуючи спадкоємність фольклорних і морально-етичних смислів у межах національної традиції.

Широко використовуються у пареміології та фразеології слов'янських народів агіоніми – власні назви святих. У межах приказок, прислів'їв та сталих висловів вони виконують функцію морально-етичних маркерів, адже згаданий святий постає не лише як релігійний персонаж, а й як символ певних чеснот, поведінкових норм чи життєвих орієнтирів. Такі імена стають своєрідними кодами, через які мовна спільнота передає свої етичні цінності, моделі поведінки та традиційні уявлення про «добре» і «належне». В українській пареміологічній традиції агіоніми часто позначають переломні моменти календаря, уособлюють захисників, покровителів певних сфер життя й віддзеркалюють народну мудрість. Наприклад, день святого Андрія (30 листопада) у народній традиції пов'язаний із ворожінням, гаданням дівчат, чим і пояснюється значною кількістю паремій відповідного змісту: *«На Андрія робиться дівцям надія»*, *«Я, святий Андрію, конопельки сію, дай же, Боже, знати, з ким буду весілля грати»*, *«Андрію, Андрію, конопельки сію, спідницею волочу, заміж вийти хочу»*, а день Миколи Весняного чи Теплового (9 травня) був чоловічим святом, з яким пов'язано також кілька приповідок: *«Прийшов Миколай – коней випасай»*, *«Юрій з теплом, а Микола з кормом»*, *«Святий Юрій пасе корів, а Микола – коней»*. Подібні моделі функціонування агіонімів простежуються й в інших слов'янських мовах, у польській: *«Święty Marcin przyjeżdża na białym koniu»* – святий Марцин приносить зимові морози; у російській: *«На святого Георгия зима кончается»*, де Георгій з'являється як маркер циклічності природних процесів. Усі ці приклади демонструють, що агіоніми в мовній традиції виконують разом з номінативною ще й культурно-семіотичну функцію: вони структурують народну картину світу, сприяють переданню культурної пам'яті та слугують інструментом фіксації моральних орієн-

тирів, що квінтесенцією втілюються в народних прислів'ях і приказках.

**Висновки.** Проведене дослідження засвідчує, що фразеологізми та паремії з ономастичним компонентом у сучасних українській, польській та російській мовах становлять важливий пласт лінгвокультурної інформації, у якому закладено історичний досвід, світоглядні орієнтири та морально-етичні уявлення відповідних народів. Порівняльний аналіз показав, що, попри наявність типологічних подібностей, зокрема у використанні антропонімів як засобів узагальненої характеристики людини чи соціального типу, кожна з мов формує унікальну систему культурних символів, що відбиває її власний історичний шлях. Антропоніми, агіоніми, міфоніми та інші різновиди онімів виявляють високу семіотичну насиченість, стаючи «культурними маркерами» та «контейнерами» колективної пам'яті. Особлива продуктивність антропонімічних фразеологізмів засвідчує тенденцію слов'янських культур до пер-

соніфікації досвіду через типізовані імена, тоді як локально зумовлені історичні реалії створюють національно специфічні моделі, нерідко без прямих аналогів в інших мовах. Український матеріал вирізняється яскравою образністю, комізмом та інтенсивною експлуатацією власних імен, польський – сталістю окремих антропонімів як символів поведінкових рис, російський – значним символічним навантаженням культурно впізнаваних персонажів. Усі розглянуті слов'янські традиції демонструють, що оніми у складі фразеологічних одиниць виконують не лише номінативну, а й культурно-семіотичну, аксіологічну та етнопізнавальну функції, стаючи надійним інструментом збереження й трансляції культурної спадщини. Отримані результати підтверджують перспективність подальших досліджень у межах етнолінгвістики, фразеології та міжкультурної комунікації, зокрема щодо уточнення механізмів формування фразеологічних образів і їхнього функціонування в сучасному мовному просторі.

#### Список літератури:

1. Ужченко В. Народження і життя фразеологізму. Київ, 1988. 209 с.
2. Пасік Н. М. Роль ономастичних компонентів у формуванні фразеологічного та пареміологічного значення. Мовознавство. 1999. № 2–3. С. 21–30
3. Жайворонок В. В. Символіка імені в контексті етнокультури. *Науковий вісник Кафедри ЮНЕСКО Київського національного лінгвістичного університету*. Київ, 2001. Вип. 5. С. 106–115.
4. Олійник С. В. Семантика фразеологічних одиниць із власною назвою в англійській та українській мовах. *Південний архів (філологічні науки)*. № 86. 2021.
5. Зорівчак Р. П. Фразеологічна одиниця як перекладознавча категорія. Львів: «Вища школа», 1983. 175 с.

#### Zhyzhoma O. O., Husiev M. S. ZLINGUOCULTURAL SPECIFICITY OF PHRASEOLOGISMS WITH ONOMASTIC COMPONENTS IN MODERN SLAVIC LANGUAGES

*This study is devoted to a comparative analysis of Ukrainian, Polish, and Russian phraseological units and paremias containing an onomastic component, which constitute a significant layer of linguocultural information and reflect the historical experience, value orientations, and mental models of the Slavic peoples. Applying an interdisciplinary approach, the research traces the functional features of anthroponyms, hagianyms, mythonyms, and other types of proper names, and determines their semantic role in shaping cultural meanings. The modelling method, along with componential and definitional analysis, made it possible to outline the shared and divergent features of phraseological units in the three languages, revealing the specifics of their internal form, symbolism, and axiological load. The study demonstrates that anthroponyms represent the most productive group, as they embody generalized social types, form stable cultural images, and play an active role in the process of typification. At the same time, many Ukrainian units are characterized by humour, folkloric allusions, and locally marked historical associations, which render them culturally specific and lacking direct equivalents in Polish and Russian. In the Polish tradition, fixed anthroponyms symbolizing behavioural traits play a key role, while Russian material displays a high degree of cultural recognizability of characters entrenched in popular consciousness. The functioning of hagianyms is also shown to be significant, as they serve as moral-ethical and calendrical-ritual markers in paremias.*

*The findings confirm that proper names in the phraseological system not only denote but also structure cultural memory, ensuring the transmission of key meanings across generations. The study opens up prospects for further research into the mechanisms of phraseological imagery formation, cross-linguistic parallels, and nationally specific semantic models within Slavic linguocultures.*

**Key words:** *phraseological units with an onomastic component, paremias, hagionyms, cultural markers, comparative analysis, semantics, internal form of phraseological units.*

Дата надходження статті: 27.11.2025

Дата прийняття статті: 22.12.2025

Опубліковано: 30.12.2025