УДК 81'37:811.111:811.161.2
DOI https://doi.org/10.24919/2308-4863/85-3-27

Світлана ПОТАПЧУК,
orcid.org/0000-0002-7907-3565
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри іноземних мов
Національного університету водного господарства та природокористування
(Рівне, Україна) s.s.potapchuk@nuwm.edu.ua

Ірина ВЄТРОВА,
orcid.org/0000-0003-3673-7082
кандидат педагогічних наук, доцент,
професор кафедри практики англійської мови і методики викладання
Рівненського державного гуманітарного університету
(Рівне, Україна) irvetr@ukr.net

ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ ДОСЛІДЖЕННЯ ОЙКОНІМІВ У СКЛАДІ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛІЙСЬКОЇ ТА УКРАЇНСЬКОЇ МОВ)

У пропонованій статті досліджується лінгвокультурологічний аспект вивчення ойконімів у складі фразеологічних одиниць (ФО) на матеріалі англійської та української мов. Для досягнення цієї мети здійснюється лінгвокультурологічний аналіз фразеологічних одиниць з компонентом-ойконімом та виявляються позалінгвальні фактори, що впливають на формування ФО; зіставляється конотативний аспект значення та лінгвокультурна інформація, виявляються особливості образності анаілзованих одиниць в англійській та українській мовах. У результаті дослідження встановлено, що мотиваційну основу фразеологізмів з компонентом-ойконімом становить лінгвокультурна інформація, що дає уявлення про культурні цінності, історичні події та колективну пам'ять, які формують світогляд представників різних мовних спільнот. Але без виокремлення й дослідження національно-культурного компоненту ФО, маркером якого є ойконім, його цінність обмежуватиметься лише інформацією про те чи інше поселення, при чому залишиться поза сприйняттям шар історико-культурних та соціально-економічних асоціацій. Більшу частину ФО з компонентом-ойконімом складають лакунарні фразеологічні одиниці, тобто такі, значення яких в одній мові виражені фразеологічно, а в другій – за допомогою вільного словосполучення або ФО, образна основа яких ґрунтується не на ойконімномну компоненті. Лінгвокультурна інформація визначається позамовними факторами, що впливають на розуміння символіки власного імені представниками різних соціумів. Позамовні фактори поділяються на географічні (флора, фауна, клімат, рель'єф тощо) та культурні (матеріальні, духовні й соціальні). З огляду на те, що ці чинники є специфічними для різних етнокультур, зіставний лінгвокультурологічний аналіз ФО з компонентом-ойконімом в англійській та українській мовах засвідчує, що, хоча мислення людей має універсальний характер, засвоєння навколишньої дійсності відбувається у притаманний певній національно-культурній спільноті спосіб.

Ключові слова: *фразеологічна одиниця, ойконім, лінгвокультурна інформація, культурна конотація, мотиваційна основа.*

Svitlana POTAPCHUK,
orcid.org/0000-0002-7907-3565
PhD in Philology,
Associate Professor at the Foreign Languages Department
National University of Water and Environmental Engineering
(Rivne, Ukraine) s.s.potapchuk@nuwm.edu.ua

Iryna VIETROVA,
orcid.org/0000-0003-3673-7082
PhD in Pedagogy, Associate Professor,
Professor at the Department of English Language Practice and Teaching Methodology
Rivne State University of the Humanities
(Rivne, Ukraine) irvetr@ukr.net

THE LINGUISTIC AND CULTURAL ASPECT OF THE STUDY OF OIKONYMS AS ELEMENTS OF PHRASEOLOGICAL UNITS (BASED ON THE ENGLISH AND UKRAINIAN LANGUAGE MATERIALS)

The proposed article explores the linguistic and cultural aspects of studying oikonyms within phraseological units based on materials of the English and Ukrainian languages. To achieve this goal, a linguistic and cultural analysis of

phraseological units containing an oikonym component is conducted, identifying extralinguistic factors that influence the formation of phraseological units. The connotative aspect of meaning and linguistic and cultural information are compared, and the peculiarities of imagery in the analyzed units in English and Ukrainian are examined. The study reveals that the motivational basis of phraseological units with an oikonym component consists of linguocultural information, which provides insight into cultural values, historical events, and collective memory shaping the worldview of different linguistic communities. However, without isolating and studying the national-cultural component of phraseological units, marked by the oikonym, their value will be limited solely to information about a particular settlement, while the layer of historical, cultural, and socio-economic associations will remain unnoticed.

Most phraseological units with an oikonym component are lacunar phraseological units, meaning that their meanings are expressed phraseologically in one language but through free word combinations or phraseological units with a different imagery basis in another. Linguocultural information is determined by extralinguistic factors that influence the perception of the symbolic meaning of proper names among different social groups. These extralinguistic factors are divided into geographical (flora, fauna, climate, relief, etc.) and cultural (material, spiritual, and social). Given that these factors are specific to different ethnocultures, a comparative linguistic and cultural analysis of phraseological units with an oikonym component in English and Ukrainian demonstrates that, although human thinking is universal, the perception and assimilation of reality occur in a manner characteristic of a particular national-cultural community.

Key words: *phraseological unit, oikonym, linguistic and cultural information, cultural connotation, motivational basis.*

Постановка проблеми та обґрунтування актуальності її розгляду. У сучасному мовознавстві топоніміка як розділ лінгвістики, що вивчає географічні назви, є невичерпним джерелом для лінгвокультурологічних досліджень, оскільки топоніми акумулюють складний комплекс культури та психології певного етносу, унікальний спосіб його образного мислення; у топонімах відображаються історичні, природно-географічні особливості, умови життя та самобутність народу. Ойконіми як найменування населених пунктів (міст, сіл, хуторів тощо) можна розглядати як історико-культурну спадщину етносу, оскільки вони висвітлюють його побут та культуру, історичні події, звичаї й традиції. В ойконімії відображаються важливі етапи історії культури народу, який її створив, та виявляються мовні закономірності, що зумовлює її актуальність для мовознавчих студій як джерела культурологічного та лінгвістичного матеріалу. У статті ойконіми розглядаються у складі фразеологічних одиниць (ФО), які є стійкими зворотами, що містять історико-культурну інформацію. У сфері фразеології найбільш яскраво виявляється національний спосіб бачення світу, а у фразеологічному значенні знаходять вираження важливі моменти культурної, географічної, господарчої, політичної, релігійної реальностей, які вплинули на його формування. Як зазначає В.Д. Ужченко, фразеологія, демонструючи емоційно-інтелектуальне освоєння дійсності, створює відчутну інформативну панораму образного кодування навкілля вторинними мовними знаками, розширює наші знання про культуру, матеріальне життя, свідчить про своєрідність відтворення мовної картини світу (Ужченко, 2003: 21).

Актуальність статті зумовлена пріоритетністю досліджень культурної семантики мови у вітчизняному й зарубіжному мовознавстві (А. Вежбицька, Н.Ф. Венжинович, В.В. Жайворонок, В.І. Кононенко, О.П. Левченко, В.Д. Ужченко). На матеріалі англійської та української мов розглядається проблема національно-культурного компонента значення ойконіма в складі фразеологічної одиниці, що сприяє виявленню особливостей фразеологічних картин світу досліджуваних мов.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Топоніміка (або топономастика) як галузь ономастики знаходиться на перетині мовознавства, географії, історії та вивчає географічні назви (топоніми) в аспекті їх походження, значення, розвитку та сучасного стану. Вона є однією з найбільш активно досліджуваних сфер лінгвістики у вітчизняному та зарубіжному мовознавстві. Важливою складовою досліджень в аспекті розвитку національних мов і культур топоніміка стала у XIX столітті. Велику увагу українські вчені приділяли питанню походження топонімів та їх значенню у дослідженнях культури, історії, етнографії етносу (М.М. Максимович, О.О. Потебня, І.Я. Франко). У зарубіжному мовознавстві широко досліджувалась етимологія топонімів на матеріалі різних мов (А. Доза, Д. Стюарт, А. Тейлор), питання запозичень в топоніміці (Е. Ейхлер). Сучасні розвідки вітчизняних вчених характеризуються різноманітністю підходів: з'ясовуються загальні та регіональні закономірності топоніміки (Л.Л. Василюк, К.Й. Галас, Ю.О. Карпенко, В.А. Чабаненко); здійснюються культурно-історичні дослідження топонімів, зокрема, розглядаються питання походження й розвитку географічних назв і їх значення для історії та географії України (О.А. Купчинський, Г. Лабінська); беруться до уваги соціолінгвістичні й політичні аспекти, а саме, конотативні нашарування, що відображають соціальні й культурні процеси в Україні (О.О. Тараненко),

політичний символізм топонімних практик міста (О. Демська). На матеріалі української мови розглядались питання топонімії як мовного образу України (Т.Г. Купач), проблеми правопису топонімів (В.М. Пачева), тюркізми в топонімії України (В.В. Лучик). Здійснювались зіставні дослідження топонімів, зокрема, вивчались моделі словотвору топонімів у хорватській і українській мовах (О. Тимко-Дітко), національно-культурна семантика топонімічної фразеології в англійській та українській мовах (Є.О. Томашевська, В.О. Хохлова). Вивченням ойконімного простору української мови присвячені роботи С.О. Вербича, дисертація В.А. Котович (питання ойконімного простору України в ономастичному й лінгвокультурологічному аспектах), фразеологічні одиниці з ойконімним компонентом розглядала Л.П. Гнатюк, українські ойконіми, вмотивовані назвами рослин, досліджував М.О. Бондаренко.

У розвідці здійснюється лінгвокультурологічний аналіз фразеологічних одиниць з компонентом-ойконімом *з метою* виявлення позалінгвальних факторів, що впливають на формування ФО; зіставлення конотативного аспекту значення та лінгвокультурної інформації, виявлення особливостей образності аналізованих одиниць в англійській та українській мовах. Під фразеологічною одиницею розуміємо лексично неподільне, стійке за складом і структурою, цілісне за значенням словосполучення або речення, що відтворюється в мові як готова мовна одиниця. Аналізуючи особливості культурно-національної конотації, беремо до уваги те, що система образів, закріплених у фразеологічному фонді мови, акумулює світобачення етносу і пов'язана з матеріальною і духовною культурою певної мовної спільноти, відповідно, свідчить про її культурно-національний досвід та традиції. Об'єктом дослідження стали локальні ойконіми, тобто такі, що позначають об'єкти, розташовані на території англійської та української лінгвоспільнот.

Виклад основного матеріалу дослідження. У зв'язку із загальною спрямованістю сучасної лінгвістики на вивчення культурного фактора в мові, важливим є аналіз процесів утворення та розвитку фразеологічних одиниць з топонімічним компонентом англійської та української мов з лінгвокультурологічної точки зору, тобто з погляду відображення в них національно-культурної специфіки. З назвами населених місць пов'язане усе господарче, економічне та політичне життя народу. Виділення національно-культурного компоненту фразеологічної одиниці, маркером якого є ойконім, дає можливість вивчити фразеологізми з точки зору виявлення в їх семантиці інформації про національну культуру та концептосферу. Засобом втілення культурно-національної специфіки є образна основа ФО, а інтерпретація образної основи в знаковому культурно-національному просторі певної лінгвоспільноти уможливлює визначення цієї специфіки. Одиницею лінгвокультурологічного аналізу вважається культурологічна компонента, що розуміється як культурно-ціннісна інформація, поєднана з мовним значенням та локалізована в одиницях мовної системи. Експлікація культурно-національної значущості фразеологізму досягається на основі рефлексивного співвіднесення його значення з тими кодами культури, які відомі мовцю. До таких кодів належать прескрипції в релігійних текстах, прескрипіції народної мудрості, зафіксовані в прислів'ях та приказках, еталони побутового досвіду тощо. Дослідники поділяють фразеологізми на натуральні (базуються на загальних для всіх людей ситуаціях) та конвенціональні (пов'язані з історичними, культурними та соціальними особливостями) (Селіванова, 2004: 128). Розглядані у розвідці фразеологізми належать до конвенціональних ФО, оскільки реалії, що позначаються ФО з компонентом-ойконімом, безпосередньо пов'язані з географією, історією країни, традиціями та характерними рисами мешканців окремих регіонів.

Зовнішні фактори, що впливають на розвиток мови взагалі та виникнення фразеологізмів зокрема, поділяються на географічні та культурні. *Географічні* фактори зумовлюються властивостями природних об'єктів, до яких належать флора, фауна, клімат, рель'єф, віддаленість один від одного тощо, наприклад: англ.: *back o'Bourke* – «дуже далеко, на кінці світу» (ТЕТМ, 2002: 109), Бурк – це місто на північному заході Нового Південного Уельсу, Австралія; укр. *від Києва до Кракова (від Києва до Львова) – всюди біда однакова* (Воропай, 1952: 13); *Ой далеко-далеко до города Київа, а від Київа аж до Полтави, а з Полтави аж до Варшави* (Номис, 2004: 291), де ойконіми *Bourke, Київ, Львів, Краків, Полтава, Варшава* усвідомлюються мовцями як найвіддаленіші локалізації, і на основі такого уявлення створюється семантика віддаленості у просторі.

Культурні фактори зумовлюються рівнем розвитку суспільства та поділяються на матеріальні, духовні й соціальні. *Матеріальна* культура відображається у назвах поселень, пов'язаних з:

1) промисловістю: англ.: *the price of coals at Brentford* – «щось неважливе, безглузде». Історична інформація про те, що місто Брентфорд було осно-

вним місцем розподілу вугілля в Лондоні, і ціни на цю корисну копалину там не обговорювались, метафорично переосмислюється та аналогізується з непотрібною дією, безглуздою дискусією, що і уможливлює виникнення вищезгаданого значення (ТЕТМ, 2002: 737). Вислів *What Manchester does today, the world does tomorrow* – «те, що Манчестер робить сьогодні, світ буде робити завтра» належить прем'єр-міністру Великобританії у XIX столітті Бенджаміну Дізраелі і наголошує на важливості промислового міста Манчестер, який був передовим в галузях текстильної промисловості, механізації та економічних інновацій в епоху промислової революції. Отже, багато технологічних та соціальних змін, які там впроваджувалися, пізніше поширювались по всьому світу (ТЕТМ, 2002: 452);

2) торгівлею, ярмарками. В основі образів ФО цієї групи лежать спостереження над поведінкою людей в умовах ярмарку. Конкретні сценарії поведінки переосмислюються образно-метафорично та стають підґрунтям утворення фразеологічного значення, відповідно, образно-ситуативна вмотивованість безпосередньо пов'язана з досвідом народу. Процес переосмислення відбувається на основі соціально-закріпленої за ойконімом лінгвокультурної інформації. Так, ситуація, коли щось закінчується, не встигнувши початись, асоціюється в англійській етносвідомості з невдалим ярмарком у місті Аті, Ірландія: *all over, like the fair of Athy* (букв.: «закінчилось, як ярмарок в Аті») – «закінчилось, не почавшись» (ТЕТМ, 2002: 957); велика кількість людей асоціюється з відомими та популярними ярмарками Великої Британії, про що свідчать ойконіми *Кнот Мілл, Морва* у складі ФО: *crowded as Knott Mill fair* – «багатолюдний»; *three on one horse, like going to Morva(h fair)* (букв.: «троє на коні, як ті, що їдуть на ярмарок в Морва») – «багатолюдний» (ТЕТМ, 2002: 957); уявлення про вишуканий одяг продавців шпильок у Бристолі переосмислилось та закріпилось у ФО *dressed up like a Bristol pin-merchant* – «надзвичайно гарно вбраний» (ТЕТМ, 2002: 184).

Два сценарії поведінки людей на ярмарку, а саме, пияцтво та крадіжка, уможливили виникнення українських ФО: *Купці в Бару – ні грошей, ні товару* (Воропай, 1952: 112); *клепачівський злодій* (Номис, 2004: 278); *Оце чевильчане* (уїдливе) (Номис, 2004: 278). Значення наведених фразеологізмів зумовлює лінгвокультурна інформація, що в них міститься. Так, у місті Бар Вінницької області колись відбувалось 22 ярмарки, на які з'їжджались купці з Поділля, Волині та інших місць. У місті було 129 торгових лавок та 22 заїжджих двори (Воропай, 1952: 112), де і залишались гроші після торгів. Села Клепачі та Чевельча Полтавської області славились по Лубенщині злодійством: «за моєї пам'яті ще діялось, що чумаки було ганяють їх батіжжям в Луб, по ярмарку: піймають на крадіжці, дьогтем обіллють, обсиплють піском та й почнуть скрізь по ярмарку – тільки й кари їм було» (Номис, 2004: 278);

3) ремеслами: англ.: англ. *like Banbury tinkers* – in mending one hole make three (букв.: «як лудильники з Банбері: поки залатають одну дірку, зроблять три») (ТЕТМ, 2002: 23), де Банбері – ринкове місто в Англії; робота лудильників цього міста аналогізується з уявленням про погану якість та стає підґрунтям значення ФО «поганий працівник»; англ.: *big as a Paignton pudding* – «дуже великий» (ТЕТМ, 2002: 728). Стійкі порівняльні звороти виступають засобом освоєння дійсності, що пізнається емпірично, їх прагматична функція – «унаочнити» абстрактну якість. Місто Пейнтон, Англія, славилось своїми великими пудингами, які і стали еталоном великого розміру в англійській етносвідомості.

В Україні існувало багато центрів гончарства, але національно-культурна інформація, що міститься у прислів'ї *В Олику – по лика, в Клевань – по діда, в Деражню – по горшки* (перші двоє – містечка, а то – село на Волині) (Номис, 2004: 274), назавжди зафіксувала автостереотипне уявлення про те, що найкращі горщики робили в селі Деражня;

4) діяльністю людини: англ.: *Saltash luck* – «промокнути, виконуючи роботу». У місті Салташ, Англія, таким виразом описували невдалу рибалку, коли «замість риби на вудочку попадався лише прилив» (ТЕТМ, 2002: 159). Отже, сфера рибальства із застосуванням ойконімів постачає фразеологізми до сфери дій людини. Уявлення про репутацію юристів з міста Філадельфія, США, як хитромудрих та винахідливих у своїй справі, стало базою утворення ФО *it would puzzle a Philadelphia lawyer* (букв.: «це збило б з пантелику юриста з Філадельфії») – «складна проблема» (ТЕТМ, 2002: 527).

У Києві дрова рубають, а у Протасівку тріски літають – «про чутки» (Номис, 2004: 302). Зміст неправдивого мовлення забезпечується симіляцією зі сферою фізичних дій: відбувається метафоричне переосмислення сценарію рубання дров, коли тріски відлітають на відстань, та аналогізація зі сферою мовлення, коли інформація до населених пунктів надходить у спотвореному вигляді через те, що джерело інформації знаходиться далеко. Гіперболізація змісту просторо-

вого сприйняття підсилює ефект недовіри до такої інформації (Протасівка, село в Сумській області, знаходиться далеко від Києва).

Фактори *духовної* культури, що впливають на утворення фразеологізмів, виявляються в номінаціях, які позначають слідування певним переконанням, ідеям, та містять компонент-ойконім, що вказує, з якою локацією вони пов'язані. Оскільки місто Банбері, Англія, було відоме пуританством своїх жителів, в англійській етносвідомості відбулися процеси переосмислення назви міста та аналогізації його мешканців з усіма людьми, хто проповідує ідеї пуританства, що уможливило виникнення ФО *Bunbury man* – «пуританин» (ТЕТМ, 2002: 328). У народних переказах та фольклорі часто є згадки про «побратимство» з вищими силами, що може вказувати на міфологічний чи сакральний підтекст. Але українська паремія *Рогатин – Богові побратим* скоріше засвідчує автостереотипне уявлення про хороше життя мешканців міста Рогатин, яке «було колись заможне» (Номис, 2004: 35).

Соціальний фактор містить відомості про:

1) класовий склад населення: англ.: *God bless the Duke of Argyll!* – «кажуть, коли чешеться спина». Спеціальними місцями, де чесали спини вівці та рогата худоба герцога, користувались також і пастухи, що мали паразитів. При цьому вони кожного разу не забували згадати герцога, що надав таку можливість, проголошуючи вищезгадану фразу. На основі переосмислення цього сценарію і виник фразеологізм (ТЕТМ, 2002: 318). Класову нерівність в українському суспільстві засвідчує ФО *Пани однакові, що в нас, що в Кракові* (Пазяк, 2001: 220). Просторовий культурний код українського етносу у фразеосистемі мови є антропо-предметно-орієнтованим, що виявляється, зокрема, у використанні знаків локалізації (ойконім *Краків*) на позначення модальності та міри. Уявлення про те, що панам живеться і ведеться скрізь однаково, передається через просторовий код, де місто Краків наводиться для підтвердження цієї думки, оскільки розуміється як віддалена локалізація;

2) історичні події. Фразеологізми цієї групи пов'язані з історичними подіями минулого, які є потужним джерелом лінгвокультурної інтерпретації в англійській та українській мовах. Так, в англійській ФО *meet his Waterloo* – «зазнати поразки» (ТЕТМ, 2002: 106) закріпилась інформація про історичну битву при Ватерлоо (18 червня 1815 р.), в якій французький імператор Наполеон Бонапарт зазнав вирішальної поразки від армії коаліції. Поразка в цій битві поклала край його правлінню та військовій кар'єрі. Ця подія зазнала метафоричного переосмислення, а сам фразеологізм став уживатись на позначення будь-якої ситуації, коли людина стикається з остаточною невдачею. Уявлення про надзвичайну жорстокість, криваві події асоціюється в англійській етносвідомості з містом Болтон. ФО *Bolton quarter* – «смерть без пощади» (ТЕТМ, 2002: 839) містить інформацію про трагічні події у цьому місті під час громадянської війни в Англії. 2 травня 1644 року армія роялістів, прихильників короля Карла I, атакувала місто Болтон, яке підтримувало Парламент. Після жорстокого бою місто було взяте штурмом, роялісти вбили близько 1600 захисників міста та мирних жителів.

Значення фразеологізмів української мови *Чоловік доліз до Орлівки та позбувся своєї голівки* (Воропай, 1952: 16); *Хто в Полтаві не бував, той лиха не знає!; Та ти ще полтавської води не пив!* – «молодий ще»; *Пропав, як швед під Полтавою* (Воропай, 1952: 22) також зумовлюється культурно-історичною інформацією, що міститься в них: йдеться про походи військ Кримського ханства на Україну (зокрема, згадується великий бій з татарами на Чернигівщині біля села Орлівка) та історичну битву шведського та російського військ 27 червня 1709 року під Полтавою. Негативна оцінка ойконімних фразеологізмів цієї групи створюється на підставі емотивної аксіологічності.

Більшу частину ФО з компонентом-ойконімом складають лакунарні фразеологічні одиниці, тобто такі, значення яких в одній мові виражені фразеологічно, а в другій – за допомогою вільного словосполучення або ФО, образна основа яких ґрунтується не на ойконімномну компоненті. Так, англійський фразеологізм *to carry coals to Newcastle* – (букв.: «возити вугілля в Ньюкасл») – «робити марну справу» (ТЕТМ, 2002: 162) характеризується високим ступенем вмотивованості, завдяки визначеності імплікативного змісту ойконіму *Ньюкасл* (центр вугільної промисловості Великої Британії). В українській мові аналогом англійської ФО може бути українська приказка *В ліс дров не возять*, значення якої «застереження від марної справи» (Номис, 2004: 50) ґрунтується на переосмисленні сценарію принесення чогось (дров) туди (до лісу), де цього і так удосталь. Українська ФО *На городі бузина, а в Київі дядько* вживається на позначення «абсурдності, нісенітниці» (Воропай, 1952: 13). Мовні парадокси ґрунтуються на функціональних особливостях природної мови та не пов'язані з науковою картиною світу, а лише з досвідом мовців. В аналізованій одиниці симетричні риторичні відношення протиставлення не

забезпечуються змістом реченнєвих складників, а ойконім *Київ* розуміється як центр, мірило усього. Зміст таких прислів'їв є відбитком культурного фону українського народу, а розв'язанню парадоксальності сприяє дискурсивний простір, до якого їх залучено (Селіванова, 2004: 192), відповідно, такі одиниці є лакунарними.

Отже, у результаті нашого дослідження ми дійшли таких **висновків**.

Вивчення ойконімів у складі фразеологічних одиниць яскраво висвітлює перетин мови та культури, що робить їх багатим матеріалом для міжмовних і міжкультурних зіставлень. Досліджуючи уживання ойконімів в ідіоматичних виразах англійської та української мов, можна отримати уявлення про культурні цінності, історичні події та колективну пам'ять, які формують світогляд представників різних мовних спільнот. Але без виокремлення й дослідження національно-культурного компоненту ФО, маркером якого є ойконім, його цінність обмежуватиметься лише інформацією про те чи інше поселення, при чому залишиться поза сприйняттям шар історико-культурних та соціально-економічних асоціацій. Мотиваційною основою фразеологізмів з компонентом-ойконімом є лінгвокультурна інформація, яка визначається позалінгвальними чинниками. Позамовні фактори, що впливають на розуміння символіки власного імені представниками різних соціумів, поділяються на географічні (флора, фауна, клімат, рель'єф тощо) та культурні (матеріальні, духовні й соціальні). З огляду на те, що ці чинники є специфічними для різних етнокультур, зіставний лінгвокультурологічний аналіз ФО з компонентом-ойконімом в англійській та українській мовах засвідчує, що, хоча мислення людей має універсальний характер, засвоєння навколишньої дійсності відбувається у притаманний певній національно-культурній спільноті спосіб.

Перспективи подальших досліджень вбачаємо у зіставленні лінгвокультурної інформації ФО з компонентом-ойконімом різних тематичних груп.

УМОВНІ СКОРОЧЕННЯ

TETM – A Thesaurus of English Traditional Metaphors / ed. P.R. Wilkinson. L. & N.Y.: Routlege, 2002. 777 p.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Селіванова О.О. Нариси з української фразеології (психокогнітивний та етнокультурний аспекти). Київ-Черкаси: Брама, 2004. 276 с.
2. Ужченко В.Д. Східноукраїнська фразеологія: Монографія. Луганськ: Альма-матер, 2003. 362 с.
3. Українські народні приповідки / Укл. О. Воропай. London: M.Caplin & Co Press Ltd., 1952. 64 с.
4. Українські приказки, прислів'я і таке інше / укл. М. Номис. Київ: Либідь, 2004. 352 с.
5. Українські прислів'я, приказки та порівняння з літературних пам'яток / упоряд. М.М. Пазяк. Київ: Наукова думка, 2001. 392 с.
6. A Thesaurus of English Traditional Metaphors / ed. P.R. Wilkinson. L. & N.Y.: Routlege, 2002. 777 p.

REFERENCES

1. Selivanova O.O. (2004) Narysy z ukrainskoi frazeolohii (psykhokohnityvnyi ta etnokulturnyi aspekty) [Essays on Ukrainian phraseology (psychocognitive and ethnocultural aspects)]. Kyiv-Cherkasy: Brama, 2004. 276 s. [in Ukrainian]
2. Uzhchenko V.D. (2003) Skhidnoukrainska frazeolohiia: Monohrafiia. Luhansk [Eastern Ukrainian Phraseology: A Monograph]: Alma-mater, 2003. 362 s. [in Ukrainian]
3. Ukrainski narodni prypovidky [Ukrainian folk tales]. / ukl. O.Voropai. London: M.Caplin & Co Press Ltd., 1952. 64 s. [in Ukrainian]
4. Ukrainski prykazky, pryslivia i take inshe [Ukrainian sayings, proverbs, etc]./ ukl. M. Nomys. Kyiv: Lybid, 2004. 352 s. [in Ukrainian]
5. Ukrainski pryslivia, prykazky ta porivniannia z literaturnykh pamiatok [Ukrainian proverbs, sayings and similes from literary sources]. / uporiad. M.M. Paziak. Kyiv: Naukova dumka, 2001. 392 s. [in Ukrainian]
6. A Thesaurus of English Traditional Metaphors / ed. P.R. Wilkinson. L. & N.Y.: Routlege, 2002. 777 p.