

РОЗДІЛ 2 ГЕРМАНСЬКІ МОВИ

УДК 81'373.23

DOI <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2023.29.2.17>

АНТРОПОНИМИ В АНГЛІЙСЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМАХ: ІСТОРИЧНО-ТИПОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ

ANTHROPONYMS IN ENGLISH PHRASEOLOGICAL UNITS: HISTORICAL AND TYPOLOGICAL ASPECT

Мірошник С.О.,

orcid.org/0000-0002-4511-5704

*старший викладач кафедри іноземних мов і перекладу
Національного авіаційного університету*

Статтю присвячено дослідженню особливостей англійських фразеологічних одиниць, які у своєму складі містять антропоніми. Встановлено, що дослідження антропонімів у фразеології є важливою проблемою, яка вивчає структуру, значення та вживання фразеологічних одиниць, що включають імена людей або їх прізвища. Визначено, що фразеологічні одиниці є лексикалізованими сполученнями слів, які ніби прагнуть поєднатися в одну лексему, але у той же час ще не втратили форми словосполучення; антропоніми – це імена людей або прізвища, які використовуються для позначення конкретних осіб. Підтверджено, що антропонімічні елементи в англійських фразеологізмах можуть містити відомості про історичні події, додаткову чи цікаву інформацію про відомих історичних особистостей, демонструвати типові імена, розповсюджені у певний період часу чи на певній території. Доведено, що серед антропонімів у складі фразеологізмів в англійській мові масоніми (чоловічі імена) значно переважають над фемінонімами (жіночі імена). Виокремлено аспекти, на яких базується вивчення антропонімів у фразеології, а саме: семантика та символіка – антропоніми, які зустрічаються в фразеологізмах, можуть нести певну семантику та символіку; етимологія – дослідження походження антропонімів у фразеологізмах допомагає розкрити їхні корені та зв'язки з історією та культурою; значення в контексті – антропоніми можуть набувати специфічного значення, коли вони вживаються в певних фразеологічних виразах; соціокультурний контекст – дослідження антропонімів у фразеології дозволяє з'ясувати, як імена відображають певні соціальні та культурні стереотипи, традиції, ідентичність та цінності; вплив мовних змін та тенденцій – динаміка вживання антропонімів у фразеологічних одиницях може бути пов'язана з мовними змінами, трендами та модою в іменуванні; порівняльний аналіз – дослідження антропонімів у фразеології різних мов дозволяє зрозуміти відмінності та спільні риси у використанні імен у різних культурах. З'ясовано, що дослідження антропонімів у фразеології сприяє поглибленому розумінню взаємодії мови, культури та історії, а також кращому осмисленню впливу імен на сприйняття фразеологічних виразів і відображення їх значень.

Ключові слова: антропоніміка, фразеологічна одиниця, антропонім, семантичний відтінок, соціокультурний контекст.

The article is devoted to the study of the peculiarities of anthroponyms in English phraseology. It has been established that the study of anthroponyms in phraseology is an important branch of linguistics, which studies the structure, meaning and use of phraseological units that include people's names or their surnames. It has been determined that phraseological units are lexicalized combinations of words that seem to strive to be combined into one lexeme, but at the same time have not yet lost the form of a word combination; anthroponyms are names of people or surnames used to refer to specific individuals. It has been confirmed that anthroponymic elements in English phraseology can contain information about historical events, additional or interesting information about famous historical figures, demonstrate typical names spread in a certain period of time or in a certain area. It has been proved that among anthroponyms in the composition of phraseological units in the English language, male names significantly prevail over female names. The aspects on which the study of anthroponyms in phraseology is based have been highlighted, namely: semantics and symbolism (anthroponyms found in phraseology can carry certain semantics and symbolism); etymology (the study of the origin of anthroponyms in phraseological units helps to reveal their roots and connections with history and culture); meaning in the context (anthroponyms can acquire a specific meaning when they are used in certain phraseological expressions); sociocultural context (the study of anthroponyms in phraseology allows one to find out how names reflect certain social and cultural stereotypes, traditions, identity and values); the influence of language changes and trends (the dynamics of the use of anthroponyms in phraseological units may be related to language changes, trends and fashion in naming); comparative analysis (the study of anthroponyms in the phraseology of different languages makes it possible to understand the differences and common features in the use of names in different cultures). It has been found that the study of anthroponyms in phraseology contributes to a deeper understanding of the interaction of language, culture and history, as well as a better understanding of the influence of names on the perception of phraseological expressions and the reflection of their meanings.

Key words: anthroponymy, phraseological unit, anthroponym, semantic connotation, socio-cultural context.

Постановка проблеми. Загальновідомо, що мова відображає життя народу, зокрема його культурну спадщину. Сучасна лінгвістична наука характеризується посиленням інтересу до вивчення взаємодії мови, культури і навколишнього світу. Студіювання національно-культурної специфіки окремих народів є актуальним напрямом наукових досліджень. Такі розвідки зазвичай користуються надбаннями антропоцентричної лінгвістики, де центральним об'єктом дослідження є людина. Відтак, питання відображення національно-специфічних антропонімічних одиниць у фразеологічних одиницях тієї чи іншої мови, у яких виражено соціальне буття народу, його історичну пам'ять, не втрачає своєї актуальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Враховуючи актуальність наукових досліджень сфокусованих на темі вжитку антропонімів в англійській мові, вважаємо питання поширення антропонімів в англійських фразеологізмах таким, що не знайшло відображення у низці дотичних наукових праць. Проте багато науковців присвятили свої праці дослідженню антропонімів. Н.В. Бардіна [1] займалась дослідженням антропоніми в психолінгвістичному епістемологічному просторі, О.О. Бережна [2] вивчала особливості перекладу антропонімів, Л.В. Гнаповська [3] досліджувала англійські антропоніми германського походження.

Постановка завдання. Завдання статті полягає у визначенні особливостей фразеологічних одиниць, у складі яких є антропоніми, зокрема у простеженні їхніх історико-культурних і типологічних аспектів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Проблема використання антропонімів виникла тисячі років тому і стала початком концепції, відповідно до якої імена людей відображають їхні особисті риси. Подальше розуміння виявило, що вибір антропонімів формується відповідно до історично-культурних умов, традицій, етнічної належності мовця, а також відображає загальні тенденції щодо іменування. Ця проблема антропонімії стає важливою як для лексикології, так і для соціолінгвістики, культурології та психолінгвістики. Ім'я визначає особистість, відображає її ідентичність, а також встановлює зв'язок з певною соціальною групою і історико-культурним контекстом. Своєю чергою, дослідження антропонімів у фразеології є важливою галуззю лінгвістики, яка вивчає структуру, значення та вживання фразеологічних одиниць, що включають імена людей або їх прізвища. Дослідження

з цієї теми дозволяє розкрити багатогранність культурних, історичних, соціальних та психологічних аспектів, пов'язаних з іменами осіб у мові.

Фразеологізми можна вважати витворами словесного мистецтва, адже в них слова, поєднуючись, здатні створювати несподівані образи. Фразеологічні одиниці є лексикалізованими сполученнями слів, які ніби прагнуть поєднатися в одну лексему, але у той же час ще не втратили форми словосполучення [4, с. 82].

У сучасній мовознавчій науці існує більш ніж два десятки визначень фразеологічної одиниці. Для прикладу, вітчизняний учений К.С. Бондарчук [5] вважає фразеологізми стійкими нерозкладними сполученнями слів [5, с. 19]. У Словнику фразеологізмів української мови фразеологізми визначено як своєрідні мовні знаки, які становлять основу обличчя кожної мови, виявляючи специфічний національний колорит [6, с. 3].

Виникнення фразеологічних одиниць є результатом відображення картини світу певним народом, його сприйняття навколишнього середовища і особливостей національної культури. Саме це і зумовлює національно-культурну природу фразеологічних одиниць. Вербалізовано інтерпретуючи навколишнє середовище, народи світу демонструють власне розуміння того, що відбувається навколо, складаючи в нього особливий смисл – часто зрозумілий лише для представників того чи іншого народу. Адже в таких вербалізованих елементах часто втілено національний характер, історичну спадщину, менталітет тощо. На думку С.О. Гурбанської [7], особливе місце у формуванні мовної картини світу належить фразеологізмам з антропонімічними елементами.

Антропоніми – це імена людей або прізвища, які використовуються для позначення конкретних осіб. В англійській мові антропоніми можна зустріти в різних контекстах, а саме: імена, прізвища, псевдоніми, локації тощо.

Здебільшого антропоніми у складі англійської фразеологічної лексики не лише вказують на певну людину, а несуть у собі додаткову інформацію. Антропонімічні елементи в англійських фразеологізмах можуть містити відомості про історичні події, додаткову чи цікаву інформацію про відомих історичних особистостей, демонструвати типові імена, розповсюджені у певний період часу чи на певній території. Та не слід забувати, що реципієнтам, які не є носіями мови, іноді складно віднайти зв'язок між значенням і тлумаченням фразеологізма з антропонімом, не звертаючись за допомогою до словника. А зважаючи на територіальну чи часову приналежність фразеологізма,

його суть іноді можуть досягнути лише ті люди, які жили в певний період часу чи на певній території. Проілюструвати зазначене можна фразеологізмом *Heath Robinson*, який позначає дивні винаходи (*used to describe a machine that is very cleverly made and is complicated in a silly or humorous way, but has no practical use*) [8]. Фразеологізм складається з імені та прізвища англійського художника, котрий сам вигадував і малював дивні прилади, які виконували найпростіші функції.

Звідси, З.М. Корнєва та Є.В. Шуміцька [9] роблять висновок, що ономастичні компоненти фразеологізмів, хоча й містять певну фонову інформацію, та вона може бути прихованою від інших людей.

Все ж таки більшість фразеологізмів з антропонімами репрезентують загальновідому інформацію, тож їхнє значення є зрозумілим для широкого загалу [9, с. 322]. До них здебільшого належать біблеїзми та міфоніми, як наприклад *Achilles' heel* (*a small problem or weakness in a person or system that can result in failure*) [10]; *mark of Cain* (*a badge of shame*) [11].

Взагалі група фразеологізмів з антропонімами є найчисельнішою серед ономастичних фразеологізмів. Такі одиниці поділяються на фразеологізми з індивідуальними антропонімами і фразеологізми з груповими антропонімами [9, с. 323]. До перших належать, наприклад *Aladdin's lamp* (*a magical object that allows its owner to make wishes and have them granted*) [12]; *according to Cocker Alnaschar* (*reliable or reliably; correct or correctly*) [13]; *dream around Robin Hood's barn* (*going an indirect way to get to your destination, so that it takes a long time*) [14]. Другу групу репрезентують такі фразеологічні одиниці: *Romeo and Juliet* (*the symbol of love*) [15]; *any Tom, Dick or Harry* (*used to refer to an ordinary person or all ordinary people*) [16]; *Bobbsey twins* (*two people who are often together or seem to resemble each other, as in appearance or actions*) [17]; *keep up with the Joneses* (*doing something in order to show that you have as much money as other people, rather than because you really want to do it*) [18].

Варто вказати, що серед антропонімів у складі фразеологізмів в англійській мові масоніми (чоловічі імена) значно переважають над фемінонімами (жіночі імена). До перших належать, наприклад, *Bob's your uncle* (*used to say that something is easy to do or use*) [19]; *Johnny-on-the-spot* (*a person who is on hand and ready to perform a service or respond to an emergency*) [20], а другі включають в себе такі одиниці, як *plain Jane* (*not fancy or glamorous*) [21]; *nervous Nellie* (*a person or*

animal that tends to be timid or anxious) [22]. Також, зважаючи на особливості культури, англійській мові притаманні фразеологізми з титулами: *all Sir Garnet* (*all is in order or everything's OK*) [23]; *King or Kaiser* (*old-fashioned, literary Any powerful ruler of people*) [24]; *at Her/His Majesty's pleasure* (*used to describe a prison sentence (= time in prison) that does not have a fixed length*) [25].

Відтак, антропоніми у складі фразеологізмів не співвідносяться з конкретною людиною, а виступають денотатами сукупності осіб і набувають оцінної конотації. Більшість фразеологізмів, у складі яких є антропоніми, відображають негативні характеристики людей. Антропоніми як елементи фразеологічних одиниць зазнають важливих семантичних перетворень, збагачуючись новою семантикою та набуваючи нових властивостей [26, с. 102]. Розглянуті у роботі класифікації фразеологічних одиниць з антропонімами (за гендерною репрезентацією антропоніма; індивідуальні і групові фразеологізми; широковідомі та відомі лише для обмеженого кола осіб) є лише деякими з видів організації фразеологічного складу англійської мови.

Антропоніми у фразеології є цікавим дослідницьким напрямом, що поєднує лінгвістичний аналіз з вивченням культурних, історичних та психологічних аспектів. Вони додають особливого колориту та глибини фразеологічним одиницям, розкриваючи багатогранність імен та їх вплив на мовленнєвий вираз.

Дослідження антропонімів у фразеології допомагає збагатити наше розуміння мови як відображення культурних нюансів та історичних зв'язків. Вони дозволяють вивчити, які аспекти імен впливають на сприйняття фразеологічних виразів, чи будь-які особливості їхнього вживання. Загалом варто виокремити низку аспектів, на яких базується вивчення антропонімів у фразеології, а саме:

Семантика та символіка – антропоніми, які зустрічаються у фразеологізмах, можуть нести певну семантику та символіку. Вони можуть надавати виразам глибоке образне значення, або ж втілювати історичні або культурні асоціації.

Етимологія – дослідження походження антропонімів у фразеологізмах допомагає розкрити їхні корені та зв'язки з історією та культурою.

Значення в контексті – антропоніми можуть набувати специфічного значення, коли вони вживаються в певних фразеологічних виразах. Дослідження цього аспекту допомагає зрозуміти, як імена впливають на інтерпретацію цілих висловів.

Соціокультурний контекст – дослідження антропонімів у фразеології дозволяє з'ясувати, як імена відображають певні соціальні та культурні стереотипи, традиції, ідентичність та цінності.

Вплив мовних змін та тенденцій – динаміка вживання антропонімів у фразеологічних одиницях може бути пов'язана з мовними змінами, трендами та модою в іменуванні.

Порівняльний аналіз – дослідження антропонімів у фразеології різних мов дозволяє зрозуміти відмінності та спільні риси у використанні імен у різних культурах.

Дослідження антропонімів у фразеології сприяє поглибленому розумінню взаємодії мови, культури та історії. Вони допомагають краще осмислити, як імена людей можуть впливати на

сприйняття фразеологічних виразів і відображати різноманітні значення.

Висновки. Отже, група фразеологічних одиниць, що містять у своєму складі антропонімічний елемент, є найбільшою з-поміж ономастичних фразеологізмів англійської мови. Антропоніми не лише називають особу, вони здатні відображати певні соціокультурні аспекти, такі як традиції, ідентичність та цінності. Вони можуть бути як втіленням історії і культури, так і відображенням сучасних тенденцій у виборі імен, які використовуються для створення специфічних образів та семантичних відтінків. Вивчення антропонімів у фразеології допомагає краще розкрити багатогранність мови як засобу спілкування та відображення культурних вимірів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Бардіна Н.В. Англійські антропоніми в психолінгвістичному епістемологічному просторі. *Одеський лінгвістичний вісник*. 2016. Вип. 7. С. 13–18.
2. Бережна О.О. Особливості та способи перекладу складних термінів з антропонімами в англійській мові. *Науковий вісник ДДПУ імені І. Франка. Серія «Філологічні науки»*. 2018. №9. С. 14–18.
3. Гнаповська Л.В. Лінгвокогнітивні та лінгвокультурологічні характеристики англійських антропонімів германського походження: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.04. Київ, 1999. 16 с.
4. Хайдарі Н.І. Проблема розпізнання та виокремлення фразеологізмів у тексті. *Закарпатські філологічні студії*. 2018. Вип. 5. Т. 2. С. 82–86.
5. Бондарчук К.С. Українська мова: навч. посібник. Київ : Центр навчальної літератури, 2005. 288 с.
6. Словник фразеологізмів української мови / уклад. Білоноженко В.М. та ін. Київ : Наукова думка, 2003. 787 с.
7. Гурбанська С.О. Національно-культурний аспект досліджень англійських стійких висловлювань з антропонімічним компонентом. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Лінгвістика»*. 2019. Вип. 36. С. 14–17.
8. Heath Robinson. *Cambridge Dictionary*. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/heath-robinson> (дата звернення: 21.08.2023).
9. Корньова З.М., Шуміцька Є.В. Ономастичний компонент у складі англійських фразеологічних одиниць та його відтворення в українському перекладі. *Молодий вчений*. 2018. №11 (63). С. 321–325.
10. Achilles heel. *Cambridge Dictionary*. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/achilles-heel> (дата звернення: 21.08.2023).
11. Mark of Cain. *Bible Odyssey*. URL: <https://www.bibleodyssey.org/people/related-articles/mark-of-cain/> (дата звернення: 21.08.2023).
12. Aladdin's lamp. *The Free Dictionary*. URL: <https://idioms.thefreedictionary.com/Aladdin%27s+lamp> (дата звернення: 21.08.2023).
13. According to Cocker. *Collins Dictionary*. URL: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/according-to-cocker> (дата звернення: 21.08.2023).
14. Around Robin Hood's barn. *Cambridge Dictionary*. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/around-robin-hood-s-barn> (дата звернення: 21.08.2023).
15. Romeo and Juliet. *Oxford Learner's Dictionaries*. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/romeo-and-juliet> (дата звернення: 21.08.2023).
16. Tom, Dick, and Harry. *Cambridge Dictionary*. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/tom-dick-and-harry> (дата звернення: 21.08.2023).
17. Bobbsey twins. *Dictionary.com*. URL: <https://www.dictionary.com/browse/bobbsey-twins> (дата звернення: 21.08.2023).
18. Keep up with the Joneses. *Collins Dictionary*. URL: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/keep-up-with-the-joneses#:~:text=If%20you%20say%20that%20someone,really%20want%20to%20do%20it> (дата звернення: 21.08.2023).
19. Bob's your uncle. *Merriam-Webster Dictionary*. URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/and%20Bob%27s%20your%20uncle> (дата звернення: 21.08.2023).

20. Johnny-on-the-spot. *Merriam-Webster Dictionary*. URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/Johnny-on-the-spot> (дата звернення: 21.08.2023).
21. Plain-Jane. *Merriam-Webster Dictionary*. URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/plain%20jane> (дата звернення: 21.08.2023).
22. Nervous Nellie. *Merriam-Webster Dictionary*. URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/nervous%20Nellie> (дата звернення: 21.08.2023).
23. All Sir Garnet. *World Wide Words*. URL: <https://www.worldwidewords.org/weirdwords/ww-gar5.htm> (дата звернення: 21.08.2023).
24. King or Kaiser. *The Free Dictionary*. URL: <https://idioms.thefreedictionary.com/King+or+Kaiser> (дата звернення: 21.08.2023).
25. At Her/His Majesty's pleasure. *Cambridge Dictionary*. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/at-her-his-majesty-s-pleasure> (дата звернення: 21.08.2023).
26. Олійник С.В. Семантика фразеологічних одиниць із власною назвою в англійській та українській мовах. *Південний архів*. 2021. №86. С. 102–109.

UDC 81'373.43:[33:81'43]=111

DOI <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2023.29.2.18>

NEOLOGISMS IN THE ECONOMIC DISCOURSE

НЕОЛОГІЗМИ В ЕКОНОМІЧНОМУ ДИСКУРСІ

Опур М.В.,

orcid.org/0000-0002-0233-7227

*Senior Lecturer at the Department of Foreign Languages
Lviv National Environmental University*

Dobrovol'ska S.R.,

orcid.org/0000-0002-2389-4890

*Candidate of Economic Sciences,
Lecturer at the Department of Foreign Languages and Translation Studies
Institute of Psychology and Social Protection, Lviv State University of Life Safety*

Panchyshyn S.B.,

orcid.org/0000-0001-9444-4232

*Senior Lecturer at the Department of Foreign Languages
Lviv National Environmental University*

Myronenko N.V.,

orcid.org/0000-0001-5463-6336

*Senior Lecturer at the Department of Foreign Languages
Lviv National Environmental University*

Intense development of the society, economics, science, technology, numerous transformations in the social life have resulted in emergence of a scope of new realities and concepts which need nomination. This is the process of neologism production. Emergence and functioning of neologisms prove that the language lives and develops reflecting human attempts to reveal the diversity of knowledge and progress of civilization. Appearance of new words in the modern English is manifestation of the active process of its vocabulary enrichment. It has forced the need of the present research because of the necessity to convey the meaning of English neologisms in the Ukrainian language, particularly neologisms appearing the economic sphere.

The work analyzes main word-forming constructions of neologisms and the ways of their translating into Ukrainian, as well as supplies a short analysis of each of the methods. Some difficulties are faced when translating neologisms, because such words are not yet fixed in dictionaries and need detailed study and analysis.

The research outlines the most common and effective ways of translating neologisms in economic sphere, namely descriptive translation, when translators can outline the meaning of a word, as well as loan translation, when translators can transfer meaning of a polysemic concept into the target language. The article supplies examples of each of the methods of neologism translating.