

#### Список цитируемых источников

1. Cronqvist, M. Journalism after mass death: Memory, mediation, and decentring in John Hersey's 'Hiroshima' (1946) / M. Cronqvist // *War Remains: Mediations of Suffering and Death in the Era of the World Wars* / ed. by M. Cronqvist, L. Sturfelt. — Kriterion, 2018. — P. 137—156.
2. Иванова, М. К. Курт Воннегут и новый журнализм / М. К. Иванова // *Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика*. — 2012. — № 1. — С. 130—136.
3. Вулф, Т. Новая журналистика и Антология новой журналистики / Т. Вулф ; пер. с англ. Д. А. Благова, Ю. А. Балаяна ; под ред. Э. У. Джонсона. — СПб. : Амфора, 2008. — 574 с.

УДК 81.111'38

А. М. Ленко, М. Е. Маслова  
Учреждение образования «Барановичский государственный университет»,  
Барановичи, Республика Беларусь

### ПРОЗВИЩА ИСТОРИЧЕСКИХ ДЕЯТЕЛЕЙ АНГЛИЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЫ: СЛУЧАЙНОСТИ И ЗАКОНОМЕРНОСТИ

**Введение.** Прозвища играют уникальную роль в языковой и культурной жизни народов мира. Они часто становятся неотъемлемой частью идентичности исторических личностей, служа символом их места в обществе и индивидуальных особенностей. В контексте современного информационного пространства прозвища приобретают статус своеобразных маркеров, способствующих быстрой идентификации личности и подчеркивающих ее актуальность и значимость в общественном сознании. Однако, несмотря на кажущуюся устойчивость, многие прозвища не являются статичными и могут изменяться под влиянием различных социально-культурных факторов, что делает их динамичным объектом лингвистического исследования.

Важность исследования производных имён в английском языке заключается в раскрытии их динамической природы, демонстрации взаимосвязи между эволюцией прозвищ и социально-историческими изменениями, а также в определении их роли как маркеров культурных и политических трансформаций. Материалом для исследования послужили 111 наименований, а именно прозвища 54 монарших особ и 57 премьер-министров Великобритании.

**Основная часть.** Производное имя — это знак признания человека, отметка его вклада и уникальности в глазах окружающих. Оно рождается в контексте социальных взаимодействий, отражая определенные характеристики человека: его внешний вид, характер, профессию, достижения или даже недостатки. Само наличие прозвища свидетельствует о том, что его носитель не остался незамеченным, а представляет собой активного участника определённого коллектива, в котором он получил данную номинацию [1, с. 109].

Производные имена играют многогранную роль в системе английской лингвокультуры, выполняя множество функций, выходящих за пределы простой характеристики индивидуальности, а также выступая главным инструментом формирования общественного мнения. Они выступают как инструмент, способный подчеркнуть как положительные, так и отрицательные черты личности, активно участвуя в формировании общественного мнения. Амбивалентность таких наименований порождает многомерные образы, которые оказывают существенное влияние на интерпретацию исторических событий и культурных феноменов.

Прозвища, в отличие от собственных имен, обладают динамичной природой, тесно связанной с социокультурными изменениями. В то время как собственные имена остаются относительно статичными, производные наименования несут в себе коннотативный заряд и подвержены постоянным трансформациям. Значение и эмоциональная окраска этих наименований зависят от общественного мнения, исторической интерпретации и влияния времени.

Среди ключевых факторов, способствующих этим изменениям, можно выделить изменчивость восприятия личностей в зависимости от различных внешних условий. С течением времени отношение общества к тем или иным деятелям может меняться, что отражается и на их производных именах. Непрерывная трансформация языка и его семантической структуры также влияет на значимость и употребление прозвищ. Следовательно, новые слова, обороты речи и смысловые оттенки могут привести к изменению значения производных наименований или даже к их полному исчезновению в культурной среде или языковых практиках, показывая их подвижный и контекстуально-зависимый характер.

Как указано выше, материалом для исследования послужили 111 производных имён значимых исторических деятелей. На основе полученного материала мы выделили две основные группы прозвищ.

Первая группа включает производные имена, которые первоначально имели одно значение, но со временем, под воздействием определённых обстоятельств или изменений в обществе, приобрели новое. Данное явление можно рассмотреть на примере прозвища, принадлежавшего британскому политическому деятелю, члену Консервативной партии Великобритании, премьер-министру Великобритании, Гарольду Макмиллану. Первоначально прозвище “*Supermac*” появилось в карикатуре Виктора Вайса для британской газеты “*Evening Standard*”, с довольно пренебрежительной подписью: «Как попытаться остаться на вершине, не будучи на ней на самом деле». Карикатуры используют преувеличение, иронию и сатиру для критики или

высмеивания объекта. Следовательно, первоначальное значение данного производного имени было скорее негативным или, по крайней мере, амбивалентным. Однако со временем значение прозвища трансформировалось. Хотя изначально прозвище являлось ироничным, вскоре оно стало работать на Макмиллана, став неотъемлемой частью его имиджа. Благодаря своему прагматизму, остроумию и невозмутимости Гарольд Макмиллан смог создать образ компетентного и уверенного лидера. В результате прозвище “*Supermac*”, которое изначально могло быть насмешливым, стало ассоциироваться с этими положительными качествами. Наименование постепенно утратило свой негативный оттенок и стало символом эффективного и успешного политика.

Вторая группа характеризуется появлением совершенно новых наименований, относящихся к одной и той же исторической фигуре. На примере короля Великобритании Эдуарда VII можно проследить, как общественное мнение и дипломатические достижения монарха воплотились в двух прозвищах: *The Uncle of Europe* и *The Peacemaker*. Прозвище “*The Uncle of Europe*” возникло из-за разветвленных семейных связей Эдуарда VII с другими европейскими монархами. Он приходился дядей Николаю II и Вильгельму II, а также имел родственные связи с другими королевскими домами Европы. Данное наименование активно использовалось журналистами и газетами того времени. Оно носит нейтральную коннотацию, поскольку опирается на объективный факт родства. Второе прозвище — “*The Peacemaker*” — появилось в связи с активной дипломатической деятельностью Эдуарда VII, направленной на укрепление межгосударственных союзов и предотвращение конфликтов в Европе. Его визиты во Францию и Россию, а также заключение англо-французского и англо-русского соглашений были восприняты как значимые шаги к укреплению мира и стабильности в Европе. Данное прозвище является выражением общественного мнения и имеет ярко выраженный позитивный оттенок, отражая надежды на предотвращение войны.

**Заключение.** В ходе проведенного исследования было установлено, что прозвища исторических деятелей не являются статичными, что раскрывает их сложность и многогранность лексической структуры языка. Первоначальные значения наименований могут претерпевать трансформацию под воздействием различных факторов, приобретая новые коннотации и оттенки. Такая динамика свидетельствует не только об изменении общественного восприятия исторических личностей, но и о более широких социальных трансформациях, происходящих в обществе.

Таким образом, полученная связь между наименованиями и культурными особенностями подтверждает, что номинации исторических деятелей не являются статичными, а подвергаются постоянным изменениям в зависимости от культурных и социальных изменений.

#### Список цитируемых источников

1. Ковальчук, С. С. Характерные особенности фразеологических прозвищ общественно-политических деятелей в английском и немецком языках / С. С. Ковальчук // Филология. — 2015. — С. 108—116.

УДК 811.112.2'37

А. М. Ленко, В. А. Хмелевская, Е. В. Татаринovich

Учреждение образования «Барановичский государственный университет»,  
Барановичи, Республика Беларусь

## СПОСОБЫ ПЕРЕДАЧИ НЕМЕЦКИХ АНРОПОНИМОВ В РУССКОМ ПЕРЕВОДЕ

**Введение.** Перевод, являясь одним из видов речевой деятельности, выходит за рамки простой механической замены слов одного языка на другой. Он представляет собой сложный и многогранный процесс, включающий в себя не только лингвистические, но и культурологические аспекты. Перевод — это не просто замена слов, а средство межкультурной коммуникации.

При сравнительном анализе лексических систем различных языков часто выявляется отсутствие прямых словарных соответствий для значительной части лексических единиц. Определённую сложность, — а значит, и исследовательский интерес, — представляет собой передача имен собственных средствами другого языка. В рамках данного исследования рассматриваются способы и приемы перевода антропонимов в сравнительном аспекте немецкого и русского языков.

Адекватный перевод антропонимов предполагает сохранение культурного и исторического контекста, формируя представление о личности и её роли в обществе, культуре, истории. В работе предпринята попытка анализа структурного и содержательного компонента антропонимов в сравниваемых языках с точки зрения практики перевода.

**Основная часть.** Как отмечал выдающийся лингвист В. С. Виноградов, «перевод — это вызванный общественной необходимостью процесс и результат передачи информации (содержания), выраженной в письменном или устном тексте на одном языке, посредством эквивалентного (адекватного текста) на другом языке» [1, с. 11].