

DOI: <https://doi.org/10.36719/2663-4619/124/42-48>

**Əli Qasimov**

Naxçıvan Müəllimlər İnstitutu

<http://orcid.org/0009-0003-9826-3553>

[aliisa666@yahoo.com](mailto:aliisa666@yahoo.com)

## **İngilis dilinin frazeoloji vahidlərində şəxs adlarının üslub xüsusiyyətləri**

### **Xülasə**

Məlumdur ki, dil yalnız ünsiyyət vasitəsi deyil, həm də bir xalqın mədəniyyətinin və tarixi yaddaşının daşıyıcısıdır. Bu, xüsusilə frazeoloji sistemdə özünü aydın şəkildə göstərir. Frazeoloji vahidlər müəyyən tarixi dövrlərdə yaranmış, xalqın dünyagörüşünü, stereotiplərini və dəyərlərini əks etdirən sabit ifadələrdir. Onların bir hissəsi xüsusi adlara, yəni onomastik vahidlərə əsaslanır. Onomastik elementlər frazeologizmlərə fərdi və milli rəng qatır, ifadənin mənasını gücləndirir və yadda qalan obraz yaradır. Bir varlığı adlandırmaq dilin əsas xüsusiyyətlərindən biridir. İnsan və məkanların, ev heyvanlarının, təbiət hadisələrinin, tarixi gün və bayramların, qurumların, sənət əsərlərinin və s. adlandırma aktı insanların gündəlik həyatında rol oynayan varlıqları tanımaq məqsədini daşıyır.

Xüsusi isimlər onomastikanın (yəni adları öyrənən elmin) obyekt olmaqdan başqa, universal dil kateqoriyasını təşkil edir. Xüsusi isimlər dildə özünəməxsus əhəmiyyətə malikdir. Mədəniyyətlər arasında dəyişən bir sistem yaradan xüsusi isimlər real və ya təsəvvür olunan obyektləri əks etdirmək funksiyasını yerinə yetirən dil vahidləridir. Frazeoloji vahidlərdəki xüsusi isimlər kommunikasiya baxımından mühüm rol oynayır və mədəni, linqvistik, coğrafi, etnik və sosial kimliyin göstəricisi kimi çıxış edir. Onlar frazeologiyada mədəniyyət və dil arasındakı qarşılıqlı təsir barədə anlayış yaratmaqda dəyərli dil vahidləridir.

Xüsusi isimlərin bir hissəsi olan şəxs adları mədəni mahiyyət daşıyır və beynəlxalq, milli və ya yerli xarakterləri bildirir. Bu baxımdan antroponimlər frazeoloji sistemdə ən geniş yayılmış onomastik vahidlərdəndir. Onlar çox vaxt tarixi, ədəbi və ya mifoloji şəxsiyyətlərlə əlaqələndirilir. Məqalənin həmin mövzuya həsr edilməsi onun aktuallığını əsaslandırır. Araşdırmada ingilis dilinin frazeologiyasında müxtəlif mənbələrə aid olan şəxs adlarının üslub imkanları haqqında danışılır. Bu mənada, şəxs adlarının etimoloji xüsusiyyətlərinin üslub keyfiyyətlərində mühüm rol oynaması məsələlərinə aydınlıq gətirilir.

İngilis dilinin frazeologiyasında onomastik vahidlərdən antroponimlərin rolu və funksiyalarının araşdırılması fonunda xüsusi olaraq qeyd edilir ki, frazeoloji vahidlər dilin mədəni və tarixi yaddaşını daşıyan sabit ifadələr sistemi kimi çox vaxt öz mənşəyini tarixi şəxsiyyətlərdən, coğrafi adlardan və ya mifoloji obrazlardan alır. Bu baxımdan onomastik vahidlər frazeoloji sistemdə mühüm semantik və üslubi yüklər daşıyır. Məqalədə onomastik komponentli frazeologizmlərin əsas növləri, onların mənbələri və dil sistemindəki funksiyaları təhlil edilir.

Nəticə olaraq, xüsusi adların frazeoloji vahidlərdə istifadəsi dilin mədəni kontekstini zənginləşdirdiyi, tarixi hadisələr və ictimai stereotiplərlə əlaqə yaratdığı göstərilir. Tədqiqat ingilis dilinin frazeologiyasında onomastik vahidlərin rolunun həm dilçilik, həm də mədəniyyətşünaslıq baxımından mühüm olduğunu göstərir. Xüsusi adlar frazeoloji vahidlərə tarixi və mədəni kontekst qazandırır, ifadələrin mənasını gücləndirir və onları daha təsirli və yadda qalan edir. Bu cür ifadələr dilin yalnız struktur elementləri deyil, həm də xalqın tarixi yaddaşının və dünyagörüşünün daşıyıcılarıdır. Araşdırma onomastik frazeologizmlərin təhlilinin dilçilik elmi üçün mühüm tədqiqat sahəsi olduğunu təsdiq edir.

*Açar sözlər: dil, söz, onomastika, antroponim, frazeoloji vahid*

**Ali Gasimov**

Nakhchivan Teachers Institute  
<http://orcid.org/0009-0003-9826-3553>  
[aliisa666@yahoo.com](mailto:aliisa666@yahoo.com)

## Stylistic Features of Personal Names in English Phraseological Units

### Abstract

Naming is one of the fundamental features of language. The act of naming people and places, domestic animals, natural phenomena, historical dates and holidays, institutions, works of art, etc. serves the purpose of identifying entities that play an important role in human daily life. Proper nouns, in addition to being the object of onomastics (the science of names), constitute a universal linguistic category. Proper nouns have a unique significance in language.

By creating a system that varies across cultures, they function as linguistic units reflecting real or imagined objects. Proper nouns in phraseological units play an important role in communication and serve as indicators of cultural, linguistic, geographical, ethnic, and social identity. Within phraseology, they are valuable linguistic units that shape the understanding of the interaction between language and culture.

Personal names, as a part of proper nouns, carry cultural essence and indicate international, national, or local character. The dedication of the article to this topic substantiates its relevance. The study discusses the stylistic potential of personal names from various sources in English phraseology. In this respect, attention is paid to the role of etymological features of personal names in shaping their stylistic qualities.

**Keywords:** *language, word, onomastics, anthroponym, phraseological unit*

### Giriş

Dilçiliyin adları öyrənən bölməsi — onomastika — zəngin leksikaya və çoxsahəli istiqamətə malikdir. Onun mühüm bölmələrindən biri də şəxs adlarıdır. “Antroponimiyanın ən qədim kateqoriyası olan şəxs adı anlayışı çox geniş mənalıdır. Heç təsadüfi deyil ki, elmi ədəbiyyatda ‘şəxs adı’ kateqoriyasını bildirmək üçün 40-a yaxın müxtəlif termin səciyyəli sözlərdən və onların variantlarından istifadə olunur” (*Azərbaycan antroponimiyasının əsasları*). Bu terminlərin sayı çoxdur: antroponim, antroponimiya, antroponimika, antroponimik əsas, antroponimləşmə, antroponimik sistem, matronim, andronim, eponim, elliptik xüsusi ad, fiktonim, antroponimikon. Alimlər şəxs adlarını və ümumiyyətlə, adverməni hər bir xalqın adət-ənənəsi ilə bağlayırlar. Dilçi alim A. Superanskaya antroponimləri təsnif edərkən onları fərdi və qrup adlarına ayıraraq qeyd edir ki, “Fərdi adlar şəxsiyyəti kollektivdən fərqləndirir, qrup adları isə müəyyən xüsusiyyətlər əsasında seçilmiş kollektivlərə verilir” (Superanskaya, 2009, s. 174). Adların yenilənməsində tarixi prosesləri əsas sayır, hər bir dövrün özünəməxsus advermə ənənəsi olduğunu vurğulayırlar. Tarixi mənbələr göstərir ki, insanlara ad vermə insan həyatının qanunauyğun prosesidir. Bütün xalqlarda şəxs adlarının vəzifəsi cəmiyyət üzvlərini bir-birindən fərqləndirməkdir. Ad vasitəsilə insanların birini digərindən seçmək olur. Ona görə də dünyada adsız heç bir şəxs və heç bir cəmiyyət yoxdur. Adlar olmadan cəmiyyətin formalaşması və yaşaması da qeyri-mümkündür. Deməli, ad insan üçün ən zəruridir, onsuz heç cür ötürmək olmaz (Qurbanov, 2019, s. 9).

Maraqlıdır ki, şəxs adları müxtəlif aspektlərdə və mənbələrdə sıx-sıx işlənir. Bu mənada, ingilis dilinin frazeoloji birləşmələri səciyyəvidir. Şəxs adları ilə bağlı frazeoloji vahidlər ingilis dilinin üslubi sistemində çoxşaxəli funksiyalara malikdir, tarixi-mədəni dəyər daşıyır, üslubi rəngarənglik yaradır, kommunikativ prosesdə isə emosional təsiri gücləndirir. Bu baxımdan, onların öyrənilməsi yalnız linqvistik deyil, həm də mədəni-semiotik baxımdan böyük əhəmiyyət kəsb edir.

## Tədqiqat

Tədqiqat ingilis frazeoloji birləşmələrində şəxs adlarının üslub xüsusiyyətlərini öyrənmək üçün təsviri və analitik yanaşmadan istifadə edilmiş, semantik və üslubi metodlara müraciət edilərək ingilis dilində tərkibində antroponim işlənən frazeoloji birləşmələrin mədəni, tarixi və sosial mənalara aydınlıq gətirilmişdir. Araşdırmada material mənbə kimi 2006-cı ildə Susan Ratcliffe tərəfindən redaktə olunmuş sitatlar, deyimlər və ümumi müdriklikdə yer almış ifadələr arasındakı əlaqələri öyrənən *Oxford Dictionary of Phrase, Saying and Quotation* əsərinə müraciət olunmuşdur.

Semantik-üslubi və etimoloji təhlillər göstərir ki, şəxs adları yalnız müəyyən insanların göstəriciləri kimi çıxış etmir, həm də frazeoloji vahidlərə məcazi, mədəni və emosional çalarlar əlavə edir. Şəxs adları idiomların ifadəliliyini, təsvir qüvvəsini və kommunikativ təsirini artırır, mürəkkəb ideyaları qısa və canlı şəkildə çatdırmaq imkanı verir. Tərkibində şəxs adları olan atalar sözlərinin linqvistik xüsusiyyətləri onların maraqlı üslub vasitələri olduğunu göstərir.

Bundan başqa, tədqiqat göstərir ki, şəxs adlarının üslubi və semantik funksiyaları bir-biri ilə sıx bağlıdır. Müəyyən antroponimin seçimi çox vaxt tarixi, mədəni və sosial əlaqələri əks etdirir, idiomun təsiredici mənasını formalaşdırır və onun üslubunu, istifadəsini aydınlaşdırır. Antroponim tərkibli atalar sözlərinin öyrənilməsi dil, təfəkkür və mədəniyyətin qarşılıqlı əlaqəsini üzə çıxarır və bu sahənin dilçilik və üslubşünaslıq baxımından məhsuldar tədqiqat istiqaməti olduğunu təsdiqləyir.

Onomastika dilçilik elminin çox maraqlı sahəsidir. Mütəxəssislər belə hesab edirlər ki, onomastikanı müəyyən etmək üçün əvvəlcə “ad” termini izah olunmalıdır. Corc Redmonds adları belə müəyyən edir: “...bir insanı, heyvanı, yeri və ya əşyanı tanımaq üçün istifadə etdiyimiz xüsusi sözlərdir və onların hamısının müəyyən mənası var. Bir çox hallarda bu məna adın tarixində gizlənmiş olur, lakin digər hallarda isə hələ də açıq-aşkardır” (Redmonds, 2007, s. 9). Bu mənada, şəxs adları mənasına görə diqqəti cəkbən onomastik vahidlərdir. “Adlar insan münasibətlərində o qədər mühüm rol oynayır ki, onlara tez-tez sehrli qüvvələr aid edilir və müxtəlif xurafatlar və tabu qaydaları ilə əhatə olunurlar” (Ullmann, 1962, s. 71). Şəxsi adların təsnifatı problemi ilə bir sıra tanınmış dilçilər məşğul olmuşlar. “Bu problem ümumdilçilik xarakteri daşıyır” (Vezhbitskaya, 1997, s. 5).

İngilis dilində tərkibində şəxs adları olan frazeoloji vahidlərin dil-mədəni aspektləri çoxşaxəli və maraqlıdır. Susan Ratcliffe tərəfindən redaktə olunmuş sitatlar, deyimlər və müdrikliklə bağlı ifadələr arasındakı əlaqələri öyrənən *Oxford Dictionary of Phrase, Saying and Quotation* (2006) adlı kitabda on mindən çox belə faktlar bir araya gətirilərək bədii dilin ümumi görünüşü işıqlandırılmışdır (Oxford Dictionary of Phrase, Saying and Quotation, 2006).

Frazeoloji vahidlər həmişə subyektiv insan təcrübəsindən irəli gəlir. Onların tərkibində işlənən şəxs adları müxtəlif mənbələrə dayanır. Onlar içərisində İncildən qaynaqlanaraq frazeoloji vahidlərə keçmiş adlar maraq doğurur. Bu baxımdan, *Doubting Thomas* adı diqqəti cəkbir. Bu antroponim bir şeyə mübahisəsiz, sübut olmadan inanmayan şəxs anlamında işlənir. *Doubting Thomas* ingilis dilində frazeoloji birləşmə kimi işlənir və “inanmayan, hər şeydən şübhələnən adam” mənasını verir. Bu ifadə Bibliyadakı Həvari Tomasın hekayəsinə əsaslanır. O, İsa Məsihin dirilməsinə yalnız öz gözləri ilə görüb, əlləri ilə toxunduqdan sonra inanacağını bildirmişdir. “O demişdi ki, Məsihin dirildiyinə onun yaralarını görüb toxunana qədər inanmayacaq” (Oxford Dictionary of Phrase, Saying and Quotation, 2006, p. 40). İngilis dilindəki *Doubting Thomas* ifadəsinin Azərbaycan dilində birbaşa tərcümə ekvivalenti yoxdur, amma eyni mənanı ifadə edən frazeoloji qarşılıqlar mövcuddur. *Doubting Thomas* (“İnanmaz Tomaş”) bəzən xalq arasında işlənsə də, çox yaygın deyil. Azərbaycan dilindəki aşağıdakı deyimlər şübhəcil, hər deyilənə dərhal inanmayan insanı bildirir və *Doubting Thomas* ifadəsinin semantikasına uyğundur: “Gözü ilə görməsə, inanmaz”; “Daşı atmadan səsini eşitməz”; “Od görməsə, tüstüyə inanmaz”; “Özü sinamasa, razı qalmaz”. Araşdırmaçılar xüsusi adın dil səviyyəsində unikal bir varlığı bildirməsi və onu psixoloji cəhətdən nəzərəçarpan etməsini göstərir (Langendock, 2008).

İngilis dilinin frazemlərində işlənən *Judas kiss* xəyanətli hərəkəti bildirir. *Judas kiss* Bibliyadan gələn məşhur frazeoloji birləşmədir, “xəyanətkar öpüş” deməkdir. Bibliyada Yəhuda İskariot İsa Məsihi düşmənlərinə tanıtmmaq üçün onu öpür və bununla da satqınlıq edir. “Və onu satacaq olan işarə verdi, dedi: ‘Kimi öpərsəm, o odur; onu möhkəm tutun’” (Oxford Dictionary of Phrase, Saying and

Quotation, 2006, p. 465). Burada “Judas” Bibliyadakı Yəhuda İskariot adlı şəxsin adıdır, “kiss” isə “öpüş” deməkdir. Bu iki söz birləşərək *Judas kiss* frazeoloji ifadəsini yaradır. Yəni bu ifadə artıq konkret şəxsin adı yox, mənalı sabit bir birləşmə kimi məşhurlaşmış. *Judas* adı ən çox *kiss* sözü ilə yanaşı işlənir. Məsələn: *He smiled and offered help, but it was a Judas kiss* (O, gülümsəyərək kömək təklif etdi, amma bu xəyanətəkar öpüş idi). Bu xüsusi ad ingilis dilinin frazeologiyasında başqa sözlərlə birlikdə də frazem yaradır: *like a Judas*, yəni “satqınlıq etmək”, “arxadan vurmaq”. Məsələn: *He betrayed his friends like a Judas* (O, dostlarına Yəhuda kimi xəyanət etdi). Ədəbi tarixi kontekstlərdə başqalarını təhlükəyə aparan və onları satqınlıqla yönləndirən şəxs, adətən sürünü tələyə aparan keçici metaforası kimi *Judas goat* ifadəsi də vardır. Məsələn: *The spy acted as a Judas goat, leading the soldiers into an ambush* (Cəsus əsgərləri pusquya aparan Judas keçisi kimi davrandı).

İngilis dilinin frazeologiyasında xəyanət nəticəsində əldə edilən pul, yəni əxlaqi baxımdan ləkələnmiş qazanc mənasında işlənən ifadəyə də rast gəlirik. Məsələn, *He took the bribe, but everyone called it Judas Money* (O, rüşvət aldı, amma hər kəs bunu “Yəhuda pulu” adlandırdı).

*The mark of Cain* qətl ləkəsi, şöhrətsizlik nişanı kimi işlənir. *Oxford Dictionary of Phrase, Saying and Quotation* kitabında bu ifadə haqqında yazılır: Abeli öldürdükdən sonra Kainin üzərinə qoyulmuş əlamət, əvvəllər müharibədə ilahi qorunmanın göstəricisi (*Oxford Dictionary of Phrase, Saying and Quotation*, 2006, p. 301). *The mark of Cain* ifadəsi Bibliya mənşəli frazeoloji birləşmədir. Bu ifadənin mənşəyi qədim Əhdi-Cədidə *Yaradılış* kitabına dayanır. Qabil (Cain) qardaşı Habil (Abel) öldürdükdən sonra Allah onu lənətləyir və onun üzərinə “Qabilin nişanı”nı (*mark of Cain*) qoyur ki, heç kim onu öldürməsin. İfadənin mənası cinayət və günahın daimi nişanıdır. O, bir insanın törətdiyi pislik, xəyanət və ya günahın görünən və ya simvolik izi kimi işlənir. Cəzalandırılmış və ya damğalanmış şəxs, insanlar tərəfindən qınanan, təcrid olunan, sosial və ya mənəvi baxımdan damğalanmış kimsə haqqında danışarkən həmin frazemə müraciət edilir. Məsələn: *After the scandal, he bore the mark of Cain in the eyes of the community* (Skandaladan sonra o, cəmiyyətin gözündə “Qabilin nişanı”nı daşıyırdı). Bu nümunələr göstərir ki, doğrudan da, şəxs adlarının tarixi qədimdir. “Şəxs adları insan cəmiyyəti yarandığı gündən meydana gəlmiş, cəmiyyətin ictimai, siyasi, sosial, iqtisadi və mədəni tərəqqisi ilə bağlı inkişaf yolu keçmiş, müxtəlif dövrlərdə və müxtəlif şəraitdə formalaşmış, nəhayət, dildə şəxs adlarının müasir və zəngin sistemi yaranmışdır” (Bağırov, 2010, s. 9). Mütəxəssislər haqlı olaraq şəxs adlarını ictimai və tarixi proseslə əlaqələndirirlər: “Antroponimik sistemlərin tərkibini təşkil edən hər bir ünsür sosioloji və tarixi işarədir” (Xuduyev, 2014, s. 4).

İngilis dilinin məşhur frazemlərindən olan *Abraham's bosom* ifadəsi də Bibliya mənşəli frazeoloji birləşmədir. Mənası cənnət, bərəkətli ruhların istirahət yeri, ölümlərin ruhunun Allah tərəfindən qorunduğu və səadət içində olduğu məkan deməkdir. Bu məkan, xüsusilə xristianlıq kontekstində əxlaqi və dini baxımdan mükafatlandırılmışlar üçündür. İncildə varlı və yoxsul Lazarın hekayəsində Lazar öləndən sonra “*Abraham's bosom*”a (İbrahim qucağına), yəni cənnətin yaxın və qorunan bir yerinə, rahatlıq və səadət içində olan məkanına aparılır: İncil (Luka): “Və kasıb öldü, mələklər tərəfindən Abrahamın sinəsinə aparıldı” (*Oxford Dictionary of Phrase, Saying and Quotation*, 2006, p. 208). *After a long life of piety, he finally rests in Abraham's bosom* (Uzun bir ibadət və sələh həyatın ardından o, nəhayət, İbrahim qucağında dincəlir).

İngilis dilinin frazeologiyasında xalqın mədəniyyəti ilə bağlı adlar da az deyil. Bu baxımdan, *Darby and Joan* ifadəsi populyar mədəniyyət örnəyi kimi seçilir. Bu frazeoloji birləşmə ingilis mənşəli olub, evli, sədaqətli və sakit həyat sürən yaşlı cütlüyü təsvir edir. XVIII yüzillikdə məşhur ingilis şeirlərində tərənnüm edilən Darby və Joan adlı evli cütlüyün sadə, sakit, bir-birinə sədaqətli həyat tərzinin simvolu kimi işlənir.

*Pleased as Punch* frazemini uşaqlar üçün ənənəvi kukla şousu *Punch and Judy*dən Mr. Punch xarakterinə istinad sayılır (*Oxford Dictionary of Phrase, Saying and Quotation*, 2006, p. 336). Bu frazeoloji birləşmə ingilis mənşəli olub, çox məmnun, sevinc və razılıq içində olmağı ifadə edir. Onun mənbəyi *Punch and Judy* kukla teatru ilə bağlıdır. Punch, çox əyləncəli bir kukla personajdır. Punch hər zaman öz xeyrinə və planına görə sevinir, buna görə də ifadə onun sevincini və məmnunluğunu simvollaşdırır. Mənası çox məmnun, sevincli, razı olmaq, əla əhval-ruhiyyədə olmaq, böyük sevinc hissi keçirmək deməkdir. Məsələn: *She was as pleased as Punch when she got the job* (O, işi aldıqda

çox məmnun oldu). Azərbaycan dilindəki “ürəyincə olmaq”, “çox razı qalmaq” ifadələrinin anlamına uyğundur.

İngilis mədəniyyətinə bağlanan frazemlərdən biri də siyasi və sosial kontekstdə tipik bir obrazı simvollaşdıran *Colonel Blimp* ifadəsidir. *Colonel Blimp* – 1930-cu illərin sonlarında David Lowe tərəfindən qəzet karikaturalarında yaradılmış xarakterə istinad kimi qiymətləndirilir (Oxford Dictionary of Phrase, Saying and Quotation, 2006, p. 136). Bu frazeoloji birləşmə ingilis mənşəli olaraq 1930-cu illərdə İngiltərədəki *Colonel Blimp* adlı karikatura personajından yaranıb. Blimp, köhnə düşüncəli, mühafizəkar, hərbi rütbəyə bağlı və dünya dəyişikliklərinə uyğunlaşmayan bir ingilis zabiti kimi təsvir olunur. Birləşmənin mənası müasirlikdən uzaq, köhnə qəliblərdə qalmış insan deməkdir. Məsələn: *He refuses to accept new technologies, acting like a real Colonel Blimp* (O, yeni texnologiyaları qəbul etmir, həqiqi *Colonel Blimp* kimi davranır).

*Morton's fork* frazeoloji birləşməsi də ingilis mənşəli olub, çətin seçim və ya hər iki variantın eyni nəticəyə gətirib çıxardığı vəziyyəti ifadə edir. Mənbələrdə belə qeyd edilir: *Morton's fork* – iki seçim və ya alternativin nəticələrinin bərabər dərəcədə xoşagəlməz olduğu vəziyyət; John Morton (təxminən 1420–1500), Canterbury Arxiyepiskopu və Henry VII-nin naziri tərəfindən istifadə edilən arqument; *Morton's fork* – açıq-aşkar varlıların mütləq pulları olmalı, qənaətcil olanların isə qənaətləri olmalı arqumenti (Oxford Dictionary of Phrase, Saying and Quotation, 2006, p. 77). Bu ifadə XVI əsrdə İngiltərədə, Kral VII Henri dövründə maliyyə naziri olmuş John Morton ilə bağlıdır. Morton vergi siyasətində hər iki halda eyni nəticəyə gəlirdi: həm varlı, həm də kasıbdan vergi toplamaq üçün məntiqli səbəblər tapırdı. Mənası çıxılmaz vəziyyət, iki pisdən birinin seçimi deməkdir. Məsələn: *Facing Morton's fork, the company had to either cut jobs or increase prices* (Morton's fork qarşısında, şirkət ya işçiləri ixtisar etməli, ya da qiymətləri artırmalı idi).

İngilis dilinin frazeologiyasında işlənən şəxs adlarının tarixi müxtəlifdir. “Hər hansı bir onomastik vahidin yaranma tarixini bilmək isə bizi həmin dövrdə xalqımızın yaşayış tərz, adət-ənənəsi, psixologiyası, dini mənsubluğu, milli təfəkkürü, müxtəlif xalqlarla əlaqəsi, əhalinin iqtisadi durumu və s. haqqında müəyyən təsəvvür yaradır” (Mikayılova, 2008, s. 6). Bu mənada, ingilis dilinin frazeologiyasında Yunan və qədim Roma ilə bağlı şəxs adlarının maraqlı üslub məqamları vardır. *Brave men lived before Agamemnon* ifadəsi qədim Yunan mifologiyasından götürülmüş frazeoloji birləşmədir. Bu ifadə Homerin *İliada* əsəri ilə bağlıdır. Aqamemnon Troya müharibəsinin baş komandanıdır. Frazeoloji mənada isə bu ifadə “indiyə qədər mövcud olan qəhrəmanlardan əvvəl də igid insanlar olub” deməkdir, yəni o, keçmişdə də cəsur və əzəmətli insanların yaşadığını göstərir. *Brave men lived before Agamemnon* – bir qəhrəmanın qəhrəmanlıqları xatırlanmalıdır; ingilis atalar sözü, XIX əsrin əvvəlləri, Horatsdan götürülüb (Oxford Dictionary of Phrase, Saying and Quotation, 2006, p. 380). *Brave men lived before Agamemnon* mövcud dövrün igidliyi və qəhrəmanlığı ilə keçmiş müqayisə etmək, qədim dövr qəhrəmanlarını yüksək qiymətləndirmək mənasında işlənir. Məsələn: *Brave men lived before Agamemnon; the warriors of old were fearless and mighty* (Aqamemnondan əvvəl də igid insanlar yaşayıb; qədim dövrün döyüşçüləri qorxmaz və qüdrətli idilər). “Adlar zaman keçdikcə kəmiyyətin inkişafı ilə yanaşı, zənginləşmiş, təkmilləşmiş, bəziləri sıradan çıxmış və həyatda baş verən ictimai-siyasi, iqtisadi, mədəni hadisələrlə əlaqədar olaraq yaranan adlarla əvəz olunmuşdur” (Paşayev & Bəşirova, 2011, s. 3).

“*Appeal to Caesar*” frazeoloji birləşməsi tarixi və hüquqi mənşəli ifadədir. *Appeal to Caesar* – mümkün olan ən yüksək səlahiyyətə müraciət etmək; xüsusilə İncilə (*Həvarilərin İşləri*) istinad edir, burada Paul Apostol Roma vətəndaşı olaraq işinin Romada dinlənilməsinə tələb etmiş və demişdir: “Mən Sezara müraciət edirəm” (Oxford Dictionary of Phrase, Saying and Quotation, 2006, p. 197). İfadə etimoloji cəhətdən Roma hüququ ilə bağlıdır. Roma imperiyasının vətəndaşı məhkəmədə öz işini yerli hakim qarşısında həll edə bilmədikdə, daha yüksək səlahiyyətli hakimə – Sezara müraciət edə bilərdi. Frazemin mənası yuxarı instansiyaya müraciət etmək, daha yüksək və ya nüfuzlu bir şəxsin müdaxiləsi ilə problemin həllini tapmaq, qərarı daha yüksək səlahiyyətli orqana buraxmaq, məsələnin və ya qərarın daha güclü və nüfuzlu şəxs tərəfindən həll olunmasına ümid etmək deməkdir. Məsələn: *When the local authorities refused to help, he made an appeal to Caesar* (Yerli hakimiyyətlər kömək etməyəndə, o, yuxarı instansiyaya müraciət etdi).

Mənbələrdən alınan frazemlər göstərir ki, onların tərkibindəki şəxs adları üslub keyfiyyətlərinə görə bir-birindən fərqlənir. “Antroponimlərin öyrənilməsi bu və ya başqa xalqların etnik mənə-rəsinin açıqlanmasına, xalqlar arasındakı mədəni əlaqələrin müəyyənləşdirilməsinə, xalqların keçmiş və müasir adət-ənənələrinin üzə çıxarılmasına yardım edir. Dil tarixi, tarixi dialektologiya və semasiologiya baxımından bir sıra sözlərin aydınlaşdırılması şəxs adları, onların tarixi ilə bağlıdır” (Xuduyev, 2014, s. 5).

İngilis dilinin frazeoloji vahidləri içərisində real şəxs adlarına da rast gəlirik. *Pascal's wager* frazeoloji ifadəsi fransız filosofu, riyaziyyatçısı və fiziki Blez Paskalın (1623–1662) adı ilə bağlıdır və o, iman və Tanrıya inam mövzusunda rasionallığı əsas götürən arqumenti ifadə edir. Paskal bu arqumenti *Pensées (Düşüncələr)* əsərində irəli sürmüşdür. O, iddia edir ki, Tanrıya iman etməyin “qazancı” (mükafatı) böyükdür, inanmamağın isə potensial itkisi sonsuzdur. Ona görə də, əgər Tanrı varsa, iman edən qazanır, əgər yoxdursa, iman edən az itkiyə uğrayır. *Pascal's wager* – öz xeyrinə olaraq Tanrı mövcuddur kimi davranmaq arqumenti, çünki cəhənnəmdə əbədi cəzanın ehtimalı inanmanın digər üstünlüklərindən daha böyükdür; Blaise Pascal (1623–1662) (Oxford Dictionary of Phrase, Saying and Quotation, 2006, p. 192). Mənası düşüncəli və ehtiyatlı seçim, mümkün böyük faydanı nəzərə alaraq risk alma üsulu deməkdir. Məsələn: *He decided to take Pascal's wager and invest in the project, hoping for the best outcome* (O, Paskalın mərci arqumentini qəbul etdi və ən yaxşı nəticəyə ümid edərək layihəyə sərmayə qoydu). Üslubi baxımdan antroponimlər əsasında formalaşmış frazeoloji vahidlər nitqi rəngarəngləşdirir, obrazlılıq və emosional dərinlik əlavə edir. Onlar danışan və yazan şəxslərə mənanı daha dərinlən çatdırmaq, daha güclü pragmatik təsir yaratmaq və mədəni yaddaşa intertekstual əlaqələr qurmaq imkanı verir. Belə ifadələrin ədəbiyyat, publisistika və gündəlik ünsiyyətdə geniş şəkildə işlədilməsi onların üslubi potensialının genişliyini və həm rəsmi, həm də qeyri-rəsmi nitqi zənginləşdirmək gücünü təsdiqləyir.

*The Jersey Lily* frazeoloji ifadəsi ingilis mənşəli olub, bir qadının cazibədar, zərif və cəlbedici görünüşünü təsvir etmək üçün istifadə olunur. *The Jersey Lily* – aktrisa Lillie Langtry (1853–1929); Jersey adasında doğulmuş, gözəlliyi ilə seçilmiş və Millais tərəfindən çəkilmiş portretinin başlığından “*The Jersey Lily*” adı ilə tanınmışdır (Oxford Dictionary of Phrase, Saying and Quotation, 2006, p. 5). Gözəlliyi ilə seçilən Lillie Langtry XIX yüzilliyin sonunda və XX yüzilliyin əvvəlində məşhur olub və “*Jersey Lily*” ləqəbi ilə tanınırdı, çünki o, Jersey adasından idi. Frazemin mənası zərif, cazibədar qadın, gözəl görünüşlü qadın obrazı deməkdir. Məsələn: *She entered the room like a true Jersey Lily, catching everyone's attention* (O, otağa həqiqi bir *Jersey Lily* kimi girdi və hər kəsin diqqətini çəkdi).

*The Corsican Ogre* frazeoloji birləşməsi ingilis mənşəli olub və müəyyən bir şəxsi və ya xarakteri zülmkar, qəddar və amansız biri kimi təsvir etmək üçün istifadə olunur. *The Corsican Ogre* – Napoleon I (1769–1821), Fransa imperatoru, Korsika doğumuna istinadla (Oxford Dictionary of Phrase, Saying and Quotation, 2006, p. 182). Bu ifadə tarixən Napoleon Bonapart ilə bağlı işlədilmişdir, çünki o, Korsika adasından idi və bəzən onun sərt və qətiyyətli xarakterini tənqid edən ingilis yazılarında belə adlandırılırdı. İfadənin mənası amansız lider və ya zorakılıq nümayiş etdirən insan deməkdir. Məsələn: *The new manager was nicknamed the Corsican Ogre because of his harsh rules* (Yeni menecer sərt qaydaları səbəbindən Korsikalı div ləqəbi ilə çağırıldı).

*Homeric laughter* frazeoloji birləşməsi Homerin epik əsərlərində təsvir olunan qəhqəhəli, yüksək səviyyədə təsiredici və bəzən həm güclü, həm də hədsiz gülüş mənasında işlənir. Bu ifadə yunan şairi Homerin *İliada* və *Odissey* əsərlərindəki qəhqəhəli səhnələrdən yaranıb. Homerin təsvir etdiyi gülüşlər çox vaxt güclü, sarsıdıcı, bəzən ironik və dramatik olur. Ona görə də ifadənin mənası böyük, sarsıdıcı və unudulmaz gülüş deməkdir. Məsələn: *The old man's story brought a Homeric laughter to everyone in the room* (Köhnə kişinin hekayəsi otaqdakı hər kəsdə Homer gülüşü yaratdı).

Örnekler ingilis dili frazeologiyasının şəxs adları ilə zənginliyini və bunun onların üslub xüsusiyyətlərinə təsirini göstərir.

## Nəticə

İngilis dilində şəxs adları əsasında formalaşmış frazeoloji vahidlər dilin üslubi imkanlarının zənginliyini nümayiş etdirən mühüm leksik-semantik vahidlərdir. İngilis dilində şəxs adlarını ehtiva edən frazeoloji vahidlərin təhlili göstərir ki, bu ifadələr dilin üslubi sistemində mühüm yer tutur. Belə vahidlər yalnız məzmunun zahiri ifadəsi ilə məhdudlaşmır, həm də ifadəlilik, qiymətləndirmə və mədəni istinadların güclü vasitəsi kimi çıxış edir. Frazeoloji vahidlərdə şəxs adları tez-tez simvolik funksiya qazanaraq tipik obrazları, tarixi və ya ədəbi şəxsiyyətləri, həmçinin ümumiləşdirilmiş insan xüsusiyyətlərini təcəssüm etdirir. Belə ifadələr yalnız nominativ funksiyanı deyil, həm də emosional-ekspressiv, qiymətləndirici və üslubi funksiyaları yerinə yetirir. Şəxs adları frazeoloji vahidlərdə müxtəlif semantik transformasiyalara uğrayaraq ictimai-sosial münasibətləri simvollaşdırır.

Tərkibində antroponim olan atalar sözləri həm yazılı, həm də şifahi üslubda müəllifin niyyətini daha aydın və təsirli çatdırmasına xidmət edir. Xüsusilə bədii ədəbiyyatda, publisistikada və gündəlik ünsiyyətdə şəxs adları ilə bağlı frazeologizmlərin işlənməsi dilin ekspressiv potensialını artırır, nitqi daha yaddaqalan və emosional edir. Nəticə etibarilə, şəxs adları ilə bağlı frazeoloji vahidlər ingilis dilinin yalnız lingvistik zənginliyini deyil, həm də onun mədəni və tarixi inkişafını təcəssüm etdirir.

## Ədəbiyyat

1. Azərbaycan antroponimiyasının əsasları. (t.i.). <http://zim.az>
2. Bağirov, A. (2010). *Onomalogiya problemləri* (I c.). Elm və Təhsil.
3. Langendock, V. (2008, January 17). *Theory and Typology of Proper Names*. <http://www.degruyter.de/cont/>
4. Mikayılova, Ə. (2008). *Onomastik vahidlərin üslubi imkanları (XIX əsrin ikinci yarısında yaranmış nəsr əsərlərinin materialları əsasında lingvistik tədqiqat)*. Memar Nəşriyyat–Poliqrafiya MMC.
5. Oxford Dictionary of Phrase, Saying and Quotation. (2006). [https://archive.org/details/oxforddictionary0000unse\\_g5e8](https://archive.org/details/oxforddictionary0000unse_g5e8)
6. Paşayev, A., & Bəşirova, A. (2011). *Azərbaycan şəxs adlarının izahlı lüğəti*. Mütərcim.
7. Qurbanov, A. (2019). *Azərbaycanlı şəxs adları ensiklopediyası*.
8. Redmonds, G. (2007). *Names and History: People, Places and Things*. Continuum International Publishing Group.
9. Superanskaya, A. V. (2009). *Obshchaya teoriya imeni sobstvennogo* (3-e izd.). Knizhnyy dom "LIBROKOM". (Transliterasiya: Superanskaya, A. V.)
10. Ullmann, S. (1962). *Semantics: An Introduction to the Science of Meaning*. Basil Blackwell.
11. Vezhbetskaya, A. (1997). *Yazyk. Kul'tura. Poznanie* (perevod s angliyskogo). Russkie Slovari. (Transliterasiya: Vezhbetskaya, A.)
12. Xuduyev, N. (2014). *Azərbaycan antroponimlərinin təşəkkülü və inkişafı*. Seçilmiş əsərləri, IX c. Elm və Təhsil, 4–150.

Daxil oldu: 04.09.2025

Qəbul edildi: 25.11.2025