

АНАЛИЗ БЫТОВЫХ РЕАЛИЙ, ОБРАЗОВАННЫХ ОТ АНТРОПОНИМОВ С ПОЗИЦИИ ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИИ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО И НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКОВ)

И.Л. Кучешева

Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, г. Омск

В статье проводится анализ английских и немецких бытовых реалий, образованных от антропонимов с позиции лингвокультурологии. Автор рассматривает такие понятия, как лингвокультурология, имена собственные, бытовые реалии и дает их классификацию. На основе английского и немецкого языков выделены такие бытовые реалии, как виды посуды, напитков, еды, обуви и одежды. Для того, чтобы иметь представление о бытовых реалиях, тесно связанных с историческим отрезком той страны, в котором они появились, автор дает их этимологию. В результате лингвокультурологического анализа автор выявил, что в обиходную лексику английского и немецкого языков вошло большое число общекультурных слов, образованных от антропонимов. Статья вносит вклад в развитие английской и немецкой ономастики, предназначаясь для составления курса по лексикологии и двуязычных словарей.

Ключевые слова: бытовая реальия, лингвокультурология, антропоним, имя собственное, посуда, напиток, еда, обувь, одежда.

В статье рассматриваются бытовые реалии антропонимического происхождения, так как они передают лингвокультурные явления, являются хранителями культурной информации, указывают на разные сферы материальной культуры той страны, в которой они появились.

Место имени в языке определяется в процессе его функционирования в речи. Если черта, положенная в основу номинации свойственна и другим объектам, а не только тому, у которого она была впервые выделена, имя начинает обобщать и становится нарицательным. Если черта, на основе которой предмет получил свое название случайно, не обязательна или по-иному представлена у других предметов, имя становится собственным [3, с. 6].

В.В. Красных определяет лингвокультурологию как «дисциплину, изучающую проявление, отражение и фиксацию культуры в языке и дискурсе, непосредственно связанную с изучением национальной картины мира, языкового сознания, особенностей ментально-лингвального комплекса» [2, с. 12].

Имена собственные соотносятся с предметами объективного мира, которые они обозначают, служат для индивидуализации в сознании и речи определенного лица, постоянным словесным знаком которого они являются.

Антропонимы объединяют все разновидности имен собственных: имена, фамилии, а также их переносы на названия видов посуды, напитков, еды, обуви и одежды.

На основе английского и немецкого языков формируются многочисленные бытовые реалии.

Бытовые реалии характеризуют различные области жизни англичан и немцев. По определению О.С. Ахмановой, «реалии – это предметы материальной культуры» [1, с. 381]. Реалия тесно связана с историческим отрезком той страны, в котором она появилась. Чтобы иметь представление об исторической эпохе, нужно знать этимологию бытовой реалии.

Далее рассмотрим английские и немецкие бытовые реалии, к которым относятся: посуда, напитки, еда, обувь, одежда.

Посуда:

– (англ.) **Villeroy and Boch** – (нем.) **Villeroy und Boch** – Филлерой & Бох – вид полупрозрачного фарфора, который сочетает характеристики и преимущества веджвуда (сорт фарфора) и пат-сюр-пата (декорирование барельефом), по имени немцев Франсуа Боха и Николаса Филлероя, создателей гончарной компании [4, 5];

– (англ.) **Wagner and Apel** – (нем.) **Wagner and Apel** – Вагнер и Апел, фарфор с изображением реалистичных животных и птиц, декоративные рождественские сувениры, выполненные в традиционном и современном стилях, по имени немцев Берхарда Вагнера и Антона Апеля, основателей фарфорового завода [5, 6];

– (англ.) **Flugel** – (нем.) **Flügel** – флюгель, фарфор, используется при организации торжественных приемов Верховного суда Германии, в росписи фарфора используется натуральное золото и платина, по имени немки Барбары Флюгель, современного художника и дизайнера [6];

– (англ.) **Collins** – (нем.) **Collins** – коллинз, стакан цилиндрической формы с прямыми стенками, используемый для лонгдринков. Своё

имя стакан получил по названию коктейля «Том Коллинз» (по имени американского метрдотеля Тома Коллинза, работавшего в отеле Лиммерс Олд Хаус). Коллинз не имеет ножки. Объем стакана коллинз варьируется от 230 до 340 мл. Стакан Коллинз очень популярен в барах и ресторанах как один из самых удобных для составления коктейлей: прохладительных и лонгдринков [7].

Названия посуды, образованные от двух фамилий, пишутся с прописной буквы как в английском, так и в немецком языках.

Напитки:

– (англ.) **grog** – (нем.) **Grog** – грог, напиток, по прозвищу британского вице-адмирала Эдварда Вернона (1684–1757), (в воду добавляются разнообразные пряности (корица, гвоздика, имбирь, а также лимон или лайм) [4, 5];

– (англ.) **martini** – (нем.) **Martini** – мартини, по имени итальянца Алессандро Мартини (1812–1905), предпринимателя, одного из основателей компании «Мартини и Росси»; с 1862 самый первый вермут Martini, имеет сладкий и немного горьковатый вкус [5, 6];

– (англ.) **guinness** – (нем.) **Guinness** – гиннесс, крепкий ирландский портер, изобретен в 1759 году ирландским пивоваром Артуром Гиннессом (1725–1803), ставший легендой Ирландии и символом дня святого Патрика [4, 7].

Еда:

– (англ.) **bechamel** – (нем.) **Bechamelle** – белый соус, по рецепту французского маркиза Бешамеля (1603–1703), метрдотеля Людовика XIV [6, 7];

– (англ.) **beef stroganoff** – (нем.) **Bœuf Stroganoff** – бефстроганов – блюдо (главной составной частью которого является говядина, приготовленная в соусе, содержащем сметану), по имени русского дипломата, графа Строганова (1795–1891) [5];

– (англ.) **sandwich** – (нем.) **Sandwich** – бутерброд, сэндвич, по имени Джона Монтегю, английского графа Сэндвича (1718–1792), который во время охоты и карточной игры, длившихся целые сутки, приказывал подавать холодные закуски между двумя ломтиками хлеба [5, 6].

В английском языке названия видов напитков и еды пишутся со строчной буквы, а в немецком языке – с прописной.

Обувь:

– (англ.) **bluchers** – (нем.) **Blücher** – тяжёлые кожаные короткие сапоги или высокие ботинки, по имени прусского генерала Гебхарда Блюхера (1742–1819) [6];

– (англ.) **wellingtons** – (нем.) **Wellingtons** – веллингтоны, высокие кожаные сапоги для верховой езды, спереди прикрывающие колено, такие сапоги носил английский герцог Веллингтон (1769–1862) [5].

Одежда:

– (англ.) **cardigan** – (нем.) **Cardigan** – кардиган (вязаный шерстяной жакет с длинными рукавами без воротника; женский или мужской) назван по имени британского графа Кардигана (1797–1868) [4, 5];

– (англ.) **burberry** – (нем.) **Burberry** – барберри, плащ из легкой, непромокаемой материи, по имени британского фабриканта Томаса Барберри, который в 1856 году основал небольшой магазин мануфактуры в Гэмпшире (1835–1926) [5, 6];

– (англ.) **chesterfield** – (нем.) **Chesterfield** – честерфилд (длинное однобортное пальто в талию с потайной застёжкой, часто с бархатным воротником), по имени английского графа Честерфилда (1694–1773) [6, 7];

– (англ.) **stetson** – (нем.) **Stetson** – стетсон, фасон шляпы, по имени американского фабриканта Джона Б. Стетсона, шляпа-котелок с полями, широкими, как у сомбреро [5];

– (англ.) **mackintosh** – (нем.) **Mackintosh** – макинтош, непромокаемый плащ, по имени шотландского изобретателя водонепроницаемой ткани Чарльза Макинтоша [7];

– (англ.) **knickerbockers** – (нем.) **Knickerbockers** – никербокеры, широкие штаны, застегивающиеся у колен, по имени мнимого автора книги В. Ирвинга «История Нью-Йорка», опубликованной в 1809 году. В иллюстрациях книги художник Крукшеньк изобразил Дидриха Никекера в коротких голландских штанах, которые получили затем его имя [4, 7].

В английском языке названия видов обуви и одежды пишутся со строчной буквы, а в немецком языке – с прописной.

В результате проведенного лингвокультурологического анализа бытовых реалий было выявлено, что в обиходную лексику английского и немецкого языков вошло большое число общекультурных слов, встречающихся в нескольких языках, образованных от имен собственных (главным образом, фамилий), связанных с возникновением видов посуды, напитков, еды, обуви и одежды.

Посредством международного сотрудничества и связей, многие бытовые реалии англичан и немцев стали общеупотребительными словами в разных странах, способствуют взаимопониманию и диалогу с их культурами.

Литература

1. Ахманова, О.С. *Словарь лингвистических терминов* / О.С. Ахманова. – М.: Советская энциклопедия, 1966. – 608 с.

2. Красных, В.В. *Лингвокультурология и этнопсихоллингвистика* / В.В. Красных. – М.: Гнозис, 2002. – 284 с.

3. Кучешева, И.Л. *Имена собственные как термины в подязыке английской лингвокультуры:*

автореф. дис. ... канд. филол. наук / И.Л. Кучешева. – Омск, 2012. – 20 с.

4. *Bildwörterbuch Russisch*. – Compact Verlag, 2013. – 32 s.

5. *Cambridge Advanced Learner's Dictionary*

Hardback (4th ed.) – Colin McIntosh, 2013. – 1844 p.

6. *Langescheidt Universal-Wörterbuch Russisch*. – Langescheidt, 2014. – 480 s.

7. *Longman Collocations Dictionary and Thesaurus*. – Pearson Educated Limited, 2015. – 1472 p.

Кучешева Ирина Львовна, кандидат филологических наук, доцент кафедры «Связи с общественностью и иностранные языки», Сибирский государственный университет физической культуры и спорта (Омск), kuchesheva@rambler.ru

Поступила в редакцию 19 января 2017 г.

DOI: 10.14529/ling170102

ANALYSIS OF REALIA FORMED FROM ANTHROPONYMS THROUGH LINGUISTIC CULTURE (BASED ON ENGLISH AND GERMAN LANGUAGES)

I.L. Kuchesheva, kuchesheva@rambler.ru

Siberian State University of Physical Education and Sport, Omsk, Russian Federation

The article deals with the linguo-cultural analysis of the English and German realia formed from anthroponyms. The author examines such concepts as linguistic culture, proper names, realia and gives an outline of their classification. The English and German realia fall into the following classes: tableware, drinks, food, shoes and clothes. The author refers to etymological data to get an idea of the realia closely related to the historical period of the country where they appeared. As a result, the author finds out that a great number of general cultural words formed from anthroponyms became part of everyday English and German. The article contributes to the development of English and German onomastics. The findings may be used in teaching the course on lexicology as well as in compiling bilingual dictionaries.

Keywords: realia, linguistic culture, anthroponym, proper name, tableware, drink, food, footwear, clothes.

References

1. Akhmanova O.S. *Slovar' lingvisticheskikh terminov*. [Dictionary of Linguistic Terms]. Moscow, Sovetskaja Entsyklopedia Publ, 1966, 608 p.
2. Krasnykh V.V. *Lingvokul'turologija i etnopsikholingvistika*. [Cultural Linguistics and Ethnopsycholinguistics]. Moscow, Gnozis Publ., 2002, 284 p.
3. Kuchesheva I.L. *Imena sobstvennye kak terminy v podyazyke anglijskoj lingvokul'tury*. [Proper Names as Terms in Sublanguage of English Linguistic Culture]. Abstract dis. cand. philol. sc. Omsk, 2012, 20 p.
4. *Bildwörterbuch Russisch*. Compact Verlag, 2013, 32 p.
5. *Cambridge Advanced Learner's Dictionary Hardback (4th edition)*. Colin McIntosh, 2013, 1844 p.
6. *Langescheidt Universal-Wörterbuch Russisch*. Langescheidt, 2014, 480 p.
7. *Longman Collocations Dictionary and Thesaurus*. Pearson Educated Limited, 2015, 1472 p.

Irina L. Kuchesheva, PhD in Philology, Associate Professor of the department «Public Relations and Foreign Languages», Siberian State University of Physical Education and Sport (Omsk), kuchesheva@rambler.ru

Received 19 January 2017

ОБРАЗЕЦ ЦИТИРОВАНИЯ

Кучешева, И.Л. Анализ бытовых реалий, образованных от антропонимов с позиции лингвокультурологии (на материале английского и немецкого языков) / И.Л. Кучешева // Вестник ЮУрГУ. Серия «Лингвистика». – 2017. – Т. 14, № 1. – С. 14–16. DOI: 10.14529/ling170102

FOR CITATION

Kuchesheva I.L. Analysis of Realia Formed from Anthroponyms Through Linguistic Culture (Based on English and German Languages). *Bulletin of the South Ural State University. Ser. Linguistics*. 2017, vol. 14, no. 1, pp. 14–16. (in Russ.). DOI: 10.14529/ling170102