

# АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ: ЛЕКСИКОЛОГИЯ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА

## НЕМЕЦКАЯ БЕЗЭКВИВАЛЕНТНАЯ ЛЕКСИКА В РУССКОМ ЯЗЫКЕ

**В. В. БУДЬКО**

*Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина*

*Научный руководитель – Т. А. Кальчук*

В лексическом составе любого языка выделяются слова с национально-культурной спецификой значения, отражающие референты, свойственные только данному языку. Например, названия блюд национальной кухни (русск. *борщ, щи, квас*; нем. *das Eisbein, die Maultasche*), народных танцев (русск. *тrepлак, гопак*; нем. *der Schuhplattler*) и т.д. Они отражают типичную действительность данной страны, данной нации, данной культуры и не имеют соответствий в других языках. Так, слова, обозначающие понятия, предметы, явления, типичные только для определенного языкового коллектива и не имеющие аналогов в другом языке, относятся к безэквивалентной лексике (БЭЛ).

Термин «безэквивалентная лексика» встречается у многих авторов, занимающихся проблемами языка и перевода (Е. М. Верещагин, В. Г. Костомаров, Л. С. Бархударов, С. И. Влахов, С. П. Флорин, Я. И. Рецкер, В. Н. Комиссаров, А. Д. Швейцер и др.), которые, однако, трактуют его по-разному. Е. М. Верещагин и В. Г. Костомарова понимают под безэквивалентной лексикой слова, которые нельзя семантизировать с помощью перевода (они не имеют устойчивых соответствий в других языках, не имеют смысловых соответствий в системе содержания, свойственных другому языку), т.е. «слова, план содержания которых невозможно сопоставить с какими-либо иноязычными лексическими понятиями» [Верещагин, Е.М. Язык и культура / Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров. – М. : Русский язык, 1990. – 387 с.

На сегодняшний день нет единой классификации БЭЛ. Наиболее полную классификацию безэквивалентной лексики, на наш взгляд, предложил Л. С. Бархударов. Он делит безэквивалентную лексику по тематическому принципу на три группы: имена собственные, реалии и случайные лакуны.

Целью нашего исследования является тематическая характеристика немецкой БЭЛ в русском языке.

Отбор немецкой БЭЛ производился нами на русскоязычном веб-сайте «Немецкая волна» [2]. Материал исследования составил 150 немецких слов и словосочетаний, активно используемых в материалах средств

массовой информации. Отобранные реалии мы разделили на 2 группы: имена собственные и реалии.

Анализ материала исследования показал, что реалии составили большую часть всей БЭЛ (95 ЛЕ или 63,3% от всего корпуса материала).

Согласно классификации, предложенной С. И. Влаховым и С. П. Флориным, мы распределили реалии на этнографические (38 ЛЕ) и общественно-политические реалии (57 ЛЕ).

Этнографические реалии (38 ЛЕ или 25,3% от всего фактического материала исследования) распределяются на 4 подгруппы, которые определяют быт, труд, искусство и культуру, этнические объекты.

К этнографической группе реалий, определяющей быт, относится лексика, которая характеризует пищу, напитки, жилье и транспорт (13 ЛЕ или 8,7%). Например: *пиво Банту / Bantu-Bier, пильзнер / Pilsner, кнедлики / der Knödel, айнтопф / Eintopf, фенхель / der Fenchel, тяжелый грузовой автомобиль / der Lastkraftwagen, судно на воздушной подушке / das Luftkissenboot, дом на одну семью / das Familienhaus, дуплекс / das Doppelhaus* и т.д.

Реалии труда включают людей труда и реалии, связанные с трудом (6 ЛЕ или 4%): *проводник в горах / der Bergführer, градостроитель / der Stadtplaner, стеклодув / der Glasbläser.*

Лексика искусства и культуры отражается в обычаях, праздниках и ритуалах (11 ЛЕ или 7,3%): *октоберфест / das Oktoberfest, гамбургский собор / Hamburger Dom, трудерингский фестиваль / Truderinger Festwoche.*

К этническим объектам мы отнесли названия лиц по месту жительства (8 ЛЕ или 5,3%): *житель Западного Берлина / der Westberliner, южноамериканец / der Südamerikaner.*

Анализируя отобранные реалии, можно наблюдать частотность употребления этнографических реалий в нашем материале. Как мы видим, наиболее употребляемой группой является быт – 8,7%. Наименьшее количество выпадает на группу труда, которая составила всего 4%.

К группе общественно-политических реалий (57 ЛЕ или 38% от всего материала исследования) мы отнесли реалии, связанные с административно-территориальным устройством, органами и носителями власти, общественно-политической жизнью.

Самую многочисленную подгруппу общественно-политических реалий составляют ЛЕ, связанные с общественно-политической жизнью (22 ЛЕ или 14,7% от всего фактического материала исследования). К данной подгруппе безэквивалентной лексике относятся названия политических деятелей, партий, движений, культурные и учебные заведения: *Станислав Тиллих / Stanislaw Tillich, СДПГ (Социально-демократическая партия Германии) / SPD, СвДП (Свободная демократическая партия) / FDP, Дуйсбург-Эссен / Duisburg-Essen, Гамбургский университет / Hamburger Universität, школа Цуммай / Hochschule Zittau.*

Далее следуют ЛЕ, обозначающие органы власти и функционеров (18 ЛЕ или 12%): *бундестаг / der Bundestag, бундесрат / der Bundesrat, федеральный министр / der Bundesminister*.

Третью группу составили реалии, определяющие административно-территориальное устройство (17 ЛЕ или 11,3%). К данной подгруппе относятся названия населенных пунктов: *Абенберг / Abenberg, Вендебург / Wendeburg, Эрфурт / Erfurt*.

Итак, анализ общественно-политических реалий показал, что наиболее употребительной группой являются ЛЕ, связанные с общественно-политической жизнью (14,7%). Это можно подтвердить тем, что общественно-политическая лексика является основным центром максимальной концентрации национально-окрашенной лексики в СМИ, которая отражает особенности жизни народа-носителя языка.

Лингвистический энциклопедический словарь даёт следующее определение имени собственного: «Собственное имя (оним) – слово, словосочетание или предложение, которое служит для выделения именуемого им объекта из ряда подобных, индивидуализируя и идентифицируя данный объект» [3, с. 154]. Имена собственные составляют большинство в нашем практическом материале, так как данный пласт лексики активно используется в СМИ. К числу имён собственных (55 ЛЕ или 36,7% от всего фактического материала исследования) относятся следующие ономастические слова: названия общих имен и фамилий, географические наименования и названия учреждений и организаций.

Самую многочисленную группу имен собственных составляют реалии, обозначающие имена и фамилии (26 ЛЕ или 17,3%): *Ангела Меркель / Angela Merkel, Герд Нефцер / Gerd Nefzer, Петер Берингер / Peter Boehringer*.

Далее следуют ЛЕ, обозначающие географические наименования (16 ЛЕ или 10,7%): *аллея Карла Маркса / Karl-Marx-Allee, баумшюленштрассе / Baumschulenstraße, Штраусберг / Strausberg*.

Всего 13 реалий или 8,7% обозначают названия немецких учреждений и организаций. Например: *Бабельсберг / Babelsberg, Блумберг / Bloomberg*.

Итак, анализ немецкой безэквивалентной лексики в русскоязычных материалах средств массовой информации показал, что наиболее употребительными реалиями в данной сфере являются имена собственные, которые составили 36,7%, и общественно-политические реалии – 38%.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Верещагин, Е. М. Язык и культура / Е. М. Верещагин, В. Г. Костомаров. – М. : Русский язык, 1990. – 387 с.
2. «Немецкая волна» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dw.com/ru/>. – Дата доступа: 12.04.2018.
3. Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. редактор В. Н. Ярцева. – М. : Советская энциклопедия, 1990. – 688 с.