

# ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ТОПОНИМОВ НОВОЙ ЗЕЛАНДИИ

**А. Карпова**

*4 курс, филологический факультет*

Научный руководитель – доц. А.С. Гринштейн

Топоним содержат значительный объем культурной информации. Топонимика помогает восстановить черты исторического прошлого народов, определить границы их расселения, очертить области бывшего распространения языков, географию культурных и экономических центров, торговых путей и т.п.

Объектом исследования в настоящей работе являются топонимы Новой Зеландии. Данная топонимия возникла в последней четверти XVIII в. на базе английского языка.

Первый период истории топонимии Новой Зеландии относится к эпохе открытия и освоения островов, когда они были исследованы и нанесены на карту экспедициями Джеймса Кука, Абеля Тасмана и др. Многие географические названия связаны с экспедициями Тасмана (1642—1644) и носят его имя: *Tasman Sea* (Тасманово море), *Tasman Glacier* (ледник Тасмана), *the Tasman Valley* (Долина Тасмана), *the Tasman River* (река Тасмана), *Mount Tasman* (Гора Тасмана).

Наибольшим лингвокультурологическим потенциалом обладает топонимическая система новозеландского национального варианта, тесно связанная с этнической культурой маори. Из всех заимствованных слов общеупотребительной лексики аборигенного происхождения, наибольшую часть составляют наименования географических объектов Новой Зеландии, например, города: *Timaru* «Ти-мару», *Takapuna* «Такапуна», *Waitotara* «Вайтотара», *Taranaki* «Таранаки»; вулканы *Tongariro* «Тонгариро». Географические названия из языка маори содержат в себе комплекс культурной, исторической и языковой информации о народе маори.

Особую группу топонимов Новой Зеландии составляют имена известных исторических личностей Великобритании. К ним относятся:

а) имена британских адмиралов, офицеров и героев имперских сражений: *Auckland* «Окленд», *Eden* «Иден», *Rodney* «Родни»

б) имена британских политических деятелей: *Russell* «Рассел», *Howick* «Ховик», *Palmerston* «Палмерстон»

в) имена членов королевских семей: *Alfred glacier* «наследник Альфред» (сын Королевы Виктории), *The Clarence River* «река Кларенс» (герцог Кларенс)

г) названия географических объектов Великобритании: *Birkenhead* «Биркенхед», *Devonport* «Девонпорт», *New Plymouth* «Новый Плимут»

д) имена британских губернаторов: *Hobson County* «графство Гобсон»; города: *Bowentown* «Боуентаун», *Gore* «Гор» и *Ranfurlly* «Ранфурли»

Таким образом, с одной стороны, топонимы обозначают конкретные географические объекты, а, с другой стороны, они тесно связаны с историей и культурой того или иного народа. Топонимы расширяют фоновые знания студентов, изучающих язык и культуру англоговорящих стран.

## ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ НАЗВАНИЙ МАГАЗИНОВ В США

**Т. Акимова**

*3 курс, филологический факультет*

Научный руководитель – доц. **А.С. Гринштейн**

В современном мире человек на каждом шагу сталкивается с названиями. Они становятся неотъемлемой частью жизни, поскольку любой из нас выбирает для себя тот или иной товар, услугу, поставщика услуг; часто владелец самостоятельно даёт название своему предприятию, ориентируясь на некоторые параметры, или прибегает к услугам агентств, занимающихся неймингом – профессиональной разработкой названия компании, продукта или услуги.

Называя объект, человек соединяет свою способность к имитворчеству и возможности языка [1, с. 7]. Будучи тесно связанным с мировоззрением, ценностями и привычками сообщества, язык способен отразить особенности той или иной культуры. Таким образом, в названии обязательно присутствует лингвокультурологический компонент.

Названия магазинов (эмпоронимы) не являются исключением.

Наиболее часто в названиях магазинов в США встречаются следующие элементы:

1. Имена и фамилии людей. В названии магазина содержится фамилия или имя владельца/владельцев, основателя фирмы. Иногда владелец выбирает название, исходя из эстетических соображений, включая красивые имена в качестве одного из компонентов названия.

Выяснилось, что в подборке присутствует 44 названия магазинов (15 % от общего числа), где одним из элементов названия выступает имя.

2. Иностранные слова. В некоторых названиях содержатся отдельные слова из других языков, реже название даётся на иностранном языке полностью (около 3% названий). Иностранные слова будут недоступны большинству жителей, и потенциальный покупатель пройдёт мимо, не получив информации о том, какие товары предлагаются в данном магазине.

В некоторых случаях владельцы магазинов демонстрируют оригинальность и нестандартное мышление, используя юмор, игру слов, всевозможные ассоциации и аллюзии, аллитерацию, ассонанс, рифмовку, редуп-