



FAN, TA'LIM VA AMALIYOT INTEGRATSIYASI

ISSN: 2181-1776

Очильдиева Д.

ДжГПИфакультет русского языка и литературе.
Кафедра русский язык и методике его преподавания.
Преподаватель

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СТАРИННЫХ МЕР В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ

Аннотация

В данной статье исследуются структурные и семантические особенности лексического и фразеологического этимологических полей русского языка, сформированных на основе лексем-турцизмов, обозначающих сферу торговли. В структуре рассматриваемых лексического и фразеологического этимологических полей выявлены ядро, околоядерная и периферийная зоны. Семантический анализ лексического этимологического поля «сфера торговли» позволил выявить в его составе семантические микрополя. Кроме того, выявлена роль лексем турецкого происхождения со значением «сфера торговли» в составе русской лексики и фразеологии. Помимо этого, выявлена и описана роль компонентов-турцизмов со значением «сфера торговли» в составе русских фразеологизмов: их большая часть используется для формирования внутренней формы фразеологизма и таким образом участвует в мотивации общего фразеологического значения, их меньшая часть формирует собственно форму фразеологизма без участия в мотивации общего фразеологического значения.

Ключевые слова: лексическое этимологическое поле, фразеологическое этимологическое поле, лексема, фразеологическая единица, фразеологизм, турецкие заимствования, турцизмы, лексемы турецкого происхождения, семантика фразеологизмов, этимология, сфера торговли.

В современных лингвистических исследованиях для анализа различных языковых явлений активно используется полевая модель языка как наиболее адекватно

отражающая его природу. Различные виды лингвистических полей описаны в монографии В.П. Абрамова «Синтагматика семантического поля» [1]. В данном исследовании будут рассмотрены лексическое и фразеологическое этимологические поля, образованные на основе лексем турецкого происхождения со значением «сфера торговли».

В процессе развития русского языка в него вошло немалое количество лексем турецкого происхождения, которые в нашем исследовании обозначены термином «турцизмы». Одним из показателей ассимиляции иноязычного слова является его использование в языке-реципиенте в качестве компонента фразеологических единиц (ФЕ).

Объектом исследования в данной статье являются лексемы-турцизмы, обслуживающие сферу торговли, и образованные ими лексическое и фразеологическое этимологические поля русского языка.

Цель данной статьи - охарактеризовать соотношение лексического и фразеологического этимологических полей русского языка, образованных лексемами турецкого происхождения со значением «сфера торговли», выявить структурные и семантические особенности данных полей.

Лексемы-турцизмы, как и другие тюркские лексемы, вошедшие в русский язык, в основном, обозначают конкретные бытовые предметы. По мнению Р.А. Юналеевой, это качество лексем тюркского происхождения является их отличительной семантической особенностью: большинство тюркских слов входили в русский язык «в качестве однозначных слов, обозначавших конкретные бытовые реалии широкого использования» [9, с. 48]. Это характерно и для турцизмов-компонентов русских фразеологизмов.

Лексемы-турцизмы, обозначающие сферу торговли, образуют единое лексическое этимологическое поле, а фразеологизмы с этими лексемами-компонентами – единое фразеологическое этимологическое поле. Поэтому анализ фразеологического этимологического поля со значением «сфера торговли» вполне оправданно базируется на анализе одноименного лексического этимологического поля.

Лексическое этимологическое поле лексем-турцизмов со значением «сфера торговли» содержит ядро, околоядерную зону и периферию. Аналогичная структура характерна и для одноименного фразеологического этимологического поля. Ядро лексического этимологического поля образуют

«лексемы турецкого происхождения, заимствованные русским языком непосредственно из турецкого, что подтверждено данными этимологических словарей» [2, с. 6]. Например, по мнению М. Фасмера [6] и А.Г. Преображенского [5], лексемы *алтын* и *баш* являются заимствованиями из турецкого языка, сюда же М. Фасмер относит и лексему *аршин* [6, т.1, с. 92]. В русском языке лексема *баш*, имеющая в турецком языке значение ‘голова’, не употребляется в качестве самостоятельной единицы, а используется только в выражении *баш на баш* – ‘вещь на вещь, без придачи, без доплаты (менять, обменивать)’, из арго прасолов — оптовых скупщиков скота, разных припасов (обычно мяса, рыбы) для перепродажи [3, с. 1445] – ‘голову на голову (менять скот)’ [6, с. 33], т.е. равный обмен, что часто используется в торговых отношениях.

Во фразеологическом этимологическом поле в ядерную зону входят такие фразеологизмы сданными лексемами, как *ни алтына (за душой)* - ‘совсем нет денег’ [6, с. 31], *как (будто, словно, точно) аришин проглотил* – ‘держится неестественно прямо’; *мерить на (один, свой) аришин* или *мерить своим аришином* – ‘судить о ком-либо или о чем-либо только по своим представлениям, согласно только своим требованиям’ [6, с. 243].

Околоядерную зону лексического этимологического поля сформировали «лексемы тюркского происхождения, заимствованные русским языком непосредственно из турецкого» [2, с. 6], типа *амбар, барыш, товар, хабар*. В словаре А.Г.Преображенского слово *амбар* отмечено как тюркское, М. Фасмер считает слово *амбар* заимствованием из турецкого, кыпчакского, крымско-татарского; татарское слово *ambar* имеет то же значение. Аналогично А.Г. Преображенский отмечает тюркское происхождение слова *барыш* [5, т.1, с.18]. Однако, по мнению М. Фасмера, лексема *барыш* – ‘прибыль, доход’ заимствована из турецкого; в то время как крымско-татарское *baruş* означает ‘мир, примирение’ [6, т.1, с. 129]. Слово *товар* М.Фасмер рассматривает как заимствование из турецкого; сравнивает его с чагатайским *tavar* – ‘товар, имущество, скот’, с уйгурским *tavar* - ‘имущество, скот’, отвергая его славянское родство с *тыть* – ‘жиреть, тучнеть’, предложенное Г.А. Ильинским [6, т.4, с. 67]. Лексема *хабар* – ‘выгода, прибыль, взятка’ толкуется М. Фасмером вслед за В.В. Радловым как заимствование из турецкого и чагатайского *ḫabār* – ‘весть’. Данная лексема является диалектной в русском языке.

В структуре фразеологического этимологического поля в околоядерную зону в русском языке входят следующие ФЕ с компонентом *товар*: *показывать (показать) товар лицом* – ‘проявлять, представлять что-либо случшей, наиболее выгодной стороны’; *живой товар* – ‘1. в эксплуататорском обществе: люди, которые могут быть предметом купли-продажи; 2. невеста’; *красный товар* – ‘ткани, мануфактура’ [9, с. 684]; и с компонентом *барыш*: *нажить (наживать) барыш (барыши)*; *делить барыш, делиться барышами* [8, т.1, с. 35] и т.д. ФЕ со словами *амбар, хабар* не зафиксированы в рассматриваемых словарях. Однако отмечены фразеологизмы с образованиями от лексемы *амбар*: *амбарная книга, амбарные вредители* [8, т.1, с. 19].

Периферия лексического этимологического поля, образованного лексемами-турцизмами, обозначающими сферу торговли, включает «три вида лексем: 1) лексемы иноязычного происхождения (кроме тюркских языков), пришедшие в русский язык через посредство турецкого языка» [2, с. 6], например, слово *базар*, которое в словаре М. Фасмера отмечается как исконно персидское, но в русский язык вошло через посредство турецкого языка [6, т.1, с. 12]; А.Г. Преображенский также отмечает турецкий источник лексемы *базар* [5]; 2) «лексем турецкого происхождения, пришедшие в русский язык через посредство других языков» [2, с. 7], например, слово *киоск*, вошедшее в русский язык через посредство немецкого или французского языков [6, т.2, с. 235]; 3) «лексем, турецкое происхождение которых является спорным в современной этимологии» [2, с. 7], например, слово *безмен*, которое М.Фасмер рассматривает как славянское, допуская его заимствование из польского *bezmian*, *przezmián* – ‘безмен, весы без чашек’ или из чувашского *ovismen* – ‘мерило’. М.Фасмер также ставит под сомнение заимствование слова из арабского или

турецкого, а также французского и скандинавских языков [6, т.1, с. 144]. Однако А.Г. Преображенский в своём словаре указывает на турецкое происхождение слова *безмен*, в то же время автор словаря отмечает, что Ф.Е. Корш по происхождению относит это слово к арабскому с тем же значением, пришедшему в русский язык через турецкий [5, т.1, с. 22].

Вструктуресоответствующегофразеологическогоэтимологическогополяперифериясформирована фразеологизмами с этими тремя видами лексем, вследствие чего она оказывается более объёмной, чем ядерная и околядерная зоны. Примерами ФЕ со словом *базар* являются следующие: *устраивать (устроить) базар* – ‘пререкаться, скандалить с кем-либо, выражая своё недовольство чем-либо, своё раздражение и т.п.’; *на весь базар* – ‘очень громко (кричать)’; *кончай базар* – 1. приказ ‘прекращать делать что-либо бесполезное, утомительное, длящееся очень долго’ [9], 2. ‘приказ прекращать ненужный разговор’; базар-вокзал – ‘шум, крик, беспорядок’. Также отмечены фразеологизмы с образованиями от вышеотмеченных лексем-турцизмов: *базарная баба, базарная работа, грош цена (в базарный день)* [9].

Семантический анализ лексического этимологического поля «сфера торговли» позволил выявить семантическиемикрополя,обозначающие:1) местоторговли (лексемы *амбар, базар, киоск*),2) денежные единицы (*алтын*),3) единицыизмерения (*аршин*),4) прибыль (*барыш,хабар*),5) аппараты(безмен),6 предметторговли(товар).

Лексемы турецкого происхождения со значением «сфера торговли» в русском языке имеют разную степень ассимиляции и играют разную роль в составе русской лексики. Некоторые из них вошли в активный словарный запас современного русского литературного языка (типа *базар, товар* и т.д.). Они являются компонентами многих фразеологических единиц благодаря тому, что, помимо конкретного предметного значения,ониимеютисимволическоезначение:лексема*базар*соотноситсяспонятиями

«излишний шум, гам, скандал, скопление людей и т.д.», лексема *товар* имеет абстрактное значение ‘всё, что предназначено для торговли’ и соотносится с понятием «любой предмет». Ряд лексем, также входящих в активный словарный запас современного русского литературного языка (типа *безмен, киоски* т.д.), не образуют ФЕ, т.к. имеют только одно значение и обозначают конкретные бытовые предметы, для которых не характерно наличие символического значения. Также не имеют фразеологического потенциала лексемы, вошедшие в состав русской диалектной лексики, ограниченной южным и восточным регионами распространения (*алтын, куруш*) [4].

В составе русских фразеологизмов компоненты турецкого происхождения со значением «сфера торговли» выполняют разные функции. Большая часть данных компонентов участвует в создании внутренней формы фразеологизмов, потому что данные компоненты, являясь названиями конкретных бытовых предметов и часто имея символическое значение, служат для формирования мотивации общего значения фразеологизма. Примерами могут служить следующие ФЕ: *мерить своим аршином,показывать товар лицом, устраивать базар* и т.д. Гораздо реже данные компоненты формируют собственно форму фразеологизма и не принимают участия в мотивации общего значения ФЕ, например, *на весь базар* – ‘очень громко (кричать)’. Здесь компонент *базар* имеет абстрактное значение ‘место’ и легко может быть заменён другими компонентами без изменения значения ФЕ, например, *на всю*

деревню, на весь хутор, на всю округу и т.д., что указывает на использование данного компонента только для создания формы фразеологизма.

Таким образом, лексическое и фразеологическое этимологические поля, образованные на основе лексем-турцизмов со значением «сфера торговли» имеют следующую структуру: ядро, околоядерная зона и периферия. Лексем-турцизмы со значением «сфера торговли» в русском языке выполняют разную роль в составе русской лексики и фразеологии: большинство из них входят в состав литературного языка, меньшая часть входит в диалекты; многие лексем-турцизмы достаточно продуктивны во фразеологии, некоторые ограничено участвуют в процессе фразеологического образования, а ряд лексем полностью лишены фразеологического потенциала. С семантической точки зрения лексическое и фразеологическое этимологические поля, образованные на основе лексем-турцизмов со значением «сфера торговли», подразделяются на ряд микрополей.

В структуре фразеологической единицы рассматриваемые компоненты, несмотря на то, что все они обозначают конкретные бытовые предметы, могут выполнять разные функции. Большинство из них имеют дополнительное символическое значение, благодаря чему участвуют в создании внутренней формы фразеологизма, в разной степени мотивируя его общее значение. Гораздо реже исследуемые компоненты используются только для создания формы фразеологизма. Функционирование лексем-турцизмов со значением «сфера торговли» в русской лексике в качестве отдельных лексем, а во фразеологии в качестве компонентов русских фразеологических единиц, указывает на высокую степень ассимиляции данных лексем в современном русском языке и обогащает лексический и фразеологический состав русского языка.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абрамов В.П. Синтагматика семантического поля (На материале русского языка): монография. Ростов н/Д: Изд-во Рост. ун-та, 1992. 107 с.
2. Авдеева О.И., Стремянова О.И. Фразеологизмы русского языка как компонентом-турцизмом, обозначающим одежду [Текст] // Сборник статей Международной научно-практической конференции «Фундаментальные и прикладные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации» (Казань, 12.08.2021 г.). Т.2. Уфа: OMEGA SCIENCE, 2021. С. 5 - 8.
3. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / Российская академия наук. Институт русского языка им. В.В. Виноградова. 4-е изд., дополненное. М.: Азбуковник, 1999. 944 с.
4. Преображенский А.Г. Этимологический словарь русского языка: в 3 т. М., 1910–1949.
5. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка: в 4 т. М., 1964–1973.
6. Фразеологический словарь русского языка. Под ред. А.И. Молоткова. М.: Советская энциклопедия, 1968. 543 с.
7. Фразеологический словарь современного русского литературного языка / Под ред. А.Н. Тихонова / Сост. А.Н. Тихонов, А.Г. Ломов, А.В. Королькова. В 2 т. М.: Наука, 2004. 832 с.



8. Фразеологический словарь русского литературного языка / Сост. А. И. Федоров. М., ООО «Фирма «Издательство АСТ», 2001. 720 с.
9. Юналеева Р. А. Тюркизмы русского языка: (проблемы полиаспектного исследования). Казань: Таглитат, 2002. 172 с.