

2) уголовное право (*вымогательство, кража, мисдиминор, ограбление, особо тяжкое преступление, преступление, присяжные, убийство, фелония и пр.*);

3) гражданское право (*апатрид, государственная регистрация, государство, государственный язык, гражданин, электорат и пр.*);

4) административное право (*мошенничество, обвинитель и пр.*);

5) финансовое право (*акционерное общество, андеррайтер, брокер, аукцион, аудит, банкрот, бартер, бюджет, ваучер, денежное средство, просрочка, тендер, трассат, трассант, физическое лицо, юридическое лицо и пр.*);

6) процессуальное (гражданское, уголовное) право (*суд, апелляция, процесс, отвод, амнистия, приговор, взыскание, арест, ложные показания, доказательство, допрос, защита, иск, исковая давность, исковое заявление, истец, иск, кассационный, слушание и пр.*);

7) семейное право (*семейная тайна, отец, мать, брак, супруг, супруга, фидуциарный, незаконнорожденный и пр.*);

8) авторское право (*автор, плагиат и пр.*) [4, с. 537].

Анализ терминов юриспруденции, используемых в терминологическом инструментарии юрислингвистики, приводит к выводу о том, что язык, изучаемый через призму права, в большинстве случаев направлен на рассмотрение вопросов, связанных с языковыми преступлениями, языковым правом и языковыми нормами. Например, юрислингвистической практике хорошо известны случаи речевого хулиганства, которые, в зависимости от степени тяжести, установленной правом, могут быть

квалифицированы как серьезное преступление, повлекшее уголовную ответственность. Другим примером могут послужить ситуации, связанные с нормированным и легитимным функционированием отдельных языковых единиц – имен собственных (имен, фамилий, названий городов, стран, книг и т.д.). В таком случае юриспруденция реагирует на данную проблему использованием таких терминов, как *право, закон, регламент, легитимность* и пр.

Литература:

1) Кушнерук С. П. Документная лингвистика: учеб. пособие. – 3-е изд. М.: Флинта: Наука, 2010. – 253 с.

2) Милославская Д. И. Типовые трудности семантической интерпретации юридического текста. // Русский язык в его естественном и юридическом бытии. – Барнаул: Изд-во АГУ, 2000.

3) Пиголкин А. С., Чернобель Г. Т. Юридическая терминология: понятие и классификация. / Под ред. А.С. Пиголкина // Язык закона Гл.3. М., 1990.

4) Правоведение: Учебник/ Под общей ред. В. А. Козбаненко. – 3-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2006. – 1072 с.

5) Хижняк С. П. Юридическая терминология: формирование и состав / Под ред. Л. И. Баранниковой. М-во общ. и проф. образования Рос. Федерации. - Саратов : Изд-во Саратов. ун-та, 1997. - 136 с.

6) Nussbaumer, Markus. Sprache und Recht. Heidelberg: Groos, 1997.

7) Otto, Walter. Die Paradoxie einer Fachsprache // Der öffentliche Sprachgebrauch. Band II. Stuttgart: Klett – Cotta, 1998.

ЧАСТОУПОТРЕБЛЯЕМЫЕ ФРАНЦУЗСКИЕ ЛЕКЕМЫ В НАИМЕНОВАНИЯХ КОММЕРЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

*Кривицкая Анастасия Владимировна,
старший преподаватель*

*Стерлитамакский филиал Башкирского государственного университета,
г. Стерлитамак*

FREQUENTLY USED FRENCH LEXEMES IN THE NAMES OF COMMERCIAL ENTERPRISES

*Krivitskaya Anastasia Vladimirovna,
senior lecturer*

*Sterlitamak branch of Bashkir State University,
Sterlitamak*

АННОТАЦИЯ

Целью данной статьи является анализ наиболее популярных лексем, используемых в составе эргонимических терминов питейных заведений Республики Башкортостан. Основным методом исследования – описательный, который реализуется при сборе, систематизации, обобщении и интерпретации материала, в описании семантики эргонима применяется метод компонентного анализа. В результате использования статистического метода можно установить наиболее типичные семантические типы.

ABSTRACT

The purpose of this article is to analyze the most popular lexemes used in the ergonymic terms of drinking establishments of the Republic of Bashkortostan. The main research method is descriptive, which is implemented during the collection, systematization, generalization and interpretation of the material, the method of component

analysis is used in the description of the semantics of the ergonym. As a result of using the statistical method, the most typical semantic types can be established.

Ключевые слова: эргонимический термин, заимствования, лексемы, кафе, бистро, ресторан, бутик.

Keywords: ergonomic term, borrowings, lexemes, cafe, bistro, restaurant, boutique.

Изучение эргонимов как особых единиц ономастического пространства представляется чрезвычайно перспективным направлением современной лингвистики. От обычных имен собственных эргонимы отличаются структурно-семантическим разнообразием (от графического знака до целого предложения, слабой структурированностью и системностью, орфографическая нестабильностью и изменчивостью.

Изучая эргонимы исследователь Н. В. Шимкевич предлагает группировать их в эргонимические ситуации, где общими для эргонимов становятся такие характеристики как отраслевая принадлежность, время и места фиксации [4]. Для нашего исследования такой ситуацией является место продажи и/или употребления алкогольной продукции (магазины, бары, кафе, рестораны), зафиксированные в географическом центре республики Башкортостан (города Стерлитамак, Уфа, Салават, Ишимбай и др.) с 2017 года.

Прежде чем обратиться к характеристике собранного нами материала, заметим, что в последнее время появилось не только разнообразие собственных имен, постепенно расширяется ограниченный ряд нарицательных названий (магазин, ресторан, бар и т.п.) благодаря следующим заимствованиям: паб, траттория, бутик, лаунж-бар, гастробар, виски-клуб, спорт-бар, дискаунт-бар, лаундж-бар, экспресс-бар разливных напитков и др.

Как правило, эргонимический термин выделяется в составе полного наименования коммерческого объекта и является носителем важнейшей категориальной информации: содержит информацию о типе и профиле предприятия; играет классифицирующую роль: выполняет функцию введения в ряд, без которой существование эргонима невозможно [2, с. 76].

Современные эргонимические термины активно пополняются заимствованной лексикой: «маркет» («Beer Market»), «бутик» («Пивной бутик») и др. Заимствованная из французского языка лексема «бутик» ассоциируется у российского потребителя с магазином, торгующим дорогим, эксклюзивным товаром. Учитывая это обстоятельство, номинаторы переименовывают магазины в бутики с целью повышения престижа торговой компании. Таким образом, происходит расширение значения: термин «бутик» начинает обозначать не только магазин одежды, но и точку продажи любого дорогого фирменного товара (мебели, фарфора, ювелирных изделий и пр.). Интересно, что этот эргонимический термин стал использоваться в наименованиях пивных заведений («Пивной бутик»). Кроме того, многие наименования питейных заведений и пунктов

продажи алкоголя активно включились в процесс языковой игры, и в этом плане «Пивной бутик» является вполне обычным эргонимом.

Рассмотрим значение частоупотребляемых французских лексем:

По данным этимологического словаря Н.М.Шанского, слово «кафе» заимствовано из французского языка в середине XIX в. и восходит к слову «кофе» (буквально - «место, где пьют кофе»). Автор сравнивает данную лексему с чайханой и пивной. Об употреблении алкоголя в кафе также может свидетельствовать отсылка к арабской лексеме из арабск. «قهوة (qahwa)» обозначающей вид вина. О кафе как месте отдыха может также соответствовать и церковнославянская лексема, заимствованная из греческого языка - καψδρα «сиденье, стул». Кафе – это небольшой ресторанчик, в котором подают кофе, чай и закуски и, по данным словаря М. Фасмера, может восходить к немецкому слову «Kaffee» (кофе).

По данным словаря Т.Ф. Ефремовой «бистро» - это небольшое кафе, закусочная, ресторанчик (первоначально – во Франции, а с конца 80-х гг. – и в России). По одной из наиболее популярных версий, описанной в словаре иноязычных слов Л.П. Крысина, данное слово произошло от русской лексемы «быстро», обращенной к французским рестораторам в конце Отечественной войны 1812-1814 годов, когда русские войска вошли на территорию Французского государства. Однако не все лексикографы поддерживают эту версию и считают наиболее правдоподобным происхождение лексемы «бистро» от «bistrouille», обозначавшего на севере Франции смесь кофе и водки или водку низкого качества (ср. пойло). Данная версия объясняет употребление алкоголя в подобном заведении.

По данным этимологического словаря А.В. Семенова, лексема «ресторан» может происходить от немецкого слова «restaurant» (столовая с подачей дорогих и заказных блюд и напитков) и французского слова – «restaurer» («восстановить здоровье»). Отметим, что первый французский ресторан - место, где можно подкрепиться, открылся в 1765 году.

Литература:

1. Ефремова Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. — М.: Русский язык, 2000.
2. Романова Т. П. Эволюционные процессы в области современной российской эргонимической терминологии / Т. П. Романова // Вопросы ономастики. - 2006. - № 3. - С. 76-83.
3. Шанский Н.М. Этимологический словарь русского языка / Н.М.Шанский, Т.А.Боброва. – М.: Прозерпина: Школа, 1994. – 400 с.

4. Шимкевич Н.В. Русская коммерческая эргонимия: Прагматический и лингвокультурологический аспекты: диссертация ... кандидата филологических наук: 10.02.01 Екатеринбург, 2002. - 179 с.

5. Этимологический словарь русского языка : в 4 томах / Макс Фасмер ; пер. с нем. и доп. О. Н.

Трубачева. - 4-е изд., стер. - Москва : Астрель : АСТ, 2007

6. Этимологический словарь русского языка. М.: Русский язык от А до Я. Издательство <ИОНВЕС>. Москва. 2003.

NAS2005

ФИЛОСОФСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Лхагвасурэн Моломжамц

докторант факультета литературы школы общественного отношения и управления МГУО

PHILOSOPHICAL RATIONALE OR INTERTEXTUAL LITERATURE

*doctoral student at the Faculty of Literature,
School of Public Relations and management,
Mongolian State University of Education*

DOI: 10.31618/NAS.2413-5291.2021.4.74.539

АННОТАЦИЯ

В данной статье обсуждается влияние различных философских течений на появление концепции интертекста в литературе, а также важность лингвистики и мифологии. В статье выясняется, как интертекст стал одним из самых интересных методов литературного языка, структуры и художественного творчества.

ABSTRACT

Description: this article discusses the influence of various philosophical currents on the emergence of the concept of intertext in literature, and the importance of linguistics and mythology. The article clarifies how intertext has become one of the most interesting methods of literary language, structure, and artistic creation.

Ключевые слова: интертекст, мифология, философское направление

Key words: intertext, mythology, philosophical current

Искусство - самое уникальное и интересное явление в духовной жизни человечества. Именно искусство как художественное познание или эстетическое мышление, или мысли о прекрасном является наиболее уникальным и распространенным среди многих средств познания таких как чувство, опыт, мифология, религия, наука и философия.

Поэтому с давних времен философы, чтобы распознать, объяснять, и распространять, обращали особое внимание на этот чудесный феномен являющейся неотъемлемой частью нашей жизни. Например, “Искусство – и есть имитация красоты природы” так определил древнегреческий философ Гераклит. [1, С. 320]

Но Платон считал что “Феномен вещей – это только тень разума /эйдос/, поэтому искусство копирующее вещей которые чувствуются – это тень или отражение теней и следовательно, феномен подземного мира“ [2, С. 320]

Современная философия стремится изучать человека целостным образом, в сочетании его эмоциональных, умственных и бессознательных проявлений. Выдающимися представителями этого философского направления являются Х.Ортега – Гассет, Дж. П. Сартр, А.Камю, У.Эко, Э.Кассирер, Э.Агаци, Макс Шелер, и Мирча Элиаде.

С одной стороны, этих людей можно считать философами, и с другой стороны, писателями и

творческими личностями. В то же время в современной литературе наблюдается тенденция к развитию философских рефлексов. В частности можно упомянуть произведения Ф.Кафка, Дж.П.Сартр, Умберто Эко, Симеон де Бовуар, Р.Барт, и Г.Г.Маркес.

Особенно прошедший 20век и нынешний 21век – эта новая эра в развитии искусства. Факты человеческого познания, философской мысли и антропологии переплетаются с тонкостями науки и информации, выводя современное познание на совершенно новый уровень. С другой стороны, традиционные обычаи, правила и ценности вокруг нас и в жизни превратились в состояние полного абсурда и хаоса. В любом случае, все это является не только предпосылкой, но и необходимостью подчинения художественного познания совершенно иному уровню нетрадиционного качества, другим методам и закономерностям.

“Теоретическое и реалистическое описание изучения литературы особенно энергично развивалось в последние 19-20 веков и привело к большому количеству исследовательской работы и результатов. Поэтому прежде всего важно разобраться в этих конкретных концепциях, уточнить их общие и главные черты которые отличают их от других, их уникальную форму, а также их положение и важность среди теоретических и методологических концепций.