

Қандай тамаша аударма. Артық жалғаулар мен жұрнақтар жоқ. Әрбір сөз орнында тамырын терең жайып тұр. Әрбір сөз бір біріне сай келетін сөздер. Бірнеше мысал келтірейік:

*Офисный мир  
Кеңсе әлемі  
Звонки на все мобильные  
Барлық ұялы байланысқа  
По одной цене!  
Қоңырау бір бағамен!*

Қорытындылай келе, жарнама дискурсындағы ықпал ету қызметі әр түрлі деңгейде жүзеге асады, бірақ іске асудың мақсаты бір болып табылады, ол – затты сатып алушы немесе берілген қызметті тұтынушыны сендіру және адресаттың таңдауын жарнама берушілердің, жарнама жіберушілердің жағында болуын қарастырады. Қазақстан халқы үшін бұл – кәсіптік жарнама.

1. У. Вайнрайх Одноязычие и многоязычие.: (Новое в лингвистике. - Вып. 6. Языковые контакты. - М., 1972. - С. 25-60)

2. Хасанұлы Б. Тілдік қатынас негіздері. – Алматы, 2006. – 86 б.,

3. К проблематике смешения языков // Новое в лингвистике. Вып.6. М., "Прогресс", 1972.– 64-111- б.,

4. Проблемы изучения функциональной стороны языка. – Л.: Наука, 1975. – 140 б.

5. Становление и функционирование двуязычие // Материалы по исследованию билингвизма. М., Изд. МГУ, 1999. – 3-15-б.6

6. О понятии смешанных языков // Избранные работы по языкознанию и фонетике. 1958.,

7. Словарь социолингвистических терминов, А., "Қазақ университеті", 2001. – 36-б.,

8. Казахско-русское двуязычие: Социально-лингвистический аспект. А., "Наука", 1987. – 27-б.,

9. Ахмедина Б; Қазақ-француз оқу кәсіпкерлігі. А, 2007.

10. Стернин, И.А. Введение в речевое воздействие. – Воронеж, 2001.,

11. Зирка В.В. Манипулятивные игры в рекламе: лингвистический аспект: монография. – Днепропетровск: ДНУ, 2004. – 294 с.

\*\*\*

В данной статье раскрываются особенности двуязычных рекламных текстов.

\*\*\*

The article discusses some peculiarities in the bilingual advertising texts.

*А. А. Альмишева*

## КОММУНИКАТИВНАЯ ОБЩЕЗНАЧИМОСТЬ ПОСЛОВИЦ И Поговорок газетного текста

Ученые считают, чтобы охватить все стилевые разновидности языка, необходимо указать научный аспект, позволяющий систематизировать многие стили, реально существующие в общенародной разговорно-бытовой речи. Разговорно-бытовая речь народа неоднородна, в ней выделяются разновидности, объясняемые использованием языка его носителями, людьми, отдельными социальными группами, классами, которые пользуются языком по-разному. Разговорно-бытовая речь основа устно-поэтического творчества. В устном творчестве отражены быт и история, чувства и чаяния народа, ум, смекалка и чистота души русского народа. Одним из основных жанров русского народно-поэтического творчества являются пословицы и поговорки. Они создавались на основе богатого исторического опыта народа. Наблюдая и изучая жизнь, люди отмечали определенные социальные явления, из которых затем делали обоб-

щенные выводы. Пословицы – это очень краткое суждение об отдельных сторонах жизни народа, имеющее обобщенный смысл. В широте обобщения и назидательном характере мысли, в предельной сжатости словесной формы заключается жанровая специфичность пословиц и поговорок. В словесном отношении поговорка короче пословицы, в ней не всегда есть обобщение. Резкой грани между ними нет, иногда трудно отличить пословицу от поговорки. Пословицы и поговорки ценны не только тем, что они передают из поколения в поколение накопленный опыт и наблюдения народа, - они украшают народную речь. Дискуссия оживляется, когда в ней используется народная мудрость - образные выражения, пословицы, поговорки. По своей природе русская пословица удивительна, метка и выразительна.

Современное время – эпоха перемен. Новые знания, которые определяются новыми словами,

выражениями человек получает через различные виды массовой коммуникации. Все виды массовой коммуникации – пресса, радио, телевидение – возникли в связи с определенными требованиями общества и обслуживают определенную сферу жизни, поэтому они обладают в какой-то степени лишь им присущими языковыми особенностями. Принципы отбора и употребления языковых средств, преимущественно используемых в разных видах коммуникации, в частности в пределах газетного текста, привлекают к себе пристальное внимание исследователей. Установить особенности использования языковых средств, специфичных для газетного текста, – значит уяснить характерные для него коммуникативно-воздействующие возможности, что существенно в современной ситуации функционирования прессы. Газетно-публицистическая речь – речь, призванная воздействовать и максимально учитывать интересы и удобства аудитории. Язык газеты должен быть коммуникативно-общезначимым, т.е. ясным, точным, кратким и выразительным. Коммуникативно-воздействующая направленность газетного текста создает структуру публицистического стиля речи, которая связана с использованием пословиц и поговорок. Вопрос о стилистических функциях пословиц и поговорок, вступающих в публицистическом стиле в различные смысловые и стилистические отношения, сложный. Современная газета стремится не к «книжному» языку изложения, за счет изобразительно-выразительных средств, в том числе и разговорных пословичного характера, она создает экспрессию и образность. Конструктивный принцип языка газеты – сочетание стандарта и экспрессии, он позволяет использовать пословицы и поговорки как готовые речевые образцы, повышающие выразительность изложения, образность и впечатляемость. Известные читателю пословицы и поговорки, наполненные новым общественно-политическим содержанием, приобретают пропагандистскую значимость, актуализируются. С помощью пословиц и поговорок создается комический эффект, ирония, парадоксальность и т.д. Национально-культурная семантика присутствует на всех уровнях языка: в грамматике, в синтаксисе и других. Она особенно проявляется в строевых единицах языка: словах, фразеологизмах, пословицах, поговорках. Отмечено, чем богаче история народа, тем богаче и разнообразнее строевые единицы языка. Являясь «живым языком общества» (1), пресса выполняет коммуникативную функцию, за счет прагматического уровня

семантики. Пресса занимает доминирующее положение в популяризации современных процессов литературного освоения всех богатств общенародного языка, являет образцы словотворчества и речевого новаторства. Как коммуникативное средство языка – пословица – это малый жанр народного устного творчества, определяемый микрожанром. Пословица, вошедшая в речевой оборот форма изречения, это одно грамматически и логически законченное предложение, ритмизованное и подкрепленное рифмой. Она обладает краткостью и простотой. Несмотря на это, пословица отличается большой содержательностью, представляет собой четкое суждение, ясное выражение определенной мысли, обобщения, вывод из жизненных наблюдений и социально-исторического опыта народа: «*Мир да лад – большой клад*», «*Что посеешь, то и пожнешь*», «*Горьким лечат, а сладким калечат*», «*Человек без родины, что соловей без песни*» (2). Использование пословиц в речевом газетном контексте придает им конкретное значение. В самих пословицах отмечается их связь с живой речью: «*Красна речь пословицей*», «*Пословица да присказка беседу красят*», «*Без углов дом не строится, без пословицы речь не молвится*».

Общее качество фольклора – традиционность. Оно выражается в пословицах как устойчивых выражениях, они варьируются незначительно, подчиняются общему закону связи народного творчества с жизнью: «*Старая пословица век не сломится*». Важной причиной устойчивости пословиц является выразительность и строгость их формы, они легко запоминаются. Устойчивость пословиц подтверждается тем, что их тексты в огромном большинстве случаев зарегистрированы без всяких изменений в сборниках XVII, XVIII, XIX и XX вв. Пословицам свойственны определенные формы обобщения. Это суждения общего характера: «*Жизнь прожить – не поле перейти*»; употребление отвлеченных понятий, имеющих широкое значение: «*Терпение и труд все перетрут*»; использование обобщающих местоимений «всякий», «каждый», «кто»: «*Всяк молодец на свой образец*», «*Каждому овощу свое время*», «*Кто в деле, тот и в ответе*», «*Кто в правде тверд, того не обманет и черт*»; определение особенностей социальных групп: «*Барин за барина, мужик за мужика*». Есть и особый прием обобщения – введение личных имен. Они употребляются порой с обобщающим местоимением: «*Всяк Еремей про себя разумеет*», «*У всякого Филатки свои ухватки*». Благодаря

конкретному выражению общего пословица может применяться ко многим однотипным явлениям. Такой способ обобщения дает основу для употребления пословиц в переносном значении. Иносказательность пословиц – характерная их особенность. В пословицах прямое значение совмещается с переносным: *«Пусти козла в огород, он всю капусту обдерет»*. Переносный смысл пословицы могли приобретать в силу расширения их значений. Это происходило потому, что они утрачивали прямое значение, так как исчезало из жизни явление, которое отмечалось в пословице. Так исследователи полагают, что пословица *«Мели Емеля, твоя неделя»*, которая сейчас употребляется только в переносном значении, возникла в давние времена, когда зерно мололи на ручных мельницах; это был тяжелый труд и его выполняли поочередно: каждую неделю назначался тот или иной член семьи, которого затем сменял другой. Многие пословицы нельзя употребить в переносном смысле: *«Друзья познаются в беде»* (эта пословица говорит только о близких друзьях, которые всегда помогут в трудную минуту), *«Правда дороже золота»* (пословица говорит о том, что правда всегда очень дорога). Переносное значение возникает в пословице тогда, когда в ней используется выразительные языковые средства, имеющие в основе сравнения или связь явлений по смежности, например, метафора в пословице: *«Нет дыма без огня»*. Употребление пословиц на страницах газет является следствием авторской оценки выразительных и изобразительных потенциалов указанных единиц с целью реализации прагматической установки.

Происхождение пословиц как жанра отличается давностью своего происхождения. Так, А.С. Архангельский отмечал, что пословицы возникают в далеком прошлом, «вместе с языком, народной мифологией, первыми зачатками обычного права». Ю.М. Соколов указывал, что сохранились архаические моменты, которые помогают понять, когда стали складываться русские пословицы (3). Пословицы отразили народные настроения и стремления в разные исторические периоды. В них входили новые персонажи, например вместо *боярина* – *барин*, *товарища* – *господин*. Происходили изменения в языке пословиц. Словесные формулы варьировались, что-то утрачивалось. Исследователь Ю.М. Соколов приводит в качестве примера пословицу *«На тебе, боже, что нам не гоже»*, которая ранее звучала: *«На тебе, убоже (т.е. нищий), что нам не гоже»*. В книге

«Русский фольклор» (1938) он пишет: «На пути исторического изучения пословиц стоит множество трудностей: возникнув в одну эпоху, в условиях определенной социально-экономической формации, в определенной социальной среде, пословицы продолжают жить века, применяясь к новым социально-экономическим условиям, наполняясь новым социальным содержанием» (3). В пословицах нередко отражается социальное неравенство людей: *«По Сеньке шапка»*, *«Кто пан, а кто пропал»*, *«У кого в кармане густо, а у кого пусто»*. Познавательное значение пословиц проявляется в обобщении богатого жизненного опыта народа. Исключительно богаты и верны наблюдения над природой: *«Яблоко от яблони недалеко падает»*, *«Где цветок, там и медок»*, *«Не родит верба груши»*. «Пословицы с успехом могут быть использованы в качестве исторического источника», – отмечает Л.Н.Пушкарев (4). Познавательное значение пословиц представляет собой проявление воспитательной функции. Справедливо отмечено, что изначальной целью пословиц была передача опыта молодым поколениям. Такого рода функцию имеют многие пословицы: *«Мастера по работе видно»*, аналог *«Дело мастера боится»*, *«Без труда не вытащишь и рыбку из пруда»*, *«Кто не работает, тот не ест»*. М. Горький подчеркивал, что в пословицах «сжат трудовой опыт бесчисленных поколений». В газетном тексте через пословицы выражаются авторские оценки в форме антитезы, часто социально заостренной: *«Коза с волком тягалась, рога да копыта остались»*, *«Мужик с сошкой, а семеро с ложкой»*.

При использовании пословиц на страницах газет их стиль уподобляется газетно-публицистическому стилю, что определяется выполняемыми условиями, устойчивостью их формы и в основном содержанию. По своему характеру функциональный стиль взаимопроникающий, поэтому в публицистическом стиле допустимо использование пословиц и поговорок, которые функционируют в разговорном стиле. Публицистический стиль включает разнообразный пословичный материал. Пословица в нем выступает как явление высокого мастерства разговорной речи. Эстетическая ценность пословиц проявляется многосторонне: простота, краткость, содержательность, выразительность. Ирония звучит в выражении о многословии: *«Слов много, а складу нет»*, аналог *«Слов много, а смысла нет»*. Пословица, как всякий жанр, представляет собой особую содержательную форму, структуру, основное отличие которой –

внутреннее художественное единство, пословица целенаправленна. Все элементы подчинены коммуникативной задаче – точнее раскрыть мысль, ярче ее выразить, благодаря чему достигается концентрация мысли. В пословицах выделяются две основные формы построения: одночастная и двухчастная. Обе формы обладают целостностью: первая представляет собой скрепленное по правилам связи и согласования предложение: *«Пустая мельница без толку мелет»*, *«Не все коту масленица»*, а вторая отличается неразрывной связью двух частей сложного предложения: *«Белый свет не околица, а пустая речь не пословица»*, *«Смеется тот, кто смеется последний»*. Отличием пословицы служит то, что она по форме полностью совпадает с употребленными в ней стилистическими средствами – сравнением и антитезой. В песне, сказке, былине эти средства представляют собой лишь небольшие элементы структуры, а в пословице они становятся основой ее композиции: *«За старой головой, как за каменной стеной»*, *«Делу время, а потехе час»*, *«Птице - крылья, человеку – разум»*. Сравнения, антитезы, метонимии служат для передачи определенной мысли, которая имеет воздействующий характер и сохраняет целостность пословицы. Пословица – краткая форма, отличающаяся строгой часто симметричной композицией. Этому содействуют и ритмичность, и употребление рифмы. Ритм и рифма служат выделением основной мысли и сохранению единства пословицы. Пословица односложная - в ней единство ритма - *«Дело мастера боится»*, *«Нет дыма без огня»*. Пословицы также определяют общие свойства человека, отмечают качества, зависящие от жизненных условий, и подчеркивают, что человек носит в себе общечеловеческие черты: *«Совесть без зубов, а загрызет»*, *«Счастливые часов не наблюдают»*. Таким образом, эстетическая сторона пословиц довольно богата, она характеризуется коммуникативной направленностью.

Собрание пословиц началось давно, но рукописные их сборники дошли до нас лишь от XVII в. первый такой сборник - «Повести, или пословицы всенароднейшие по алфавиту». В него входят около двух тысяч восьмисот текстов из более ранних сборников. Петр I изучал рукописные сборники пословиц в начале XVIII в., а с середины XVIII в. пословицы стали публиковаться в журналах и печатных сборниках. Изучение русских пословиц ведется от М.В. Ломоносова, который собирал пословицы и изучал их в связи с занятиями русским языком

«Российская грамматика», «Риторика». В начале XIX в. А.Х. Востоков посвятил многие работы пословицам. В 1816г. А.Ф. Рихтер издал «Два опыта в словесности. Рассуждение о русских пословицах», он показал связь пословиц с жизнью, отражение в них воззрений народа. И.М. Снегирев в 1823г. написал книгу «Рассуждение о русских пословицах»; в 1829г. - статью «Замечания о русских пословицах, сходных с греческими и римскими», в 1831 – 1834гг. - книгу «Русские в своих пословицах. Рассуждения и исследования об отечественных пословицах и поговорках», «Русские народные пословицы и притчи» (1848) и «Новый сборник русских пословиц и притчей» (1857). И.М. Снегирев дал историческое объяснение многим пословицам, показал их широкое распространение. В середине XIX в. пословицы изучали А.Н. Афанасьев и Ф.И. Буслаев. Н. Курганов в 1769г. издал книгу «Российская универсальная грамматика или Всеобщее письмословие», где поместил около тысячи пословиц. В 1770г. вышло «Собрание 4291 древних российских пословиц», которое по предположениям исследователей, было составлено профессором Московского университета А.А. Барсовым. В 1822г. Д. Княжевич издал «Полное собрание пословиц и поговорок», в которое вошло около пяти тысяч примеров. Большим событием в науке был сборник В.И. Даля «Пословицы русского народа». На основе далевского сборника позднее создавались популярные сборники пословиц и поговорок. И.И. Иллюстров в 1904г. издал книгу «Жизнь русского народа в его пословицах и поговорках. Большую ценность имеет книга «Старинные сборники русских пословиц, поговорок, загадок и др. XVII-XIX столетий. Собрал и подготовил к печати Павел Симоны» (1899). Представляют интерес следующие сборники: «Пословицы, поговорки, загадки в рукописных сборниках XVIII-XX веков» под редакцией Н. Путилова (1961), М.А. Рыбникова «Русские пословицы и поговорки» (1961), В.П. Жукова «Словарь русских пословиц и поговорок» (1967). В конце XIX в. изучение пословиц получило новое направление, ученые изучили историю пословиц и формирование их состава. П.П. Глаголевский подробно рассмотрел их синтаксис, А.А. Потебня – их отношение к другим жанрам. В 1894г. А.А. Потебня опубликовал книгу «Из лекций по теории словесности. Басня. Пословица. Поговорка». В начале XX в. И.И. Иллюстров насчитал 115 тысяч русских пословиц. Собрание пословиц продолжается до сих пор. Общий фонд русских

пословиц огромен. С середины XX столетия широко развернулись исследования по изучению проблематики пословиц. В настоящее время и пословицы, и поговорки широко употребляются не только в устной, разговорной речи, но также и в газетной речи, так как обладают устойчивостью, краткостью, образностью. Общими и обязательными признаками пословиц и поговорок являются следующие, отвечающие коммуникативно-воздействующим функциям:

- 1) краткость // лаконичность // сжатость;
- 2) устойчивость // способность к воспроизведению;
- 3) связь с речью // обе речевые конструкции (пословица и поговорка);
- 4) принадлежность к искусству слова // к жанру устного народного творчества;
- 5) широкая употребляемость // устная и письменная речь;
- 6) многозначность // полисемичность;
- 7) синтаксическая обусловленность // пословица – в форме двусоставного, односоставного, простого, сложного предложения, поговорка – в форме односоставного предложения и части предложения;
- 8) общие источники возникновения // а) античность, б) фольклор, в) литературный источник – авторские;
- 9) структурные и стилистические особенности пословиц и поговорок подчинены задачам коммуникации // слово – соответствует понятию, предложение – суждению.

Коммуникативная направленность пословиц и поговорок актуализируется в газетном тексте.

Газетное слово, в частности выраженное через пословицы и поговорки – это простое слово, обладающее, однако, способностью ясно и точно выражать самые сложные понятия. Коммуникативная общезначимость пословиц и поговорок как источника выразительных, действенных, экспрессивных средств обуславливает специфические качества газетного текста.

1. Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе.- М., 1971
2. Аникин В.П. Русский фольклор.- М., 1987
3. Соколов Ю.М. Русский фольклор.- М., 1968
4. Пушкирев Л.Н. Русские народные пословицы в записях XVII века. – Вопросы истории. №1, 1974
5. Белинский В.Г. Сочинение 1898, IX том
6. Морозова Л.А. Художественные формы пословиц. – 13 сб. Вопросы жанров русского фольклора. - М., 1972
7. Даль В.И. Пословицы русского народа. - М., 1957
8. Пословицы, поговорки, загадки в рукописных сборниках XVIII-XX веков. - М., 1961
9. Шеркович Ю.А. О природе и функциях массовой коммуникации.-М., 1987
10. Русские народные пословицы и поговорки. М., 1965
11. Словарь русских пословиц и поговорок. М., 1966
12. Снегирев И.М. Опыт рассуждения о русских пословицах. М., 1823
13. Буслаев Ф.И. Пословицы и поговорки. М., 1859
14. Шаповалова Г.Г. Сатира и юмор в русских пословицах и поговорках. – Русский фольклор. Вып. 2. М.-Л., 1957
15. Гудок В.С. Афоризм и пословица. – Вопросы русской литературы. Львов, вып.2, 1967
16. Митропольская Н. Русские пословицы как малый жанр фольклора. Вильнюс, 1973

\*\*\*

Communicative signibicanse of proverbs and sayings through newspaper.

\*\*\*

Газет мәтiнiндегi мақал, мәтелдердiң коммуникациялық жалпы мағынасы.

*Ф. Б. Аманалиева*

## НЕДИАЛОГИЧЕСКАЯ ПРЯМАЯ РЕЧЬ И ВОЗМОЖНОСТИ ЕЕ СТИЛИСТИЧЕСКИХ ЭФФЕКТОВ В ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ПРОЗЕ

Ориентированность нашего исследования на изучение функций в художественном тексте прежде всего недиалогической прямой речи (НПР) обусловлена тем, что данная репрезентация прямой речи является классической в лингвистической системе благодаря её освобожденности от других синтаксических и композиционных наслоений. Это с одной стороны.

Но есть и другая сторона. Она связана с некой исключительностью НПР, что подтверждается сравнительно редким ее употреблением в тексте. В общей стилистической оценке роли того или иного лингвистического средства частотность его употребления оказывается весьма существенной. Общая тенденция (при всей непрямойности ее проявления) все-таки сводится к