



ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ
ТҰҢҒЫШ ПРЕЗИДЕНТІ - ЕЛБАСЫНЫҢ ҚОРЫ

«ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ БІЛІМ – 2017»

студенттер мен жас ғалымдардың
XII Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ

XII Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ – 2017»

PROCEEDINGS

of the XII International Scientific Conference
for students and young scholars
«SCIENCE AND EDUCATION - 2017»



14th April 2017, Astana



**ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ
Л.Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ**

**«Ғылым және білім - 2017»
студенттер мен жас ғалымдардың
XII Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
XII Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«Наука и образование - 2017»**

**PROCEEDINGS
of the XII International Scientific Conference
for students and young scholars
«Science and education - 2017»**

2017 жыл 14 сәуір

Астана

УДК 378

ББК 74.58

Ғ 96

Ғ 96

«Ғылым және білім – 2017» студенттер мен жас ғалымдардың XII Халықаралық ғылыми конференциясы = The XII International Scientific Conference for students and young scholars «Science and education - 2017» = XII Международная научная конференция студентов и молодых ученых «Наука и образование - 2017». – Астана: <http://www.eni.kz/ru/nauka/nauka-i-obrazovanie/>, 2017. – 7466 стр. (қазақша, орысша, ағылшынша).

ISBN 978-9965-31-827-6

Жинаққа студенттердің, магистранттардың, докторанттардың және жас ғалымдардың жаратылыстану-техникалық және гуманитарлық ғылымдардың өзекті мәселелері бойынша баяндамалары енгізілген.

The proceedings are the papers of students, undergraduates, doctoral students and young researchers on topical issues of natural and technical sciences and humanities.

В сборник вошли доклады студентов, магистрантов, докторантов и молодых ученых по актуальным вопросам естественно-технических и гуманитарных наук.

УДК 378

ББК 74.58

ISBN 978-9965-31-827-6

©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия
ұлттық университеті, 2017

ИНОЯЗЫЧНАЯ ЛЕКСИКА В РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТАХ ЕХРО-2017

Хамидуллова Мергуль Асетовна

b.kaltaeva75@inbox.ru

Мамжанова Нургуль Кайратовна

m.nurgul07@gmail.com

Студенты ЕНУ им. Л.Н.Гумилева, Астана, Казахстан

Научный руководитель – Ж.Азкенова

Настоящая работа представляет собой выборку, обзор функционирования иноязычной лексики, или заимствований, в текстах казахстанской рекламы, связанной с проведением выставки ЭКСПО-2017. Заимствованием лингвисты называют процесс перемещения различных элементов из одного языка в другой [1]. Под различными элементами понимаются единицы всех уровней структуры языка — лексики, морфологии, синтаксиса, фонологии. Наиболее частым бывает заимствование слов — лексическое заимствование, которое является первой ступенью иноязычного влияния.

Тема актуальна тем, что она связана с процессом влияния различных языков на русский язык, проникновением экзотизмов, интернационализмов и заимствований.

Рекламный текст служит основным «инструментом» внедрения иноязычной лексики. Напомним некоторые часто используемые из них примеры заимствований: павильон, делегат, экспозиция, технология, перспектива, проект, бизнес, провайдер, конгресс, бюджет и т.д.

Существует несколько причин заимствования иностранных слов. К причинам заимствования слов из других языков следует отнести политические, экономико-промышленные и культурные связи между народами — носителями языков. Так постепенно заимствованные слова входили в число слов общеупотребительных и уже не воспринимались как иностранные.

Итак, прежде чем перейти к практическому материалу, рассмотрим на какие типы делится иноязычная лексика. Это:

1. Заимствованные слова — это слова, появившиеся в процессе усвоения одним языком слова, выражения или значения другого языка. В зависимости от «языка-донора» заимствования называют латинизмами, англицизмами, галлицизмами, тюркизмами, грецизмами и т.п. Например: гравюра, кластер, реестр, трансферт, драйвер, музей, директива, венчурный фонд, мавзолей и др.

2. Интернационализмы — это иноязычные слова, преимущественно научные и технические термины, образованные из древнегреческих и латинских элементов (корневые и аффиксальные морфемы, целые слова). Они существуют не только в русском языке, но и во всех языках, носители которых контактируют с носителями других языков (например, англичане с французами, немцы с испанцами), поэтому и называются интернационализмами. Например: инвестиция, статистика, потенциал, технология, проект, компания, организация, регион, республика и др.

3. Экзотизмы (от греч. *εξωikos* — чужой, иноземный) — это слова, использующиеся для создания колорита, передающие национальную специфику страны или народа, особенности какого-либо региона. Например: 1) названия денежных единиц: гульден, динар (югосл.), драхма, иена, песо (исп.) и др.; 2) названия титулов, должностных лиц, людей по роду занятий: аббат (иг.), бек (тюрк.), гетман (польск.), гондольер (ит.), дон (исп.), канцлер (нем.), рикша (инд) и др.; 3) названия жилищ: вигвам (индейск.), яранга (чукот.) и др.; 4) названия танцев, музыкальных инструментов, праздников: гопак (укр.), зурна (груз.),

кастаньеты (исп.), фиеста (исп.) и др.; 5) названия одежды: жупан (укр.), кимоно (яп.), сари (инд.) и др.; 6) названия блюд и напитков: пудинг (англ.) и др.; 7) названия государственных учреждений: парламент (англ.), сейм (польск.), хурал (монг.) и др.

4. Иноязычные вкрапления - это слова или сочетания слов, передаваемые на письме и в устной русской речи графическими и фонетическими средствами языка-источника. Это, например, латинские крылатые слова: *Dixi* - сказал; *Credo* - верую и др. К этому лексическому блоку примыкают также фразеологические обороты французского, английского, немецкого и других языков, например: *Happy end*- счастливый конец (англ.); *C'est la vie* - такова жизнь (фр.) [2].

Таблица 1.

Иноязычная лексика в рекламных текстах EXPO-2017
(классификация по «языкам-донорам»)

«Язык-донор»	Примеры
1. Латинизмы – 46%	Инвестиция, инновация, экспонат, экспозиция, коллаборация, потенциал, делегация, меморандум, мавзолей, реестр, перспектива, проект, институт, трансферт, организация, регион, квалификация, президент, директива, кухня, цивилизация, конгресс, фестиваль
2. Англицизмы – 20%	Ноу-хау, венчурный фонд, статистика, роуд-шоу, кластер, драйвер, бизнес, провайдер, грант, бюджет
3. Галлицизмы – 14%	Гравюра, павильон, компания, премьер министр, артист, кафе, ресторан
4. Тюркизмы – 11%	Байга, курганы-могильники, аким, батыр, ауыл, деньги
5. Итальянизмы – 4%	Галерея, купол
6. Грецизмы – 4%	Музей, технология
7. Персидские заимствования – 1%	Шатыр

Таким образом, мы заметили, что иноязычная лексика набирает свои обороты использования в языке современной казахстанской рекламы. В наибольшей степени (46%) используются латинизмы, далее – англицизмы (20%), галлицизмы (14%), тюркизмы (11%), итальянизмы (4%), грецизмы (4%) и персидские заимствования (1%).

Если рассматривать иноязычные слова с точки зрения их классификации, то можно отметить, что преобладают заимствованные слова (53%) и интернационализмы (36%). По степени снижения: экзотизмы (10%) и вкрапления (1%).

Таблица 2.

Типы иноязычной лексики

Тип иноязычных слов	Примеры
1. Заимствованные слова – 53%	Ноу-хау, венчурный фонд, экспонат, экспозиция, гравюра, коллаборация, потенциал, павильон, роуд-шоу, меморандум, кластер, мавзолей, шатыр, реестр, перспектива, драйвер, трансферт, провайдер, грант, музей, директива, кухня, конгресс, артист, кафе, бюджет, фестиваль

2.	интернационализмы – 36%	Президент, инвестиция, инновация, галерея, статистика, делегация, технология, купол, проект, институт, бизнес, компания, организация, регион, квалификация, премьер министр, цивилизация, ресторан
3.	экзотизмы – 10%	Байга, курган, аким, батыр, ауыл
4.	вкрапления – 1%	Pro et contra - за и против; <i>alpha and omega</i> - самое главное, сущность

В статье на данном этапе исследования мы рассмотрели 30 рекламных текстов, связанных с ЕХРО-2017. Источниками стали газеты «Казахстанская правда», «Вечерняя Астана», «Деловой Казахстан» и электронные ресурсы [3-16,17]. В них отмечено 70 иноязычных слов. Например: павильон, инновация, экспонат, кухня, цивилизация, конгресс, фестиваль, бюджет, кластер, институт, компания, организация, квалификация, президент, премьер министр, коллаборация, грант, мавзолей, артист, технология, гравюра и т.п [18-25].

Список использованных источников:

1. Словарь-справочник лингвистических терминов / Под ред. Розенталя Д.Э., Теленковой М.А. Изд. 2- М.: Просвещение, 1996.
2. Словарь иностранных слов / Под ред. Шмидт О.Ю. - М., 1993.
3. Словарь иностранных слов / Под ред. Комлева Н.Г., 2006.
4. Толковый словарь / Под ред. Ефремовой Т.Ф. – М., 2000.
5. Толковый словарь /Под ред. Ожегова. – М., 2009.
6. <http://rusolimp.kopeisk.ru>
7. Ежедневная общенациональная газета «Казахстанская правда». - Январь-март 2017.
8. Газета «Вечерняя Астана». - Декабрь 2016 - март 2017.
9. Газета «Деловой Казахстан». - Январь-март 2017.
10. kazpravda.kz.
11. Электронный ресурс: ru.wiktionary.org
12. Полный словарь иностранных слов, вошедших в употребление в русском языке / Сост. М. Попов. – М., 3-е издание, 1997.

УДК 81'276:81.161.1

РЕЧЕВОЕ ПОВЕДЕНИЕ КОММУНИКАНТОВ РАЗНОГО ВОЗРАСТА

Штрайф Алина Викторовна

alinka2012kz@mail.ru

Студентка Павлодарского государственного педагогического института, Павлодар,
Казахстан

Научный руководитель – З. Темиргазина

Для того чтобы приступить к изучению конкретных ситуаций нужно разграничить такие понятия как речевой акт, речевая тактика и стратегия.

Речевой акт – это минимальная основная единица речевого общения, в которой реализуется одна коммуникативная цель говорящего и оказывается воздействие на адресата.

Речевая тактика – конкретные речевые приемы, избираемые коммуникантом в рамках речевой стратегии в соответствии с ситуацией, характером общения, статусными отношениями и другими характеристиками речевой коммуникации; понятия «речевая стратегия» и «речевая тактика» соотносятся как общее и частное. Речевые стратегии реализуются в отдельных речевых актах с помощью конкретных речевых тактик,