

## ЗА ИЗПОЛЗВАНИТЕ СЕНТЕНЦИИ В УСТНАТА КОМУНИКАЦИЯ НА СЪВРЕМЕННИТЕ БЪЛГАРИ – МОДЕЛИ, ИЗТОЧНИЦИ, ИНДИКАТОРИ ЗА НАГЛАСИ

---

Мариета Цветкова  
(София, България)

Статията обобщава наблюдения върху разговорната употреба на пословици и поговорки, като илюстрира 2 основни тенденции: използване на издържалите „теста на времето“ житейски мъдрости (в чист или модифициран вид) и появата на нови максими, свидетелстващи за промяна на нагласи и ценности. Анализът потвърждава и типичните за устното общуване елиписа, вулгаризация, преобладаващо отрицание и др.

**Ключови думи:** пословици, поговорки, максими, нагласи, замяна, добавяне, смесване, елиписа, отрицание, вулгаризиране

Представянето на пословиците и поговорките и в българския език следва основно 2 принципа – количествен и съдържателен. Първият се насочва към възможно най-изчерпателното описание на пословиците и поговорките, като обикновено за целта се избира азбучният ред (Българско народно творчество – т. 12 1963; П. Р. Славейков – трето издание 1972; Икономов 1968; Христов 1995; Ангелова 2005). В основата на втория принцип е разпределянето на пословиците и поговорките в тематични обединения като напр. богатство, мъдрост, труд, лъжа, справедливост, страх и т.н (Хаджихристов 1972; Борисов 2009). При неговото използване авторите обикновено включват и т. нар. крилати фрази и авторски сентенции, подходящи за представените теми.

Интересна модификация на тематичното представяне на пословиците и поговорките са опитите с тях да се доказват и илюстрират определени тези и твърдения. Подобни публикации разчитат на факта, че народните умотворения по силата на това, че са мъд-

рост, придобита от житейски опит и извлечена от сродни факти и явления, са неоспорими и общоприети истини и това е напълно достатъчно за привеждането им като аргумент. Типична илюстрация на този подход са 2 авторски книги, носещи отпечатъка на времето, в което са били публикувани – “Баба знае 2 и 200: Българският характер в нашите пословици и поговорки” на Марко Семов (Семов 1985) и “PRоговорки: Принципите на PR, съхранени и увековечени от българските пословици и поговорки” на Десислава Бошнакова (Бошнакова 2009). В едната от тях (Семов 1985) се търси доказателство на материалистическите закони в народните умотворения (Напр. **Всяко зло за добро** и превръщането на количествените натрупвания в качествени изменения; **От земя сме и на земя ще станем** и в природата нищо не се създава и нищо не се губи; **Баба знае две и двеста** и всичко е относително и т.п.), а в другата се прави опит да преведе научната гледна точка за пълник рилейшънс на разбираем език чрез пословиците и поговорките (Бошнакова 2009:7).

В настоящата статия пословиците и поговорките се разглеждат по различен начин – предимно от гледна точка на употребата им в устното общуване, което се смята за основен начин за тяхното съхраняване и “пренасяне” във времето. Използването им в съвременната разговорна реч е не само тест за тяхната устойчивост като изрази и обобщения на житейски опит, но и илюстрация за нагласите на съвременните българи.

Пословиците и поговорките по своето съдържание представляват мъдри нравоучения и поуки, извлечени от житейски опит. Самото наименование *поговорка/пословица* по произход е от руски език с еквивалент в гръцкия език *афоризъм* и в латински – *сентенция*. Някои автори се опитват да прецизират разликата между пословица и поговорка – напр. Неда Ангелова (Ангелова 2005:5) определя пословиците като “народни мъдрости, които сбито и ярко предават обобщения от житейския опит – поуката, която хората са извлекли” и се изразяват с едно изречение, докато поговорките са “кратки изрази с преносен смисъл, които изразяват отношението на хората към различни човешки действия”. Тя самата обаче ги представя общо поради “незначителната жанрова разлика между тях” (Ангелова 2005:5).

За целите на настоящата статия разграничаване между пословица и поговорка не се налага, тъй като е напълно достатъчно да се очертае общо същността и формата им. По своето съдържание те представляват мъдро, нравоучително изречение и са кратък фолклорен жанр, изразяващ истина, която е извлечена от опит на базата на сродни факти и явления. По своята форма те варират от прост, стегнат и сбит устойчив израз до едно изречение.

При разглеждането на пословиците и поговорките като елемент от устната комуникация съществени са следните две характеристики: *популярност/известност и честотност /повтаряемост* на израза/изречението. Те определят дали дадена пословица или поговорка ще премине успешно “теста на времето” и ще се съхрани, или ще претърпи видоизменения и постепенно ще излезе от употреба. По същия начин тези характеристики са в основата на появата на нови сентенции, сигнализиращи за нови нагласи или изведени на базата на актуализиран или обобщен по нов начин житейски опит.

Анализираният разговорен материал очертава следните 4 тенденции при употребата на пословици и поговорки в устното неформално общуване:

1. Употреба на пословици и поговорки в относително чист вид, т.е. възпроизвеждане и утвърждаване на вече установен опит или аналогия, напр.:

***От всяко дърво свирка не става; И вълкът сит, и агнето цяло;***

***Глас народен – глас божии; Насила хубост не става;***

***По-добре на хората в устата, отколкото на хората в краката;***

***Който гроб копае другиму, сам пада в него;***

***Не е луд който яде баницата, а който му я дава;***

***Който се страхува от мечка, да не ходи в гората;***

***Шило в торба не стои; Който няма глава, има крака;***

***Капка по капка вир става; Кучето си лае, керванът си върви; Малките камъчета обръщат колата; Не питай старило, а питай патило;***

***Куче влачи, диря няма; Много баби – хилаво дете; Гладна мечка хоро не играе;***

*Храни куче да те лае; Къде го чукаш, къде се пука; С пръдня боя не става.*

*Хубавите ябълки свинете ги ядат; Гладна кокошка просо сънува;*

*Думам ти, дъще, сещай се, снахо! Приятел в нужда се познава;*

*Рибата се вмирихва от главата; Преклонена глава сабя не я сече*

2. Пословици и поговорки със замяна на дума или израз, съотвено смяна на образ или структура, напр.:

От: *Баба* знае 2 и 200 – *Дупе* знае 2 и 200

От: *Любовта* е до време, *глупостта* е за цял живот – *Курварството* е до време, *пиянството* е до гроб;

От: Нерде *Шам*, нерде *Багдат* – Нерде *Ямбол*, нерде *Стамбул*;

От: В старо село нов *адет* не бива – Нов *бардак* със стари *курви* не става;

От: *Хубост* къща *не крепи* – *Музикант* къща *не храни*;

От: *Ден* да мине, друг да дойде – *Мандат* да мине, друг да дойде;

От: Който не работи *не трябва да яде* – Който не работи, той *не греши*; Който *не мие чашиите, той не чупи*;

От: Бързата работа – *два пъти работа* – Бързата работа – *срам за майстора*;

От: Като живеем на село, *да не пасем трева* – ..., *да не ядем доматиите с колците*;

От: *На крива ракета* космосът ѝ пречи – *На крив х..*

3. Разширяване на съществуващите пословици и поговорки чрез добавяне на подобен израз или на подобна поговорка за усиление на ефекта (смислово или като изказ), напр.:

От трън, та на плог, *че е по-висок*;

Приятелството си е приятелство, *сиренето е с пари* /Службата си е служба, дружбата-дружба/;

Ум – море, *глава – шамандура*

След дъжд качулка, *след сватба – булка*;

Рано пиле рано пее и *рано го колят*

4. Елипса – свеждане на пословица до две ключови думи, с които се маркира цялото ѝ съдържание, напр.:

***Вълка ...врата*** (На вълка му е дебел вратът, защото сам си върши работата);

***Лисицата...гроздето*** (Лисицата като не стига гроздето, казва, че е кисело)

Освен съхраняването и пренасянето на пословиците и поговорките в чист вид или видоизменени в някаква степен, те претърпяват и по-сериозни модификации. При някои от тях е трудно да се определи със сигурност какво цели внесената промяна. Такъв е случаят със смесването на две части от различни пословици, напр.:

***Бързата кучка планина повдига;***

***Сговорна дружина слепи ги ражда***

Възможно е първоначално това смесване да е било продукт на неволна грешка или да е имало за цел да постигне само хумористичен ефект. Повтарянето обаче на същия тип смесване и разширяването на употребата му говори вече не само за провокиране или търсене на хумористичен ефект, но и за вероятност да се има предвид актуализиране на съдържанието на утвърдената пословица. Разколебаването на някои житейски обобщения, отразени в поговорките и пословиците, може да се смята за индикатор на промяна в нагласи и ценности.

По подобен начин в устното общуване се появяват нови максимуми с характеристиките на пословици и поговорки – тяхното съдържание представлява обобщен житейски опит, който явно се приема за неоспорима общоприета истина и следователно отразява нагласите и ценностите на съвременния българин, напр.:

***Авантата е чиста печалба; Шамар да е – аванта да е;***

***Това, което не се купува с пари, се купува с много пари; Евтиното излиза скъпо;***

***Завистта няма почивен ден; Мърфи няма почивен ден;***

***Няма ненаказано добро; Да му имам акъла на българина, дете му идва отподиря/след това;***

***Всеки гледа мене си/себе си; Луд умора нема, само се поти; Никога не казвай: "Никога"; Не можеш да спреш гората да се разлиства;***

***Където си вадиш хляба, не си вади оная работа; Е, не може и душата в рая, и оная работа вътре;***

***Русо гладно нема; Богат грозен нема; Богат дърт нема;***

Представеният материал дава основание за извеждане на някои общи тенденции в употребата на пословици и поговорки в устната комуникация на съвременните българи. По отношение на формата се очертават следните закономерности:

1. Преобладава характерният за устната комуникация принцип за икономия (елипса). Случаите, в които се наблюдава разширяване с допълнителни изрази или сродни пословици/поговорки, са по-скоро израз на стремежа да бъде засилен хумористичният елемент и духовитостта, без внасяне на нови нюанси или значения;

2. Забелязва се засилване на употребата на цинични думи и изрази, (вулгаризация);

3. В новите максими преобладават изразите, съдържащи отрицание: ***не, нема, не може/ш, никога*** и др.

В съдържателен аспект общите тенденции са следните:

1. Прокрадва се по-голяма снизходителност към човешките грешки (***Който не работи, той не греши; Който не мие чашите, той не чуни***);

2. Появяват се известни промени в отношението към труда в полза на по-лесно придобитите облаги (авантата);

3. Богатството и стремежът към него (експлицитно или имплицитно) присъстват като основно тематично ядро, около което се зараждат нови афоризми (***Приятелството си е приятелство, сиренето е с пари; Авантата е чиста печалба; Това, което не се купува с пари, се купува с много пари; Богат грозен нема; Богат дърт нема и др.***);

4. Отрицанието като цяло преобладава, като разговорно то може да изразява както висша форма на възмущение, така и висша форма на възхищение, срв.:

***Нема такава държава*** – ‘най-корумпираната, най-абсурдната, най-дезорганизираната’;

***Нема такава оферта*** – ‘най-изгодната’;

***Нема такъв филм*** – ‘най-добрият, най-интересният, най-смешният, най-развлекателният’;

**Няма такъв живот** (дано, дано, дано) – ‘най-хубавият, най-щастливият, най-мечтаният’ (песен на Б. Карадочева)

Ориентирането към отрицанието като база сигнализира за негативизма на съвременния българин. Тази нагласа<sup>1</sup> (Български тълковен речник – четвърто издание 1994:480) оставя траен отпечатък и върху изразните средства, с които той си служи – дори и при такъв специфичен жанр като пословиците и поговорките.

## БИБЛИОГРАФИЯ

**Българско народно творчество – т. 12 1963:** Том дванадесети Пословици, поговорки, гатанки // отбрал и редактирал Цветан Минков

**Икономов 1968:** Икономов Н. Балканска народна мъдрост. Успоредници на български, сръбски, турски, румънски, гръцки и албански – пословици и поговорки

**П. Р. Славейков – трето издание 1972:** Славейков П.Р. Български притчи или пословици и характерни думи // под редакцията на акад. М. Арнаудов

**Христов 1995:** Христов Б. Народни устни писмена антология, български пословици и поговорки, гатанки, клетви и благословии, баяния, вярвания и прокобявания

**Ангелова 2005:** Ангелова Н. Български пословици и поговорки

**Хаджихристов 1972:** Хаджихристов Х. Книгата велико чудо: сборник от изказвания, мисли, афоризми

**Борисов 2009:** Борисов Н. Афоризмици: Допълнени, съпоставени или противопоставени афоризми по тематичен и смислов признак

**Семов 1985:** Семов М. Баба знае 2 и 200: Българският характер в нашите пословици и поговорки<sup>2</sup>

**Бошнакова 2009:** Бошнакова Д. РРоговорки: Принципите на ПР, съхранени и увековечени от българските пословици и поговорки

**Български тълковен речник – четвърто издание 1994:** Български тълковен речник, четвърто издание

---

<sup>1</sup> Нагласа – в психологията – състояние на насоченост, предразположеност на субекта към определена активност, поведение в дадена ситуация – **Нямам нагласа за учене**

**ABOUT THE PROVERBS AND SAYINGS USED IN  
ORAL COMMUNICATION OF BULGARIANS – MODELS,  
SOURCES AND ATTITUDE INDICATORS**

**Marieta Tzvetkova**  
(Sofia, Bulgaria)

In the article are described and systemized observations on the colloquial use of proverbs and sayings in the process of informal communication among Bulgarians. Two main trends are illustrated – using of tested by time set phrases generalizing life experience (completely preserved or modified to certain extent) and the appearance of new set phrases of the type which indicate certain changes in attitude and values. The analysis reveals colloquial phenomena like ellipsis, vulgarization, prevailing negation etc.