

К ВОПРОСУ ОБ ИЗУЧЕНИИ АНГЛИЦИЗМОВ

АПСАМАТОВА Г.

vestnik_bgu@mail.ru

Расширение культурных контактов Кыргызстана со многими странами мира ведет к расширению контактов кыргызского языка с другими языками и, как, проникновению в кыргызский язык англицизмов.

В процессе исторического развития человеческие языки постоянно вступали и продолжают вступать в определенные контакты друг с другом.

Нужно отметить, что в настоящее время английский язык приобрел статус языка международного общения для людей, для которых он не является родным.

Выдвижение английского языка на эту роль обусловлено исторически: расширение торговых и экономических связей, господство Соединенных Штатов Америки в мировой экономике и политике, развитие Международного туризма. Разработка новейших информационных и компьютерных технологий, появление глобальной сети Интернет также повлияли на популярность английского языка. Возрос и интерес именно к английскому языку в связи с тем, что появилась возможность посещения англоязычных стран. Другой источник популяризации английского языка - это так называемая поп-культура. Увлечение популярной музыкой различных жанров и направлений, американскими кинофильмами привело к тому, что большинство американизмов вошло в кыргызский язык без каких-либо препятствий и употребляется большей частью населения независимо от пола, возраста, социального статуса.

Пополнение лексической системы кыргызского языка за счет иноязычных заимствований из разных сфер жизни является одним из активных процессов на протяжении нескольких столетий. Распад СССР, расширение политических, экономических и культурных связей Кыргызстана со многими странами мира ведет к расширению контактов кыргызского языка с другими языками и, как следствие, проникновению в кыргызский язык заимствований из европейских языков.

Основные причины заимствования - экстралингвистические (неязыковые) и лингвистические (языковые). К внешним неязыковым причинам заимствования иноязычной лексики относят: наличие политических, торговых, культурно-экономических контактов между народами; социальные, экономические и политические изменения внутри страны заимствующего языка; заимствование вещи, понятия и вместе с ними заимствование наименования и др.

К лингвистическим (языковым) причинам заимствования относят:

вещественное значение слов; функции иноязычного слова в принимающем языке; отсутствие эквивалента в системе принимающего языка; тенденция к замене двучленного наименования одночленным, если они обозначают одно понятие; потребность детализировать значение исконного слова; стремление к экспрессивности; тенденция к устранению полисемии исконных слов; сфера и частота использования иноязычного слова; пути заимствования; словообразовательная активность иноязычного слова; принадлежность иноязычного слова к интернациональной лексике и др. Основная роль в заимствовании лексики принадлежит средствам массовой информации. В настоящее время

происходит активное изучение процессов заимствования, где особую роль играют англицизмы.

Определение слова «англицизм», которое дано в словаре С.И.Ожегова звучит таким образом: АНГЛИЦИЗМ, -а, м. Слово или оборот речи в каком-н. языке, заимствованные из английского языка или созданные по образцу английского слова или выражения. [1]

Изучением причин заимствования иноязычных слов занимались многие известные лингвисты как И.Г. Аверьянова, Н.Д. Агафонова, С.Ю. Адливанкина, Е.Г. Борисова-Лукашенец, А. И. Дьяков, Т.К. Елизова, О.С. Мжельская, Е.И. Степанова, Л.П. Крысин, Т.Г. Линник, Э. Хауген, В.Г. Костомаров, И.О. Наумов и др. Так, в работе Л. П. Крысина [2, с. 12] указывается, что Э. Рихтер основной причиной заимствования слов считает необходимость в наименовании вещей и понятий. Перечисляются и другие причины, различные по своему характеру - языковые, социальные, психические, эстетические и т. п., потребность в новых языковых формах, потребность в расчленении понятий, в разнообразии средств и в их полноте, в краткости и ясности, в удобстве и т. д. Сам процесс языкового заимствования рассматривался им в неразрывной связи с культурными и иными контактами двух разных языковых обществ и как часть и результат таких контактов.

Л. П. Крысин выделяет следующие причины заимствования:

1. Потребность в наименовании новой вещи, нового явления (*компьютер; принтер, сайт;*

2. Необходимость разграничить содержательно близкие, но все же различающиеся понятия (*маалымат - информация*).

3. Необходимость специализации понятий - в той или иной сфере, для тех или иных целей (*взгвчв-экслюзивдик*).

4. Тенденция, заключающаяся в том, что цельный, не расчлененный на отдельные составляющие объект и обозначаться должен «цельно», нерасчлененно, а не сочетанием слов (*серфинг-тактайча менен толкун устидв кайку у.*)

5. Наличие в заимствованном языке сложившихся систем терминов, обслуживающих ту или иную тематическую область, профессиональную среду и т.п. и более или менее единых по источнику заимствования этих терминов. Это терминология вычислительной техники, которая сложилась на базе английского языка, спортивная терминология, а также лексика некодифицированных подсистем языка (*хиппи, музыкантов, хакеров и др.*)

6. Восприятие иноязычного слова как более престижного, «ученого», «красиво звучащего» (*мерчандайзер, презентация*) [3, с. 58].

Анализ материалов кыргызских газет и журналов приводят нас к выводу, что число лексем, заимствованных из английского языка, в кыргызском языке постоянно увеличивается. Процесс заимствования англицизмов коснулся почти всех сфер лексики кыргызского языка: экономической, политической, культурной, научной и т. д.

С тематической точки зрения наиболее часто встречающиеся слова можно разделить на несколько групп:

1) слова — термины, например, экономические: офшор (офф-шор), роуминг, рейтинг... («Мегакомдун жаны жетекчилиги аны дароо эле байкап, офф-шордук аймактарга агып турчу каналдарды кан буугандай токтотту...», Жаңы-Агым, №39);

2) спортивные термины, а также названия некоторых игр или видов спортивных занятий, ставших модными и популярными в последнее время: дайвинг, дайвер, байкер, серфинг (серфинг), пауэрлифтер... («Кыргызстандыга пауэрлифтерлери Россиянын Екатеринбургунда болгон дуйне кубогунан 8 алтын медаль тагынып кайтышты», (Жаңы-Агым, №39);

3) названия некоторых бытовых предметов. Так, в последнее время прочно вошли в нашу жизнь предметы, а в язык — обозначающие их наименования: миксер, тостер, роулер, шейкер и др.

4) политические: президент, парламент, спикер, импичмент, электорат, консенсус и т.д.;

Их употребление в речи в большинстве случаев оправдано, хотя значение не всегда правильно понимается в силу незнания английского языка.

(«Океан, пляж, шаарлардын футуристтик архитектурасы жана алардын космополиттик атмосферасы ар бир туристти магниттей тартат. (Шоокум, 2011-Апрель.) Реагируя на экстралингвистические факторы, кыргызские СМИ также становятся активными пропагандистами иноязычной лексики.

Сегодня лингвисты отмечают следующие источники появления в языке англицизмов:

- реклама. Жанр рекламы является одним из основных источников англицизмов. По мнению Т.Н. Лившиц, англицизмы в рекламе способствуют появлению «иллюзии уникальности», т.е. впечатления неповторимости, значимости рекламируемого товара или услуги. [3]

- интернет. Возрастание числа пользователей Интернета привело к распространению компьютерной лексики: *homepage, e-mail, CD ROM, чат бит, байт, диск, курсор, флешка*.

- кинематограф. Популярность голливудских фильмов привела к появлению новых слов в нашей лексике: *хоррор, блокбастер, вестерн, прайм-тайм, киборг, терминатор*.

- музыка. Восприятие США как центра музыкальной моды повлекло появление таких слов как: *хит, сингл, ремейк, трек, саунд-трэк, постер и т.д.*

- спортивная лексика: *боулинг, дайвинг, скейтборд, сноуборд, байкер, шейпинг, фитнес*.

- косметические термины: *лифтинг, скраб, пилинг*. Можно выделить следующие группы иностранных заимствований: Прямые заимствования. Они в языке реципиенте существуют приблизительно в том же виде и значении, что и в языке-оригинале (*уик-энд*)

Гибриды. Образованы присоединением к иностранному корню суффикса, приставки и окончания. При этом несколько изменяется значение иностранного слова-источника (*пикетчи*).

Калька. Слова иноязычного происхождения, сохраняющие свой фонетический и графический облик (*диск*).

Полукалька. Данные слова при грамматическом освоении подчиняются правилам грамматики принимающего языка(прибавляются суффиксы), (мониторинг-мониторинги (*monitoring*))

Экзотизмы. Они характеризуют специфические национальные обычаи других народов и употребляются при описании чужой действительности: чипсы (*chips*), хот-дог (*hot-dog*), чизбургер (*cheeseburger*).

Иноязычные вкрапления. Обычно имеют лексический эквивалент, но стилистически отличаются. Закреплены в разных сферах общения как выразительное средство, придающее речи особую экспрессию: (о'кей (*OK*); *bsy(Wow!)*).

Композиты. Состоят из двух английских слов: *интернет-сайт* Жаргонизмы. Появились вследствие искажения каких-либо звуков (*искейпнуть*-от англ. *To escape* - исчезнуть). Таким образом, неологизмы могут быть образованы по имеющимся в языке моделям, заимствованы из других языков, а также появиться в результате развития новых значений у ранее известных слов. [4]

Бесспорно, язык как живой организм должен развиваться, совершенствоваться, в том числе, и лексически. И не последнее место в его лексическом развитии занимает заимствование у других языков новых слов и фразеологических оборотов. Использование иностранных слов в современной жизни абсолютно закономерно и связано с прогрессом. Но

не всякое значение употребляемых иностранных слов понятно, особенно для массового восприятия. Прежде всего, это относится к узкопрофессиональным словам. Впрочем, неясными порой оказываются слова, политически и экономически предназначенные для активного употребления в самых широких слоях. В наш бурный век поток новых идей, вещей, информации, технологий требует быстрого названия предметов и явлений, заставляет вовлекать в язык уже имеющиеся иностранные названия. Научно-техническая, военная, финансовая, банковская, спортивная лексика во всем мире стремится к интернационализации. Тяга к научно-техническому прогрессу, к цивилизации находят отражение в языке. Несомненно одно: привлечение иностранных слов вполне закономерно, если содействует улучшению восприятия мысли и помогает найти общий язык с аудиторией или собеседником.

Литература

1. Ожегов СИ. Словарь русского языка / Под ред. Н.Ю.Шведовой.-14 изд. -М.: Рус.яз.,1983.
2. Крысин Л.П. Иноязычные слова в современной жизни // Русский язык конца XX столетия. - М., 1996.
3. Лившиц Т.Н. Реклама в прагмалингвистическом аспекте. - Таганрог, 1999.
4. <http://htmlreferat.ru/index9.phtml?id=54474&from=166>
5. Брагина А.А. Неологизмы в русском языке. -М., 1973.