

ПРИЧИНЫ ЗАИМСТВОВАНИЯ АНГЛИЦИЗМОВ В СОВРЕМЕННОМ КЫРГЫЗСКОМ ЯЗЫКЕ

Бул макалада акыркы он жыл ичиндеги англицизмдердин кыргыз тилине тийгизген таасири жана анын себептери жонундо берилген

Ачкыч создор: магниттик маалыматты ташуучу, 8- биттен турган информациянын эсебинин бирдиги, турган жери, кыска.

В этой работе даны причины влияния англицизмов на развитие кыргызской лексики на протяжении последних десятилетий

Ключевые слова: магнитный носитель информации, единица количества информации, местоположение, краткий

This article contains the reasons of the borrowings from English to Kyrgyz languages during the last ten years.

Key words: disk, byte, site.

В процессе исторического развития человеческие языки постоянно вступают в определенные контакты друг с другом. В начале XXI века наибольшей динамикой и мобильностью характеризуется кыргызско-английский языковой контакт. Сегодня англицизмы проникают в кыргызский язык стремительно и в больших количествах. И это не случайно. В наши дни постоянно расширяются сферы международных контактов, где английский язык становится языком международного общения [4]. Важная политико-экономическая роль англоязычных стран в мире, их превосходство в некоторых сферах деятельности в значительной степени активизируют появление и использование англицизмов в кыргызском языке. Каковы же причины этого огромного потока англицизмов в кыргызской речи? Мы выделим наиболее важные причины на наш взгляд:

1. Распад Советского Союза и, как следствие, активизация деловых, научных, торговых, культурных связей Кыргызстана с Россией, также с другими странами, расцвет зарубежного туризма, участие кыргызов в олимпиадах, международных фестивалях, показах мод и т.д. Проникновение в кыргызский язык всё большего количества англоязычных слов посредством русского языка в последние десятилетия заметно активизировалось, в особенности после 1990 года.

2. Развитие мирового рынка, экономики, информационных технологий привели к появлению новой терминологии (язык компьютера, экономика, финансы, интернет). У нас появилось много новых предметов, которые требуют названия: *e-mail, интернет,*

ноутбук, диск, байт, сайт. И нам проще использовать существующие слова другого языка, чем изобретать новые.

3. Мода: в наши дни знание английского языка считается в высшей степени престижным. Современные кыргызы, используя англицизмы, хотят тем самым выглядеть модно, престижно, завоевать уважение собеседника. Они уверены, что слово «маркет» звучит привлекательней выражения «базар, (рынок)», а также любят использовать в своей речи слова: *презентация, рейтинг, брифинг, шоп-тур, ток-шоу, шоумен, брейн-ринг и т.д.* [3].

4. Экспрессивность новизны: многие фирмы и компании в качестве названия применяют англицизмы, чтобы привлечь внимание новизной звучания Chickenshouse, Beeline, Beautiful, Oshoil, NewStyle, Aligarh, HighTime, IdeaShop, Pathword, Skyline, Wear black, ...

5. Самая весомая причина – бесспорное мировое лидерство США во многих сферах современной жизни.

6. Отсутствие более точного наименования, а потому сегодня 15% новейших англицизмов прочно вошли в словарь делового человека [1].

7. Необходимость выразить при помощи англицизма многозначные описательные обороты (тент-навес из прочной, водонепроницаемой ткани для защиты от солнца (кундон сактануу учун бышык, суу откорбой турган кездеме), пиллинг-крем, убирающий верхний слой кожи(беттин терисин тазалоо), кейс – небольшой плоский чемодан, дипломат(чакан жалпак чемодан) [3].

8. Пополнение языка более выразительными средствами (часто слышим имидж - вместо образ (солокот, корунуш), прайс-лист – а не прейскурант (кызматтын мунозун корсотчуу), шоу – представление (жарык маанайдагы оюн зоок) [3].

Не менее важны также источники появления в кыргызском языке англицизмов. К ним относятся:

- СМИ. В последнее время главным источником языкового материала стали современные СМИ. Интенсивное использование англицизмов порождает качественно новую лингвистическую ситуацию, при которой использование одного английского термина заменяет собой целую синтаксическую конструкцию. В языке печатных СМИ, прежде всего в рекламных и новостных текстах, сжатость и повышенная информативность текста имеет большое значение, поэтому англицизмы заняли прочное место в современных СМИ. Реклама - один из основных источников англицизмов в кыргызском языке. Отечественные рекламисты зачастую не имеют опыта создания рекламы, и потому копируют англоязычную рекламу, заполняя кыргызскоязычные рекламные тексты англицизмами: *стимер, тостер, триммер, пейджер, иммобилайзер*, [2].

- Интернет. Возрастание числа пользователей Интернета привело к распространению компьютерной лексики: *homepage, e-mail, CDROM, чат-чатиться, бит, байт, диск, курсор, флешка*.

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

- музыка. Восприятие США как центра музыкальной моды повлекло появление таких слов, как: хит, сингл, ремейк, трек, саунд-трэк, постер, клип мейкер

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

- косметические термины: лифтинг, скраб, пилинг... .

Таким образом, мы приходим к выводу, что количество англицизмов в кыргызском языке велико. Среди них можно выделить 2 основных типа заимствований:

1) Слова, которые пришли в язык, чтобы назвать новые предметы или термины, имеющие интернациональный характер. Их употребление в речи в большинстве случаев оправдано.

2) Слова иноязычного происхождения, имеющие синонимы в кыргызском языке. Их проникновение в язык создаёт лексическую избыточность и может мешать пониманию смысла. А ведь во многих случаях этого можно избежать, используя кыргызские синонимичные слова и выражения. Н: амбиция (менменсиген, койрон), вердикт (чечим), концентрация (борбор, топтолгон жер).

Приложение 1. Результаты анкетирования среди студентов 1-2 курсов и преподавателей СК ОшГСУ

1. «Употребляете ли Вы англицизмы в повседневной речи?»

2. «Англицизмы обогащают наш язык, или же обедняют кыргызский язык?»

Из преподавателей на первый вопрос ответили «Да, часто» - 45%, «немного» - 25%, «ничуть» - 30%

Из студентов ответили « Да, часто» - 50%, «ничуть» - 20%, «немного» - 30%.

На второй вопрос было получено ответов от преподавателей «Обогащают» - 60%, остальные отрицательно

Среди студентов «Да обогащают» - 65%, «наоборот обедняют» -20%, «не знаю» - 15%

Литература:

1. Аракин В.Д. Сравнительная типология английского и русского языков. - М.: Просвещение, 1989.
2. Лингвистический энциклопедический словарь. - М.: Советская энциклопедия, 1990.
3. Окунцова Е.А. ООО Айрис 2007-ж. Москва. / Жусуп ажы Султанов, 2014ж Ош ш.
4. Дьяков А.И. Причины интенсивного заимствования англицизмов в современном русском языке. // Язык и культура. – Новосибирск, 2003. – С. 35-43.