

Неологизмите с английски произход, появили се в българския език през последното десетилетие на XX-ти век и началото на XXI-ви век

Деница Йорданова

Neologisms with English origin that appeared in the Bulgarian language during the last decade of 20th century and the beginning of 21st century: The paper justifies the issue with the increase of English origin words that had appeared in the Bulgarian language as a result of the political, economic and cultural situation in Europe during the last decade of the 20th century and the beginning of the 21st century. Bulgaria as a part of Europe tries to adapt to culture and language that is widespread not only in the European continent but also in the whole world. The process of globalization makes the Bulgarian language and culture dependent on western influences which lead to significant changes in them. The goal of this paper is to explore the dissemination of neologisms with English origin in the Bulgarian language. The enrichment of the Bulgarian language as a result of linguistic borrowings of words with English origin is presented as well as the impact of these processes on Bulgarian culture.

Key words: neologisms with English origin, globalization, expansion, connotation.

ВЪВЕДЕНИЕ

В контекста на културната, политическата и икономическата глобализация въздействието на една култура спрямо друга се забелязва на първо място в езика. Всеки език се развива, претърпява промени, обогатява се с нови думи и архаизира вече съществуващи лексеми или променя тяхното семантично значение. В края на XX и началото на XXI век английският език успява да се превърне в доминиращо средство за общуване между хората в световен мащаб. Този факт спомага за навлизането на думи с английски произход в много езици по света. Широкото разпространение на този език и превръщането му в световно средство за комуникация и преодоляване на езиковите бариери с цел по-голяма достъпност за общуване и разбиране на събеседника, е съпътствано от исторически и политически причини.

От XVI и XVII век английският език е започнал своето експанзионистично влияние на европейския континент. Неговото разпространение е благоприятствано от творчеството на редица известни писатели като Уилям Шекспир, Томас Мор, Френсис Бейкън, Кристофър Марлоу, Джон Милтън, Едмънт Спенсър и др. Английският ренесанс в литературата прави езика по-често употребим сред образованите слоеве на европейското общество. По този начин английските лексеми проникват в другите езици. Откриването на Америка също допълнително оказва позитивно влияние върху процеса на подем на английския език. Колонизаторите основават първото селище в Америка в началото на XVII век. Това е Джеймстаун в щата Вирджиния. Там се промотира не само английският език, но и английската култура, поведение, навици и обичаи.

Вторият важен период в популяризирането на английския език е съпроводен от имперските стремежи на Великобритания в края на XIX век. По това време са колонизирани приблизително двадесет и пет процента от земното кълбо. Решаваща роля за разпространението на английския език изиграват и последствията от Втората Световна война, в която Великобритания и САЩ са победители. Тези страни се превръщат във водеща сила във военно и икономическо отношение. Употребата на английския език за комуникация значително нараства. Съединените щати се превръщат в модел за много други страни. Разпространението на английския език се извършва чрез развитието на науката, техниката, средствата за осведомяване, търговията, киното и др. Английският език развива своята популярност индиректно. Той влияе на всички страни в Европа, както и на държави от другите континенти. България като част от Европа също изпитва въздействието от широкото разпространение на английския език.

Целта на настоящата разработка е да се проследи влиянието на чуждите с английски произход в българския език – как те са обогатили речниковия ни фонд, ставайки част от изказа ни и какви са причините в родния ни език за появата на англицизми.

ИЗЛОЖЕНИЕ

Влиянието на днешния английски език върху съвременния български език е интересен и актуален проблем и не може да бъде обяснено само като резултат от езикови заемки. В българския език през последните 20 години са навлезли много неологизми от английски произход. Причините за това са комплексни. След 1990 година и особено от началото на 21 век българският език е силно повлиян от американската култура, политика, икономика и комуникации. До определена степен това са политически, икономически и културни влияния в резултат от процеса на глобализация и стремежа към унифициране на стандарта на живот, бит и култура. Една от причините за широкото разпространение на думи с английски произход е, че от общество, затворено за света зад желязната завеса, България става част от глобалното семейство и българите започват да общуват с представителите на чужди култури, на водещи демокрации и силни икономики. Свободното движение на стоки, капитали и работна сила като икономически показател също благоприятства за ускореното навлизане на неологизмите от английски произход в българския език. Тъй като английският език е един от основните работни езици в ЕС и същевременно е най-широко разпространеният сред висшите икономически, политически, правни и културни среди, той оказва влияние и си взаимодейства с всички езици по света. Публицистичният текст се превръща в проводник на много англицизми, на които българският език става податлив.[4] Прави впечатление, че англицизмите могат да бъдат класифицирани в няколко групи: политика и обществен живот; икономика, търговия, банково дело и световно стопанство; култура и изкуство; информатика, компютърни науки, информационни и телекомуникационни технологии; медицина; военна и охранителна дейност; образование и спорт.

Терминът *неологизъм* се използва в утвърденото му значение в неологията, а именно – като означение на новите думи и словосъчетания в един език, от една страна, и на новите значения, от друга. Навлизането на неологизмите в българския език е съпътствано от разнообразни реакции и действия. В определени среди употребата на новите думи се счита за приоритет и интелектуално обогатяване. За любителите на думите от чист български произход включването на англицизмите не е приемано с позитивизъм. Реакциите са разнообразни. Понякога употребата на определен неологизъм е наложителна, тъй като няма дума в българския език, която да интерпретира определено значение. Друг път използването на неологизъм спомага за обогатяване на речта, дава шанс за повече синоними и предпазва изказа от употребата на множество повторения. Такъв е случаят с употребата на думите „маргинален“ и „периферен“. Използването на лексемата „маргинален“ определено прави речта ни по-богата, но същевременно крие и опасност от неправилно усвояване на нейното значение сред групи от хора с по-нисък образователен ценз, които биха възприели думата с друго значение или изобщо не биха разбрали нейната семантика. По тази причина се създават специални неологични речници. Това са ценни лексикографски справочници, изясняващи значението и употребата на новите лексикални средства в езика, чиято масова поява в даден период може да затрудни процеса на общуване и взаимното разбиране. [1]

Интересен е фактът, че в периода 1878-1989г. българският език е изпълнен с думи от руски произход. Това намира своето обяснение в проруската политика на България за съответния исторически период. След 1989г. поради прозападната ориентация на страната ни се наблюдава възход на думи от английски произход, проникнали в българския език. Една от основните причини за тяхното навлизане е

отсъствието на определено понятие в когнитивната база на българския език. Типични примери за това са лексеми, представящи обекти в резултат от развитието на новите технологии – „органайзер“, „таймер“, „скенер“, „тунер“, „принтер“, „рутер“, „монитор“. Някои чуждици с английски произход имат синоними в книжовния български език, но въпреки това са вече част от него – „сензитивен“ и „чувствителен“; „канцелиране“ и „анулиране“. Това обогатява българския език. Една от причините за популяризирането на англицизмите е желанието за изразяване на позитивни конотации в резултат на възприемането на чуждестранните технологии като по-прогресивни. [4] Редица политически, социални, културни и икономически причини създават следното възприятие в съзнанието на българина – чуждестранните банки са приемани като по-надеждни места за съхранение на спестяванията, а чуждестранните стоки са считани за по-качествени. В областта на рекламата все по-широко навлизат думи от английски произход с цел привличане вниманието на публиката към позитивните качества на определен продукт. Психологическото въздействие на неологизмите с английски произход повишава вероятността даденият продукт да бъде предпочетен и купен. Тези социално-психологически причини оказват по-голяма степен на въздействие сред младото поколение на България, което е по-податливо на иновациите в различни сфери. Употребата на чуждоезичната дума в процеса на комуникация се възприема като символ за престижност, по-висока степен на научност или с цел подобряване на благозвучието на родния език.

Глобализацията е основната причина за честата употреба на чуждици с английски произход. Новите технологии, довели до появата на интернет, социалните медии и формирането на мрежовото съзнание на информационното общество спомагат за широкото разпространение на англицизмите в родната ни реч. Виртуалната комуникация между хората, бързият достъп до информация, интерактивността, свободата и равнопоставеността на участниците в онлайн общуването, където се употребяват много лексеми с английски произход, популяризират тези неологизми в разговорния и писмения ни език. Глобализацията в политически, икономически, социален и културен план наложи използването на много чуждици с цел реализиране обмена на информация, стоки и услуги. От различните сфери на човешка дейност в езика ни навлиза и много професионална терминология и международна лексика на английски.

Неологизми с английски произход са думите „ваучер“, „екшън“, „интеграция“, „глобализация“, „антиглобализъм“, „еврооптимизъм“, „евроскептицизъм“, „еврократ“, „евроатлантизъм“, „доларизация“, „балканизация“, „фундаментализъм“, „спонсор“, „имидж“, „лого“, „бинго“, „принтер“, „файл“, „тренинг“, „тренд“, „джогинг“, „медия“, „старт“.

Думата „уикенд“ се употребява често в българския език и означава събирателно име за събота и неделя т.е. почивните дни. В английския език тя е образувана от две самостоятелни по значение и употреба думи – „week“ (преведено на български означава седмица) и „end“ (край). В българския език е намерила употреба само думата „уикенд“, която е сбор от тези две самостоятелни по значение думи.

Друга особеност при взаимодействието на дума с английски произход с родния ни език е проникването ѝ и след това образуването на нови думи с помощта на наставки или представки като чуждицата служи за техен корен. Типичен пример в този случай е думата „клуб“. Според Речника на чуждите думи нейната етимология обозначава организация със спортен, културно-просветен или политически характер. В резултат на честата употреба на този неологизъм, обозначаващ съществително име, родният ни език е създал и новата дума „клубен“, която представя аджективен вариант на вече проникналото съществително име „клуб“ в българския език. Аналогичен е случаят и с неологизмите „комфорт“ и „комфортен“; „сериал“ и „сериален“; „джинси“ и „джинсов“; „финиш“ и „финиширам“. От неологизмите

„импорт” и „експорт” са създадени думите „импортиране”, „импортен”, „експортиране”, „експортен”.

Поради динамичния характер на неологизмите и присъщите им бързо протичащи семантични изменения тези сложни и деликатни вътрешноезикови процеси на семантичен развой се проявяват с особена отчетливост при тях. Появата на съотносителни нови значения при думите от едно словообразователно гнездо е много често явление при новата българска лексика. При една голяма част от включените в „Речник на новите думи и значения” непроизводни думи с нови значения се забелязва аналогично семантично развитие и на образуванияте от тях деривати. Така например след появата на новото компютърно значение на съществителното „диск” се появи и прилагателното име „дисков”. Най-често развитието на съотносителни нови значения на производните думи се наблюдава при прилагателни имена, мотивирани от съществителни, в семантичната структура на които се е появило ново значение: „вирус”–„вирусен”, „мрежа”–„мрежов”, „пирамида”–„пирамидален”, „вакуум”–„вакуумен”. [3] Така езикът се обогатява с нови форми на проникналите чуждици.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Динамиката на лексикалната система в българския език предизвиква интереса на лингвистите и особено на лексиколозите към протичащите процеси и резултатите от тях. През 90-те години се появяват разнообразни изследвания върху структурата и функционирането на българската лексика в условията на променящата се обективна действителност. Неологизмите с английски произход заемат завидно място сред тази динамика на българската лексикална система. Широката им употреба е резултат от политически, икономически, социални и културни причини, провокирали популяризирането на английските лексеми сред българския народ. Процесите на поява на лексикални иновации и на тяхното изследване вървят почти паралелно, като речта изпреварва науката. С нарастване на темпоралната дистанция може да се осъществи по-обективен поглед върху последните две десетилетия и да се направят изводи за актуалните тенденции в българската лексика от края на двадесети и началото на двадесет и първи век. Езикът като едно много важно за една култура средство се променя под влиянието на нови културни тенденции, навлизащи постепенно в българската култура. Езикът е сърцето на една култура. Той дава пулс на времето и отразява политическите, икономическите, нравствените и социалните тенденции на едно общество. Именно поради тази причина въпросът за влиянието на неологизмите на българския език е екзистенциален.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Благоева, Д. Неологизмите в съвременния български език, 2001г.
- [2] Габеров, Ив. Речник на чуждите думи в българския език, 1998г.
- [3] Колковска, С. Динамика и утвърждаване на новите лексикални значения в българския език, 2008г.
- [4] Мичев, С. Англицизмите – желани гости или натрапници в съвременния испански език, 2010г.

За контакти: докторант Деница Йорданова, катедра „Европеистика“ ф-т Бизнес и мениджмънт, Русенски университет „Ангел Кънчев“

Докладът е рецензиран