

Зарецкий Сергей Владимирович

магистрант

ФГБОУ ВПО «Хакасский государственный

университет им. Н.Ф. Катанова»

г. Абакан, Республика Хакасия

АНГЛИЦИЗМЫ В СОВРЕМЕННОМ ЯПОНСКОМ ЯЗЫКЕ

***Аннотация:** экспансия англицизмов и их проникновение в современный японский язык рассмотрены в статье с точки зрения причин заимствования, целей и сфер использования с учетом исследований ученых в этой области. По итогам анализа текста популярной комедийной манги «Cromartier Koukou» выявлено доминирование англицизмов в заголовках глав при их низкой доле в основном тексте японского комикса.*

***Ключевые слова:** заимствование, англицизмы, гайрайго, японский язык, манга, экспансия, глобализация.*

Заимствование относится к одному из универсальных способов обогащения лексической системы языка. Достаточно много работ посвящено причинам заимствований, механизмам их адаптации, доле и лексикографической репрезентации в разных языках с учетом глобализационных процессов и усиления позиций английского языка в мировой иерархии языков [2–5].

В современном японском языке все слова, которые заимствованы не из китайского языка, в том числе англицизмы, называются *гайрайго* – слова пришедшие извне. Поэтому историю появления англицизмов Шибатани рассматривает через историю открытия Японии. Гайрайго начали появляться вслед за первыми контактами с представителями западного мира и были вначале представлены заимствованиями из португальского, испанского и голландского языков. Однако уже к началу XX века произошла смена престижности иностранных языков, и англицизмы возглавили рейтинг заимствованных слов в японском языке, составив 52% всех существующих заимствований [14, с. 149].

В 1964 году исследование 90 популярных японских журналов, проведенное Национальным институтом японского языка и лингвистики (Kokuritsu kokugo Kenkyujo), выявило, что англицизмы составляли более 80% всех гайрайго [14, с. 148].

Наибольшее количество англицизмов наблюдается в сферах моды, косметики, компьютерных технологий, спорта, бизнеса. Лавдэй подсчитал, что в специализированных научных словарях английские заимствования составляют 38% биологической терминологии, 41% химической, 53% менеджмента, 67% инженерного дела, 75% маркетинга, 99% терминов компьютерных технологий [10, с. 101].

Чаще всего слова из английского языка заимствуются для наименования новых вещей и явлений. Например, *rajio* (radio), *terebi* (television), *roketto* (rocket). Проникновение западных ценностей и образа жизни также повлекло за собой возникновение новых слов. Например, слово *deeto* (date) было впервые использовано в послевоенные годы (1945–1952) во время американской оккупации. Оно стало отражать более свободный взгляд на отношения между мужчинами и женщинами в обществе. Существовавшее в японском языке слово *otiaai* (устроенное родственниками знакомство) не подходило для описания свободных свиданий [15, с. 117]. Другой англицизм *piraibashi* (privacy) появился в связи с тем, что в японском обществе ранее не было необходимости в слове, отражающем право на индивидуальную свободу и жизнь, защищенную от внешних вмешательств. Однако в современной урбанизированной Японии, где за соседней дверью может жить незнакомец, появилась потребность в вербализации такого понятия. Некоторые заимствования связаны с новыми проблемами общества, которые могут существовать, но не иметь названия. Такие слова как *sekuhara* (sexual harassment), *rawahara* (power harassment), *aruvara* (alcohol harassment) появились, чтобы номинировать факты проявления насилия начальства над своими подчиненными. Слова *domesushikku baiorensu* (domestic violence) и *Sutookaa* (stalker) – это также примеры именованья новых проблем XXI века. Заимствования также называют не только новые проблемы, но и новые социальные потребности общества.

Например, kea waakaа (care worker) – англицизм, появившийся для номинации работника, ухаживающего за пожилыми людьми, которые не могут рассчитывать на заботу своих родственников. Заимствование bariaа furii (barrier free) стало обозначать дома и учреждения, специально модифицированные для удобства пожилых людей и инвалидов [12, с. 55].

В некоторых случаях, например, в рекламе, англицизмы могут быть использованы для привлечения внимания. Так В.М. Алпатов отмечает американское влияние на сферу потребления, где наиболее престижным считается все американское, а задача рекламы убедить потребителя в том, что японские товары не уступают американским. Отсюда вытекает стремление добавить как можно больше слов, написанных катаканой (японской слоговой азбукой) или латиницей. Крайний случай такой тенденции – реклама на английском языке, рассчитанная на японцев. *The American taste. American road sports. XV750* – реклама мотоцикла «Вираго» фирмы «Ямаха». Целевая аудитория вовсе не обязательно должна понимать все написанное, латинские символы вносят скорее косметический эффект [2, с. 117]. Это можно также увидеть в надписях на одежде: джинсах, футболках, бейсболках, на которые наносятся английские буквы. Это могут быть слова и целые предложения, написанные с ошибками или не несущие смысла: I know with you, keep wasting my just time, made believe something, love your the smile, happy fright (вместо happy flight). Не важно, что означают эти надписи, они размещаются, чтобы сделать вещь молодежной и западной [13, с. 128]. Подобный специальный эффект англицизмов прослеживается в рекламе технологичных товаров, где можно встретить обилие специальных терминов: так, в рекламе косметики можно увидеть заимствования koragen (collagen), ion (ion), furerajikaru (free radical). Англицизмы в данных случаях не только заполняют лексические пробелы, но и создают желаемую ауру престижности, технологичности товара [12, с. 56].

Гайрайго могут использоваться в качестве эвфемизмов. Так, некоторые англицизмы имеют то же значение, что и японские слова, однако контекст их использования отличается. Томода приводит пример разницы в использовании англицизмов roon (loan), kurejitto (credit) и японских слов 借金 (shakkin) – долг,

заём, 月賦 (geppu) – ежемесячные выплаты. Если человек, описывая покупку машины, использует англицизм *goon*, это звучит менее тяжеловесно и не производит впечатления обременённости займом. Использование японского слова 借金 (*shakkin*) будет означать серьёзность ситуации и финансовых трудностей, вызванных этой покупкой [16, с. 243]. Поэтому в коммерции такие слова как «*money loan*», «*family lease*», «*fresh start*» стали использоваться для убеждения клиентов в выгодности сделки [10, с. 197].

Даултон отмечает, что в процессе обучения лексике, основанной на заимствованиях, остаются большие пробелы. Заимствования практически не рассматривают в школьной программе и в школьных учебниках [8, с. 27]. Можно предположить, что молодежь знакомится с заимствованиями из теле и радио передач, литературы, фильмов и музыки, газет – того, что окружает обычного человека в повседневной жизни. Наряду с телевидением, одним из источников знакомства японцев с англицизмами являются также журналы, новеллы и самый популярный у японской молодежи материал для чтения *манга* – японские комиксы [7, с. 266; 7, с. 6].

Для изучения экспансии англицизмов мы рассмотрели популярную, комедийную мангу «*Cromartier Koukou*», описывающую школу хулиганов и трудных подростков и содержащую большое количество заимствований и сленга. Данная манга состоит из 17 томов, которые содержат 325 глав – небольших рисованных историй о жизни хулиганов. Мы подсчитали, что названия 269 глав (82,8%) написаны полностью на английском языке, с дублированной транслитерацией на японскую слоговую азбуку катакану. Названия 39 глав (12%) написаны с помощью англицизмов на катакане, и только названия 17 глав (5,2%) были написаны на японском языке. Однако анализ первого тома показал, что на его 160 страницах было использовано всего 241 англицизм, что составляет незначительную часть общего текста. В рассмотренном нами примере высокое содержание англицизмов в заглавиях глав и низкое количество заимствований в общем тексте также свидетельствует о том, что гайрайго присутствуют в языке, но их влияние не так велико. Можно предположить, что в исследованной манге, англицизмы в

названиях и заглавиях создают больше косметический эффект, а также повышают рейтинги продаж и привлекают внимание молодежи.

В последнее время многие исследователи не только в Японии озабочены активным проникновением англицизмов во многие сферы коммуникации, что может угрожать вытеснением исконной лексики, хранящей важную историко-культурную информацию каждого народа. Однако степень реальной угрозы требует дополнительных исследований, что относится и к прогнозам устойчивости лексической системы японского языка.

Список литературы

1. Алпатов В.М. Япония: Язык и общество. – М.: Муравей, 2003. – 208 с.
2. Алпатов В.М. Япония: Язык и культура. – М.: Языки славянских культур, 2008. – 208 с.
3. Боргоякова Т.Г. Глобализация и языки в современном мире: социолингвистический аспект // Проблемы языкознания и межкультурной коммуникации: взгляд молодых исследователей: Материалы Всероссийской конференции – школы (Абакан 22–23 мая 2014 г.) – Абакан: Изд-во ХГУ. – С. 5–9.
4. Боргоякова Т.Г. Инновационные подходы в региональной лексикографии: хакасско-английский электронный тезаурус // Коллоквиалистика и лексикография: точки пресечения и перспективы развития: Материалы Всероссийской научно-практической конференции (Абакан, 22–24 октября 2015). – Абакан: Изд-во ХГУ им. Н.Ф. Катанова, 2015. – С. 121–125.
5. Крысин Л.П. Иноязычные слова в современной жизни // Русский язык конца XX столетия. – М., 1996.
6. Allen K. Reading manga: Patterns of personal literacies among adolescents / K. Allen, J.E. Ingulsrud // Language and education. – 2005. – №19 (4). – P. 265–280.
7. Daulton F. English Loanwords in Japanese – The Built-In Lexicon // The Internet TESL Journal. – 1999. – №5 (1) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://iteslj.org/Articles/Daulton-Loanwords.html>
8. Daulton F. Japan's built-in lexicon of English-based loanwords. Clevedon: Multilingual Matters, 2008.

9. James N. Gairago and manga: An ongoing Literacy study of loanwords found in the comics books of Japanese youth // *The VERB*. – 2012. – №1 (1). – P. 6–7.
10. Loveday L. *Language contact in Japan a socio-linguistic history*. – Oxford: New York, 1996.
11. Olah B. English Loanwords in Japanese: Effects, Attitudes and Usage as a Means of Improving Spoken English Ability. *Journal of the Bunkyo Gakuin University, Faculty of Human Studies* [文京学院大学人間学部研究紀要]. – 2007. – №9 (1). – P. 177–188.
12. Rebuck M. The Function of English Loanwords in Japanese // *NUCB JLCC*. – 2002. – №4 (1). – P. 53–64.
13. Scherling J. *Japanizing English: Anglicisms and their impact on Japanese*. – 2012.
14. Shibatani M. *The languages of Japan* // Cambridge University press. – 1990.
15. Stanlaw J. *Japanese English: Language and culture contact*. – Hong Kong: Hong Kong University Press, 2004.
16. Tomoda T. The Impact of Loan-Words on Modern Japanese // *Japan Forum*. – 1999. – №11 (1). – P. 231–253.