

ЗАМАНАУИ АНГЛИЦИЗМДЕРДІ МЕДИАМӘТІНДЕР АРҚЫЛЫ ОҚЫТУ

*Жусубалина Ж.М.¹, Тлеубердиев Б.М.²

*¹2 курс докторанты, мамандығы «[8D02310](#) – Филология», М.Әуезов атындағы Оңтүстік Қазақстан университеті, Шымкент, Қазақстан,
² ф.ғ.д., профессор, Филология факультеті, Қазақ тілі мен әдебиеті кафедрасы, М.Әуезов атындағы Оңтүстік Қазақстан университеті, Шымкент, Қазақстан

*¹e-mail: zhusubalinazh@gmail.com,

²e-mail: tleuberdiyevb@mail.ru

Андатпа. Бұл мақала ағылшын тілінен қазақ тіліне енген заманауи кірме сөздерді зерттеу, студенттердің сөздік қорын және көкжиегін кеңейту мақсатында англицизмдермен танысу мәселелеріне арналған. Авторлар тілдегі қазіргі тенденцияларды көрсетіп, англицизмдердің түрлері және олардың топтарын қарастырған. Сабақта студенттермен нәтижелі оқу процесін жүргізу үшін қазіргі заманғы мәтіндерді таңдауға, зерттелетін тақырыпқа қызығушылықты оятуға және қазіргі ағылшын тілін одан әрі үйренуге ынталандыратын лексикалық жаттығулар жасауға ерекше назар аударылады. Кірме процессінде лексикалық бірліктердің лингвистикалық және экстралингвистикалық себептері зерттеліп, тілге енген англицизмдердің көптеген мысалдары келтірілген. Жоғарғы оқу орнында тілге енген англицизмдерді оқыту мәселелері айтылды. Даму критерийіне сәйкес англицизмнің үш тобы анықталды. Мысал ретінде мәтіндер мен лексикалық жаттығулардың көмегімен шет тілі сабақтарында англицизмді оқытудың лингводидактикалық аспектілері ұсынылады.

Зерттеудің өзектілігі жастардың сөйлеу әдеттерінде көптеген кірме сөздерді қолданып, тілде болып жатқан өзгерістер процессінің орын алуымен негізделген.

Зерттеудің мақсаты жоғары оқу орындарындағы білім алушыларға қазақ тіліне еніп келетін англицизмдердің түпнұсқасын зерттеп, оның дұрыс мәнін лингводидактикалық материалдар арқылы үйрету.

Зерттеудің теориялық маңыздылығы ұсынылған лингводидактикалық материалдарды үлгі ретінде қолданып, басқа оқулықтардағы медиамәтіндерге тапсырмалар мен жаттығулар жиынтығын жасауға көмек болады.

Зерттеудің практикалық құндылығы гуманитарлы бағыттағы жоғары оқу орындарында мұғалімдер мен студенттердің Лексикология, Терминология сияқты пәндерде қолдана алады.

Зерттеудің эмпирикалық бөлімі отандық және шетелдік лингвистердің еңбектеріне теориялық және дескриптивтік талдау (англицизмдерге классификация мен таралу себептері қарастырлығын) жасалу арқылы және нәтижесінде лингводидактикалық материал ұсынудан тұрады.

Зерттеу нәтижесі бойынша түпнұсқалық медиамәтіндерге англицизмдерді түсініп, мәнін анықтау үшін 5 түрлі жаттығулар құрастырылды.

Тірек сөздер: кірме сөздер, англицизмдер және олардың түрлері, лексика, заманауи мәтіндер, лексикалық жаттығулар, медиамәтін, лингводидактикалық материал, кірме сөздері пайда болуының экстралингвистикалық себептері

Негізгі ережелер

Қазіргі заманның студенті – заманға сай іс-әрекет жасайтын адам. Ол компьютерлік технологияларды жақсы менгерген, түрлі гаджеттерді қолдана алатын, әлеуметтік желілерде оңай қарым-қатынас жасай алатын адам. Сонымен қатар, ағылшын тілінің «сәнді» деп есептейтін сөздерін ауызекі тілде қолданады. Бірақ ол жаңа лексиканы әдетте дұрыс және орынды қолданады ма? Кірме лексиканың түпнұсқасын біледі ма? Кірме сөздердің пайда болуы туралы не біледі?

Қазіргі таңда басқа тілден енген сөздер жәй ғана тілдік құбылыс емес, ол сәнге құрмет, жас ұрпақтың трендте болуға ықыласы, өмірдің жылдам қарқынынан қалмауға ұмтылысы, және қалыптасқан өмірлік шындық. Ұлттар мен халықтар арасындағы өзара байланыс пен өзара тәуелділіктің өсуінің және білім, ғылым, мәдениет, саясат, экономика салаларындағы байланыстың кеңейюінің салдарынан кірме лексиканың қажеттілігі артады. Сонымен бірге, жаһандану процесінің өсуі мен халықтар мен мемлекеттердің жақындасуы мен өсуі процесіне, дүниежүзілік экономикалық, саяси, мәдени интеграция мен біріздендіру процесіне байланысты.

Кіріспе

Тіл - адамзат қоғамы тәрізді уақыт өте қалыптасады. Сөздің пайда болуы мен оның тілдегі өмірі тіл иесінің өмірінің бөлігі ретінде тілдің тарихымен, материалдық және рухани мәдениетінің дамуымен, оның тіршілік ету ортасының табиғи жағдайларымен, оның әлеуметтік дамуымен, басқа ұлттармен қатынасымен байланысты. Тілдің лексикалық және семантикалық жүйесінің өзгеруінің табиғи процессінің бірі басқа тілдерден лексикалық бірліктердің енуі болып табылады. Әлемде бұл процестің әсерінен тәуелсіз тіл жоқ. Ұлтаралық экономикалық, саяси және мәдени қатынастар нәтижесінде донор тілден реципиент тілге кіретін тілдік бірліктерді кірме деп санаймыз. Олар енген тілдің ережелері мен амалдарына бейімделіп, әдеттегідей сөздіктерінде тіркеледі [1]. Тіл, әрине тірі ағза болып есептеледі, сондықтан ол жетілдіру мен дамытуды қажет етеді, әсіресе лексикалық тұрғыда. Бұл даму басқа тілден жаңа сөздер, фразеологиялық орамдар мен тіркестерді ендіру арқылы жүреді. Қазіргі заманда англицизмдерді қолдану заңды процесс болып есептеледі өйткені ол қоғам өмірінің барлық салаларындағы прогресспен байланысты. Қазіргі жылдам заманда, заманауи идеялар, заттар, технологиялар тез атау беруді қажет етеді, бүкіл әлемдегі өмірдің әртүрлі қабаттары мен салалары интернационализацияға ұмтылады [2].

Лексикалық бірліктердің ену себептерінің 2 басты тобын бөледі: лингвистикалық және экстралингвистикалық. Кірме сөздердің тілге енуінің келесі лингвистикалық себептері болады:

- құбылыстың болмауымен байланысты, қабылдаушы тілдегі семантикалық қуысты толтыру қажеттілігі (Қазақстанда банктік жүйенің дамуымен қазақстандықтардың лексикасында «банкомат», «кредиттік карта», «брокер», «дисконт», «транзакция» және т.б. сөздер бекітілді);

- тілде нақты атаудың болмауы, кез-келген ұғымды толық және дәл білдіре алмау;
- сөйлеу процесіне күш пен тілдік құралдарды үнемдеуге деген ұмтылыс: англицизмдер ойды қысқа, нұсқа, ыңғайлы және түсінікті етіп жеткізуге мүмкіндік береді;
- синонимдік қатардың кеңеюі: англицизмдер тілдік амалдарды түрлендіріп, сөйлеуде қайталануларды болдырмауға көмектеседі;
- ұғымдарды тарату немесе мамандандыру қажеттілігі.

Кірменің экстралингвистикалық себептеріне экономиканың жаһандануы, кірмеге деген әдет, нақты бірліктерді қолданудың беделін жатқызуға болады [3].

Б. Әбілқасымов шет тілден енген сөздерді екіге бөліп қарау керек екендігін айтқан. Оның ойынша, өте ертеректе еніп, қазақ тілінің фонетикалық заңына бағынып келген сөздерді сол қалыптасқан күйінде, ал кейінгі кезде еніп, әлі өз формасын толықтай өзгертпеген сөздерді сол әуелдегі (сол тілдегі) тұлғасын сақтап жазу қажет [4; 40 б.].

Англицизм ұғымына келер болсақ, «Қазақ тілінің кірме сөздер сөздігі» оған мынадай анықтама береді: «ағылшын тілінен басқа тілге енген кірме сөздер, сөз тіркестері, синтаксистік құрылымдар, сленгтер, терминдер және т.б.» [5].

Англицизм – ағылшын тілінен енген сөз немесе айналым. Көбінесе англицизм шектеулі мамандарға арналған мәтіндерде ақпаратты дәл жеткізу үшін қолданылады [6].

Г. Досжан [7;2 б.] өзінің «Қазақ тіліндегі англицизмдердің қолданылуының тарихи және әлеуметтік лингвистикалық аспектілері» атты мақаласында былай деген: «Ағылшын тілі жаһандану мен ақпараттың қозғаушы күші болғандықтан оны «жаһандық тіл» деп атайды. Ағылшын тілінің жаһандануының критерийлерінің бірі – Батыс Еуропаның құнды көзқарастарын жүзеге асыратын англицизмдерді тез тарату. Осылайша, әлемдік және ұлттық бұқаралық ақпарат құралдары англицизмдерді барлық тілдерге таратушы болып табылады».

Материалдар мен әдістердің сипаттамасы

Зерттеудің эмпирикалық бөлімі отандық және шетелдік лингвистердің еңбектеріне теориялық және дескриптивтік талдау (англицизмдерге классификация мен таралу себептері қарастырлығын) жасалу арқылы және нәтижесінде лингводидактикалық материал ұсынудан тұрады.

Англицизмдердің бірнеше түрлері болады:

- **Тура кірме сөздер:** *спорт (sport), фильм (film)*;
- **Шеттілдік терминдер:** *саммит (summit), брифинг (briefing), спикер (speaker), сканер (scanner), хит (hit), сингл (single)*;
- **Калькалар** – фонетикалық және графикалық келбеті сақталған, шет тілінен енген сөздер: *меню (menu), бар (bar), клуб (club), вирус (virus)*;
- **Гибридтер** – шетелдік түбірге қазақша қосымша, жалғау қосу арқылы жасалған кірме сөздер: *креативтік (creative)*;

- **Экзотизмдер** – шетелдік әдет-ғұрыптар мен дәстүрлерді сипаттау кезінде жергілікті ерекшелікті ұғындыру үшін қазақ танымына келе бермейтін белгілерді қолданылатын кірме сөздер: *лорд (lord), леди (lady), чипсы (chips), ковбой (cowboy) хот-дог (hot-dog)*;
- **Композиттер** – 2 элементтен тұратын бір күрделі сөзді құрайтын сөздер: *шоп-тур (shop-tour), мини-шоп (mini-shop)*;
- **Профессионализмдер** – адамның түрлі салалардағы (саясат, бизнес, технологиялар, спорт және т.б.) іс-әрекетінде қолданатын сөздер: *аудитор (auditor), модем(modem), керлинг (kerling)* [8].

Мысалы, Интернеттің арқасында келесі англицизмдер пайда болды: *пост (post)* – жазба, Интернетте, форумда, комментарийдегі хабарлама; *лайк (like)* – бір нәрсе ұнаған жағдайда қоятын жағымды баға; *селфи (selfie)* – әлеуметтік желіге салынған өз автопортретің немесе өзінді өзін смартфон немесе планшетке түсірген суретің; *онлайн (online)* – Интернет желісіне қосылған; *оффлайн (offline)* – Интернет желісіне қосылмаған; *юзер (user)* – компьютер қолданушысы; *браузер (browser)* – веб-парақшаны көрсететін бағдарлама; *линк (link)* – басқа веб-парақшаға белсенді қосылу, сілтеме; *трафик (traffic)* – нақты уақыт шеңберінде компьютер жүйесі арқылы берілетін ақпарат мөлшері, ақпарат ағыны; *контент (content)* – желідегі ресурстардың кез-келген ақпараттық маңызды толықтыру; *блогер (blogger)* – желіде күн сайын жүргізетін блог авторы, сонымен қатар, жаңалықтар сайтында мәтіндер жазатын адам; *репост (repost)* – өз парақшана жазбаны көшіру, әлеуметтік желіде қандай да бір хабарламаның қайта жариялануы.

Талқылау

Бейімделген/бейімделмеген критерііне сәйкес англицизмдер 3 бөлінеді: бейімделген, жартылай бейімделген және бейімделмеген. **Бейімделген англицизмдер** – фонетикалық, графикалық, грамматикалық, сөзжасамдық, семантикалық жағынан ассимиляциядан өткен кірме сөздер. Мысалы: *маркетинг (marketing), блокбастер (blockbuster), триллер (thriller), мониторинг (monitoring)* және т.б. Олар қолдану жиілігімен, әлеуметтік маңыздылығымен, ұзақ өмір сүруімен, сөйлеу процесінде ұзақ мерзімді потенциалымен, жаргондық лексикаға жатпауымен, көп функционалдығымен сипатталады.

Жартылай бейімделген англицизмдер – қазақ тіліне жақында еніп, адамдардың көбісіне әлі белгісіз болып келетін кірме сөздер. Мысалы: *хедлайнер (headliner), селебрити (celebrity), флэшбек (flashback), промокод (promo code), хедхантинг (headhunting)* және т.б.

Бейімделмеген англицизмдерге тілге енді ену процесінде жүрген кірме сөздер жатады. Мысалы: *велнес (wellness), травеливинг (traveliving), анпэкинг (unpacking), бекпеккинг (backpacking), даунишифтинг (downshifting)* және т.б [9].

Соңғы бірнеше жыл ішінде қазақ тілінде таныс ұғымдарды білдіретін бірнеше жаңа сөздердің топтамасы пайда болды. Қазақ тіліне кіріп, олар өзгерістерге ұшырады. Бастапқыда тілге енгенде, өздерінің графикалық және

грамматикалық бейнесін сақтап, бірақ уақыт өте қазақи графикалық форманы иеленді. Мысалы: *фриланс (freelance)*, *лайк (like)*, *пилинг (pilling)*, *оверсайз (oversize)*, *креативтік (creative)*, *позитивтік (positive)* және т.б. Содан соң, өзгерген сөздерге қазақ грамматикасы сол сөздерден туынды жасау арқылы әсер етті. Мысалы: *рейдерлік әрекет*, *мониторингтік топ*, *фриланспен айналысу*, *лайк қою* және т.б [10].

Қазіргі замандағы көптеген ұғымдар трендке айналып жатыр. «Тренд» (trend) сөзі «қазіргі тенденция, бір нәрсенің дамуыдағы елеулі қозғалыс, бір нәрсенің танымалдылыққа ие болуын» білдіреді. Ол да англицизм болып табылады. Салауатты өмір салты, экологиялылық, жетістікке жетуге деген талпыныс трендке айналды. Мысалы, қазіргі заман ғылымында тренд – нанотехнологиялар. Қазіргі заман біліміндегі тренд – әлеуметтік медиа. «Велнес» ұғымы да заманауи тренд. Кез келген басқа соған ұқсас қоғамның жаппай қызығушылығын тудыратын ұғымдар сияқты бұл сөз де қазақ тіліне іс жүзінде аударылмайды. Жарнамалық материалдар мен басылымдарда маркетингтер оны белсенді қолдана бастады. Бұл термин «барлық жағдайда дені сау болып, өміріңнің барлық салаларында амандыққа тырысу» дегенді білдіреді. Сөзбе сөз аударғанда «жақсы көңіл күй мен амандық» деп аударылады. Бүгінгі таңда «велнес» деген алдын алу шаралары, барлықтарына қолжетімді сауықтыру тәсілдерін қамтиды. Шын мәнінде, бұл дені сау адамдар үшін денсаулықты сақтаудың қажетті тәжірибесінің жиынтығы және ол дене денсаулығының, психикалық тұрақтылықтың және рухани өсудің тепе-теңдігі болуын қажет етеді. Ол ағзаның жағдайы мен қажеттілігіне сәйкес келетін эстетикалық сезімдерді оятатын пайдалы тамақтану, ой-өрісті дамытатын жаттығулар, өмірді күйзеліссіз құра білу мен өмір сүруге деген ұмтылыстан тұрады.

Осы сәнді деп табылатын «велнес» термині барлықтарына белгілі ме? Осындай сөзді мәтінде кездестірген жағдайда студент оны дұрыс түсініп, дұрыс аудары алады ма? Кинотеатр мен теледидар экрандарынан, Интернетте, публицистикалық және жарнама мәтіндерінде осындай қаншама терминдер кездеседі?

Қазіргі заманның студенттері ауызекі тілде көп англицизмдерді қолданады: *фэшн (fashion)*, *лук (look)*, *репост (repost)*, *свитшот (sweatshirt)*, *коуч (coach)*, *веб-камера (web-camera)*, *флэшмоб (flashmob)*, *вип (VIP)*, *дедлайн (deadline)*, *колл-центр (call-center)*, *дресс-код (dress code)*, *фейк (fake)*, *шоу-рум (show-room)*, *драйв (drive)*, *пиар (PR)*, *чат (chat)*, *тюнинг (tuning)*, *шоумен (showman)* және т.б. Осындай сөздерді қолдану жастар арасында сәнді, беделді болып құпталады. Бірақ жастар әдетте қолданған сөздердің мәнін біле бермейді. Көбінесе сөздің түпнұсқасының жазылуы мен оның шығу тегі туралы ешнәрсе білмейді. «Сәнді» деген сөздерді студенттер дұрыс түсінбей, кейбір ұғымдарды аударғанда, оларды дұрыс түсіндіруде қиындыққа тап болады. Сондықтан ағылшын тілі сабақтарында мәтіндерді оқу барысында оқытушы студенттерді заманауи англицизмдердің түпнұсқасына, олардың этимологиясына тоқталып, оларға осындай лексиканы бекіту үшін түрлі жаттығулар мен тапсырмаларды орындауды ұсынған дұрыс. Нәтижесінде,

студенттер өздерінің ағылшын тілінің сөздік қорларын толықтырып, кірме сөздердің қалай және қайдан пайда болғанын біліп, түрлі салалардағы білімдерінің өрістерін кеңейтеді.

Айта кету керек, соңғы уақытта жоғары оқу орындарының білім алушыларының көкжиегін кеңейтуге, жалпы мәдениетін арттыруға, оларға өмір туралы және қоршаған әлем туралы білім беруге арналған жалпы білім беру мақсатына аз көңіл бөлінген. Ағылшын тіліндегі сабақтарда әртүрлі шығармашылық тапсырмалар мен жаттығулар орындау кезінде қазіргі студенттердің дүниетанымы мен лексикалық қоры жеткіліксіз екені көрінеді.

Ағылшын тілінен қазақ тіліне енген кірме сөздерді зерттеу, олардың түпнұсқаларымен танысу өзекті мәселеге айналып келеді. Сондықтан, сабақта жұмыс істеу үшін заманауи мәтіндер тандау, зерттелетін тақырыпқа қызығушылық тудыратын және ағылшын тілін әрі қарай оқуға ынталандыратын қызықты лексикалық жаттығулар жасау өте маңызды. Мәтіндерде проблемалық және танымдық сипат, өзгешелік, заман шындығы мен жастар үшін қызығушылығы болу керек.

Тілдік емес жоғарғы оқу орындарында ағылшын тілін оқытуда түрлі газеттік-публицистикалық стильдегі мәтіндерді қолданады. Осы стиль шеңберіндегі ақпараттың ерекшелігі оның кең аудиторияға айналуымен анықталады. Публицистикалық стильде лингвистикалық, композициялық және әлеуметтік-мәдени ерекшеліктердің үлкен тандауы бар. Сондықтан, лингвистикалық тұрғыдан алғанда осы стиль жаңа сөздер мен сөз тіркестерінің, кірме сөздер мен арнайы қысқартулардың пайда болуын тез тіркейді. Ағылшын тілі сабақтарында түпнұсқалық публицистикалық мәтіндермен жұмыс жасағанда, білім алушылар міндетті түрде ана тіліне енген заманауи лексиканы кездестіреді. Түпнұсқалық мәтіндер деген күнделікті қарым-қатынастың табиғи жағдайларын көрсететін және бетпе-бет тілдесу үлгісі болып табылатын ағылшын тілінің коммуникативті тәжірибесінен алынған мәтіндерді айтамыз. Түпнұсқалық мәтіндер студенттерді ауызша қарым-қатынас тәжірибесіне дайындайды. Олар басқа мәдениеттің фактілерімен молыққандықтан, жалпы мотивация мен мағынаның мәдени компоненті бар сөзге деген қызығушылықты арттырады. Түпнұсқалық контекст студенттердің тілдік болжам, тілдік сезім мен танымдық белсенділіктерін ынталандыруға ықпал етеді.

М.Әуезов атындағы Оңтүстік Қазақстан университетінің студенттері ағылшын тілі сабақтарында көбінесе түпнұсқалық мәтіндермен жұмыс жасайды. Оқытушылар оқулықтардағы материалдарға сүйене отырып, студенттерге қызықты, танымдық білімі бар мәтіндерді тандауға тырысады. Мысал ретінде «Moneywise» кітабындағы көптеген англицизмдердің түпнұсқалары кездесетін, сатып алуға деген қызығушылық бейнеленген «Are you need of some retail therapy?» атты мақаланың мәтіні келтірілген [11]. Мақалада адамзаттың қажетіне керек пе, керек емес пе құмартқан затын ынтызар болып, көңілі кетіп ала беретін зиянды әрекеттерді қалай жеңуге болатыны қарастырылған. Ол мақаланы оқи отырып, студенттер келесі англицизмдерге тап болады: *шопинг, шопоголизм, селебрити, герлфренд*.

Студенттерге мәтінде кездестірген англицизмдерді жазып шығып, оларды аударып, олардың донор тілі мен реципиент тіліндегі мәні бірдей немесе бірдей емес екенін анықтауды ұсынып көруге болады. Мысалы, ағылшын *шопинг* сөзі дүкендерді аралау, сауда жасау дегенді білдірсе, қазақ тіліндегі мәні де тура сондай – бір нәрсе сатып алу үшін дүкенге бару. *Шопоголизм* сөзі – ойланбай сатып алу әдеті, сатып алуға тәуелділік. *Селебрити* сөзі қазақ тіліне енді кіріп келе жатқан «танымал тұлға» дегенді білдіретін сөз, ол көбінесе бұқаралық ақпарат құралдарында жиі аты аталатын адам. *Герлфренд* - «қыз дос, жақсы көретін қыз жолдас» сөзі оның қарама-қайшы *бойфренд* сөзімен бірдей қолданылып келеді.

Түпнұсқалық мәтіндерде үйреншікті және кеңінен таралған бейімделген англицизмдер жиі кездеседі: *хобби* «бос уақытта айналысатын сүйікті ісі» немесе *имейл* - электрондық почта, электрондық хат, электрондық хабарлама деген сөз тіркесінен. Сонымен қатар терминдерді де кездестіруге болады: *тинг-понг* немесе үстел теннисі. Бұл сөздің шығу тегі өте қызықты, еліктеуіш – доптың үстелге тиіп ұрғандағы дыбысы; *бестселлер* – ең жақсы сатылымға ие болған кітаптар, музыкалық альбомдар, компьютерлік ойындар және т.б.; *блокбастер* – аса танымал және коммерциялық тұрғыдан өте сәтті шыққан кино; *спонсор* – жеке немесе заңды тұлғаларға қаржылық қолдау көрсететін адам немесе мекеме; *дайвинг* – арнайы жабдық арқылы су астына жүзу; *уик-енд* – демалыс күндер; *саммит* – жоғары деңгейде өтетін келіссөздер; *слоган* – жеңіл есте қалатын жарнамалық мәтін; *Интернет* – бүкіләлемдік компьютерлік жүйе және басқа да англицизмдер.

Ағылшын тілі сабақтарында қолданылатын түпнұсқалық мәтіндерде көптеген жартылай бейімделген англицизмдерді де кездестіруге болады. Олар әлі кеңінен таралмаған, жақында ғана тілге енген сөздер: *кокпит* (*cockpit*) – ұшақ кабинасы; *имиджмейкер* (*imagemaker*) – киім бойынша кеңесші; *шоппер* (*shopper*) – сатып алған заттар салатын сөмке; *байер* (*buyer*) – сатып алуға жауапты маман; *смузи* (*smoothie*) – сусын қосылған көкөніс немесе жемістен жасалған тәтті сусын; *тревеливинг* (*traveliving*) – нақты бір жоспарсыз, асығыссыз саяхатта өмір сүру; *дауншифтинг* (*downshifting*) – мансаптан саналы түрде бас тарту, беделі аз және жалақысы төмен жұмысты тандау, өзі немесе өз жанұясы үшін өмір сүру. Бастапқыда бұл термин көлікке қатысты болатын. Ол көлікті төмен редукторға ауыстыру дегенді білдірді. *Бэкпекинг* (*backpacking*) – саяхат түрі және өмір сүру стилі өзіндік үнемді саяхаттар, қозғалыс еркіндігі, туристік тұрғыдан әлі танымал болмаған жерлерге баруға деген ниет, стандартты туризмге балама тандау, туристік сапар дегенді білдіреді.

Эмоционалдық күйді білдіретін тағы бір *вау* (*wow*) англицизм, лексикалық баламасы болғанымен, стилистикалық тұрғыда одан өзгеше. Оны Мәссаған! Өзінше жаман емес! деп аударуға болады. Тағы бір таныс емес англицизм – *стопвер* (*stopover*) – транзиттік аялдама, бір күннен аса уақытқа созылатын аралық аялдама. Стопвер транзиттік қалада уақытты тиімді өткізуге, қаланы серуендеп, көрнекі жерлерді аралауға көмектеседі. Әрине, түпнұсқалық мәтіндерде әлі бейімделмеген, қазақ тіліне енді кіріп жатқан

англицизмдер кездеседі, мысалы: *хоумситтер (homesitter)* – үй немесе пәтер қарауылы, үй иесі болмаған кезде үйде тұрып үй шаруашылығымен үйге қарау үшін белгілі бір ақыға жалданған адам; *трендсеттер (trendsetter)* – жаңа сән үлгісін шығарушы, жаңа идеяларды тауып, жаппай қолданысқа ендіруші инноватор; *стейкейшн (staycation немесе stay-at-home-vacation)* – демалысты үйде немесе үйге жақын жерінде, қаланың таныс төңіректерімен танысып, көрнекі жерлерін аралап өткізу. Бұл демалыс, әдетте, басқа жерде өткізуге қаражаттың жетіспеушілігіне байланысты.

Нәтижелер

Студенттерді заманауи кірме лексикасымен таныстыру үшін мұғалім олардың сөздік қорын кеңейтуге және жаңа англицизмдермен танысу үшін, оларға қызықты жаттығулар құрастырса болады.

Мәселен, Shopping тақырыбына арналған 1-жаттығуда 1 қатардағы сөздерді 2-қатардағы олардың қазақ тіліндегі баламасымен сәйкестендіру; 2-жаттығуда – синонимдерін табу; 3-жаттығуда бірнеше дұрыс жауап тандау; 4-жаттығуда – англицизмдерді ағылшынша жазып, оларға ағылшынша немесе қазақша түсініктеме беру; 5-жаттығуда нақты бір салаға қатысты англицизмдердің тізімін құрастырып, олардың түпнұсқасын жазып, кейбіреулеріне түсініктеме беру ұсынылады.

Бұл жаттығулардың артықшылығының бірі олар студенттің қосымша дайындығын қажет етпейді, мұғалім барлық материалдардың жиынтығын немесе жеке алынған тапсырмаларды бастапқы деңгейлі топтан бастап ілгері деңгейдегі ағылшын тілі топтарында да қолдана алады.

Are you in need of some retail therapy?

“Shopaholism” is recognized addiction along with, for instance alcoholism. Sometimes the desire to copy celebrity lifestyles leads people to excessive spending. So-called WAGS – football players’ wives and girlfriends shock ordinary people with their spending habits...

Why do people love shopping? Shopping helps to reduce stress level. People shop to reward or comfort themselves.

If your wardrobe is full of clothes or shoes you’ve never worn, you may have a shopping addiction. Many people go shopping when they’re in bad mood. What happens when your shopping habits get out of control?

1-жаттығу

Сол бағандағы сөздерді оның оң жағындағы анықтамаларымен сәйкестіріңіз

1. анпакинг (unpacking)	a) қызметкерлерді іріктеу, бейімдеу және уәждеумен айналысатын маман
2. шоу-рум (showroom)	b) қандай да бір контейнер, қорап немесе сөмкедегі заттарды ашу әрекеті
3. барбер-шоп (barbershop)	c) белгілі бір тұрмыстық мәселені шешуге мүмкіндік беретін айла-амал

4. эйчар (HR)	d) ерлерге арналған шапшаразы, онда стильді және керемет шапшар жасайды, мұртты және сақалды күтеді
5. лайфхак (lifehack)	e) белгілі бір өнім ұсынылған бөлме, оны осы көркем залына барып жеке бағалауға болады
Жауаптар: 1b, 2e, 3d, 4a, 5c	

2-жаттығу

Берілген сөздердің синонимдерің тап.

1. *Mainstream* (мейнстрим)
2. *Coworking* (коворкинг)
3. *Leasing* (лизинг)
4. *Outsider* (аутсайдер)
5. *Training* (тренинг)
6. *Feedback* (фидбак)
7. *Branch* (бранч)
8. *Diving* (дайвинг)
9. *Copywriter* (копирайтер)
10. *Remake* (ремейк)

Жауаптар:

1. бағыт, тенденция
2. бірлескен жұмыс
3. жалға алу, мақсатты несие
4. ұтылады деп күтілетін адам немесе топ
5. интенсивті оқу түрі, тәжірибе
6. бір нәрсеге шолу, қайтару
7. кешкі таңғы ас
8. арнайы жабдықтармен су астына сүңгу
9. мәтіндік контент жасайтын маман
10. бұрын шығарылып қойған шығарманы қайта шығару

3-жаттығу

Дұрыс нұсқаны таңда

1. джетлег
 - a) басқа климатта демалу
 - b) ұзақ ұшақпен ұшу
 - c) уақыт белдеуінің өзгеру синдромы, үйреншікті хроноритмнің өзгерісі
2. хитчхайкинг
 - a) автостоппен саяхаттау (жол-жөнекей машиналарды пайдалану)
 - b) арнайы тақталарда толқынмен сырғанау
 - c) косметология саласындағы инновациялар

3. кастинг

- a) шоуга, байқауға қатысатын үміткерлерді тындау, таңдау, іріктеу
- b) белгілі бір тап қатарына жататындық
- c) спорттық жарыс

4. модератор

- a) штаттан тыс қызметкер
- b) басқарушы, басшы
- c) форум, чат немесе Интернеттегі әлеуметтік желі әкімшісі

5. промоушн

- a) жалған ақпарат тарату
- b) жұмыстан босату
- c) жылжыту

Жауаптар: 1с, 2а, 3а, 4с, 5с

4-жаттығу

Берілген англицизмдерді ағылшынша жазып, оларға қазақша анықтама бер.

Дисплей, кемпинг, фрилансер, гаджет, рейтинг, бестселлер, маркетинг, прайс-лист, холдинг, коворкинг, провайдер, секонд-хенд, риелтор, спонсор, прайм-тайм, геймер, хедлайнер, мейнстрим, ньюсмейкер, имиджмейкер, пилинг, хедхантинг, рафтинг, стартап.

Мысалы:

Стартап (startup) – жаңа бизнес немесе жоба, жаңадан құрылған компания

Фрилансер (freelancer) – штатқа кірмейтін, өзі үшін жұмыс істейтін еркін маман

5-жаттығу

Қандай да бір салаға жататын англицизмдердің тізімін құрастыр. Олардың кейбіреулеріне анықтама бер.

1. Спортқа қатысты англицизмдер:

Корт - court

Раунд - round

Гандбол - handball

Фристайл - freestyle

Фитнесс – fitness

Овертайм – overtime (жеңімпазды анықтау үшін бекітілген қосымша уақыт)

2. Сәнге қатысты англицизмдер

бренд - brand

шоу-рум - showroom
тренчкот - trench coat
хэндмейд - handmade
оверсайз - oversize

Қорытынды

Барлық тілдерде кірме процесінің сөзсіз орын алуына қарамастан, ғалымдар арасында олардың енген тілге қажеттілігі туралы пікірталас әлі де жалғасуда. Кейбіреулері оны табиғи процесс деп санаса, ал басқалар шетелдік сөздердің сөйлеуде шамадан тыс қолдану тілді ластауға алып келеді деп санайды. Әрине, бұл орынды пікір. Мәселен, шет тілін меңгермеген, онымен ешқашан байланысқа түспеген адам үшін, селфи, лайк, шоппер, трафик, ретейлинг, флэшмоб, хэндмейд, юзер, коуч, бренд, тренд, свитшот, велнес және тағы басқа осы сияқты англицизмдер түсініксіз болады. Соңғы кезде публицистикалық журналдар, газеттер, Интернет-шығарылымдар, жаңалықтар бағдарламаларының авторлары оқырман не тындаушы оларды түсінетін, түсінбейтініне қам жемейді, олар тренд қуып, заманауи естілу үшін өздерінің мәтіндерінде көптеген кірме лексиканы, атап айтқанда англицизмдерді қолданады.

Ондай іс-әрекет лингвистерде кері әсер тудырады. Олар тарихи кірме сөздерді қоспағанда, қалған кірме лексикалық бірліктерінің тілге енуінің қарсыластары болып, оларды жоюды талап етеді.

Жоғарыда айтып кеткендей, тіл – жанды ағза, ол сорғыш тәрізді өзіңе керекті элементтерді алып, қажетсіз және функция атқармайтын элементтерден құтылады. Кірме сөздерге келетін болсақ, олардың жақсы немесе жаман екенінде сұрақ жоқ, олардың мәні мен мағынасы тындаушы мен оқырманға дұрыс жеткізілгені маңызды. Осындай сөздердің түсініктемесінің болмауы, сөздерді автоматты түрде олардың мәнін толық түсінбей қолдануға алып келеді. Шет тілі мамандығының мұғалімдерінің мақсаты контингентінің басымы жастар құрайтын жоғары оқу орынынның студенттеріне олардың сөйлеу тілінде қолданған сөздер немесе сөз тіркестерінің түпкі мәні мен неге жүгінетінін түсініп ажырата алуға мүмкіндік беру.

Қорытындысында, тілдегі кірме процесі табиғи және сөзсіз, мәдени, әлеуметтік, экономикалық өзгерістер мен халықаралық ынтымақтастықтың нәтижесі. Кірме лексикасы тілдің сөздік қорын толтырады, жаңа құбылыстарды сипаттайды, қандай да бір ұғымды толық және нақты бейнелеуге көмектеседі. Шет тілі мұғалімдерінің мақсаты – студенттерге осындай құбылыстар мен ұғымдарды түсінікпен және сауатты қолдануға үйрету. Жоғарыда көрсетіліп кеткен ағылшын тілі сабақтарында заманауи англицизмдердің түпнұсқаларымен танысуға бағытталған жұмыстар мен ұқсас жаттығулар мен мәтіндер студенттерге тек заманға сай сөйлеулеріне ғана емес, сонымен қатар, болып жатқан оқиғалардың үрдісінде болуға, білім өрісін кеңейтуге, мәдени дәрежесін көтеруге көмектеседі.

- [1] Бойко С. А. Англицизмы в современном русском языке: что и зачем заимствуется? // Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2012. – №. 2. – С. 232-235.
- [2] Горошко О. Н., Труфанова В. П. Заимствование англицизмов в современном русском языке // Наука и современность. – 2014. – №. 29. – С. 221-226.
- [3] Балакина Ю. В., Висилицкая Е. М. Англоязычные заимствования экономической тематики в вербальном лексиконе русской языковой личности в период глобализации // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2014. – №. 2. – С. 29-34.
- [4] Әбілқасымов Б. (құраст.) Алғашқы қазақ газеттерінің тілі. Жауапты редакторы — М. Балақаев. — Алматы: Ғылым, 1971. — 187 б.
- [5] Қазақ тілінің кірме сөздер сөздігі [Мәтін] : сөздік / [ред. басқ., құраст. Ш. Құрманбайұлы ; құраст.: С. Исақова, Б. Мизамхан, Г. Әлімбек]. — Алматы : «Ұлттық аударма бюросы» ҚҚ, 2019. — 592 б.
- [6] Косенко Е. И. К вопросу об англицизмах в современном русском языке // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. – 2015. – Т. 1. – №. 4. – С. 137-140.
- [7] Baidrakhmanov D., Doszhan G. Historical and sociolinguistic aspects of use of anglicisms in the Kazakh Language // Procedia-Social and Behavioral Sciences. – 2015. – Т. 190. – С. 346-352.
- [8] Домченко Е. А. Заимствования как процесс изменения языка // Молодой ученый. – 2016. – №. 10. – С. 1209-1212.
- [9] Дьяков А. И., Золотарева Е. А. Адаптационная модель англицизмов // Научные исследования: от теории к практике: материалы IX Международной научно-практической конференции. Выпуск 3(9). Чебоксары: Издательство ЦНС «Интерактив плюс», 2016. – 348 с. С. 245-255.
- [10] Чеклецова Е. и др. Современные заимствования из английского языка в речи представителей молодежной культуры // Уральский филологический вестник. Серия: Язык. Система. Личность: лингвистика креатива. – 2015. – №. 1. – С. 175-182.
- [11] Are you in need of some retail therapy? // Moneywise. 2007. № 9. P. 12–13

REFERENCES

- [1] Bojko S. A. Anglicizmy v sovremennom russkom jazyke: chto i zachem zaimstvuetsja? (Loanwords in modern Russian: what is borrowed and why). Izvestija Irkutskoj gosudarstvennoj jekonomicheskoy akademii. 2012. №. 2. P. 232-235. [in Rus.]
- [2] Goroshko O. N., Trufanova V. P. Zaimstvovanie anglicizmov v sovremennom russkom jazyke (Borrowing of anglicisms in Modern Russian). Nauka i sovremennost (Science and modernity). 2014. №. 29. P. 221-226. [in Rus.]
- [3] Balakina Ju. V., Visilickaja E. M. Anglojazychnye zaimstvovaniya jekonomicheskoy tematiki v verbal'nom leksikone russkoj jazykovoj lichnosti v period globalizacii .Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija: Lingvistika i mezhkul'turnaja kommunikacija(English-language loanwords of economic topics in the verbal lexicon of the Russian language personality in the period of globalization, Bulletin of Voronezh State University, Linguistics and Intercultural Communication). 2014. №. 2. P. 29-34. [in Rus.]
- [4] Abilkasymov B. (ed.) Algashky kazak gazetterinin tili [Language of the first Kazakh newspapers] Zhauapty redaktory — M. Balakaev. Almaty: Gylym, 1971. p.187. [in Kaz.].
- [5] Kazak tilinin kirme sozder sozdigi (Dictionary of key words of the Kazakh language) .Almaty : «Ul'ttyk audarma burosy», 2009. [in Kaz.].
- [6] Kosenko E. I. K voprosu ob anglicizmah v sovremennom russkom jazyke. Vestnik Leningradskogo gosudarstvennogo universiteta im. A.S. Pushkina (Issues of anglicisms in Modern Russian. Bulletin of the Leningrad State University named after A.S.Pushkin,). 2015. Т. 1. №. 4. P. 137-140. [in Rus.]

[7] Baidrakhmanov, D., & Doszhan, G. (2015). Historical and sociolinguistic aspects of use of anglicisms in the Kazakh Language. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 190, 346-352. [in English]

[8] Domchenko E. A. Zaimstvovaniya kak process izmeneniya jazyka (Loanwords as a matter of language change). *Molodoj uchenyj*. 2016. №. 10. P. 1209-1212. [in Rus.]

[9] D'jakov A. I., Zolotareva E. A. Adaptacionnaja model' anglicizmov (Addaptation model of Anglicisms) // *Nauchnye issledovanija: ot teorii k praktike: materialy IХ Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii*. Vypusk 3(9). Cheboksary: Izdatel'stvo CNS «Interaktiv pljus», 2016. 348 p. S. 245-255. [in Rus.]

[10] Cheklecova E. i dr. Sovremennye zaimstvovaniya iz anglijskogo jazyka v rechi predstavitelej molodezhnoj kul'tury (Modern loanwords from the English language in the speech of representatives of youth culture). *Ural'skij filologičeskij vestnik. Serija: Jazyk. Sistema. Lichnost': lingvistika kreativna*. 2015. №. 1. P. 175-182. [in Rus.]

[11] Are you in need of some retail therapy? // *Moneywise*, 9 (2007) 12–13.

ИЗУЧЕНИЕ СОВРЕМЕННЫХ АНГЛИЦИЗМОВ С ПОМОЩЬЮ МЕДИАТЕКСТОВ

*Жусубалина Ж.М.¹, Глеубердиев Б.М.²

*¹докторант 2 курса специальности "8D02310-Филология", Южно-Казахстанский университет им. М. Ауэзова, Шымкент, Казахстан,
²доктор филологических наук, профессор кафедры "Казахский язык и литература", факультет "Филология", Южно-Казахстанский университет им. М. Ауэзова, Шымкент, Казахстан.

*¹e-mail: zhusubalinazh@gmail.com

²e-mail: tleuberdiyevb@mail.ru

Аннотация. Данная статья посвящена вопросам изучения современных заимствованных из английского языка в казахский язык слов, знакомству студентов с англицизмами с целью расширения словарного запаса и кругозора. Авторы отразили современные тенденции в языке, рассмотрели типы англицизмов и их группы. Особое внимание на занятии уделяется подбору современных текстов для проведения продуктивного учебного процесса с учащимися, пробуждению интереса к изучаемой теме и созданию лексических упражнений, стимулирующих дальнейшее изучение современного английского языка. Изучены лингвистические и экстралингвистические причины заимствования лексических единиц в процессе интродукции и приведены многочисленные примеры англицизмов, вошедших в язык. В высших учебных заведениях актуальны вопросы преподавания англицизмов, вошедших в язык. По критерию развития определены три группы англицизмов. В качестве примера предлагаются лингводидактические аспекты усвоения англицизмов на уроках иностранного языка с помощью медиатекстов и лексических упражнений.

Актуальность исследования обусловлена тем, что в речевых привычках молодежи происходит процесс изменения языка с использованием большого количества заимствованных слов.

Целью исследования является изучение подлинности англицизмов, проникающих в казахский язык, и обучение студентов правильному значению через лингводидактические материалы.

Теоретическая значимость исследования заключается в том, что предложенный лингводидактический материал можно использовать в качестве образца для создания аналогичных заданий и упражнений по медиатекстам в других учебниках.

Практическая ценность исследования заключается в том, что результаты работы могут быть использованы в вузах гуманитарной направленности учителями и студентами в таких дисциплинах, как лексикология, терминология.

Эмпирическая часть исследования состоит в теоретическом и дискриптивном анализе трудов отечественных и зарубежных лингвистов (рассмотрены причины, классификации и распространение англицизмов) и, как следствие, в представлении лингводидактического материала.

По результатам исследования было составлено 5 различных упражнений для понимания и определения англицизмов в аутентичных медиатекстах

Ключевые слова: заимствованные слова, англицизмы и их виды, лексика, современные тексты, лексические упражнения, расширение кругозора, медиатекст, лингводидактический материал, экстарлингвистические причины заимствований

THE STUDY OF MODERN ANGLICISM BY MEANS OF MEDIATEXTS

*Zhussubalina Zh.M.¹ Tleuberdiev B.M.²

*¹the 2nd year PhD student of the specialty "8D02310-Philology", South Kazakhstan University named after M. Auezov, Shymkent, Kazakhstan,

²Doctor of philology, professor of the Department of "Kazakh language and literature", Faculty of "Philology", South Kazakhstan University named after M. Auezov, Shymkent, Kazakhstan.

*¹e-mail: zhusubalinazh@gmail.com

²e-mail: tleuberdiyevb@mail.ru

Abstract. This article is devoted to the study of modern borrowed words from English to Kazakh, acquaintance with Anglicisms in order to expand the vocabulary and horizons of students. The authors reflected the current trends in the language, considered the types of Anglicisms and their groups. Special attention is paid to the selection of modern texts for conducting a productive educational process with students, arousing interest in the topic being studied and creating lexical exercises that stimulate further study of modern English. The linguistic and extralinguistic causes of lexical units in the process of introduction are studied and numerous examples of Anglicisms that have entered the language are given. In higher educational institutions, the issues of teaching Anglicisms that have entered the language are relevant. According to the criterion of development, three groups of Anglicisms are defined. As an example, the linguodidactic aspects of teaching Anglicism in foreign language lessons by means of media texts and lexical exercises are proposed.

The relevance of the study is due to the fact that in the speech habits of young people there is a process of changing the language using a large number of borrowed words.

The purpose of the study is to study the authenticity of Anglicisms that penetrate into the Kazakh language, and to teach their correct meaning through linguodidactic materials.

The theoretical significance of the study lies in the fact that the proposed linguodidactic material can be used as a sample for creating similar tasks and exercises on media texts in other textbooks.

The practical value of the research lies in the fact that the results of the work can be used in humanitarian universities by teachers and students in such disciplines as Lexicology, Terminology.

The empirical part of the study consists in a theoretical and descriptive analysis of the works of domestic and foreign linguists (the causes, classifications and distribution of Anglicisms are considered) and, as a consequence, in the presentation of linguistic didactic material. According to the results of the study, 5 different exercises were compiled for understanding and defining Anglicisms in authentic media texts.

Keywords: borrowed words, Anglicisms and their types, vocabulary, modern texts, lexical exercises, expanding horizons, media text, linguodidactic material, extralinguistic reasons for borrowings

Статья поступила 24.03.2022