

ИНОЯЗЫЧНЫЕ ВКРАПЛЕНИЯ В УЗБЕКСКОМ ЯЗЫКЕ КАК РЕЗУЛЬТАТ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

*Давлятова Э.М.
Ст. преподаватель кафедры
английского языка и литературы
Термезский государственный университет
Узбекистан
Davlyatova E.M.
Sn.teacher at the Department of English Language
and Literature
Termez State University
Uzbekistan*

Аннотация

Статья посвящена процессу пенетрации иноязычной лексики как результат межкультурной коммуникации. В данной статье подверглись анализу иноязычные вкрапления, функционирующие в средствах массовой информации Республики Узбекистан и их роль в узбекском языке.

Annotation

The article is devoted to the process of penetration of foreign language vocabulary as a result of intercultural communication. This article analyzes the foreign language inclusions that function in the mass media of the Republic of Uzbekistan and their role in the Uzbek language.

Ключевые слова: пенетрация, освоение, иноязычные вкрапления, экзотизмы, иноязычная лексика.

Key words: penetration, development, foreign language inclusions, exoticisms, foreign language vocabulary.

В мировой лингвистике тесное взаимодействие языков неизбежно ведет к изменениям на лексическом уровне языковой системы. Конкретными результатами таких контактов в составе языка являются пласты заимствованной лексики, которые, приспособливаются к грамматическим законам языка-реципиента, в дальнейшем уже перестают восприниматься носителями языка как «чуждые» элементы.

В узбекском языкознании особое внимание уделяется исследованию слов, заимствованных из других языков, в частности западноевропейских

языков, и их лексико-семантическим особенностям. Следует отметить, что заимствование из западноевропейских языков связано как с внутренними потребностями узбекского языка, так и с укреплением культурных связей между Узбекистаном и зарубежными странами.

Многие лингвисты определяют «заимствованное слово» как вошедшее в лексическую систему языка-реципиента, а «иностранный язык» – как лексическую единицу, не принятую в систему заимствующего языка.

Иноязычная лексика по своей роли в принимающем языке делится на три группы: заимствованные слова (освоенные), интернационализмы, экзотизмы и иноязычные вкрапления (1;124-126).

Объектом рассмотрения данной статьи являются иноязычные вкрапления в современном узбекском языке.

Анализ лингвистической литературы, в частности, научной статьи И.Н. Мозовой, посвященной теоретическим вопросам классификации заимствованной лексики в лингвистике, показывает наличие большого количества определений термина «иноязычные вкрапления», которые по мнению автора «взаимно дополняют друг друга: квазизаимствования; ксенизмы – диаксенизмы – палеоксенизмы – экстранизмы; иностранные слова, варваризмы, экзотизмы (экзотическая лексика, экзотические слова); алиенизмы; локализмы; макаронизмы; интернационализмы (интернациональная лексика, интернациональные слова); регионализмы; иносистемные языковые единицы» (2; 21)

В настоящее время в филологической науке большой популярностью пользуется термин *иноязычное вкрапление*. Здесь, как мы считаем, следует обратить внимание на высказывание ученого-лингвиста Л.П.Крысина «иноязычные вкрапления – это слова и словосочетания слов, передаваемые на письме и в устной речи принимающего языка графическими и фонетическими средствами языка-источника» (1;126).

Так, Т.Н. Новикова перечисляет следующие адаптационные признаки иноязычных вкраплений: 1) неосвоенность, причем на первом плане может быть: а) графическая неосвоенность, б) грамматическая неассимилированность; 2) иносистемность – более широкое понятие, включающее не только неосвоенные иноязычные единицы, но и единицы русского языка, использованные не по правилам языковой системы; 3) иноязычная и русскоязычная графика; 4) иноязычная графика; 5) семантическая несамостоятельность (3;17-19).

Проведённое исследование убедительно доказывает, что употребление иноязычных вкраплений в узбекском языке последних десятилетий становится всё более и более характерным. Продемонстрируем на примерах употребление иноязычных вкраплений в узбекском языке: “*Нидерландиянинг автомобиллар учун GPS-навигациялари ишлаб чиқаришига...*” (Халқ сўзи. 2012. №43); “*Лойиҳа бунёдкорлари – IP мутахассислари ўзгаришларга тайёр бўлишни ...*” (Yosh Kuch. 2019. №3); “... *“ISIS” зондини учирини ва астероидга 440 килолик зарба ...*”;

Как показало исследование, к числу наиболее часто употребляемых в современном узбекском языке аббревиатур, заимствованных из западноевропейских языков, относятся к следующим:

1) сфера компьютерных технологий: “*Шу йилнинг 27 мартида Spamhaus серверлари энг катта DDOS – хужумга дучор бўлганди*” , “*iPhone ва iPad планшетларини ишлаб чиқарувчи ...*” (Oila davrasida. 2013. № 33); *Бошлангич вариант TCP/IP (Transfer Control Protocol/Internet Protocol)га келтирилди*” (Oila davrasida. 2013. № 19);

2) сфера массовой культуры: “*...Видео ва видео CD альбомларим сотувга чиқарилди*” (Turkiston. 2004. №14); “*...DVD дискларидан нусха кунайтирувчи компьютер дастурини*” (Turkiston. 2004. №25);

4)сфера общественно-политической деятельности: *“Жамоатчилик билан алоқалар”*,... *зарбда у қисқача Пи – Ар, деб аталади*” (Turkiston. 2004. №12); *“...Мазкур рақамлар “VIP-номерлар” орасида энг қиммати...”* (HUQUQ. 2015. № 7).

5) сфера экономики: *“Google” компаниясининг онлайн – лойиҳаси дуненинг ...*” (Ozbekiston ovozi. 2011. №48); *“Ва сўнгра у Netscape корпорациясида Netscape браузерини ишлаб чиқди”* (Термиз Давлат Университети. 2003. №29); *“Франциянинг “Moet”, “Hennessy”, “Louis Vuitton” концерни Louis Vuitton, Hennessy, Givenchy, TAG Hauer, Moet and Chandon каби элликдан...”* (Ozbekiston ovozi. 2011. №29);Используются другие графические средства воздействия на адресанта:

1) кавычки, которые делают текст более заметным и одновременно сигнализируют о дистанцированности от него адресанта, например: *“Республикамизда “on-line” режимида ишловчи миллий банклараро...”*. *“Жаримани “он - лайн” пластик карточкаси орқали...”* (Oila davrasida. 2013. № 30); “

2) нарушение орфографических норм: *“ONLINE – ривожланмоқда”* (Жануб вақти. 2012. №11); *“... Тўловларни он-лайн режимида қабул қилиши мумкин”* (Халқ сўзи. 2012. №75);

Вышеприведенные примеры являются эффективным средством привлечения внимания.

Использование в текстах СМИ имени собственного дает возможность адресанту определить аудиторию, к которой он обращается, повысить интерес адресата к материалу. Например: *“Футболчининг дўсти Том Круз ўзини ботир ҳисобласада, лекин...”*; *“Яна бир суперкахрамон Стивен Сигал овқатдан заҳарланишининг...”* (Эрудит. 2010. №151); *”“Юлдузлар*

Анализ языкового материала показал, что исследование иноязычных вкраплений в узбекском языке в контексте межкультурной коммуникации не проводилось. Изучение иноязычных вкраплений в аспекте теории межкультурной коммуникации показал их особое место в системе узбекского языка, которые выполняют функции эффективного средства привлечения внимания, используется с целью придания большей авторитетности тексту, и др.

Литература:

1. Крысин Л.П. Современный русский язык. Лексическая семантика. Лексикология. Фразеология. Лексикография: учеб. пособие для студ. филол. фак. высш. учеб. заведений. М.: Изд. центр. «Академия», 2007. 240 с.

2. Мозовая И.Н. Типы иноязычных слов (на материале коммерческой рекламы) // Вестник Днепропетровского университета. – Вып.15. – Днепропетровск, 2012. – С. 142–151.

3. Новикова Т.Н. Англо-американские заимствования-варваризмы в современном русском языке: 1990-е годы: Дисс. ...канд. филол. наук: – Спб., 2003. – 182 с.

4. Меркулова Э.Н. О лингвистическом статусе и некоторых речевых функциях английской дублетной ксенолексики в русском языке // Вестн. Том. гос. ун-та. Фи-лология. 2015. №5 (37). С. 73-88 [Электронный ресурс]. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/o-lingvisticheskom-statuse-i-nekotoryh-rechevyh-funktsiyah-angliyskojdubletnoy-ksenoleksiki-v-russkom-yazyke> (дата обращения: 22.12.2017)