

# ИНОЯЗЫЧНЫЕ ВКРАПЛЕНИЯ В УЗБЕКСКОМ ЯЗЫКЕ КАК РЕЗУЛЬТАТ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Давлятова Э.М.

Ст. преподаватель кафедры  
английского языка и литературы  
Терmezский государственный университет  
Узбекистан

Davlyatova E.M.

Sn.teacher at the Department of English Language  
and Literature  
Termez State University  
Uzbekistan

## Аннотация

Статья посвящена процессу проникновения 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:** проникновение, 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 пластины заимствованной лексики, которые, приспосабливаясь 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 «иностранные слова» – 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 чиқаршига...*” (Халқ сўзи. 2012. №43); “*Лойиҳа бунёдкорлари – IP мутахассислари ўзгаришиларга тайёр бўлишини ...*” (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 марта 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 купайтирувчи компьютер дастурини*” (Turkiston. 2004. №25);

4) сфера общественно-политической деятельности: “Жамоатчилик билан алоқалар”,... ғарбда 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); “*Ba сўнгра у Netscape корпорациясида Netscape браузерини ишилаб чиқди*” (Термиз Давлат Университети. 2003. №29); “Франциянинг “**Moet**”, “**Hennessy**”, “**Louis Vuitton**” концерни **Louis Vuitton, Hennessy, Givenchy, TAG Hauer, Moet and Chandon** каби эллиқдан...” (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: “Республикамиизда “**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 суперкаҳрамон Стивен Сигал овқатдан заҳарланишинг...*” (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-angliyskoydubletnoy-ksenoleksiki-v-russkom-yazyke> (дата обращения: 22.12.2017)