ISSN: 2181-3906 2026

International scientific journal
«MODERN SCIENCE AND RESEARCH»
VOLUME 5 / ISSUE 11 / UIF:8.2 / MODERNSCIENCE.UZ

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ БЫТОВОЙ ЛЕКСИКИ В СМИ УЗБЕКИСТАНА В ПЕРИОД НЕЗАВИСИМОСТИ

Искандарова Гулрух
магистрант первого курса
Ургенчский технологический университет RANCH.
Тел.: +998 97 572 05 00

https://doi.org/10.5281/zenodo.24471854

Аннотация. *В статье рассматриваются особенности функционирования бытовой лексики в средствах массовой информации Узбекистана в период независимости. На основе анализа трудов узбекских, российских и зарубежных исследователей выявляются основные тематические группы бытовой лексики, причины её активизации в медиатекстах и функции, которые она выполняет в узбекоязычной и русскоязычной прессе республики. Особое внимание уделяется замене заимствований собственно узбекскими словами, появлению новых наименований предметов быта под влиянием рыночной экономики и роли национально маркированной лексики в создании местного колорита.*

Ключевые слова: *бытовая лексика, язык СМИ, медиатекст, заимствование, национально-культурный компонент, номинация, период независимости, Узбекистан.*

Annotatsiya. *Maqolada mustaqillik davrida O'zbekiston ommaviy axborot vositalarida maishiy leksikaning qo'llanish xususiyatlari yoritilgan. O'zbek, rus va xorijiy tadqiqotchilarning ilmiy ishlari tahlili asosida maishiy leksikaning asosiy mavzuiy guruhlari, uning media matnlarda faollashuvi sabablari hamda respublikaning o'zbek va rus tilidagi matbuotida bajaradigan vazifalari aniqlanadi. O'zlashma so'zlarning o'zbekcha so'zlar bilan almashtirilishi, bozor iqtisodiyoti ta'sirida yangi maishiy nomlarning paydo bo'lishi va milliy xoslangan leksikaning mahalliy koloritni yaratishdagi o'rniga alohida e'tibor qaratilgan.*

Kalit so'zlar: *maishiy leksika, OAV tili, media matn, o'zlashma, milliy-madaniy komponent, nomlash, mustaqillik davri, O'zbekiston.*

Abstract. *The article examines the functioning of everyday vocabulary in the mass media of Uzbekistan during the period of independence. Based on an analysis of works by Uzbek, Russian and foreign scholars, the main thematic groups of everyday vocabulary, the reasons for its growing presence in media texts and its functions in the Uzbek-language and Russian-language press of the republic are identified. Particular attention is paid to the replacement of borrowings with native Uzbek words, the emergence of new names for household items under the influence of the market economy, and the role of nationally marked vocabulary in creating local colour.*

Keywords: *everyday vocabulary, media language, media text, borrowing, national and cultural component, nomination, period of independence, Uzbekistan.*

ВВЕДЕНИЕ

Язык средств массовой информации по праву считается одним из самых чутких показателей перемен, происходящих в обществе: новые реалии фиксируются в газете, журнале или на новостном сайте раньше, чем в словарях.

Для Узбекистана период независимости стал временем глубоких языковых преобразований. Закон «О государственном языке» и его новая редакция 1995 года, переход узбекского письма на латинскую графику, смена экономического уклада и открытость внешнему миру повлекли заметные сдвиги в языке прессы. Одним из наиболее подвижных пластов оказалась бытовая лексика, то есть слова, называющие жилище, пищу и посуду, одежду, предметы обихода, бытовую технику, а также семейные обряды и традиции. Эта лексика близка каждому читателю, поэтому изменения в ней быстро становятся заметными и нередко вызывают споры о норме.

Бытовая лексика в медиатекстах Узбекистана до сих пор изучалась преимущественно попутно, в рамках общей лексикологии или культуры речи, что и определяет актуальность работы. Цель статьи состоит в том, чтобы на основе обобщения научных представлений о бытовой лексике и языке СМИ охарактеризовать основные тенденции её функционирования в узбекоязычной и русскоязычной прессе республики периода независимости и определить её функции в медиатексте.

МЕТОДОЛОГИЯ И АНАЛИЗ ЛИТЕРАТУРЫ

Работа носит теоретический характер и опирается на анализ научной литературы и авторское осмысление языковых процессов в медиапространстве республики.

Использованы описательный метод, сравнительно-сопоставительный анализ узбекского и русского материала, контекстуальный анализ и элементы компонентного анализа при разграничении тематических групп. Вопрос о месте бытовой лексики в словаре узбекского языка рассмотрен Э. Бегматовым, который описал лексические пласты современного литературного языка с точки зрения происхождения, сферы употребления и стилистической окраски и показал, что бытовые наименования представлены как исконными словами, так и арабскими, персидско-таджикскими и русскими заимствованиями [1]. Ш. Рахматуллаев подчёркивает, что развитие словаря связано не только с появлением новых слов, но и с перераспределением функций между синонимами и вариантами [2]. Р. Кунгуров, Э. Бегматов и Ё. Тоджиев отмечают, что публицистика постоянно черпает выразительные средства из живой разговорной речи, но требует при этом соблюдения меры [3]. В русистике В. Г. Костомаров показал, что газетная речь строится на чередовании стандарта и экспрессии, и обиходное слово служит одним из главных источников экспрессии [4]. Д. Н. Шмелёв описал лексику как подвижную систему, в которой обиходные слова при частом употреблении переходят в нейтральный пласт [5], а работы Е. А. Земской объясняют механизмы проникновения элементов разговорной речи в письменный текст [6]. Т. Г. Добросклонская рассматривает медиатекст как единство вербального содержания, медийных средств и культурного контекста [7]. В зарубежной науке А. Белл исследует влияние аудитории на выбор языковых средств журналиста [8], Н. Фэрклоу описывает разговоризацию публичного дискурса, то есть его сближение с повседневным общением [9], а Т. ван Дейк рассматривает новость как особый тип дискурса со своей структурой и социальными функциями [10].

Из этих трудов следует, что бытовое слово в медиатексте одновременно служит средством номинации, источником экспрессии и носителем культурной информации, однако применительно к СМИ Узбекистана эти положения требуют обобщения.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

В бытовой лексике, функционирующей в СМИ Узбекистана, выделяются наименования жилища (hovli, ayvon, oshxona), утвари и интерьера (sandal, ko'rpacha, so'zana, qozon, piyola), блюд (osh, somsa, sumalak), одежды (to'n, do'ppi, atlas), бытовой техники, а также обрядовая лексика (to'y, beshik to'yi, hashar). Первая тенденция, наблюдаемая в этих группах, связана с заменой русских заимствований узбекскими словами. Если в советской узбекоязычной печати широко употреблялись xolodilnik, pilesos, utyug, то в публикациях последних десятилетий журналисты всё чаще выбирают muzlatgich, changyutgich, dazmol, kir yuvish mashinasi. Это вполне соответствует положению Ш. Рахматуллаева о перераспределении функций между вариантами [2]: русские наименования сохраняются в живой речи, но в медиатексте уступают место узбекским эквивалентам, и пресса тем самым становится проводником языковой политики.

Вторая тенденция обусловлена рыночной экономикой и открытостью мировому рынку товаров. В рекламе и потребительских рубриках появились konditsioner, mikroto'lqinli pech, multivarka, blender, supermarket, fast-fud, а в русскоязычных изданиях республики аналогичную роль играют «евроремонт», «кофемашина», «клининг», «доставка еды». Большинство этих единиц приходит из английского языка, нередко через русский, что подтверждает мысль Т. Г. Добросклонской о связи медиатекста с глобальным культурным контекстом [7]. Третья тенденция состоит в актуализации национально-культурной лексики: слова mahalla, hashar, sumalak, dasturxon, choyxona прочно вошли в публикации о празднике Навруз, жизни махалли и семейных торжествах. В русскоязычных СМИ Узбекистана они обычно употребляются без перевода («махалля», «хашар», «сумаляк», «дастархан», «курпача»), создают местный колорит и указывают на принадлежность текста к узбекистанскому медиапространству. С учётом положений Э. Бегматова о стилистической дифференциации пластов [1] можно заключить, что такие слова утрачивают этнографическую окраску и становятся общеупотребительными для медиатекста.

Четвёртая тенденция связана с усилением разговорности. Разговоризация, описанная Н. Фэрклоу [9], отчётливо проявляется в интернет-изданиях и развлекательных программах, где бытовое слово сокращает дистанцию между автором и аудиторией, что согласуется с выводами В. Г. Костомарова [4] и Е. А. Земской [6]. Соответственно, бытовая лексика выполняет в медиатексте номинативную, информативную, экспрессивно-оценочную, культурно-маркирующую и прагматическую функции, последняя из которых особенно ярко выражена в рекламе. Как показывает А. Белл, выбор языковых средств определяется ориентацией на аудиторию [8], а по Т. ван Дейку бытовые наименования участвуют в построении модели повседневной ситуации, через которую читатель воспринимает новость [10].

Вместе с тем сохраняются и проблемы: параллельные варианты, колебания в латинском написании новых заимствований, неоправданное использование иностранных слов при наличии узбекских соответствий.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Анализ литературы и авторское осмысление языковых процессов позволяют утверждать, что бытовая лексика в СМИ Узбекистана периода независимости развивается под действием разнонаправленных факторов. Языковая политика и рост национального самосознания способствуют вытеснению русских заимствований и актуализации национально-культурной лексики, тогда как рыночная экономика и глобализация приводят к появлению новых наименований преимущественно английского происхождения.

В русскоязычной прессе республики формируется устойчивый пласт регионально маркированных бытовых слов, а усиление разговорности превращает бытовое слово в важное средство диалога с аудиторией. Результаты могут быть использованы в преподавании лексикологии и медиалингвистики, при подготовке журналистов и при составлении словарей новой лексики, а перспективу дальнейшей работы составляет изучение бытовой лексики в рекламе и интернет-публицистике.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Begmatov E. Hozirgi o'zbek adabiy tilining leksik qatlamlari. Toshkent: Fan, 1985.
2. Rahmatullayev Sh. Hozirgi adabiy o'zbek tili: darslik. Toshkent: Universitet, 2006.
3. Qo'ng'urov R., Begmatov E., Tojiyev Yo. Nutq madaniyati va uslubiyat asoslari. Toshkent: O'qituvchi, 1992.
4. Костомаров В. Г. Русский язык на газетной полосе: некоторые особенности языка современной газетной публицистики. Москва: Издательство Московского университета, 1971.
5. Шмелёв Д. Н. Современный русский язык. Лексика: учебное пособие. Москва: Просвещение, 1977.
6. Земская Е. А. Русская разговорная речь: лингвистический анализ и проблемы обучения. Москва: Русский язык, 1979.
7. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. Москва: Флинта: Наука, 2008.
8. Bell A. The Language of News Media. Oxford: Blackwell, 1991.
9. Fairclough N. Media Discourse. London: Edward Arnold, 1995.
10. Van Dijk T. A. News as Discourse. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1988.