

ВАЛЕНТНОСТЬ ЛЕКСИКИ С СОЦИАЛЬНЫМ КОМПОНЕНТОМ ЗНАЧЕНИЯ В НЕМЕЦКОМ, РУССКОМ И УЗБЕКСКОМ ЯЗЫКАХ

*Икрамова Шахло, PhD свободный соискатель НУУз.
Преподаватель Гёте-Института, Ташкент*

Аннотация. В данной статье рассматривается проблема лексической валентности. Которая определяется как способность слова устанавливать связи с другими словами в предложении. Некоторые слова имеют ограничения в использовании и требуют определенных слов для создания правильного предложения. Это связано с грамматическими особенностями и контекстом языка. В социально ориентированной лексике валентность может зависеть от того, как слово используется в различных социальных сферах. Нормы, ценности, культурные и исторические факторы определяют значение слова в конкретном контексте. В разных языках социально ориентированные значения слов могут быть разными из-за социокультурных особенностей. Например, в немецком языке больше слов, выражающих уважение к собеседнику, чем в русском языке. В каждом языке есть слова для обозначения отношений и описания социальных явлений, но выбор таких слов может различаться. Социально ориентированные слова в языке играют важную роль в коммуникации и отражают социальные и культурные факторы, связанные с жизнью людей и общества в целом. В немецком языке глаголы обладают большой вариативностью и экспрессивностью, и их валентность может меняться в зависимости от контекста и ситуации общения. Русский язык, напротив, более грамматичен и строго следует правилам согласования, что влияет на валентность глаголов и существительных. Узбекский язык обладает богатой лексикой, особенно в области уважения к старшим и общественного мнения. Понимание валентности таких слов является важным аспектом взаимодействия между культурами и перевода текстов на разные языки.

Социолингвистическая лексика, которая отражает социальные и культурные аспекты жизни людей и общества, имеет разную валентность и используется для описания положительных и отрицательных социальных явлений и культурных феноменов. Примерами такой лексики являются слова, связанные с политикой, экономикой, религией, семьей, социальными группами и т. д. Немецкий, русский и узбекский языки богаты такими лексическими единицами, которые обладают разной валентностью и используются в различных контекстах.

Ключевые слова: слово, лексическое значение, валентность, семантическая структура, социальный компонент, социальная семантика.

**NEMIS, RUS VA O‘ZBEK TILLARIDA IJTIMOY MA’NO
KOMPONENTLI SO‘ZLAR VALANTILIGI**

Ikramova Shahlo, O‘zMU mustqil izlanuvchi PhD,
Goethe-Institut Taschkent, o‘qituvchi

Annotatsiya. Ushbu maqola leksik valentlik muammosiga bag'ishlangan. Bu so'zning gapdagi boshqa so'zlar bilan aloqa o'rnatish xususiyati sifatida izohlanadi. Ba'zi so'zlar foydalanishda cheklovlarga ega va to'g'ri gap yaratish uchun ma'lum so'zlarni talab qiladi. Bu tilning grammatik xususiyatlari va konteksti bilan bog'liq. Ijtimoiy yo'naltirilgan lug'atda valentlik so'zning turli ijtimoiy sohalarda qanday qo'llanilishiga bog'liq bo'lishi mumkin. Meyorlar, qadriyatlar, madaniy va tarixiy omillar ma'lum bir kontekstda so'zning ma'nosini belgilaydi. Turli tillarda so'zlarning ijtimoiy yo'naltirilgan ma'nolari sotsial-madaniy xususiyatlarga ko'ra har xil bo'lishi mumkin. Misol uchun, nemis tilida suhbatdoshga hurmatni ifodalovchi so'zlar rus tiliga qaraganda ko'proq. Har bir tilda munosabatlarni bildiruvchi va ijtimoiy hodisalarni tavsiflovchi so'zlar mavjud, ammo bunday so'zlarni tanlash har xil bo'lishi mumkin. Tildagi ijtimoiy yo'naltirilgan so'zlar muloqotda muhim rol o'ynaydi va odamlar va butun jamiyat hayoti bilan bog'liq ijtimoiy va madaniy omillarni aks ettiradi. Nemis tilida fe'llar katta o'zgaruvchanlik va ekspressivlikka ega va ularning valentligi aloqa konteksti va vaziyatiga qarab o'zgarishi mumkin. Rus tili, aksincha, ko'proq grammatikdir va kelishik qoidalariga qat'iy rioya qiladi, bu fe'l va otlarning valentligiga ta'sir qiladi. O'zbek tilining lug'at boyligi, ayniqsa, keksalarga hurmat, jamoatchilik fikriga oid. Bunday so'zlarning valentligini tushunish madaniyatlarning o'zaro ta'siri va matnlarni turli tillarga tarjima qilishning muhim jihati hisoblanadi.

Kishilar hayoti va jamiyatining ijtimoiy-madaniy tomonlarini aks ettiruvchi sotsiolingvistik lug'at turli valentlikka ega bo'lib, ijobiy va salbiy ijtimoiy hodisalar, madaniy hodisalarni tasvirlash uchun ishlatiladi. Siyosat, iqtisod, din, oila, ijtimoiy guruhlar va boshqalarga oid so'zlarni misol qilib keltirish mumkin. Nemis, rus va o'zbek tillari turli valentlikka ega bo'lgan va turli kontekstlarda qo'llaniladigan shunday leksik birliklarga boy.

Tayanch so'zlar: so'z, leksik ma'no, valentlilik, semantik tuzilma, ijtimoiy komponent, ijtimoiy semantika.

**VALENCE OF VOCABULARY WITH A SOCIAL COMPONENT OF
MEANING IN THE GERMAN, RUSSIAN AND UZBEK LANGUAGES**

Ikramova Shakhlo, PhD NUUZ.
Teacher, Goethe-Institut Taschkent

Abstract. This article deals with the problem of lexical valency. Which is defined as the ability of a word to establish connections with other words in a sentence.

Some words have restrictions in use and require certain words to form a correct sentence. This is due to the grammatical features and context of the language. In a socially oriented vocabulary, valence may depend on how the word is used in various social spheres. Norms, values, cultural and historical factors determine the meaning of a word in a particular context. In different languages, the socially oriented meanings of words may be different due to sociocultural characteristics. For example, in German there are more words expressing respect for the interlocutor than in Russian. Every language has words to denote relationships and describe social phenomena, but the choice of such words may vary. Socially oriented words in a language play an important role in communication and reflect the social and cultural factors associated with the life of people and society as a whole. In German, verbs have great variability and expressiveness, and their valency can change depending on the context and situation of communication. The Russian language, on the contrary, is more grammatical and strictly follows the rules of agreement, which affects the valency of verbs and nouns. The Uzbek language has a rich vocabulary, especially in the field of respect for elders and public opinion. Understanding the valency of such words is an important aspect of the interaction between cultures and the translation of texts into different languages.

Sociolinguistic vocabulary, which reflects the social and cultural aspects of people's lives and society, has a different valency and is used to describe positive and negative social phenomena and cultural phenomena. Examples of such vocabulary are words related to politics, economics, religion, family, social groups, etc. German, Russian and Uzbek are rich in such lexical units that have different valencies and are used in different contexts.

Key words: word, lexical meaning, valence, semantic structure, social component, social semantics.

Лексическая валентность относится к способности слова устанавливать связи (валентности) с другими словами в предложении. В языке есть слова, которые могут быть использованы только с определенными словами для создания правильного и логически связного предложения. В этом случае говорят, что слово имеет свою валентность, которая определяет, сколько слов может быть связано с ним в предложении. Количество таких слов и тип их связи зависят от грамматических особенностей языка и контекста, в котором употребляется слово.

В контексте социально ориентированной лексики валентность может быть связана с тем, как слово используется в различных социальных сферах (8; 10). Например, некоторые слова имеют положительную валентность и широко используются в общении с людьми, в то время как другие слова могут иметь отрицательную валентность и использоваться только в особых контекстах.

Оценка валентности слова в социальной сфере может быть связана с нормами и ценностями общества, культурными особенностями, историческими факторами и другими факторами, определяющими значение слова в конкретном контексте.

Валентность лексики с социально ориентированными значениями в немецком, русском и узбекском языках может быть связана с тем, как слова используются в различных социальных сферах. Социокультурные особенности языков сильно влияют на выбор слов и выражений с социально ориентированными значениями (1; 3; 8). Например, в немецком языке много слов, выражающих уважение к собеседнику и подчеркивающих социальный статус (1; 9), в то время как в русском языке подобные слова используются гораздо реже. В узбекском языке есть слова, выражающие уважение к родителям и старшим, что свидетельствует о традиционных ценностях и социальных нормах. Однако в целом, в каждом из анализируемых языков есть слова, которые могут использоваться для обозначения отношений между людьми в контексте семьи, друзей или коллег, а также для описания социальных проблем, явлений и процессов. Каждый язык имеет свои особенности в отборе слов и выражений с социально ориентированными значениями.

Важно отметить, что валентность лексики в немецком, русском и узбекском языках варьируется и зависит от культурных особенностей, ценностей, норм, а также грамматических особенностей языка. Понимание валентности лексики в социально ориентированных контекстах может быть полезным для понимания социальных взаимодействий и культурных различий в этих языках.

В немецком языке слова «Freund» и «Freundin» (друг) обозначают отношения между друзьями, а также могут использоваться для обозначения романтических отношений. Однако слово «Feind» (враг) имеет отрицательную валентность и используется только для обозначения враждебных отношений между людьми.

В русском языке слова «друг» и «подруга» (друг) также обозначают отношения между друзьями и могут использоваться для обозначения романтических отношений. Однако, в отличие от немецкого языка, в русском языке есть отдельные слова для обозначения враждебных отношений, такие как «враг» (враг) и «вражина» (враг).

В узбекском языке также используются слова «do'st» и «o'rtoq» (друг/компаньон) для обозначения отношений между друзьями, но они не могут использоваться для обозначения романтических отношений. В отличие от русского и немецкого языков, в узбекском языке для обозначения враждебных отношений используются разные слова в зависимости от контекста и уровня вежливости в общении: «dushman», «уов», «g'anim» «ag'уog» (враг, неприятель, противник, недруг).

Валентность лексики может меняться в зависимости от социальных контекстов, в которых она используется. Например, слово «мать» в русском языке имеет разную валентность в зависимости от контекста, в котором оно употребляется. В контексте семьи слово «мать» имеет положительную валентность и обозначает близкие и любящие отношения. Однако в контексте общества или государства слово «мать» имеет нейтральную или даже негативную валентность. Например, «материнский капитал» может ассоциироваться с государственной поддержкой или субсидиями, а «материнская ответственность» – с ограничениями и обязательствами.

Валентность лексических единиц варьируется в зависимости от культурных и социальных факторов в разных языках. Например, в немецком языке слово «Vater» (отец) имеет положительную валентность в контексте семьи, но отрицательную валентность в политических или общественных дебатах. Например, «Vaterland» (отечество) может ассоциироваться с националистическими или военными аспектами. В узбекском языке слово «ота» (отец) имеет положительную валентность в контексте семьи, но имеет нейтральную или отрицательную валентность в других контекстах, таких как политические дебаты или культурные аспекты.

В русском языке слово «патриот» имеет положительную валентность, а слово «националист» – отрицательную. Однако в английском языке слова «патриот» и «националист» могут иметь схожую валентность и использоваться в разных контекстах. Это связано с тем, что понимание патриотизма и национализма в разных культурах отличается.

Социальные факторы, такие как социальный статус, возраст и пол, также могут влиять на валентность лексических единиц (2; 6). Например, в русском языке слово «бабушка» обычно имеет положительную валентность и обозначает уважение и любовь к бабушке. Однако в определенных социальных контекстах употребление слова «бабушка» может быть нежелательным или даже оскорбительным.

В узбекском языке слово «ота» (отец), как говорилось выше, имеет положительную валентность в контексте семьи, но может также ассоциироваться с авторитаризмом или властью в других социальных контекстах. Аналогично, слово «она» (мать) имеет положительную валентность и ассоциируется с уважением и любовью к матери, но также используется для описания женщин в стереотипных ролях, что имеет негативную валентность.

Примеров лексики с различной валентностью в разных языках множество. Например, немецкое слово «Heimat» (родина) имеет положительную валентность и ассоциируется с комфортом, традициями и культурой, в то время как русский эквивалент «родина» имеет более нейтральную валентность. Аналогично, немецкое слово «Liebe» (любовь) имеет сильную положительную

валентность и ассоциируется с близкими и эмоциональными отношениями, в то время как русское слово «любовь» имеет как положительную, так и отрицательную валентность в зависимости от контекста.

В узбекском языке слово «tabiat» (природа) имеет положительную валентность и ассоциируется с красотой и гармонией, а слово «qo'shiq» (песня) имеет как положительную, так и отрицательную валентность в зависимости от музыкального жанра и темы песни. В целом, валентность слова в конкретном языке зависит от культурных, социальных и исторических факторов и может меняться в зависимости от контекста, в котором оно используется.

Итак, валентность лексики зависит от социального контекста, культурных и социальных факторов и варьируется в разных языках. Понимание валентности лексики важно для правильного использования языка в различных контекстах, особенно в межкультурной коммуникации. Неправильное использование лексики с отрицательной валентностью может привести к конфликтам и непониманию между людьми разных культур.

Понимание валентности лексики также важно для перевода и интерпретации текстов на разных языках. Переводчики должны учитывать социальные и культурные факторы, чтобы передать не только буквальное значение, но и культурный подтекст и валентность слов.

В целом, валентность лексики – это важный аспект языковой коммуникации, который зависит от многих социальных и культурных факторов. Зависимость валентности лексики от многих социальных и культурных факторов порождает понятие социолингвистической лексики – это категория лексических единиц, которые отражают социальные и культурные факторы, связанные с жизнью человека и общества (5; 7). Такая лексика имеет различную валентность и используется для описания как положительных, так и отрицательных социальных явлений и культурных феноменов. Примерами социолингвистической лексики являются слова, связанные с политикой, экономикой, религией, семьей, социальными группами и так далее. Немецкий, русский и узбекский языки изобилуют подобными лексическими единицами, которые обладают различной валентностью и используются в различных контекстах.

Например, немецкий термин «Freiheit» означает «свобода» и имеет положительную валентность, связанную с правами человека и демократией. И наоборот, термин «Arbeitslosigkeit» (безработица) имеет негативную валентность и отражает социальную проблему, связанную с экономическими трудностями.

В русском языке слово «семья» имеет положительную валентность и отражает важность семейных ценностей и традиций. И наоборот, слово

«бездомный» несет негативную валентность и отражает социальную проблему, связанную с отсутствием жилья и основных условий жизни.

В узбекском языке слово « do'stlik» (дружба) имеет положительную валентность и отражает важность дружбы и социальных связей в узбекской культуре. Слово «faravonlik» (богатство, процветание) имеет положительную валентность и ассоциируется с богатством и процветанием.

Исследовав валентность лексики с социально ориентированными значениями в немецком, русском и узбекском языках, было установлено, что каждый язык имеет свои особенности в отборе слов и выражений с социально ориентированными значениями. Немецкий язык характеризуется большой вариативностью и экспрессивностью глаголов, которые могут иметь различную валентность в зависимости от контекста и ситуации общения (4; 9). Русский язык, в свою очередь, более грамматичен и строго следует правилам согласования между субъектом и предикатом, что влияет на валентность глаголов и существительных. Узбекский язык имеет богатую лексику, особенно в области уважения к старшим и общественного мнения.

Таким образом, социально ориентированные слова являются значимыми для языковой коммуникации и отражают социальные и культурные факторы, связанные с жизнью человека и общества в целом. Немецкий язык характеризуется большой вариативностью и экспрессивностью глаголов, которые могут иметь различную валентность в зависимости от контекста и ситуации общения. Русский язык, в свою очередь, более грамматичен и строго следует правилам согласования между субъектом и предикатом, что влияет на валентность глаголов и существительных. Узбекский язык имеет богатую лексику, особенно в области уважения к старшим и общественного мнения. Понимание валентности таких слов является важным аспектом межкультурной коммуникации и перевода текстов на разные языки.

Литература

1. Акинина Н.М. Социальный аспект семантики немецких глаголов (на материале коллоквиальных глаголов в составе немецкого литературного языка): Автореф. дисс. ...канд. филол. наук. – Пятигорск, 2009. – 31 с.
2. Апресян Ю.Д. Лексическая семантика (Синонимические средства языка). – М.: Языки русской культуры, 1995. – Т.1. – 472 с.
3. Булыгина Е.Ю., Трипольская Т.А.. Национально-культурный компонент в семантике слова и способы его представления в базе данных прагматически маркированной лексики // Вопросы лексикографии, № 11, 2017. – С. 5-19.
4. Гемплер М.А. Межкатегориальный синкретизм финитных форм спрягаемого глагола в современном немецком языке (с позиции идей Й.Л. Вайс-гербера): Автореф. дисс. ...канд. филол. Наук. – Нижний Новгород, 2009. – 25 с.

5. Зияева С.А. Совершенствование социолингвистической компетенции студентов языковых высших образовательных учреждений при обучении немецкому языку: Дисс. ...докт. пед. наук (DSc). – Ташкент, 2020. – 344 с.
6. Карасик В.И. Язык социального статуса. – М.: Гнозис, 2002. – 333 с.
7. Козынцева У.Н. Социальный компонент семантики слова // Традиции и новации в гуманитарном и социально-экономическом исследовании: проблемы, методы, практики: Матер. Всероссийской науч. конф. студентов-стипендиатов Оксфордского Российского Фонда. – Екатеринбург, 2017. – С. 95-97.
8. Маклакова Е.А. Типы семантических компонентов и аспектноструктурный подход к описанию семантики слова. – Воронеж: Истоки, 2013. – 31 с.
9. Островская О.В. Структура и функции приставочных глаголов движения с синестетическим значением: на материале немецкого языка: Дисс.канд. филол. наук. – Белгород, 2006. – 181 с.
10. Щетинина А.В. Характеристики человека в газетном дискурсе: опыт описания социальной лексики // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2016. – № 8 (62): в 2-х ч. – Ч. 2. – С. 172-177.