



# FAN, TA'LIM VA AMALIYOT INTEGRATSIYASI

ISSN: 2181-1776

Sevara Shermamatova O'ktamjon qizi

Farg'ona davlat universiteti EFL/ESL o'qituvchisi

**OMMAVIY AXBOROT VOSITALARI MATNI NEOLOGIZMLAR MANBAI  
SIFATIDA**

## **Anotatsiya**

Maqola ommaviy axborot vositalari matnlarida neologizmlarning shakllanishining asosiy turlarini tavsiflashga bag'ishlangan. Tadqiqot Amerika gazetalarini tahlilga asoslangan. Gazetalar kontekstini kuzatish, yangi obyektlar va hodisalarni nomlash uchun xizmat qiladigan yangi so'zlarning paydo bo'lishining prezaminatlarini ko'rsatishga imkon beradi. Bunday ko'rinish dunyodagi tub o'zgarishlar va jiddiy ijtimoiy hodisalar tufayli yuzaga keladi. Muallif Stramnoy A.V, Zobotkina V va Dobrosklonskaya T.G kabi turli olimlarga tegishli bo'lgan ayrim yondoshuvlarni tahlil qilib, "neologism" atamasiga ta'rif beradi. Ushbu tadqiqot jarayonida tilshunoslar yangi so'zlarning tilda paydo bo'lishi va odamlar orasida tarqalishi uchun qanday pragmatik ehtiyojlarga javob berishga moyildirlar. Ommaviy axborot vositalari neologizmlarning ajoyib manbai bo'lib, ularning kundalik aloqada kengayishiga hissa qo'shadi.

**Kalit so'zlar:** neologism, lobby, lobbyist, image, pundit, qisqartmalar, MS, HP, NAEC, WAY, NORAD, UN, WHO, SPLA, PRD, PFA, AFU, REM, EVA, HDTV, PR, VAL.

Ma'lumki, til rivojlanishi uzluksiz jarayondir. Eng sezilarli o'zgarishlar lug'aviy darajada sodir bo'ladi. Bu tilning ushbu sohasi tomonidan psixik jarayonlarning sharoitlarini aks ettirish natijasida sodir bo'ladi. Leksika eng o'zgaruvchan tizim bo'lib, u atrofdagi tildagi har qanday o'zgarishlarga bevosita javob beradi. Madaniyatlararo qabul tili bo'lgan ingliz tili dinamik rivojlanishga duchor bo'ladi. Xalqaro hamjamiyatda u Xitoy, Ispan va Rus



tillari kabi ishlaydi. Turli ichki va tashqi omillar ta'sirida o'zgaradi. Ingliz tilining rivojlanishi asosan doimiy ijtimoiy evolyutsiya jarayoni bilan bog'liq. Inson hayotining ijtimoiy, siyosiy, iqtisodiy, ilmiy, madaniy va boshqa sohalardagi barcha o'zgarishlar neologizmlar deb ataladigan yangi tushunchalarda ifodalanadi.

“Neologizm” atamasi bo'yicha tilshunoslarning turli talqinlari mavjud. Tilshunoslarning fikricha Stramnoy A.V. neologizm – stilistik kategoriya bo'lib, uning asosiy mezonini “yangilik” ko'rsatkichi hisoblanadi. Shuningdek, u neologizmlarning shakllanish jarayoni har doim ham yangi so'zlarning paydo bo'lishi bilan bog'liq emasligini ta'kidlaydi. Shu munosabat bilan lug'atda mavjud bo'lgan so'zlar yangi ma'no kasb etadi.

Har bir til o'z taraqqiyoti jarayonida asta–sekin o'zgarib boradi. Til haqida gap ketganda, biz barcha stilistik o'zgarishlarni nazarda tutamiz. Yangi leksikadan tez-tez foydalanadigan uslublardan biri bu publisistik uslubdir. “Ommaviy axborot vositalari tilini o'rganishga tizimli yondashuv” nomli maqolasida Dobroskloskaya T.G ta'kidlashicha, matbuot lug'ati turli sabablarga ko'ra paydo bo'lgan barcha yangiliklarni dinamik ravishda aks ettiruvchi adabiy tilning eng harakatlanuvchi stilistik quyi tizimi hisoblanadi. Ommaviy axborot vositalari matnlarining uslubi adabiy va so'zlashuv tili vositalarini, jumladan, jargonizmlarni, o'qimaganlar tilini va o'zlashmalarini yaratish imkonini beradi. Bundan tashqari, yangi so'zlar zamonaviy ommaviy axborot vositalari lug'atini eski so'zlarni qayta tiklash va mavjud so'z ma'nolarini kengaytirish orqali boyitadi.

Jarayon so'z birikmalarining ba'zi o'zgarishlari yoki ularni turli kontekstlarda qo'llash imkoniyati bilan bog'liq. Gazeta xabarlari tartibsizlik yetakchisiga to'planganligi sababli, so'z ma'nolarining o'zgarishi ko'pincha so'zlashuv nutqi normalariga asoslanadi va bu so'zlar odatda ishlatiladi, majoziy ma'noda “lobby” so'zidan beri borttirilgan. Dastlab “zal” degan ma'noni anglatadi. O'tgan asrda bu so'z “parlament zallari” ma'nosini bildiruvchi siyosiy atama sifatida ishlatilgan. AQSH da bu atama shaxsning nomi sifatida ishlatila boshlandi. Kongress a'zolariga qonun loyihasini rahbar foydasiga qabul qilishlariga ta'sir ko'rsatgan. Keyinchalik bu tushuncha asosida “lobbyist” so'zi paydo bo'ldi. Bu o'z xo'jayini uchun siyosiy sikllarda ma'lumot to'plagan shaxsga nisbatan qo'llanilgan. Bu so'z yangi ma'noga ega bo'lib, tez orada Buyuk Britaniya gazetalarining siyosiy lug'atida kengaytirilgan ma'noda paydo bo'ldi. Bu nashr qilish huquqiga ega bo'lgan jurnalistni parlament faoliyati haqidagi maqolalar bildiradi. Ba'zi hollarda so'zning ma'nosi konnotativ boshlang'ich ma'nosini kuchaytiruvchi yoki o'zgartiruvchi qo'shimcha rang berishning bitta hodisasi bilan birga keladi. Masalan, Amerika gazetalar lug'atida siyosiy a'zoni bildiruvchi “image” atamasi qo'llanila boshladi.

Ommaviy axborot vositalari matnlarining asosiy vazifasi nafaqat jamoatchilikni xabardor qilish, balki unga hissiy ta'sir ko'rsatishdir. Neologizmlarning publitsistik uslubda paydo bo'lishining yana bir manbasi muallif tomonidan o'ylab topilgan so'zlardir. Ular odatda g'alati tarzda qabul qilingan, gazeta nutqining ifodaliligini kuchaytirgan. Jurnalistlar vahshiylik, yoshlarning jargon so'zlarini matnlarga kiritish va yangi til vositalarini yaratish orqali o'quvchilarni hayratda qoldiradilar. Biroq bu zamonaviy ommaviy axborot vositalarida neologizmlarning paydo bo'lishining asosiy usuli emas.

Yangi so'zlarni yaratishning eng keng tarqalgan usullaridan biri – qisqartma. Neologizmlarning bu turi ma'lum sabablarga ko'ra keng tarqalgan. So'nggi o'n yillikda ma'lumotlar hajmi sezilarli darajada oshdi. Ortiqchalikni olib tashlash til va nutqda xolis ehtiyojdir. Qisqartirilgan so'zlarning ko'pligi har bir matn uchun gazetaning o'ziga xos xususiyati hisoblanadi. So'zlarning qisqarish jarayoniga ilmiy taraqqiyot kabi tashqi

(ijtimoiy) omillar ta'sir ko'rsatadi, masalan, bo'limlar, obyektlar va materiallarning qisqacha nomlariga bo'lgan ehtiyojlarni keskin oshirdi.

Gazetalarni o'qiyotganda, o'quvchi hech qanday lug'atda mavjud bo'lmagan qisqartmani uchratishi mumkin. Bu jadal siyosiy voqealar, ilmiy va texnik taraqqiyot va hokozolarning sababidir. Yangi siyosiy partiyalar, ittifoqlar, bo'limlar va afsuski, yangi qurol turlari paydo bo'lmoqda. Ularning ba'zi nomlari qisqartmalarga aylantirilgan. Eng ko'p ishlatiladigan qisqartmalar quyidagilar:

1. Turli bo'limlar va savdo kompaniyalarining nomlari: MS - Microsoft, HP-Hewlett Packard, NAEC - Novell Authorized Educational Center;
2. Turli ijtimoiy uyishmalar va ittifoqlarning nomlari: WAY – World Assembly of Youth, NORAD – North American Air Defence Commanol, UN - United Nations, WHO- World Health Organization, SPLA –Sudan People Liberation Army, PRD- Party of the Democratic Revolution;
3. Sport bilan bog'liq ittifoqlarning nomlari: PFA – Professonal Footballers Association, AFU – Association Football Union;
4. Ilmiy atamalar va tushunchalar: REM – Rapid Eye Movement, EVA – Extra Vehicular Activity, HDTV – High Defenition Television;
5. Jamoat va ijtimoiy hayot bilan bog'liq bo'lgan qisqartmalar: PR – Public Relations, VAL – Values & Lifestyle.

“PLU” (People Like Us) qisqartmasi M. TETCHER hukmronligi davrida qo'llanila boshlandi, bu yuqori ijtimoiy qatlam vakillarini bildiradi. Keyinchlik bu qisqartma OU (One of Us) ga o'zgartirildi.

Qisqartirilgan shakllardan tashqari neologizmlar ham so'z elementlarida, xususan, neo-, pre-, nano-, anti-, -ship, -ize va boshqa affikslarda ham ifodalanadi. Misol uchun: anti-apartheid, pre-election, itemize, westernize, brinkmanship.

Neologizmlar shakllanishining yana bir usuli bu boshqa tillardan, ya'ni “pundit” so'zidan o'zlashtirilgan. Bu hind tilidan olingan bo'lib, falsafa, huquq va boshqa fanlarga qiziquvchi kishini bildirgan. “The Times” jurnali orqali bu so'z zamonaviy, ommaviy axborot vositalariga aqlli, bilimli shaxs ma'nosida kirib keldi. Tilda tez-tez qo'llanilgan boshqa tildan o'zlashgan so'zlar unga asta-sekin kirib bordi.

Ingliz tilidagi boshqa tildan o'zlashgan so'zlarning asosiy manbai Fransuz tilidir. Yangi tendensiya Afrika va Osiyo tillaridan olingan, ayniqsa, Yapon tilidan. Ushbu toifadagi neologizmlar odatda quyidagi sohalardagi tushunchalarni beradi:

1. Madaniyat- discotheque – diskoteka (Fr.), cinematheque - kinoteatr (Fr.);
2. Kundalik hayot (petit déjeuner-yengil nonushta (Fr.), ryokan - an'anaviy yapon uslubidagi mehmonxona (Yap.) guro - hamburgerning bir turi (Gr.);
3. Fan va texnika – biogeocoenose – ekologik tizim (Rus.), lunokhold – koinot qurilmasi (Rus);
4. Ijtimoiy – political sphere (siyosiy soha) – ayatollah - diniy mazhab rahbari (Arab.).

Gazeta tili nafaqat neologizmlar paydo bo'lishining faol manbai, balki ularning kengaytirishning samarali vastasidir. Ommaviy axborot vositalari matni publitsistik uslub faoliyatining ko'rinishlaridan biri bo'lib, yangi leksik birliklarni yaratish uchun qulay soha

hisoblanadi. Gazeta lug'ati o'zining funksional nutqi, uslubi va talablari bilan muayyan til sohasini ifodalaydi.

Aloqa doimiy ravishda yangi so'zlar bilan to'ldirilib boriladi, lekin faqat ommaviy axborot vositalari orqali sozlar omma uchun eng qulay bo'ladi. Gazetalar, reklama roliklar, teledasturlar neologizmlarning nutqda kengayishiga hissa qo'shadi.

Binobarin, tilda ko'plab yangi so'z va so'z birikmalarining paydo bo'lish ilmiy tadqiqotlarning yuksak muvaffaqiyati natijasi ekanligini ta'kidlash zarur. Neologizmlarning paydo bo'lishi yangi ma'lumotlarning xilma-xilligi va tildan tashqari jarayon bilan belgilanadi. Zamonaviy tilshunoslikda neologizmlar "yangilik" ko'rsatkichiga ega bo'lgan so'zlar deb ta'riflanadi. Ammo ko'p hollarda bu indeks o'z ma'nosini yo'qotadi, chunki yangi paydo bo'lgan so'zlarning aksariyati tezda qabul qilinadi va kundalik muloqotga kiradi. Biroq boshqa hollarda neologizmlar o'zlarining "yangilik" ko'rsatkichlarini saqlab qolishadi. Bu asosan ilmiy neologizmlar bilan sodir bo'ladi, agar ixtiro mashxur bo'lmasa, ularning funksiyasi va qo'llanishi cheklanadi. Ammo ikkala holatda ham neologizmlar doimo kutilmaganlik ta'sirini keltirib chiqaradi va eshitishga sezilarli ta'sir ko'rsatadigan va jamoatchilik idrokining shakllanishi, rivolanishi va o'zgarishida ishtirok etadigan tilning ekspressiv vositasi bo'lib xizmat qiladi.

#### **Foydalanilgan Adabiyotlar Ro'yxati**

1. Stramnoy A.V, Gazeta matni neologizmlar manbai sifatida, dissertatsiya (2007).
2. Dabrosklonskaya T.G, Ommaviy axborot vositalari tilini o'rganishga tizimli yondashuv, dissertatsiya (2008).
3. Zabotkina V. Zamonaviy ingliz tilining yangi lug'ati. Moskva: MGPIIY 1989.
4. Popola T. Rus neologizmi va neografiyasi. Moskva: RAN 2005.
5. Krupnov V. Tarjimonning ijodiy laboratoriyasida. Moskva IR 1967.