

OMMAVIY AXBOROT VOSITALARIDA CHET TILIDAN O‘ZLASHGAN SO‘ZLARNING ISHLATILISHIDA LINGVO-SEMANTIK O‘ZIGA XOSLIKLAR

Meyliyeva Mohidil Odil qizi

Qarshi xalqaro universiteti “Filologiya

va tillarni o‘qitish” kafedrası

o‘qituvchisi

Annotatsiya

Mazkur maqolada ommaviy axborot vositalarida chet tillaridan o‘zlashgan so‘zlarning qo‘llanilishi lingvo-semantik jihatdan tahlil qilinadi. O‘zlashma leksikaning morfologik, fonetik va semantik xususiyatlari, ularning o‘zbek va rus tillarida qabul qilinishi, adaptatsiya jarayoni, ma’no o‘zgarishlari hamda stilistik funksiyalari tadqiq qilinadi. Shuningdek, ommaviy axborot vositalarida bunday so‘zlarning qo‘llanilish tendensiyalari, ularning tilga bo‘lgan ta’siri va umumiy lingvistik jarayonlar doirasidagi o‘rni yoritib beriladi.

Tayanch so‘zlar: o‘zlashma so‘zlar, ommaviy axborot vositalari, lingvistika, semantika, adaptatsiya, fonetika, stilistika, globalizatsiya, qiyosiy tilshunoslik.

Аннотация

В данной статье рассматриваются лингво-семантические особенности употребления заимствованных слов из иностранных языков в средствах массовой информации. Анализируются морфологические, фонетические и семантические характеристики заимствованной лексики, ее восприятие в

узбекском и русском языках, процесс адаптации, изменение значений, а также стилистические функции. Кроме того, исследуются тенденции использования таких слов в СМИ, их влияние на язык и место в общих лингвистических процессах.

Ключевые слова: заимствованные слова, средства массовой информации, лингвистика, семантика, адаптация, фонетика, стилистика, глобализация, сравнительное языкознание.

Abstract

This article examines the linguistic and semantic characteristics of borrowed words from foreign languages in mass media. The morphological, phonetic, and semantic properties of borrowed vocabulary, their adaptation in Uzbek and Russian, meaning shifts, and stylistic functions are analyzed. Additionally, the article explores the trends in the usage of such words in mass media, their impact on language, and their role in general linguistic processes.

Keywords: borrowed words, mass media, linguistics, semantics, adaptation, phonetics, stylistics, globalization, comparative linguistics.

Globalizatsiya jarayoni natijasida turli tillar oʻrtasidagi oʻzaro taʼsir kuchayib bormoqda. Axborot texnologiyalarining rivojlanishi natijasida ommaviy axborot vositalari (OAV) dunyo miqyosida tezkor axborot almashinuvini taʼminlaydi. Bu jarayonda chet tillaridan oʻzlashgan soʻzlarning ishlatilishi muhim rol oʻynaydi. OAV tilida oʻzlashma soʻzlarning koʻpayishi lingvistik oʻzgarishlarga olib kelmoqda, bu esa milliy til meʼyorlariga qanday taʼsir qilishini tahlil qilish zaruratini tugʻdiradi. Mazkur maqolada OAV tilida oʻzlashma soʻzlarning lingvistik va semantik xususiyatlari, ularning ishlatilish tendensiyalari va ommaviy madaniyatga taʼsiri oʻrganiladi. Oʻzlashma soʻzlarning morfologik xususiyatlari har bir til tizimining oʻziga xos grammatik qonuniyatlariga bogʻliq holda shakllanadi. Oʻzbek va rus

tillarida chet tillaridan olingan soʻzlarning oʻzlashtirilish jarayoni turlicha kechadi. Rus tilida oʻzlashma soʻzlar odatda rus morfologik tizimiga moslashtiriladi. Masalan, ingliz tilidan kirgan “management” soʻzi rus tilida “менеджмент” shaklida qoʻllaniladi va kelishik qoʻshimchalari bilan oʻzgaradi: “менеджмента”, “менеджментом”. Oʻzbek tilida esa “menedjment” soʻzi asosan oʻz shaklida saqlanadi yoki unga oʻzbek tiliga xos qoʻshimchalar qoʻshiladi: “menedjment tizimi”, “menedjment strategiyasi”. Fonetik jihatdan esa, rus tilida oʻzlashmalar rus talaffuz qoidalariga mos ravishda oʻzgaradi. Masalan, “internet” soʻzi rus tilida “интернет” shaklida talaffuz qilinsa, oʻzbek tilida esa koʻpincha asl talaffuzi saqlanadi: “internet tezligi”. Oʻzbek tilida ayrim soʻzlar fonetik moslashuvga uchraydi. Masalan, “selfie” soʻzi rus tilida “селфи”, oʻzbek tilida esa “selfi” shaklida oʻzlashtirilgan. Oʻzlashma soʻzlarning semantik maydoni ularning OAVda qoʻllanishi bilan kengayishi yoki torayishi mumkin. Baʼzi hollarda bunday soʻzlar oʻzining dastlabki maʼnosidan farqli qoʻllanadi. Masalan, “stream” ingliz tilida “oqim” maʼnosini anglatrsa, rus tilida “стрим” koʻpincha jonli translyatsiya maʼnosida ishlatiladi. Oʻzbek tilida esa “stream” soʻzi “jonli efir” yoki “internet orqali toʻgʻridan-toʻgʻri translyatsiya” maʼnolarida ishlatilmoqda. Oʻzlashma soʻzlarning milliy til tizimiga moslashishida grammatik qoidalarga boʻysunishi muhim ahamiyat kasb etadi. Oʻzbek va rus tillarida bu jarayon turlicha kechadi. Masalan, rus tilida ingliz tilidan olingan “manager” soʻzi “менеджер” shaklida qabul qilinib, kelishik qoʻshimchalari bilan ishlatiladi: “менеджера”, “менеджером”. Oʻzbek tilida esa bu soʻz “menedjer” shaklida kirib kelib, odatiy grammatik qoʻshimchalar bilan qoʻllaniladi: “menedjerning”, “menedjerlar”. Shuningdek, ingliz tilidan olingan “marketing” soʻzi rus tilida “маркетинг” sifatida morfologik jihatdan oʻzgarishsiz ishlatiladi, oʻzbek tilida esa “marketing” shaklida isteʼmolda boʻlib, baʼzan “marketingchi” koʻrinishida qoʻllanilishi kuzatiladi. Stilistik jihatdan esa, oʻzlashma soʻzlarning qoʻllanilishi matnning taʼsirchanligini oshirishi mumkin. Masalan, marketing sohasida keng qoʻllanilayotgan “branding”, “startup” kabi terminlar zamonaviylik hissini uygʻotadi. Oʻzbek tilida ham ushbu soʻzlar koʻpincha asl shaklida ishlatiladi, masalan: “brending strategiyasi”, “startup loyihasi”. Rus tilida esa

“таргетинг” (targeting) tushunchasi keng tarqalgan bo‘lsa, o‘zbek tilida ham aynan shu shaklda qabul qilinmoqda. OAV tilida chet tilidan olingan so‘zlarning keng qo‘llanilishi til rivojlanish jarayoniga kuchli ta’sir ko‘rsatadi. Bunday so‘zlar yangi tushunchalarni ifodalashda qulay vosita bo‘lsa-da, milliy tilning o‘ziga xosligini susaytirishi ham mumkin. Masalan, rus tilida “кейс” (case), “флешмоб” (flashmob) kabi so‘zlar ruscha muqobillarini siqib chiqarmoqda. O‘zbek tilida esa “brend”, “sponsor”, “reklama” kabi so‘zlar milliy leksikaga singib bormoqda. O‘zlashma so‘zlarning semantik ma’nosi ba’zan milliy til tizimida o‘zgarib, yangi ma’no kasb etadi. Masalan, ingliz tilidagi “hype” so‘zi aslida “katta shov-shuv” degan ma’noni anglatrsa, rus va o‘zbek tillarida u ko‘pincha “mashhurlikka erishish” ma’nosida ishlatiladi. Xuddi shunday, “trend” so‘zi dastlab “yo‘nalish” ma’nosini anglatrsa, ommaviy axborot vositalarida “moda”, “mashhurlik” kabi ma’nolarni ifodalaydi.

Biroq ortiqcha o‘zlashmalar ba’zan til tizimining tabiiy rivojlanishiga to‘sqinlik qilishi mumkin. Masalan, matbuot va ijtimoiy tarmoqlarda ba’zan milliy ekvivalentlari mavjud bo‘lgan so‘zlar o‘rniga o‘zlashma variantlar ishlatilmoqda: “event” o‘rniga “tadbir”, “performance” o‘rniga “ijro” so‘zlarining ishlatilishi mumkin. Bunday holatlar milliy tilning sof qiyofasini saqlash masalasini dolzarb qiladi.

Ommaviy axborot vositalarida chet tilidan o‘zlashgan so‘zlarning ishlatilishi zamonaviy lingvistik jarayonlarning muhim jihatlaridan biri hisoblanadi. Bunday so‘zlarning fonetik, morfologik va semantik xususiyatlari til tizimi bilan bog‘liq holda o‘zgarib boradi. Shuningdek, ortiqcha o‘zlashmalar milliy tilning o‘ziga xosligini yo‘qotish xavfini tug‘dirishi mumkin. Shu sababli, OAV tilida o‘zlashmalarning to‘g‘ri va samarali qo‘llanilishi muhim ahamiyatga ega. O‘zlashma so‘zlarning OAV tilida ishlatilishi til rivojlanishining tabiiy jarayoni bo‘lib, u milliy tilga ta’sir ko‘rsatadi. Bu jarayon fonetik, morfologik va semantik o‘zgarishlar bilan birga kechadi. Lekin o‘zlashmalar haddan tashqari ko‘p qo‘llanilishi milliy tilning o‘ziga xosligini yo‘qotish xavfini tug‘dirishi mumkin. Shu sababli, OAV tilida o‘zlashmalarning maqbul qo‘llanilishiga e’tibor qaratish lozim.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Левин, Ю. А. (2002). *Лингвистическая семантика*. Москва: Наука.
2. Смирнов, В. П. (1998). *Заимствования в русском языке*. Санкт-Петербург: Издательство СПбГУ.
3. Дмитриев, С. В. (2015). *Массмедиа и лексические заимствования*. Москва: Флинта.
4. Иванов, А. Н. (2010). *Сравнительное языкознание*. Москва: Высшая школа.
5. Карпов, О. В. (2007). *Лексическая динамика в СМИ*. Москва: Академический проект.
6. Gulyamov, S. (2012). *O'zbek tilida o'zlashma so'zlarning o'ziga xosligi*. Toshkent: Fan.
7. Alimov, A. (2015). *Qiyosiy tilshunoslik asoslari*. Toshkent: O'zbekiston Milliy Ensiklopediyasi.
8. Karabayeva, D. (2018). *Ommaviy axborot vositalarida lingvistik jarayonlar*. Toshkent: Universitet nashriyoti.
9. Злотников, А. В. (2004). *Современное сравнительное языкознание*. Москва: Наука.
10. Хайдаров, У. (2020). *Иностранные заимствования в русском и узбекском языках*. Самарканд: Издательство СамГУ.