

INGLIZ TILIDAGI OMMAVIY AXBOROT VOSITALARIDA EFIMIZMLARNING ISHLATILISH FUNKSIYASI

Kurbonov Abbos Xasanovich

Denov tadbirkorlik va pedagogika instituti o'qituvchisi

abbos.q.88@mail.ru

+998909709592

Annotatsiya. Ushbu tadqiqotning maqsadi ingliz tilidagi ommaviy axborot vositalarida (OAV) efimizmlarning ishlatilish funksiyalarini o'rganishdir. Efimizmlar — bu til orqali salbiy yoki noxush fikrlarni yumshatish, auditoriyaga yengilroq va ijobiy tarzda ma'lumot taqdim etish maqsadida ishlatiladigan iboralardir. Tadqiqotda OAVda efimizmlar qanday ishlatilishi, ularning kommunikatsiyadagi roli va auditoriyaga ta'siri tahlil qilinadi.

Shu bilan birga, tezisda efimizmlarning ijtimoiy va madaniy kontekstdagi ahamiyati, ularning tilshunoslik va kommunikatsiya nazariyalariga qanday bog'lanishi ham tahlil qilinadi. Tadqiqotda Grice'ning maxfiylik nazariyasi, Lakoff va Brown & Levinsonning “politeness theory” (odob nazariyasi) kabi yondoshuvlar qo'llaniladi.

Yakuniy natijalar efimizmlarning OAVda samarali kommunikatsiya vositasi sifatida ishlatilishini ko'rsatadi. Ular salbiy yoki noxush fikrlarni yumshatish, auditoriyani salbiy reaksiyalardan himoya qilish va ijtimoiy barqarorlikni saqlash uchun keng qo'llaniladi. Bu tadqiqot OAV tilining samarali va ehtiyotkorlik bilan ishlatilishini va uning jamiyatdagi kommunikatsion jarayonlarga ta'sirini yaxshiroq tushunishga yordam beradi.

Kalit so'zlar: efimizm, ommaviy axborot vositalarida (OAV), kommunikatsiya, lingvistik tahlil.

Kirish

Ommaviy axborot vositalari (OAV) jamiyatdagi muhim rollarni bajaradi. OAV, ma'lumotlarni taqdim etishda, axborot tarqatishda va ijtimoiy munosabatlarni shakllantirishda alohida ahamiyatga ega. OAV orqali ko'pincha noxush va salbiy fikrlarni yumshatish uchun efimizmlar (eufemizm) ishlatiladi. Efimizmlar, o'z navbatida, o'z fikrini ehtiyotkorlik bilan bildirgan, xatarli vaziyatlardan qochadigan, yoki auditoriyani xafa qilmaslikka harakat qiladigan iboralardir. Ushbu tadqiqotda ingliz tilidagi OAVda efimizmlarning ishlatilish funksiyalari va bu iboralar orqali kommunikatsiyaning qanday nozik strategiyalar bilan amalga oshirilishini o'rganish maqsad qilinadi.

Tezisingizning asosiy maqsadi OAVda efimizmlarning ishlatilish funksiyalarini va ular orqali qanday ijtimoiy va madaniy xususiyatlarni aks ettirishini tushunishdan

iborat. Efimizmlar tilshunoslik, kommunikatsiya va psixologiya nuqtai nazaridan katta ahamiyatga ega.

Efimizm (eufemizm) - bu noxush yoki salbiy ma’nodagi iborani yumshatish yoki o’zgartirish orqali ifodalash usulidir. Efimizmlar turli sohalarida qo’llaniladi, masalan, siyosat, axborot, salomatlik va boshqa jamiyatning muhim sohalarida. Ular kommunikatsion jarayonda tilni ehtiyotkorlik bilan ishlatishga imkon yaratadi va auditoriyaning qabul qilish qobiliyatini yaxshilaydi. Masalan, “o’lim” o’rniga “hayotdan ko’chish” yoki “xató” o’rniga “noaniqlik” kabi so’zlar ishlatiladi.

Ommaviy axborot vositalarining vazifasi nafaqat ma’lumotni taqdim etish, balki ijtimoiy munosabatlarni boshqarish, fikrlarni shakllantirish va auditoriya bilan samarali aloqada bo’lishdir. OAVdagi tilning maxsus ahamiyatga ega ekanligi, u orqali ijtimoiy barqarorlikni saqlash, odamlarni ma’lum ma’lumotlar bilan ta’minlash va ularning hissiy reaksiyalarini boshqarish maqsadida tilni ehtiyotkorlik bilan ishlatish kerakligini anglatadi.

Grice, kommunikatsion jarayonda maxfiylik va noaniqlikni taqdim etishning muhimligini ta’kidlagan. Efimizmlar bu nazariyada, kommunikatsiya jarayonida ma’lumotni noaniq qilish orqali auditoriya uchun qabul qilishni osonlashtiradi.

Lakoff va Brown & Levinsonning politeness nazariyasiga ko’ra, kommunikatsiya jarayonida odobni saqlash, ijtimoiy normativlarni hurmat qilish va salbiy fikrlarni yumshatish zarurati mavjud. Efimizmlar ham ana shu maqsadga xizmat qiladi.

Tadqiqotda asosiy metod sifatida **matn tahlili** (content analysis) usuli qo’llaniladi. Ingliz tilidagi OAVda keng tarqalgan efimizmlar, ularning lingvistik xususiyatlari va ijtimoiy funktsiyalarini o’rganish uchun quyidagi metodologik yondoshuvlar qo’llaniladi:

Tadqiqotda gazeta maqolalari, internet saytlari, televideniye dasturlari va intervyulardan olingan matnlar tahlil qilinadi. Bunda ijtimoiy-siyosiy mavzularni o’z ichiga olgan matnlar tanlanadi, chunki bu mavzularda efimizmlarning ishlatilishi ko’proq kuzatiladi.

Matnlar lingvistik jihatdan tahlil qilinadi, ya’ni efimizmlarning turli so’z turlari va konstruksiyalari ajratiladi. Shuningdek, ulardan qanday maqsadlarda foydalanilganligi va ularning kommunikatsiyadagi funktsiyalari tahlil qilinadi.

Har bir matndan efimizmlarning misollari olib, ularning kommunikativ roli va auditoriyaga ta’siri aniqlanadi. Misollar, masalan, siyosat, ijtimoiy mavzular yoki iqtisodiy masalalar bo’yicha matnlardan olinishi mumkin.

Efimizmlar, noxush yoki salbiy ma’lumotlarni yumshatish uchun ishlatiladi. Misol uchun, siyosiy yangiliklarda “krizis” o’rniga “iqtisodiy noaniqlik” deb aytilishi mumkin. Boshqa bir misol, “hujum” o’rniga “murakkab holat” so’zi ishlatilishi.

Efimizmlar, shuningdek, ijtimoiy tartibni saqlash uchun ishlatiladi. Ommaviy axborot vositalari ijtimoiy muammolarni ko’targanda, efimizmlar jamiyatning turli

qatlamlarini xafa qilmaslikka yordam beradi. Masalan, “xalqning noroziligi” o’rniga “xalqning fikriga qarshi chiqish” deb aytiladi.

Siyosat, iqtisodiyot yoki biznes bilan bog’liq efimizmlar ko‘pincha so‘zlarni yoki ifodalarni yumshatib, auditoriyani salbiy reaksiyalardan himoya qilish uchun ishlatiladi. Misol uchun, “qiymatlar pasaymoqda” o’rniga “qiymatlar o‘zgarib turmoqda” deyish mumkin. Efimizmlar, shuningdek, auditoriyaning hissiy holatiga ta’sir ko’rsatish uchun ishlatiladi. Masalan, “yomon” o’rniga “qiyin” deb aytish auditoriyaning salbiy reaksiyasini yumshatishi mumkin.

Ingliz tilidagi OAVda efimizmlar kommunikatsiyaning samarali vositalaridan biridir. Ular ijtimoiy barqarorlikni saqlash, salbiy ma’lumotlarni yumshatish va auditoriyani osonroq jalb qilish uchun ishlatiladi. OAVning tilshunoslik va sotsiologik jihatlarini orqali efimizmlarning ishlatilishi va ularning jamiyatdagi ta’sirini o’rganish, til va kommunikatsiyaning qanday nozik jihatlarini ko’rsatadi. Shuningdek, bu tadqiqotning natijalari, kelajakda boshqa turlardagi efimizmlarni o’rganish va ularning boshqa madaniyatlarda qanday ishlatilishini tahlil qilishga yo’naltirilishi mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Beebe, L. M., & Takahashi, T. (1989). *The Development of Pragmatic Competence in Japanese Learners of English*. *TESOL Quarterly*, 23(4), 507-526.
2. Brown, P., & Levinson, S. C. (1987). *Politeness: Some Universals in Language Usage*. Cambridge University Press.
3. Cambridge Dictionary Online: <https://dictionary.cambridge.org>
4. Crystal, D. (2008). *A Dictionary of Linguistics and Phonetics* (6th ed.). Blackwell Publishing.
5. Eckert, P., & McConnell-Ginet, S. (2003). *Language and Gender*. Cambridge University Press.
6. Fairclough, N. (1995). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. Longman.
7. Goffman, E. (1967). *Interaction Ritual: Essays on Face-to-Face Behavior*. Pantheon Books.
8. Grice, H. P. (1975). *Logic and Conversation*. In P. Cole & J. L. Morgan (Eds.), *Syntax and Semantics* (Vol. 3, pp. 41-58). Academic Press.
9. Holmes, J. (2013). *An Introduction to Sociolinguistics* (4th ed.). Routledge.
10. Keenan, E. O., & Comrie, B. (1977). *Noun Phrase Accessibility and Universal Grammar*. *Linguistic Inquiry*, 8(1), 63-99.
11. Lakoff, R. (1973). *The Logic of Politeness: Minding Your P’s and Q’s*. *Papers from the Ninth Regional Meeting of the Chicago Linguistic Society*, 292-305.
12. Oxford English Dictionary (OED): <https://www.oed.com>