



INGLIZ VA O‘ZBEK TILLARIDA OMMAVIY AXBOROT VOSITALARI LEKSIKASINING QIYOSIY TAHLILI

Nurmatova Munisxon Mashrabovna

Farg‘ona Davlat Universiteti

Ingliz tili kafedrası katta o‘qituvchisi

Tillavoldiyev Rustamjon Xolmatjon o‘g‘li

Farg‘ona Davlat Universiteti

Lingvistika ingliz tili yo‘nalishi 2-bosqich magistranti

Annotatsiya. Ko‘pchilik 21-asrni Texnologiya asri deb ataydi va aynan 21-asrda texnologiyalar doimgidan ko‘proq ishlab chiqarilgan, shuning uchun ushbu nom berilgan deya fikrlaydi. Aslida esa bu noto‘g‘ri, chunki texnologiyalar barcha asrlarda ham kashf qilingan va insoniyatga xizmat qilgan. 21-asrning ushbu nomni olishi esa butunlay boshqa sabab bilan bog‘liq, yani avvallari, texnologik vositalar faqatgina mexanika, qurilish kabi sohalarda foydalanilgan bo‘lsa, bu davrga kelib texnologiya jahonning barcha jabhalarida o‘z o‘rniga ega bo‘ldi.

Kalit so‘zlar: ommaviy axborot vositalari, medialingvistika, Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari, Media lingvistikasi, global axborot.

KIRISH

Bugungi kunda insoniyatning eng nozik va serqirra nuqtasi ommaviy axborot vositalari sohasida keng yoyildi. Darhaqiqat, bugungi kunda, yoshidan qati nazar, deyarli barcha insonlar axborotga, yangiliklarga, jahonda sodir bo‘layotgan voqea-hodisalarning sir-sinoatiga qiziqadi. Shuning uchun ham hozirda nafaqat butun jahonda, balki yurtimizda ham ommaviy axborot vositalari sohasiga koproq etibor qaratilmoqda, ayniqsa medialingvistika



ushbu sohaning eng diqqatga sazovor va muhim jihatlaridan biridir. Shunday ekan, asosiy mavzuimiz haqida soz boshlashdan avval “medialingvistika” tushunchasiga kengroq to‘xtalib o‘taylik. Aslida, ommaviy axborot vositalari dastavval bosma nashrlar: gazeta, jurnal kabi yangiliklarni yetkazib beruvchi vositalarni o‘z ichiga olgan bo‘lsa, hozirda barcha uchun qulay bo‘lgan va ayniqsa insonlarning cho‘ntagidan mablag‘ sarflamaydigan axborot media vositalari: telefon, televizor, radio va eng ko‘p tarqalgani: ijtimoiy tarmoqlar va ijtimoiy saytlarni o‘z doirasiga kiritadi. Albatta, insonlarning ongiga ushbu xabarlarni yetkazib beruvchi ommaviy axborot vositalarining asosiy ish quroli bu—tildir, ya’ni yangiliklarni eshittirayotganda qo‘llaniladigan so‘zlar va ularning uslubidir. Shuning uchun ham u medialingvistika, yani media-axborot ommaviy vositalari, lingvistika-tilshunoslik demakdir.

Medialingvistika - tilning media sohasida yoki bosma, audiovizual va onlayn ommaviy axborot vositalarida ifodalanadigan zamonaviy ommaviy axborot kommunikatsiya vositalarining tilshunoslik sohasini o‘rganadigan tilshunoslik bo‘limi hisoblanadi. Medialingvistika tilning umumiy nazariyasi sifatida tilshunoslikning differensiallashuvi jarayonida shakllangan bolib, uni bildiruvchi atama psixolingvistika, sotsialingvistika, ontolingvistika, huquqshunoslik, siyosiy lingvistika va boshqa bir qator sohalar bilan hamkorlikda organiladi va ular bilan uzviy bogliqdir. Medialingvistika ko‘p tarmoqli soha bo‘lib, fanlar tarkibiga ko‘ra tilning umumiy nazariyasi sifatida tilshunoslikka simmetrikdir. U til faoliyatining muayyan holatini uning murakkab tuzilishi va turli xil o‘zgarishlar tendensiyalari bilan ommaviy aloqa sharoitida til va nutq madaniyatidagi umumiy tendensiyalar yordamida tushuntirishga intiladi. Medialingvistika zamonamizning media amaliyoti bilan chambarchas bog‘liq bo‘lib, ularga, xususan, media ta’lim jarayoni ham tasir qiladi. Garchi ushbu termin nemischa “Medienlinguistik” atamasiga borib taqalsa-da, uning jamiyatda faol qollanilishi rus tili bilan bog‘liqdir.

ASOSIY QISM

“Ommaviy axborot vositalari” va “tilshunoslik”ni o‘zida mujassam etgan atamaning o‘zidan kelib chiqqan holda, ushbu yangi fanning predmeti tilning ommaviy kommunikatsiya sohasidagi faoliyatini o‘rganish hisoblanadi. Ya’ni, medialingvistika



nutqdan foydalanishning ma'lum bir sohasini-ommaviy axborot vositalarining tilini har tomonlama o'rganish bilan shug'ullanadi. Medialingvistikani tilshunoslikning yangi yo'nalishi sifatida ta'kidlashning qonuniyligi ommaviy axborot vositalarining jamiyat va shaxs uchun o'ynaydigan ulkan roli bilan bog'liq. Zamonaviy nutq amaliyotlarining katta qismi ommaviy kommunikatsiya sohasida qo'llaniladi. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini (AKT) uzluksiz takomillashtirish global axborot makonida turli milliy tillarda tarqatilayotgan matnlar umumiy hajmining barqaror o'sishiga olib keladi. Shu bilan birga, media lingvistika predmeti nutqdan foydalanishning ma'lum bir sohasiga aylangan yagona fan emas: xuddi shu tamoyil lingvistik tadqiqotning boshqa yangi sohasi - siyosiy tilshunoslikni mustaqil fanga ajratish uchun ishlatiladi. Uni o'rganish tilning siyosiy aloqalar sohasidagi faoliyatidir.

Ommaviy kommunikatsiyaning jadal rivojlanayotgan sohasida nutqdan foydalanishning turli jihatlarini organish nafaqat "ommaviy axborot vositalari tili" tushunchasining shakllanishiga olib keldi, balki zamonaviy tilshunoslikda yangi yo'nalish - medialingvistikaning shakllanishiga ham xizmat qildi. Media lingvistikasining predmeti tilning ommaviy kommunikatsiya sohasida faoliyat yuritishini yoki "ommaviy axborot vositalaridagi so'z"ni har tomonlama o'rganadi.

Media lingvistikasi doirasida ommaviy axborot vositalari nutqining turli jihatlariga oid ilgari bir-biridan farq qiladigan barcha tadqiqotlar yagona tartibli tizimga birlashtirildi. Media lingvistikasining ichki tuzilishi predmetning yaxlit tasavvurini aks ettiradi. Ommaviy axborot vositalari matnlarining barcha tarkibiy qismlari va darajalari lingvistik va ekstralingvistik omillar uyg'unligida chuqur tahlil qilinadi: media matnlarni yaratish va tarqatish usullarining ularning lingvistik va format xususiyatlariga ta'siri, funksional-janr tasnifi, fonologik, sintagmatik masalalar va stilistik xususiyatlar, talqin qilish xususiyatlari, madaniyatga xos xususiyatlar, g'oyaviy modallik, pragmalingvistik qadriyat.

Media lingvistikasining asosiy nazariy asosi ommaviy axborot vositalari matni tushunchasi bolib, unda mediamatn kop qatlamli, ko'p bosqichli hodisani ifodalovchi lingvistik va media xususiyatlarning dialektik birligi sifatida qaraladi.



Ommaviy axborot vositalari nutqining asosiy darajalariga og'zaki matn darajasi, video ketma-ketligi yoki grafik tasvir darajasi, ovozi hamrohlik darajasi kiradi. Turli xillik deb tushuniladi.

Media lingvistikasi uchun muallif o'ziga xos shaxs, uning qarashlari, ijtimoiy mavqei sifatida muhimdir. Tadqiqotchilar tajribasini inobatga olgan holda, biz medialingvistika maktabi doirasida “mualliflik” tushunchasi bilan ishlashni maqul koramiz.

Qiyosiy tahlilni amalga oshirar ekanmiz, shuni aytish kerakki, ingliz tilida modal fe'llar ifodalash usullari, matnning stilistik belgilaridan qat'i nazar, modal fe'llar tizimining semantik salohiyati bilan bog'liq bo'lgan alohida aniqlik bilan tavsiflanadi. Inglizcha modal fe'llar - harakatning o'ziga emas, balki harakatga munosabat bildiruvchi fe'llar guruhi. Shuning uchun ingliz tilidagi modal fe'llarning rus tilidagi ekvivalentlari ko'pincha can, need, required, tipidagi predikatlar guruhida uchraydi, shuningdek, ingliz tilidagi modal predikatlarning o'zbekcha qo'shimchalar va qo'shimchali iboralar bilan semantik o'xshashligi mavjud, ehtimol, ehtimol, bo'lishi kerak, majburiy va boshqalar; masalan: Bu ortiqcha mablag'ni biror joyga investitsiya qilish kerak va Manchester Siti jozibador bo'lishi mumkin bo'lsada, aylanib o'tish uchun futbol klublari yetarli emas. «Bu ortiqcha mablag'ni biror joyga investitsiya qilish kerak va «ManchesterSiti» jozibador bo'lsada, hamma uchun futbol klublari yetarli emas.

Shu bilan birga, shuni ta'kidlash kerakki, o'zbek tilidagi ushbu ekvivalentlardan ingliz tilidagi modal fe'llardan foydalanish mavzuni nomlamaslik texnikasiga mos keladi. Ammo ingliz tilidagi modal tuzilmalarni o'zbek tiliga mos keladigan modal fe'llar va indikativ kayfiyatdagi fe'llar shaklida tarjima qilish juda mumkin. Shunday qilib, umuman olganda, o'zbek va ingliz tillari o'rtasidagi tipologik farqlarga qaramay, umumiy konseptual ma'no saqlanib qolgan.

XULOSA

Xulosa o'rnida shuni ta'kidlash kerakki, medialingvistika tilning media sohadagi faoliyatini o'rganuvchi fan bo'lib, nisbatan yaqinda paydo bo'lgan. U ikki fanning chorrahasida vujudga kelgan, demak, u o'ziga xos xususiyatlarni o'zida mujassam etgan:



bir tomondan, lingvistik tadqiqotlar bazasidan foydalansa, ikkinchi tomondan, medialogiyaning umumiy tizimiga kiritilgan. Uning asosiy toifasi bir qator xarakterli xususiyatlarni o'zida mujassam etgan murakkab hodisa bo'lgan ommaviy axborot vositalari matnidir.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Dobroslonskaya T.G. Media lingvistikasi nazariyasi va usullari. — Moskva, 2000.
2. Аристова В.М. Англо-русские языковые контакты (англицизмы в русском языке). — Л., 1978. 152 с.
3. <https://cyberleninka.ru/article/n/izuchenie-diskursa-v-ramkah-medialingvistiki>
4. Axatova Kumushxon Qurbonali Qizi, Nurmatova Munis Mashrabovna, & Xolmatova Muhayyo Abduhalim Qizi (2022). INGLIZ VA O`ZBEK TILLARIDA AKTUALLASHTIRUVCHI VOSITALAR. Talqin va tadqiqotlar ilmiy-uslubiy jurnali, 1 (12), 130-133.
5. Mashrabovna, N. M. (2022). MAIN TYPES OF LANGUAGE POLITENESS. PEDAGOGS jurnali, 20(2), 50-53.
6. Муротовна , Қ. М. ., & Машрабовна , Н. М. . (2022). Бадий Нутқ Ва Бадий Тасвир. Miasto Przyszłości, 28, 445–447.
7. Mashrabovna, N. M. (2022). NOVERBAL MULOQOTNI IFODALOVCHI VOSITALAR. Finland International Scientific Journal of Education, Social Science & Humanities, 10(11), 5-7.