



INGLIZ VA O'ZBEK TILIDAGI OMMAVIY AXBOROT VOSITALARINING LEKSIK XUSUSIYATLARI

Shahnoza Normurodova Shuxrat qizi

Lingvistika: Ingliz tili mutaxassisligi magistranti Farg'ona Davlat Universiteti

Umarova Nargiza

Filologiya fakulteti, Tilshunoslik kafedrasi dotsenti Farg'ona Davlat Universiteti

Annotatsiya: Ushbu maqolada ommaviy axborot vositalarining ingliz va o'zbek tillarida o'rganilishi va medialingvistika atamasiga qisqacha to'xtalib o'tiladi. Shuningdek, har ikki tilda namunalar keltirilib, leksik jihatdan izohlanadi.

Kalit so'zlar: OAV, axborot, mediamatn, medialingvistika, sotsiolingvistika, etnolingvistika, AKT, media psixologiyasi, leksik so'z, leksik birliklar, gazeta uslubi .

Ma'lum bir atamalarni tahlil qilishdan avval "ommaviy axborot vositalari" so'ziga izoh berib o'tmoqchiman.

OAV (ommaviy axborot vositalari)- keng ommaga axborot yetkazuvchi barcha turdagi media texnologiyalari. Uning bir necha turlari mavjud:

1. Vizual (matbuot va internet)
2. Auditiv (radio va televideniya)
3. Audiovizual (televizor)

Ba'zi manbalarda boshqacha bo'linish holatlariga ham duch kelishimiz mumkin.

Zamonaviy dunyoda, ya'ni ushbu texnologiya asrida, inson kun davomida deyarli 40% dan ortiq vaqtini ommaviy axborot vositalari (OAV)ga sarflar ekan. Bundan ko'rinib turibdiki, OAV tili hozirda alohida ahamiyatga ega bo'lib, medialingvistika deb atalgan soha sifatida o'rganila boshlandi. "Medialingvistika" atamasi fanlar chorrahasida paydo bo'ladigan yangi o'quv fanlarini - sotsiolingvistika, etnolingvistika, media psixologiyasi, media iqtisodiyoti va boshqalarni nomlash uchun ishlatiladigan bir qator leksik birliklar bilan o'xshashlikyo'li bilan shakllangan. Bu atama nisbatan yaqinda, 2000 yilda paydo bo'lgan. Birinchi marta T.G.Dobrosklonskayaning "Media lingvistikasi nazariyasi va usullari" doktorlik dissertatsiyasida qo'llanilgan. Biroz oldinroq uning ingliz tilidagi "media lingvistika" versiyasi paydo bo'lgan, buni Britaniya tadqiqotchilari asarlarida topish mumkin.

"Ommaviy axborot vositalari" (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 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.

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, funktsional-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 bo'lib, unda mediamatn ko'p 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, ovozli hamrohlik darajasi kiradi. Turli xillik deb tushuniladi.

Ommaviy axborot vositalarini leksik jihatdan tahlil qilarkanmiz, birinchidan leksik so'zini tushunishimiz zarur. Leksik so'z (leksema)- leksik mazmunli so'z, tilshunoslikning leksikologiya bo'limida o'rganiladi. Leksik ma'no deganda so'z ifoda etadigan tushuncha, hissiy-ta'siriy bo'yoq va uslubiy belgilar yig'indisi tushuniladi. Demak, tushuncha, hissiy-ta'siriy bo'yoq, uslubiy belgi leksik ma'no komponentlari deyiladi.

Media tekstlarida biz juda ko'p omonimlar, sinonimlar, antonimlar va ko'p ma'noli so'zlarga duch kelishimiz mumkin. Ushbu so'zlar mediamatnlarda tur xillilik, bo'yoqlilikni ta'minlab bersada, ba'zan inson ularni tushunishga qiynalishi mumkin. Ayrim so'zlarning lug'aviy ma'nolari, kontekstdagidan farq qilishi mumkin. Namuna uchun, POWER so'zini olsak.

- Great power- buyuk davlat



- State power- davlat hukumati
- Equal powers- teng huquqlilik
- Emergency powers- favqulodda muhtoriyat
- Man power- ishchi kuch

Yuqoridagi “power” soʻzining maʼnolari kontekstda koʻp maʼnolilikni ifodalamoqda.

Koʻp holatlarda, gazetalarda turli millat vakillariga tegishli boʻlgan realia soʻzlarni ifodalashda ikki tilda ham bir xil maʼnoni izohlaydigan sinonimlardan foydalanamiz. Misol taraqqasida: “rus fazogirlari” ingliz tilida “cosmonauts” deb tarjima qilinsa, “amerika fazogirlari” esa “astronauts” deb tarjima qilinadi. “satellite” soʻzi “sputnik” soʻzining maʼnodoshi hisoblanadi.

Shuningdek, gazeta matnlarida biz juft sinonimlarni ham koʻrishimiz mumkin, lekin antonimlar kam holatlarda ishlatiladi. Masalan, “white-collar workers” soʻzini zid maʼnosi “blue-collar workers” ga nisbatan boʻlsa, “champions for peace” soʻziga antonim sifatida “war-mongers” ni olishimiz mumkin.

Radio OAVda qoʻllaniladigan eng koʻp uchraydigan sinonimlarni ham keltirib oʻtmoqchiman.

- 1) Broadcast=transmit (radioeshittirish uzatmoq)
- 2) Feedback=howl-round (keraksiz shovqin)
- 3) Header=a standing head (maxsus yozuv)
- 4) Anchor=reporter (muxbir)
- 5) Atmos=ambient sound (tevarakdagi ovoz)

Yuqoridagi “anchor” faqat media tilida “muxbir” maʼnosida ishlatiladi, asl maʼnosi esa kema yoki qayiqni suvda tutib turish uchun ishlatiladigan yakorlangar hisoblanadi. “Feedback” soʻzi esa lugʻaviy jihatdan “fikr yoki mulohaza” maʼnosini ifodalasa, mediamatnlarda u translatsiya vaqtida mikrofondan chiqadigan uvillash, gʻirillash kabi shovqinlar sifatida qoʻllaniladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. T.G. Dobrosklonskaya "Theory and Methods of Media Linguistics" doctoral dissertation Moscow 2000y
2. Chudinov A.P. Political linguistics. - M.: Flinta-Nauka, 2006
3. S.X. SHOMAKSUDOVA, M.I. ISRAIL :OAV da yozma nutq. Nutq va munozara” oʻquv qoʻllanma. -T “IQTISOD-MOLIYA” , 2018.
4. Аристова В.М. Англо-русские языковые контакты (англицизмы в русском языке) Л. , 1978. 152 с.



5. Добросклонская. Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов. Опыт исследования современной английской медиаречи. – М., 2005. – 288 с.
6. www.google.com
7. www.wicipediya.com
8. www.articlekz.com
9. www.edutainmentventures.com