



INGLIZ TILIDAN O‘ZBEK TILIGA KIRGAN O‘ZLASHMA SO‘ZLARDA ASL MA‘NONING SAQLANISH VA O‘ZGARISH XUSUSIYATLARI

<https://doi.org/10.5281/zenodo.20351592>

Madrimov Hamdambek Olimjon o‘g‘li

*Urganch RANCH texnologiyalar
universiteti 1-kurs magistranti*

Annotatsiya: *Ushbu maqolada ingliz tilidan o‘zbek tiliga kirgan o‘zlashma so‘zlarning semantik xususiyatlari, ularning asl ma‘nosining saqlanishi hamda yangi til muhitida yuz beradigan ma‘no o‘zgarishlari tahlil qilingan. Maqolada inglizcha o‘zlashmalarning o‘zbek tiliga kirib kelish omillari, fonetik va grammatik moslashuv jarayonlari, ma‘no kengayishi, torayishi hamda semantik yangilanish holatlari ilmiy misollar asosida yoritilgan. Shuningdek, inglizcha o‘zlashmalarning yoshlar nutqi, ommaviy axborot vositalari va zamonaviy kommunikatsiyadagi o‘rni haqida fikr yuritilgan. Tadqiqot natijasida inglizcha o‘zlashmalar zamonaviy o‘zbek tilining lug‘at boyligini kengaytirishda muhim omil ekanligi bilan birga, ularni me‘yoriy va o‘rinli qo‘llash zarurligi asoslab berilgan.*

Kalit so‘zlar: *o‘zlashma, semantika, lingvistika, globallashuv, leksika, internet, blogger, trend, marketing, kommunikatsiya, integratsiya, tilshunoslik, fonetika, grammatika.*

Abstract: *This article analyzes the semantic features of loanwords borrowed from English into Uzbek, their preservation of original meanings, and the processes of semantic change occurring in the new linguistic environment. It examines the factors of borrowing English words into Uzbek, as well as phonetic and grammatical adaptation processes, semantic extension, narrowing, and semantic shift based on linguistic examples. The study also discusses the role of English loanwords in youth speech, mass media, and modern communication. The results show that English loanwords significantly enrich the lexical system of the Uzbek language while also requiring proper and standardized usage.*

Key words: *loanwords, semantics, linguistics, globalization, lexicon, internet, blogger, trend, marketing, communication, integration, phonetics, grammar.*

Аннотация: *В данной статье анализируются семантические особенности заимствованных слов, пришедших из английского языка в узбекский, сохранение их первоначального значения, а также процессы семантических изменений в новой языковой среде. Рассматриваются факторы заимствования английских слов в узбекский язык, а также процессы фонетической и грамматической адаптации, расширения и сужения значений, семантических преобразований на основе*



лингвистических примеров. Также обсуждается роль англицизмов в речи молодежи, средствах массовой информации и современной коммуникации. Результаты исследования показывают, что английские заимствования значительно обогащают словарный состав узбекского языка, однако требуют нормативного и уместного использования.

Ключевые слова: заимствования, семантика, лингвистика, глобализация, лексика, интернет, блогер, тренд, маркетинг, коммуникация, интеграция, фонетика, грамматика.

KIRISH

Bugungi globallashuv jarayonida dunyo tillari o'rtasidagi o'zaro ta'sir va integratsiya tobora kuchayib bormoqda. Xususan, xalqaro iqtisodiy, siyosiy, ilmiy-texnik va madaniy aloqalarning kengayishi natijasida ingliz tili jahondagi eng faol xalqaro muloqot vositalaridan biriga aylandi. Shu sababli ingliz tilining boshqa tillarga, jumladan o'zbek tiliga ta'siri sezilarli darajada ortmoqda. Ayniqsa, mustaqillik yillaridan keyin O'zbekistonda xorijiy davlatlar bilan aloqalarning rivojlanishi, internet va axborot texnologiyalarining keng tarqalishi, ta'lim tizimida chet tillariga e'tiborning kuchayishi natijasida ingliz tilidan o'zlashgan so'zlar soni keskin oshdi. Bugungi kunda kundalik hayot, ommaviy axborot vositalari, reklama, biznes, iqtisodiyot, sport, texnologiya va yoshlar nutqida inglizcha kelib chiqishga ega bo'lgan ko'plab birliklar faol qo'llanilmoqda.

Tilshunoslikda bir tildan ikkinchi tilga kirib kelgan so'zlar o'zlashma so'zlar deb yuritiladi. O'zlashma so'zlar til boyligining muhim qatlamlaridan biri bo'lib, ular tilning rivojlanish jarayonida yangi tushunchalarni ifodalash, mavjud

lug'at tarkibini boyitish va zamonaviy ehtiyojlarni qondirishda muhim ahamiyat kasb etadi. Biroq har qanday o'zlashma so'z yangi til muhitiga kiringach, ma'lum fonetik, leksik-semantik va uslubiy o'zgarishlarga uchraydi. Ayrim hollarda so'zning asl ma'nosi to'liq saqlanadi, ayrim hollarda esa ma'no torayishi, kengayishi yoki butunlay yangi semantik mazmun kasb etishi kuzatiladi. Bu jarayon esa tilshunoslikning dolzarb masalalaridan biri hisoblanadi.

Ingliz tilidan o'zbek tiliga kirgan o'zlashma so'zlarning semantik xususiyatlarini o'rganish bugungi kunda alohida ilmiy ahamiyatga ega. Chunki zamonaviy o'zbek tilida qo'llanayotgan ko'plab inglizcha birliklar asl manosi bilan bir qatorda yangi ma'no va uslubiy vazifalarni ham bajarmoqda. Masalan, "market", "blogger", "menedjer", "onlayn", "skaner", "fayl", "reyting", "trend", "brend" kabi birliklar dastlab ingliz tilidagi ma'nosiga yaqin tarzda qo'llangan bo'lsa-da, vaqt o'tishi bilan o'zbek tilining ichki qonuniyatlari asosida yangi semantik qirralarni ham hosil qilgan. Natijada ayrim birliklar o'zbek tilida keng ommalashib, faol lug'at qatlamiga aylangan.



Mazkur mavzuning dolzarbligi shundaki, bugungi axborotlashgan jamiyatda ingliz tilining ta'siri tobora kuchayib borayotgan bir paytda o'zlashma so'zlarning ma'no taraqqiyotini ilmiy asosda tahlil qilish til taraqqiyoti qonuniyatlarini aniqlashga yordam beradi. Shu bilan birga, inglizcha o'zlashmalarni to'g'ri qo'llash, ularning asl ma'nosi va o'zbek tilidagi semantik o'zgarishlarini anglash til madaniyati va nutq savodxonligini oshirishda muhim omil hisoblanadi.

ASOSIY QISM

Har qanday tilning lug'at boyligi jamiyat taraqqiyoti, siyosiy va iqtisodiy munosabatlar, ilm-fan hamda texnologik rivojlanish bilan chambarchas bog'liq holda shakllanadi. O'zbek tili ham tarixiy taraqqiyot davomida turli tillar bilan aloqada bo'lib kelgan va buning natijasida arab, fors-tojik, rus hamda boshqa tillardan ko'plab o'zlashma so'zlarni qabul qilgan. XXI asrga kelib esa ingliz tilining xalqaro miqyosdagi mavqei kuchaygani sababli inglizcha o'zlashmalar o'zbek tilida eng faol qatlamlardan biriga aylandi. Ayniqsa, internet tarmog'ining keng tarqalishi, xalqaro biznes munosabatlari, zamonaviy texnologiyalar, ijtimoiy tarmoqlar va ommaviy madaniyat ta'siri ingliz tilidan kirib kelayotgan birliklar sonining ortishiga sabab bo'ldi.

Bugungi kunda ingliz tilidan kirgan o'zlashma so'zlar asosan iqtisodiyot, marketing, IT texnologiyalari, sport, ta'lim va media sohalarida faol qo'llanmoqda. Masalan, "startup",

"marketing", "manager", "design", "trend", "online", "blog", "chat", "smartfon", "scanner", "printer", "file", "rating", "server" kabi birliklar kundalik nutqning faol elementiga aylangan. Ushbu so'zlarning ayrimlari o'zbek tilida muqobil variantga ega bo'lsa-da, inglizcha shakli ommaviy qo'llanilishi sababli tilga mustahkam singib ketgan. Bu holat esa ingliz tilining global kommunikatsiyadagi ustun mavqei ko'rsatadi. Inglizcha o'zlashmalar tilga kirishda ma'lum moslashuv bosqichlarini bosib o'tadi. Avvalo, so'z fonetik jihatdan o'zbek talaffuz tizimiga moslashadi. Masalan, "computer" so'zi "kompyuter", "manager" esa "menedjer" shaklida qo'llanadi. Keyingi bosqichda esa ushbu birliklar grammatik jihatdan o'zbek tiliga moslashadi, ya'ni ular qo'shimchalar qabul qilib, gap tarkibida faol ishlatiladi: "bloggerlar", "fayllarni", "onlaynda", "marketga" kabi shakllar bunga misol bo'la oladi. Bu esa o'zlashma birliklarning til tizimiga chuqur integratsiyalashganini ko'rsatadi.

Ingliz tilidan kirgan ayrim o'zlashma so'zlar o'zbek tilida deyarli asl ma'nosini saqlagan holda qo'llanadi. Bunday birliklar odatda ilmiy-texnik terminlar yoki xalqaro miqyosda umumiy ma'noga ega bo'lgan tushunchalarni ifodalaydi. Masalan, "internet", "scanner", "monitor", "printer", "server", "smartfon", "blog", "online", "marketing" kabi so'zlar ingliz tilidagi ma'nosiga juda yaqin holda ishlatiladi. Chunki bu tushunchalar dunyo bo'ylab bir xil mazmunni ifodalaydi va ular uchun



yangi milliy ekvivalent yaratish murakkab hisoblanadi. Asl ma'noning saqlanishi ko'pincha terminologik aniqlik bilan bog'liq bo'ladi. Xalqaro ilmiy va texnologik terminlar ko'plab tillarda bir xil yoki o'xshash shaklda qo'llanadi. Masalan, "scanner" ingliz tilida matn yoki tasvirni elektron shaklga o'tkazuvchi qurilmani anglatadi, o'zbek tilida ham aynan shu ma'noda ishlatiladi. Yoki "blog" termini internetdagi shaxsiy sahifa yoki elektron kundalik ma'nosida qo'llanib, o'zbek tilida ham mazkur mazmuni saqlab qolgan.

Bundan tashqari, ayrim o'zlashmalar asl ma'nosini saqlash bilan birga uslubiy jihatdan zamonaviylik va innovatsionlikni ham ifodalaydi. Masalan, "startup" so'zi oddiy korxonaga emas, balki yangi innovatsion biznes loyiha ma'nosida qo'llanadi. O'zbek tilida ham bu birlik aynan shu mazmuni saqlab qolgan. Demak, inglizcha o'zlashmalarining bir qismi tilga kirgach, semantik o'zgarishga uchramasdan, o'zining dastlabki ma'nosini saqlab qoladi.

Til taraqqiyoti davomida ayrim o'zlashma so'zlar yangi ma'no qirralarini hosil qiladi. Bu jarayon semantik kengayish deb ataladi. Ingliz tilidan o'zbek tiliga kirgan ayrim birliklar dastlab tor ma'noda qo'llangan bo'lsa, keyinchalik kengroq mazmun kasb etgan. Masalan, "blogger" so'zi dastlab internetdagi maqola yoki kundalik yurituvchi shaxsni anglatgan. Hozirgi kunda esa ushbu birlik ijtimoiy tarmoqlarda faol kontent yaratuvchi har

qanday shaxsga nisbatan ishlatilmoqda. Natijada so'zning ma'no doirasi kengaydi. Yoki "trend" so'zi ingliz tilida ma'lum yo'nalish yoki tendensiyani bildiradi. O'zbek tilida esa bu birlik ko'proq moda, ommaboplik yoki vaqtinchalik mashhurlik ma'nolarida ham ishlatilmoqda. Masalan, "trenddagi qo'shiq", "trenddagi video" kabi birikmalar ushbu so'zning semantik jihatdan kengayganini ko'rsatadi. Shuningdek, "market" so'zi ingliz tilida asosan "bozor" ma'nosini bildiradi. O'zbek tilida esa u supermarket, savdo markazi yoki yirik do'kon ma'nolarida ham ishlatiladi. Demak, inglizcha o'zlashmalar tilga moslashish jarayonida yangi semantik imkoniyatlarga ega bo'lib boradi.

Ba'zi hollarda o'zlashma so'zlarning ma'nosi torayib ketadi yoki asl mazmunidan qisman uzoqlashadi. Bu hodisa semantik torayish deb yuritiladi. Masalan, ingliz tilidagi "designer" so'zi turli yo'nalishdagi loyiha yaratuvchi mutaxassisni bildiradi. O'zbek tilida esa ko'pincha kiyim-kechak yoki moda bilan shug'ullanuvchi shaxs ma'nosida ishlatiladi. Natijada so'zning ma'no doirasi toraygan. Shuningdek, "club" so'zi ingliz tilida turli maqsaddagi uyushma yoki tashkilotni anglatadi, o'zbek tilida asosan tungi klub yoki sport klubi ma'nolarida qo'llanadi. Bu ham semantik torayishning yorqin namunasi hisoblanadi. Ayrim hollarda esa so'zning ma'nosi sezilarli darajada o'zgaradi. Masalan, "hit" so'zi ingliz tilida "urmoq" ma'nosini bildirsa-da, o'zbek tilida u



asosan mashhur qo'shiq yoki ommabop mahsulot ma'nosida ishlatiladi. Yoki "show" so'zi ingliz tilida oddiy "ko'rsatish" ma'nosini anglatadi, o'zbek tilida ko'proq tomoshabop dastur yoki sahna chiqishi mazmunida qo'llanmoqda. Bu holatlar o'zlashma so'zlarning yangi til muhitida qayta semantik shakllanish jarayonini ko'rsatadi.

Bugungi kunda inglizcha o'zlashmalar nafaqat leksik qatlamni boyitmoqda, balki nutqning uslubiy xususiyatlariga ham ta'sir ko'rsatmoqda. Ayniqsa, yoshlar nutqi, reklama matnlari, ommaviy axborot vositalari va ijtimoiy tarmoqlarda inglizcha birliklardan keng foydalanilmoqda. Bu holat zamonaviylik, xalqaro uslub va innovatsion fikrlash belgisi sifatida qabul qilinmoqda. Reklama va marketing sohasida inglizcha birliklarning qo'llanilishi mahsulot yoki xizmatning nufuzini oshirish vositasi sifatida xizmat qiladi. Masalan, "premium", "super sale", "top brand", "fashion", "shopping" kabi birliklar iste'molchilar e'tiborini jalb qilish maqsadida faol ishlatiladi. Shu sababli inglizcha o'zlashmalar ko'pincha emotsional-ekspressiv vazifa ham bajaradi. Biroq ayrim hollarda inglizcha so'zlarning haddan tashqari ko'payishi tilning milliy xususiyatlariga salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin. Chunki mavjud o'zbekcha muqobillar o'rniga chet til birliklarining ortiqcha ishlatilishi nutqning sun'iyliklariga olib keladi. Shu bois tilshunoslar o'zlashma so'zlardan o'rinli va me'yoriy foydalanish zarurligini ta'kidlaydilar.

Ingliz tilidan o'zbek tiliga kirgan o'zlashma so'zlar dastlab talaffuz jihatidan ma'lum o'zgarishlarga uchraydi. Chunki ingliz va o'zbek tillarining fonetik tizimi bir-biridan sezilarli farq qiladi. Ingliz tilidagi ayrim tovushlar o'zbek tilida mavjud emasligi sababli ular o'zbek talaffuz me'yorlariga moslashtiriladi. Masalan, ingliz tilidagi "computer" so'zi o'zbek tilida "kompyuter", "scanner" esa "skaner" shaklida qo'llanadi. Bu jarayonda so'zning talaffuzi soddalashadi va mahalliy nutq tizimiga moslashadi. Shuningdek, ingliz tilidagi urg'u tizimi ham o'zbek tiliga moslashadi. Ingliz tilida urg'u turli bo'g'inlarga tushishi mumkin, o'zbek tilida esa urg'u odatda oxirgi bo'g'inga yaqinlashadi. Natijada ayrim o'zlashmalar talaffuzida milliy til qonuniyatlari ustunlik qiladi. Masalan, "marketing", "internet", "printer", "monitor" kabi birliklar o'zbekcha talaffuz me'yorlari asosida aytiladi.

Fonetik moslashuv jarayoni ayrim hollarda so'zning yozilishiga ham ta'sir ko'rsatadi. O'zbek yozuvida inglizcha birliklarning talaffuzga yaqin shakli qo'llanadi: "chat" – "chat", "manager" – "menedjer", "blogger" – "blogger". Bu holat o'zlashma so'zlarning til tizimiga tabiiy singib ketishini ta'minlaydi.

O'zbek tiliga kirgan inglizcha birliklar vaqt o'tishi bilan grammatik jihatdan ham faol qo'llanila boshlaydi. Ya'ni ular o'zbek tilining qo'shimcha tizimiga moslashib, turli grammatik shakllarni hosil qiladi. Masalan, "bloggerlar", "marketga", "fayllarni",



“onlaynda”, “printerdan” kabi shakllar o‘zlashma birliklarning grammatik integratsiyalashganini ko‘rsatadi. Bu jarayon tilning moslashuvchanlik xususiyatidan dalolat beradi. O‘zbek tili o‘zlashma so‘zlarni faqat qabul qilib qolmay, balki ularni o‘z grammatik tizimiga bo‘ysundiradi. Natijada inglizcha birliklar gap tarkibida erkin ishlatiladigan faol leksik qatlamga aylanadi. Ayniqsa, ko‘plik, egalik va kelishik qo‘shimchalari o‘zlashma birliklarga bimalol qo‘shilmoqda: “trendlar”, “faylim”, “marketdan”, “skanerga” kabi shakllar bunga misol bo‘ladi. Shuningdek, ayrim inglizcha o‘zlashmalardan yangi yasama birliklar ham hosil qilinmoqda. Masalan, “blog” so‘zidan “bloggerlik”, “marketing” so‘zidan “marketingchi”, “dizayn” so‘zidan “dizaynerlik” kabi hosila birliklar yuzaga kelgan. Bu esa inglizcha o‘zlashmalarning o‘zbek tilida faol so‘z yasash bazasiga aylanganini ko‘rsatadi.

Zamonaviy yoshlar nutqida inglizcha o‘zlashmalar alohida faol qatlamni tashkil etadi. Ayniqsa, ijtimoiy tarmoqlar, kompyuter o‘yinlari, internet kommunikatsiyasi va multimedia vositalari orqali inglizcha birliklar yoshlar tiliga tez kirib bormoqda. “Like”, “story”, “post”, “chat”, “status”, “content”, “gamer”, “stream”, “video” kabi birliklar yoshlar orasida juda keng qo‘llanadi.

Yoshlar nutqida inglizcha birliklarning faol ishlatilishi zamonaviylik va global madaniyat bilan bog‘liqlik belgisi sifatida namoyon bo‘lmoqda. Ko‘plab yoshlar inglizcha birliklarni ishlatish orqali o‘z nutqini

zamonaviy va ommabop ko‘rsatishga intiladi. Bu holat ayniqsa internet tilida yaqqol seziladi. Biroq ayrim hollarda inglizcha birliklarning haddan tashqari ko‘payishi aralash nutq hodisasini yuzaga keltirmoqda. Masalan, oddiy o‘zbekcha gap tarkibida ortiqcha inglizcha birliklarning ishlatilishi til me‘yorlariga salbiy ta‘sir qilishi mumkin. Shu sababli mutaxassislar inglizcha o‘zlashmalardan foydalanishda me‘yor va muvozanatni saqlash zarurligini ta‘kidlaydilar.

Bugungi kunda televideniye, radio, internet nashrlari va reklama matnlarida inglizcha o‘zlashmalar keng uchramoqda. Ayniqsa, texnologiya, biznes va sportga oid axborotlarda inglizcha birliklar ko‘pincha tarjimasiz qo‘llanadi. Masalan, “startup loyiha”, “digital texnologiya”, “online platforma”, “media kontent”, “top yangilik” kabi birikmalar OAV tilida keng tarqalgan. Ommaviy axborot vositalari inglizcha o‘zlashmalarni ommalashtirishda muhim vosita hisoblanadi. Chunki televizion dasturlar, reklama roliklari va internet maqolalari orqali yangi birliklar keng auditoriyaga tez yetib boradi. Natijada ilgari tor doirada ishlatilgan ayrim terminlar ommaviy nutqqa kirib keladi. Reklama tilida esa inglizcha birliklar ko‘pincha mahsulotning sifatini yoki zamonaviyligini ta‘kidlash uchun ishlatiladi. Masalan, “premium class”, “fashion week”, “best product”, “smart service” kabi birikmalar iste‘molchilarga ta‘sir ko‘rsatish maqsadida qo‘llanadi. Bu holat ingliz tilining iqtisodiy va madaniy



nufuzini ham namoyon etadi.

Tilshunoslikda o‘zlashma so‘zlarga ikki xil yondashuv mavjud. Birinchi qarashga ko‘ra, o‘zlashmalar til boyligini kengaytiradi va yangi tushunchalarni ifodalash imkonini yaratadi. Ikkinchi qarash esa ortiqcha o‘zlashmalar milliy tilning tabiiy rivojiga salbiy ta‘sir ko‘rsatishi mumkinligini ta‘kidlaydi. Inglizcha o‘zlashmalar masalasida ham aynan shu ikki qarash o‘rtasida ilmiy munozaralar mavjud. Bir tomondan, zamonaviy texnologiyalar va xalqaro kommunikatsiya bilan bog‘liq yangi tushunchalarni ifodalashda inglizcha birliklar juda qulay vosita bo‘lib xizmat qilmoqda. Chunki ayrim ilmiy va texnik terminlarning o‘zbekcha muqobilini yaratish murakkab yoki sun‘iy ko‘rinishi mumkin. Shu sababli “internet”, “server”, “smartfon”, “marketing” kabi birliklar xalqaro termin sifatida tilga mustahkam singib ketgan. Ikkinchi tomondan esa, oddiy o‘zbekcha muqobili mavjud bo‘lgan hollarda inglizcha variantlarning ortiqcha qo‘llanilishi milliy til imkoniyatlarini cheklashi mumkin. Masalan, “meeting” o‘rniga “uchrashuv”, “shopping” o‘rniga “xarid”, “sale” o‘rniga “chegirma savdosi” kabi milliy variantlar mavjud bo‘lsa-da, inglizcha shakllar faol ishlatilmoqda. Bu esa ayrim hollarda nutqning sun‘iylashuviga sabab bo‘ladi. Shu bois zamonaviy til siyosatida o‘zlashma so‘zlardan oqilona foydalanish masalasi muhim ahamiyat kasb etmoqda. Til taraqqiyoti uchun zarur bo‘lgan

xalqaro terminlarni qabul qilish bilan bir qatorda, milliy til imkoniyatlarini ham asrash va rivojlantirish zarur hisoblanadi.

XULOSA

Xulosa qilib aytganda, ingliz tilidan o‘zbek tiliga kirgan o‘zlashma so‘zlar zamonaviy til taraqqiyotining muhim tarkibiy qismlaridan biri hisoblanadi. Globallashuv, ilm-fan va texnologiyaning rivojlanishi, internet hamda xalqaro kommunikatsiyaning kengayishi natijasida inglizcha birliklarning o‘zbek tiliga kirib kelishi yanada faollashdi. Ayniqsa, iqtisodiyot, axborot texnologiyalari, marketing, sport, media va yoshlar nutqida inglizcha o‘zlashmalar keng qo‘llanmoqda. Bu esa ingliz tilining bugungi dunyo miqyosidagi nufuzini va xalqaro aloqa vositasi sifatidagi ahamiyatini yaqqol ko‘rsatadi.

Tadqiqot davomida inglizcha o‘zlashmalarning o‘zbek tiliga kirish jarayonida turli fonetik, grammatik va semantik o‘zgarishlarga uchrashi aniqlandi. Ayrim birliklar o‘zining dastlabki ma‘nosini deyarli to‘liq saqlab qolgan bo‘lsa, ayrimlari yangi til muhiti ta‘sirida ma‘no kengayishi, torayishi yoki qisman o‘zgarish hodisasini boshdan kechirgan. Shuningdek, inglizcha o‘zlashmalar o‘zbek tilining grammatik tizimiga ham faol moslashgani kuzatildi. Ular turli qo‘shimchalarni qabul qilib, yangi yasama birliklar hosil qilmoqda hamda kundalik nutqda erkin ishlatilmoqda. Bu esa inglizcha birliklarning o‘zbek tiliga chuqur integratsiyalashganidan dalolat beradi. Ayniqsa, yoshlar nutqi, ijtimoiy tarmoqlar



va ommaviy axborot vositalari inglizcha o'zlashmalarning keng tarqalishida muhim omil bo'lib xizmat qilmoqda. Biroq inglizcha o'zlashmalarning haddan tashqari ko'payishi ayrim hollarda milliy til me'yorlariga salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin. Chunki mavjud o'zbekcha muqobillar o'rniga chet til birliklarining ortiqcha ishlatilishi nutqning sun'iy lashishiga va milliy til imkoniyatlarining cheklanishiga olib keladi. Shu sababli o'zlashma so'zlardan foydalanishda til me'yorlariga amal qilish, milliy til boyligini asrash va zarur

hollarda o'zbekcha muqobillarni faol qo'llash muhim ahamiyat kasb etadi. Umuman olganda, ingliz tilidan kirgan o'zlashma so'zlar zamonaviy o'zbek tilining rivojlanishida muhim o'rin tutmoqda. Ular tilning lug'at boyligini kengaytirish, yangi tushunchalarni ifodalash va xalqaro kommunikatsiyani ta'minlashda katta ahamiyatga ega. Shu bilan birga, ushbu birliklarning asl ma'nosini saqlash yoki o'zgarish xususiyatlarini ilmiy jihatdan o'rganish tilshunoslikning dolzarb yo'nalishlaridan biri bo'lib qolmoqda.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Rahmatullayev Sh. O'zbek tilining etimologik lug'ati. Toshkent: Universitet, 2000. 600 b.
2. Hojiev A. O'zbek tili leksikologiyasi va frazeologiyasi. Toshkent: O'qituvchi, 1966. 320 b.
3. Nurmonov A., Yo'ldoshev B. Tilshunoslik nazariyasi. Toshkent: Fan, 2002. 230 b.
4. Safarov Sh. Kognitiv tilshunoslik. Jizzax: Sangzor, 2006. 318 b.
5. Mamatov A. O'zbek tili leksikasi tarixi. Toshkent: Fan, 1991. 240 b.
6. O'zbekiston milliy ensiklopediyasi. 12-jild. Toshkent: O'zbekiston milliy ensiklopediyasi davlat ilmiy nashriyoti, 2006. 680 b.
7. Mirtojdiyev M. Hozirgi o'zbek adabiy tili. Toshkent: Yangi asr avlodi, 2004. 410 b.
8. Jamolxonov H. Hozirgi o'zbek adabiy tili. Toshkent: Talqin, 2005. 368 b.
9. Azimov Yo., Iriskulov M. Tilshunoslikka kirish. Toshkent: O'qituvchi, 2008. 255 b.
10. Crystal D. English as a Global Language. Cambridge: Cambridge University Press, 2003. 212 p.
11. Fromkin V., Rodman R., Hyams N. An Introduction to Language. Boston: Cengage Learning, 2011. 624 p.
12. Yule G. The Study of Language. Cambridge: Cambridge University Press, 2014. 376 p.