



ZAMONAVIY O‘ZBEK MEDIA TILIDAGI AGNONIM LEKSIKA

Yokubova Shoxida Yusufovna

Buxoro davlat universiteti

o‘zbek tilshunosligi va jurnalistika kafedrası o‘qituvchisi

yakubovashohida1990@gmail.com

Annotatsiya: Ushbu maqolada o‘zbek tiliga kirib kelayotgan yangi leksik birliklar, ayniqsa, media tilidagi o‘zlashmalar tahlil qilinadi. Media tili terminologiyasining global standartlashuvi, tilning ixcham va tezkorlikka intilishi natijasida qo‘llanilayotgan olinma so‘zlar ijobiy ta‘siri bilan bir qatorda salbiy ta‘sirga ham ega. Media tilidagi trend bo‘lmoq, chellenj qilish, layk bosmoq, komment kabi birliklar kundalik so‘zlashuv nutqida mustahkamlanib, jamiyatning ma‘lum bir qatlami uchun agnonim sifatida qolmoqda, yoshlar nutqida aralash nutq hosil bo‘lib, nutq tabiiyligining buzilishiga sabab bo‘lmoqda.

Kalit so‘zlar: neologizm, olinma so‘z, agnonim, agnonimik vaziyat, agnonimiya, trend, chellenj, post, podkast, estetik vazifa.

Аннотация: В данной статье анализируются новые лексические единицы, входящие в узбекский язык, особенно те, которые относятся к языку СМИ. В результате глобальной стандартизации терминологии языка СМИ и стремления к краткости и скорости, заимствованные слова оказывают как положительное, так и отрицательное влияние. Такие единицы языка СМИ, как «тренд», «вызов», «лайк» и «комментарий», закрепляются в повседневной речи, оставаясь агнонимами для определенного сегмента общества, а в речи молодежи формируется смешанная речь, что приводит к нарушению естественности речи.

Ключевые слова: неологизм, заимствованное слово, агноним, агнонимическая ситуация, агнонимия, тренд, челленж, пост, подкаст, эстетическая задача, эстетическая функция.

Annotation: This article analyzes new lexical units entering the Uzbek language, particularly those related to the language of the media. As a result of the global standardization of media terminology and the desire for brevity and speed, borrowed words have both positive and negative effects. Media-language units such as "trend," "challenge," "like," and "comment" are becoming entrenched in everyday speech, remaining synonymous for a certain segment of society. Young people's speech is becoming increasingly hybrid, which undermines natural speech.

Keywords: neologism, borrowed word, agnonym, agnonymic situation, agnonymy, trend, challenge, post, podcast, aesthetic task, aesthetic function.

Kirish. XXI asr global kommunikatsiya asri sifatida dunyodagi aksariyat davlatlarda tan olingan. Global media, internet, axborot texnologiyalari sohasi va xalqaro madaniy almashinuv jarayonlari natijasida tillarning o‘zaro bir-biriga ta’siri jadal sur’atlarda kechmoqda. Bu holat ayniqsa ommaviy axborot vositalari – televideniye, internet nashrlari, bloglar, reklama matnlari va ijtimoiy tarmoqlar tilida yaqqol sezilmoqda. Globalizatsiya sharoitida tillar o‘rtasidagi o‘zaro ta’sir kuchayib, chet tillaridan bugungi axborot makoniga eng faol so‘zlar kirib kelmoqda. Natijada boshqa tillardan o‘zbek tiliga ham ko‘plab yangi so‘zlar o‘zlashmoqda. XXI asr media makoni – televideniye, internet nashrlari, bloglar, ijtimoiy tarmoqlar – tilning bunday o‘zgarishlari sodir bo‘ladigan asosiy maydonga aylandi[2;151]. Bugungi o‘zbek media tilida trend, feyk, bloger, komment, kontent, marketing, fayl, post, story, reklama banneri, xeshteg, startap, podkast, dizayn, party, messenjer kabi olinma so‘zlar keng qo‘llanmoqda.

Asosiy qism. Filolog mutaxassislar ta’kidlashicha, agnonim – bu bir tilda muloqot qiladiganlar uchun tushunarsiz bo‘lgan va muloqot jarayonida qandaydir shaklda uchrashishi kerak bo‘lgan so‘zdir. Agnonimlar hayotimizning turli sohalariga taalluqli bo‘lishi mumkin. Adabiyot, kino, musiqa, san’at, ijtimoiy hayot, iqtisod, siyosat, media soha, umuman olganda, barcha sohalarga tegishli bo‘ladi. Masalan, gibrid, blokcheyn, startap, podkast, battle, messenjer, xeshteg, trend, party, chellenj kabi so‘zlar o‘zbek tilida so‘zlashuvchilarning ayrimlari uchun ma’nosi anglashilmaydigan so‘zlar, ya’ni agnonimlardir. Media maydonda faol qo‘llanuvchi ushbu so‘zlar shu tilda so‘zlashuvchilarning ma’lum bir qismi uchun tushunarsiz, ya’ni agnonim so‘zlardir. Neologizm, olinma so‘z va agnonim so‘z ayni bir hodisa emas, neologizm – ma’lum bir tilga yangi kirib kelgan so‘z hisoblanadi, olinma so‘z esa lug‘at qatlamining tarkibiga ko‘ra o‘zlashgan so‘zdir. Agnonim so‘z esa atoqli tilshunos M.Yo‘ldoshev ta’kidlaganidek lingvosentrik hodisa emas, antroposentrik hodisadir, ya’ni ba’zi til foydalanuvchilarining qobiliyati bilan bog‘liq hodisadir[1], hammaga ham ma’nosi tushunarli bo‘lmagan so‘zlardir.

Hozirgi kunda ijtimoiy tarmoqlar va OAVda faol qo‘llanuvchi bir nechta so‘zlarni tahlilga tortsak. Shunday so‘zlardan biri party so‘zidir, bu so‘zga internetda quyidagicha izoh berilgan: Kecha, bazm yoki ziyofat (do‘stlar davrasida dam olish, tug‘ilgan kun yoki boshqa biror shaxsiy voqeani nishonlash). Masalan: Gender party (chaqaloq jinsini aniqlash marosimi), jaydari party, red party (ishtirokchilar qizil kiyim kiyib nishonlanadigan bazm, ziyofat). Ushbu so‘z ko‘p eshitilgan, lekin aynan qanday ma’noni anglatishi hammaga ham tushunarli





emas. Demak, ushbu soʻz til sohiblarining maʼlum bir qismi uchun agnonim hisoblanar ekan.

Xususiyy telekanallarning birida xalqimizning aksariyat qismi sevib tomosha qiladigan “Bollivud Battle” koʻrsatuvi mavjud. Bollivud soʻzi hind kinosanoatini ifodalashi hammamizga maʼlum, lekin battle soʻzi nima maʼnoni ifodalashi koʻpchilikka qorongʻu. “Battle” soʻzi ingliz tilidan tarjima qilinganda “jang”, “urush”, “shiddatli kurash” yoki “toʻqnashuv” maʼnolarni bildiradi. Bu soʻz nafaqat harbiy toʻqnashuvlarni, balki kundalik hayotdagi qiyinchiliklar yoki musobaqalarni ham ifodalash uchun ishlatiladi. Demak, ushbu koʻrsatuvda ishtirokchilar hind qoʻshiq va raqslari yuzasidan oʻzaro musobaqalashishadi.

Ijtimoiy tarmoqlarda juda faol qoʻllanilayotgan soʻzlardan biri podkast soʻzini tahlil qilsak. Podkast koʻrdim, podkastning yangi sonini eshitdim kabi jumlar tez-tez quloqqa chalinadi, lekin mazkur soʻz aynan nima maʼnoni ifodalashi, yoki nima ekanligini tushuntirib berolmaymiz. Podkast internet orqali yuklab olish, eshitish va tarqatish imkoni mavjud boʻlgan raqamli formatdagi dastur. Foydalanuvchilar oʻzlari tanlagan vaqtda tinglash uchun shaxsiy qurilmasiga yuklab olishi mumkin boʻlgan raqamli audio fayllarning epizodik seriyasi. Padokastlar birinchi navbatda audio vosita boʻlib, baʼzi dasturlar qoʻshimcha video komponentini taklif qiladi[6]

Nafaqat ijtimoiy tarmoqlarda, balki oddiy soʻzlashuv tilida ham juda faol boʻlgan soʻzlardan yana biri trend soʻzidir. Lugʻatda shunday taʼrif berilgan: Trend soʻzi ingliz tilidan olingan boʻlib, “tendensiya”, “yoʻnalish” yoki “moda” degan maʼnoni anglatadi. Bu atama, muayyan davrda mashhur boʻlgan uslub, gʻoya yoki hodisani ifodalash uchun ishlatiladi [8]. Ijtimoiy tarmoqlarda juda koʻp koʻrilgan rasm, videolarga nisbatan qoʻllaniladi, hattoki ushbu soʻz hozirgi kunda soʻzlashuv tilida ham juda faol qoʻllanmoqda. Lekin shu tilda soʻzlovchilarning aksariyati bu soʻzning aynan maʼnosi nima ekanligini aytib berolmaydi.

Ijtimoiy tarmoqlardan biri boʻlmish istagramda post yozdim, post qoldirdim kabi jumlar faol. Ushbu soʻzga oʻzbek tilining izohli lugʻatida quyidagicha taʼrif berilgan:

1.Qoʻriqlash va mudofaa qilish uchun soqchiga yoki soqchilar guruhiga topshirilgan joy. Mayli, yomgʻir, qor yogʻsin, Oʻz postimdan ketmayman. Askarlik qasamimga Hech xiyonat etmayman. Uygʻun. 2.Muayyan hududni qoʻriqlash, kuzatish uchun qoʻyilgan yoki yordam koʻrsatish uchun uyushgan kishilar guruhi. Sanitariya postlari. 3. Masʼuliyatli lavozim, mansab, vazifa. Direktorlik posti. Rahbarlik posti. [6; 784] Koʻrinadiki, post soʻzining ijtimoiy





tarmoqlarda qo‘llanuvchi xabar, yozuv ma’nosi o‘zbek tilining izohli lug‘atida keltirilmagan.

Media tilida ommalashgan olinma so‘zlar nutqni zamonaviylashtiradi, qisqa va qulay ifoda beradi, lekin ularning haddan tashqari ko‘p ishlatilishi ona tilining tabiiyligiga putur yetkazishi mumkin, o‘z tilimizda mavjud muqobilining siqib chiqarilishiga olib kelishi mumkin.

Xulosa. Demak, media tili terminologiyasining global standartlashuvi, tilning ixcham va tezkorlikka intilishi natijasida qo‘llanilayotgan olinma so‘zlar ijobiy ta’siri bilan bir qatorda salbiy ta’sirga ham ega. Media tilidagi trend bo‘lmoq, chellenj qilish, layk bosmoq, komment kabi birliklar kundalik so‘zlashuv nutqida mustahkamlanib, jamiyatning ma’lum bir qatlami uchun agnonim sifatida qolmoqda, yoshlar nutqida aralash nutq hosil bo‘lib, nutq tabiiyligining buzilishiga, ushbu so‘zlarning o‘zbekcha muqobilining siqib chiqarilishiga olib kelmoqda.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Морковкин В.В., Морковкина А.В. Русские агнонимы: Слова, которые мы не знаем. Понятие, состав и смысловое разнообразие. – М.: 1997.
2. Mustoqova S. U. Inglizcha o‘zlashma so‘zlarning zamonaviy o‘zbek media tiliga ta’siri// Buxoro davlat universiteti ilmiy axboroti, 2026. 2-son. – B. 151-155.
3. Yokubova Sh.Y. Qanday so‘zlarni agnonim deya olamiz? //ACADEMIC RESEARCH IN MODERN SCIENCE International scientific-online conference. – 2024, june.
4. Yokubova Sh.Y. Xalq poetik nutqida agnonimlarning qo‘llanishi // Buxoro davlat universiteti ilmiy axboroti, 2025. 11-son. – B. 191-195.
5. Ёўлдошев М. Агнонимлар ва уларнинг бадиий нутқда қўлланиши// Ўзбек тили ва адабиёти, 2007. 3-сон.
6. O‘zbek tilining izohli lug‘ati. VI jildli. III jild. – T.: G‘.G‘ulom, 2023. – B.832
7. <https://uz.wikipedia.org/wiki>
8. <https://opentran.net/uz/ingliz-ozbek-tarjima/trend.html>

