

- Innovative Methods and Ways to Teach and Learn Foreign Language. ECLSS Online 2020a, 146.
6. Rasulov, S., Akhmedova, G., Rustamova, K., Turamkulov, S., & Nurullayeva, N. (2020). Grape Shinny For Prevention And Nutritional Support Of Micronutrient Deficiency In Mothers And Children. European Journal of Molecular & Clinical Medicine, 7(07), 2020.
 7. Матъякубова, Ф. Э., Рустамова, Х. Х., & Муродова, У. Р. (2020). ПАТОГЕНЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ТЕРАПИИ ХРОНИЧЕСКОГО ВИРУСНОГО ГЕПАТИТА В. Достижения науки и образования, (17 (71)), 86-91.
 8. Aslonov, S., & Ruzimurodova, Z. (2020). INGLIZ TILINI O 'QITISHNING INNOVATSION USULLARI. Студенческий вестник, (12-5), 72-74.
 9. Aslonov, S. S. (2020). O'ZBEK VA INGLIZ TILIDA JINS MAZMUNINI BILDIRUVCHI SO'ZLAR TAHLILI. Студенческий вестник, (16-10), 55-58.
 10. Aslonov, S. S. (2020). Ingliz tili stilistikasi fanini o'qitishda fonostilistikaning o'rni. Интернаука, (16-4), 57-59.
 11. Ruzimurodova, Z., & Aslonov, S. (2020). WHAT TO TEACH TO THE STUDENTS? TO TEACH STANDARD ENGLISH OR WORLD ENGLISHES?. In МОЛОДОЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬ: ВЫЗОВЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ (pp. 367-369).
 12. Zarina, R., Shahram, A., & Umida, K. (2020). Using games to teach management in higher education institute. Asian Journal of Multidimensional Research (AJMR), 9(3), 49-52.

OMMAVIY AXBOROT VOSITALARI MATNLARIDA FRAZEOLOGIK BIRLIKLARNI TARJIMA QILISHNING PRAGMASTILISTIK JIHATI HAQIDA

G'ulomova Bahora
(SamDCHTI magistranti)

Annotatsiya: Ushbu maqolada ommaviy axborot vositalari matnlarda frazeologik birliklarnitarjima qilish haqida so'z boradi. Ommaviy axborot vositalarining hayotimizta tutgan o'rniha qilishda kerakli ma'lumotlar yoritilgan.

Kalit so'zlar: ommaviy axborot vositalari, frazeologiya va pragmilstistik.

Annotation: This article discusses the translation of phraseological units in media texts. There is a lot of information about the role of the media in our lives.

Key words: media, phraseology and pragmilstistics.

Hozirgi vaqtida til rivojlanishining eng faol, eng muhim jarayonlari ommaviy axborot vositalari (gazeta, jurnal, radio, televideniya, internet) tilida sodir bo'ladi. Ko'pgina tadqiqotchilar ommaviy axborot vositalari tilining samaradorligi, stilistik harakatchanligi, ekstraliningvistik tendentsiyalarga ochiqligi, ortib borayotgan ekspressivlik, moslashuvchanlik, boylik, funktsiyalarning xilma-xilligi kabi fazilatlarini ta'kidlaydilar.

Hozirgi vaqtida siyosiy voqealar va siyosatchilar haqidagi yangiliklar haqiqatan ham hamma joyda mavjud. Siyosiy ommaviy axborot vositalarining nutqini yanada yorqin va ta'sirli qilish uchun siyosatchilar va jurnalistlar turli xil ekspressiv va obrazli lingvistik birliklardan foydalanadilar, ular orasida frazeologik birliklar ham bor. Tarjimonlar, o'z navbatida, asl ommaviy axborot vositalari matnlarining pragmatik salohiyatini saqlab qolish va maqsadli auditoriyaga ta'sir o'tkazish uchun ularni tegishli tarzda o'tkazish muammolariga duch kelishadi.

Frazeologik birliklar ommaviy axborot vositalarining nutqini yanada ta'sirchan va kuchliroq qiladigan juda emotsiyal leksik birliklardir. Siyosiy media matnlari nutqning eng yorqin va hissiy turlaridan biri bo'lib, frazeologik birliklar dolzarb muammolarni ta'kidlashda va muallifning auditoriyaga ta'sir qilish kommunikativ niyatiga erishishda katta hissa qo'shishi mumkin. Demak, frazeologik birliklar matnning pragmatik imkoniyatlarini qisman amalgalashish mumkin. Ommaviy axborot vositalari matnlarining sarlavhalari va sarlavhalarida frazeologik birliklar ayniqsa tez-tez ishlataladi. B.V. Krivenkoning ta'kidlashicha, bosma nashrdagi sarlavha "kuchli, urg'uli pozitsiya", "gazetani olgan har qanday o'quvchi sarlavhaga e'tibor beradi" [Krivenko 1993: 44-45].

O'zgartirilgan frazeologik birliklarning qo'llanilishi Frazeologik birlikning o'zgarishi "lingvistik adabiyotda mustahkamlangan umumiy belgilangan me'yordan har qanday semantik va yoki tarkibiy og'ish" [Guseinova 2015: 68]. Frazeologik birlikning vaqt-i-vaqt bilan uslubiy qo'llanilishi uning nutqdagi o'ziga xos stilistik aktualizatsiyasidan iborat bo'lib, buning natijasida "frazeologik birlikning shakli va ma'nosida kontekst bilan

belgilanadigan sezilarli o'zgarishlar ro'y beradi" [Fedulenkova 2012: 126].

Pragma-stilistika - bu pragmatika va uslub tushunchasi bilan bog'liq topilmalar va uslublarni tilda, ya'ni yozma va og'zaki tilda turli xil qo'llanish shakllarini adabiy matnlar tilini bir zumda tahlil qilish uchun qo'llashga qaratilgan yondashuvi yozuvchilar, janrlar va davrlar orasida (Allan, 2016, 217-bet).

Pragma-stilistikaning maqsadi lingvistik va ijtimoiy-madaniy kontekstlarda sodir bo'lgan adabiy matnlarni yozish va o'qishni bog'lashdir. Bu "bir tomondan adabiy, ikkinchi tomondan esa lingvistik, kontekstuallashtirishga katta e'tibor beradi" degan ma'noni anglatadi (Sell, 1991, 99-bet). Xikki (1989, 8-bet, D'hondt va boshqalar, 2009, 23-b.) Sellning fikriga qo'shiladi, "pragma-stilistika har doim" bir xil narsani aytishning turli xil usullarini ko'rsatishga harakat qiladi". Uslub vaziyatni tashkil etuvchi omillarga bog'liq pragmatik omillardir. Ommaviy axborot vositalari ommaviy kommunikatsiyalar orqali katta auditoriyani qamrab oladigan turli xil media texnologiyalari majmuasini anglatadi. Ushbu aloqa amalga oshiriladigan texnologiyalar turli xil savdo nuqtalarini o'z ichiga oladi. Radioeshittirish vositalari axborotni kino, radio, yozib olingan musiqa yoki televizor kabi ommaviy axborot vositalari orqali elektron shaklda uzatadi. Raqamlili media ham internet, ham mobil ommaviy aloqani o'z ichiga oladi. Internet-media elektron pochta, ijtimoiy media saytlari, veb-saytlar va Internetga asoslangan radio va televideniya kabi xizmatlarni o'z ichiga oladi.

XX-asr oxirida ommaviy axborot vositalarini sakkizta ommaviy axborot vositalariga bo'lish mumkin edi: 1) kitoblar, 2) Internet, 3) jurnallar, 4) filmlar, 5) gazetalar, 6) radio, 7) audio yozuvlar va 8) televideniya. XX asr oxiri va XXI asr boshlarida raqamlili aloqa texnologiyasining portlashi savolni o'rtaga tashladi: ommaviy axborot vositalarining qaysi shakllarini "ommaviy axborot vositalari" deb tasniflashganini misollar orqali ko'rib chiqamiz. Misol uchun, ta'rifga mobil telefonlar, kompyuter o'yinlari va video o'yinlarni kiritish masalasi bahsli.

2000-yillarning boshida quyidagicha tasnif qo'llanila boshlandi.

1. Taxminan 1900 yildan boshlab kino
2. Taxminan 1910 yildagi radio
3. Taxminan 1950 yildagi televizor
4. Taxminan 1990 yildan beri Internet
5. Taxminan 2000 dan beri mobil telefonlar

Ochiq media - bu do'konlar va avtobuslar kabi tijorat binolari obyektlari ichida va tashqarisida joylashtirilgan reklama taxtalari, belgilar, plakatlar, uchar bilbordlar, samolyotlar tirkamasidagi belgilar, skayrayting, AR reklamasidan iborat ommaviy axborot vositalarining bir shakli. Ko'pgina tijorat reklama beruvchilari sport stadionlarida reklama qilishda ommaviy axborot vositalarining ushbu shaklidan foydalanadilar. Tamaki va alkogol ishlab chiqaruvchilari bilbordlar va boshqa tashqi axborot vositalaridan keng foydalanishgan. Biroq, 1998 yilda AQSh va tamaki sanoati o'rtasidagi asosiy kelishuv bitimi sigaretlarni reklama taxtasida joylashtirishni taqipladi.

Xulosa Kontekstlarimiz tahlili shuni ko'rsatdiki, frazeologik birliklar siyosiy ommaviy axborot vositalarida ko'p qo'llanilmaydi. Shunga qaramay, ularning kommunikativ maqsadga erishishdagi rolini e'tiborsiz qoldirmaslik kerak. Ular matnning pragmatik salohiyatini ro'yobga chiqarishga hissa qo'shami va tinglovchilarga ma'lum ta'sir o'tkazishga yordam beradi. Pragmatik potentsialni royobga chiqarish uchun frazeologik birliklarni tarjima qilishning eng keng tarqalgan usuli bu tavsifiy tarjimadir.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Vinogradov V. V. The main types of phraseological units in the Russian language. Lexicology and Lexicography: M. Science, 1986 [in Russian]
2. Кривенко Б.В. Фразеология и газетная речь Русская речь, 1993, № 3. С. 44-49.
3. Huseynova T.S. Jurnalistik nutqda frazeologik birliklarning o'zgarishi: ob'ektiv qonuniyat. Dog'iston davlat pedagogika universiteti materiallari. Jamoatchilik va gumanitar fanlar, 2015 yil, No 4. P. 67-71.
4. "Mass media", Oxford English Dictionary, online version November 2010.
5. www.ziyouz.net
6. KUSHBAKOVA, M., Zarina, R. U. Z. I. M. U. R. O. D. O. V. A., & Shahram, A. S. L. O. N. O. V. (2020). Innovative Methods and Ways to Teach and Learn Foreign Language. ECLSS Online 2020a, 146.
7. Rasulov, S., Akhmedova, G., Rustamova, K., Turamkulov, S., & Nurullayeva, N. (2020). Grape Shinny For Prevention And Nutritional Support Of Micronutrient Deficiency In Mothers And Children. European Journal of Molecular & Clinical Medicine, 7(07), 2020.
8. Матьякубова, Ф. Э., Рустамова, Х. Х., & Муродова, У. Р. (2020). ПАТОГЕНЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ТЕРАПИИ ХРОНИЧЕСКОГО ВИРУСНОГО ГЕПАТИТА В. Достижения науки и образования, (17 (71)), 86-91.
9. Aslonov, S., & Ruzimurodova, Z. (2020). INGLIZ TILINI O 'QITISHNING INNOVATSION

- USULLARI. Студенческий вестник, (12-5), 72-74.
10. Ахмеджанова, Н., & Аслонов, Ш. (2020). Семантические типы предикатов и фазовая членимость глагольного действия. Интернаука,(12-1), 27-29.

SHAXS MA'NAVİYATINI İFODALASHDA ATOV BIRLIKLARI VA FRAZEOLOGIZMLARINING XALQ OG'ZAKI İJODIDAGI LİNGVOMA'NAVİY XUSUSİYATLARI

Normuminov Utkir Ishmuradovich
Qarshi davlat universitet o'qituvchisi
Qashqadaryo, O'zbekiston
utkir.normuminov@gmail.com

ANNOTATSIYA

Tilning frazeologik fondi xalq madaniyati va mentalitetining qimmatli ma'lumotlar manbayi sanaladi. Frazeologizmlarda muayyan xalqning miflari, udumlari, rivoyatlari, taomillari, urf-odatlari, ma'naviyati, axloqi va h.k. haqidagi tasavvurlari mujassamlashgan bo'ladi. Tilning ijtimoiy hodisa ekanligi eng qulay va faol kommunikatsiya vositasi sifatida, jamiyat a'zolari o'rtsasidagi mavjud aloqalarini tartibga solish va uni rivojlantirishga ham xizmat qilishi kerak. Tilning tadqiq etilishi bevosita uning jonli hayot bilan bog'liqlikda amalga oshirilgandagina qimmati va ahamiyati ortib boradi. Xuddi shu nuqtai nazardan yozma adabiyotdan avval ham xalq og'zaki ijodi mavjud bo'lgan va bugungi kungacha yetib kelgan. Xalq og'zaki ijodining xuddi shunday namunalardan biri sifatida maqolning o'ziga xos o'rni va ahamiyati mavjud. Maqollarda avlod-ajdodlarning hayotiy tajribalari, jamiyatga munosabati, tarixi, ruhiy holati, etik va estetik tuyg'ulari, ijobiy fazilatlari mujassamlashgan. Asrlar mobaynida xalq orasida sayqallanib, ixcham va sodda poetik shaklga kelgan. Xalq og'zaki ijodi namunasi sifatida maqollar mavzu jihatdan nihoyatda boy.

Калит сўзлар: maqol, ta'lim, g'oya, zamon, tizim, shaxs.

Bosh kelishikdagi ot yoki otlashgan so`z bilan ifodalanib, predmet yoki voqe-a-hodisalarining hozirgi zamonda yoki zamondan tashqarida mavjudligini tasdiqlaychi bir bosh bo`lakli gap nominativ, yoki atov gap deyiladi. Nominativ gaplarda fikrning nisbiy tugalligi, predikativlik intonatsiya orqali ifodalanadi. Intonatsiya mazkur gaplarda alohida ahamiyat kasb etadi. Intonatsiya tufayli oddiy so`z gapga aylanadi. Nominativ gap, odatda, yakka holda qo'llanmaydi, undan so`ng ko`pincha boshqa bir gap keladi.

Nominativ gaplarda nutq so`zlanib turgan paytda mavjud bo'lgan predmet yoki voqe-a-hodisalar nomlanadi, qayd etiladi. Bunday gaplar quyidagi semantik xususiyatga ega:

1. Aniq predmetlarning mavjudligini tasdiqlaydi: Bir chetdag'i stol ustida katta-kichik limonlarning suratlari. Boshqa stolda mikroskop. Mayda shishachalarda limon suvlari, yaproq tolqonlari, limon poyalari.

2. Mavhum predmetlarning mavjudligini tasdiqlaydi: Avazlarning hovlisida boshqa o'ylar, boshqa tashvishlar.

3. Turli tabiat hodisalarining mavjudligini tasdiqlaydi: Yaproqlar... yaproqlar! Quyosh shu'lasida jilva uring, cho`g'dek tovlanib turgan oltinrang va shafaqrang yaproqlar! Hazin va za'faron yaproqlar! O, ko'p latofat bor sizlarda! (F.Musajonov). Ariq bo`yida gulsapsar, namozshomgul, rayhon, uch-to`rt tup atirgul, yarim bo`yracha joyda elpillab o`sgan o`sma.

4.O`rin-joyning mavjudligini tasdiqlaydi: Cho`l! ... Cho`lning ham o`z gashti bor, zavqi bor! Tanish ko`cha. Yo`l yoqasida o`sha novcha daraxtlar!

5. Aniq paytini tasdiqlaydi: Mayning oxirlari. Vodiylarda barvaqt xazon bo'lgan lolaqizg`aldoqlar Turkiston tizma tog`ining etaklarida endi ochilgan.

Xazonrezlik payti. Xirot bog`lariga suv beradigan Hiriyrud daryosi va Injil anhorining qirg`oqlariga za'faron yaproqlar to`kilgan.

6. Hayot voqealarini tasdiqlaydi: Yoqimli ohang, zavqli qo'shiqlar. Anorxon yo`lidan to`xtab tinglaydi.

7. Ko`rsatishni ifoda qiladi: Manna, yosh-yosh chinorlar! Barglari to`kilmabdi. Shoxlarini qor bosgan. Ana, archalar. Ana, akasi bilan yangasi turadigan imorat. Bu imorat Zeboga yaqin, aziz ko`rinib ketdi.

Nominativ gap yig`iq va yoyiq bo`lishi mumkin. Yig`iq nominativ gap bosh bo`lakning o`zidan iborat bo`lsa, yoyiq nominativ gap bosh bo`lakdan tashqari ikkinchi darajali bo`laklardan tashkil topadi. Masalan: Kechqurun. Quyosh ufqni qip-qizil qondek lovillatib botib bormoqda. Iliq tun. Qumlarning shitirlashi suv yuzida engilgina suzgan qayiq sasiyday mayin sadoni eslatadi.

Mashhur rus tilshunosi B.A. Larinining ta'kidlashicha, "Frazeologizmlar har doim xalq dunyoqarashi,