

Sodiqova Sabohat Ilhom qizi
(Xalqaro Nordik Universiteti, Toshkent, O‘zbekiston)

LISONIY SHAXSNING IKKILAMCHI NOMINATSIYASI
ВТОРИЧНАЯ НОМИНАЦИЯ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ
SECONDARY NOMINATION OF LINGUISTIC PERSONALITY

Annotatsiya. Bugungi kun zamonaviy tilshunoslikda, ayniqsa kognitiv va sotsio-madaniy tilshunoslik kontekstida lisoniy shaxs nominatsiyasi bilan bog‘liq masalalar dolzarb mavzuga aylanmoqda. Lingvistik shaxs - bu muloqotning individual va ijtimoiy xususiyatlarini aks ettiruvchi ichki ko‘rinishlar tizimi bo‘lib, ikkilamchi nominatsiya bu jarayonning muhim tarkibiy qismidir. Quyida ikkilamchi nominatsiya tushunchasi, uning lingvistik shaxsni shakllantirishdagi roli va shaxslararo o‘zaro aloqaga ta’siri haqida so‘z boradi.

Аннотация. Сегодня в современном языкознании, особенно в контексте когнитивной и социокультурной лингвистики, актуальным становятся вопросы, связанные с номинацией языковой личности. Языковая личность — это система внутренних представлений, отражающая индивидуальные и социальные особенности общения, а вторичная конфессия — важная составляющая этого процесса. Ниже рассматривается понятие вторичной номинации, ее роль в формировании языковой личности и влияние на межличностное общение.

Abstract. Today, in modern linguistics, especially in the context of cognitive and sociocultural linguistics, issues related to the nomination of linguistic personality are becoming a topical issue. Linguistic personality is a system of internal representations that reflects individual and social features of communication, and secondary confession is an important component of this process. Below, the concept of secondary nomination, its role in the formation of linguistic personality and its influence on interpersonal communication are considered.

Kalit so‘zlar: kognitiv, zamonaviy, ikkilamchi nominatsiya, lisoniy shaxs, ijtimoiy xususiyatlar, tizim

Ключевые слова: когнитивный, современный, вторичное наименование, языковая личность, социальные особенности, система.

Key words: cognitive, modern, secondary nomination, linguistic personality, social features, system.

Tilshunoslikda nominatsiyaning ikki turi farqlanadi: birlamchi va ikkilamchi. Ikkilamchi nominatsiya haqida fikr yuritishdan avval *lisoniy shaxs* tushunchasiga to'xtalib o'tish joiz. Tilshunoslik nuqtai nazaridan, lisoniy shaxs deganda shaxsning o'zligini, shaxsiy xususiyatlarini va dunyoqarashini ifodalash uchun tildan foydalanish usuli tushuniladi. U nafaqat shaxsning so'zlashini, balki shu shaxs haqida gapirishni ham o'z ichiga oladi. "Til asrlar davomida shakllangan qadriyatlar; urf-odatlar; jamiyat a'zolarining o'zaro munosabatlarining in'ikosi sifatida yashaydi. Shu tilga oid bilimlarni egallagan; undan nutq jarayonida foydalana oladigan til egasi lisoniy shaxs sanaladi"[Umurzoqova]. Lingvistik shaxs tushunchasi ko'p qirrali tushuncha hisoblanib, hozirgi kunda u barcha tadqiqotlari inson omili atrofida markazlashgan kognitiv tilshunoslik, pragmalingvistika, sotsiolingvistika, lingvokulturologiya hamda psixolingvistika kabi zamonaviy tilshunoslik yo'nalishlarida birdek tahlil qilinadi. "Lisoniy shaxs" atamasi ilk bor 1927 yilda nemis tilshunosi J. L. Vaysgerberning "Ona tili va ruhning shakllanishi" kitobida paydo bo'lgan. Rus tilshunosligida ushbu atamani V.V.Vinogradov "Badiiy nasr haqida" (1930) kitobida birinchi marta qo'llagan bo'lsada, 1980-yillarga qadar *lisoniy shaxs* atamasiga to'liq ta'rif berilmagan. Mazkur yillarga kelib G.I.Bogin va Yu.N.Karaulovlar lisoniy shaxs tushunchasini atroflicha yoritib berdilar.

Lisoniy shaxs - bu barcha til vositalarining yig'indisi bo'lib, ular yordamida shaxs o'z fikrlarini, his-tuyg'ularini, dunyoqarashini ifodalaydi, shuningdek, jamiyatda o'zini namoyon qiladi. Bu kontseptsiya nafaqat individual til afzalliklari va xususiyatlarini, balki milliy, etnik, kasbiy yoki yosh kabi ijtimoiy-madaniy omillarning ta'sirini ham o'z ichiga oladi.

Nominatsiya - bu tildagi har qanday hodisa yoki obyektga nom, belgi berish jarayoni. Lisoniy shaxs kontekstida nominatsiya insonning individual va ijtimoiy xususiyatlari lingvistik ifodani oladigan mexanizmga aylanadi. Ikkilamchi nominatsiya birlamchi nominatsiyadan farqli o'laroq, obyekt yoki hodisani bevosita nomlamaydi, balki ikkilamchi nomlash jarayoni bo'lib, unda individ yoki odamlar guruhi yangi ma'nolar yoki identifikatsiyalar yaratish uchun avvaldan mavjud bo'lgan til shakllaridan foydalanadilar. Bu metaforik o'zgarishlar, istehzoli yoki evfemistik iboralar, shuningdek, stereotiplar va ijtimoiy rollarni qayta nomlash orqali sodir bo'lishi mumkin. Ikkilamchi nominatsiya nafaqat ma'noni aniqlashtirish yoki o'zgartirish, balki shaxs yoki guruhning idrokiga ta'sir qilish imkonini beradi.

Ikkilamchi nominatsiya lisoniy shaxsni shakllantirish jarayonida muhim ahamiyat kasb etadi. Xususan, u shaxsiylikni ta'kidlashi, ijtimoiy o'zgarishlarni aks ettirishi, idrokni manipulyatsiya qilishi hamda stereotiplarni shakllantirishi mumkin. Ikkilamchi nominatsiya orqali inson o'zining shaxsiy xususiyatlarini yoki aksincha, ma'lum bir ijtimoiy guruhga mansubligini ta'kidlashi mumkin. Masalan, muayyan lug'at yoki jargondan foydalanish shaxsni boshqalardan ajratib qo'ya oladi. Shuningdek, ikkilamchi nominatsiya ijtimoiy yoki madaniy vaziyatdagi o'zgarishlarni aks ettirishga imkon beradi. Bu ayrim hodisalarga munosabatning o'zgarishi bilan bog'liq bo'lishi mumkin. Ilgari neytral ma'noga ega bo'lgan so'zlar yangi ma'noga ega bo'ladi. Misol uchun, so'nggi o'n yilliklarda gender o'ziga xosligi bilan bog'liq ko'plab atamalar qayta ko'rib chiqildi, bu esa ushbu masalalar bo'yicha o'zgaruvchan jamoatchilik nuqtai nazarini aks ettiradi.

Ikkilamchi nominatsiyadan foydalanish, tanish atamalarni qayta tahlil qilish yoki ularni istehzoli ishlatish orqali tinglovchining ongida obyekt yoki hodisani idrok etish o'zgarganda manipulyatsiya vositasi bo'lishi mumkin. Siyosiy va ommaviy axborot vositalari nutqida ma'lum bir jamoatchilik fikrini shakllantirish uchun bunday usullardan foydalanish holatlari tez-tez uchrab

turadi. Ba'zi hollarda, ikkinchi darajali nominatsiya odamlar yoki shaxslar guruhlarini tavsiflash uchun ma'lum so'zlar yoki iboralar yordamida ijtimoiy stereotiplarni qo'llab-quvvatlashi yoki yaratishi mumkin.

Ikkilamchi nominatsiyaning yorqin misollaridan biri tilda metaforalardan foydalanishdir. Misol uchun, siyosiy yoki ijtimoiy arboblardan bog'liq metaforalar jamoatchilikning ushbu shaxslar haqidagi tasavvurini sezilarli darajada o'zgartirishi mumkin. Rahbarlarni "millat ustunlari" deb ta'riflash mumkin, bu ularga ulug'vor va inkor etib bo'lmaydigan qiyofa baxsh etadi. Biroq, boshqa kontekstda xuddi shu rahbarlarni "tizimning qo'g'irchoqlari" deb atash mumkin, bu esa butunlay boshqacha, salbiyroq tasvirni yaratadi. Yana bir misol - jargon va evfemizmlardan foydalanish bo'lib, unda tanish so'zlar ma'lum bir guruh yoki subkultura kontekstida yangi ma'nolarni oladi. Masalan, korporativ dunyoda "startup" atamasi zamonaviy va muvaffaqiyatli korxonalar sifatida qabul qilinishi mumkin, boshqa kontekstlarda esa barqaror bo'lmagan yoki sifatsiz narsani anglatishi mumkin.

Xulosa qilib aytganda, ikkilamchi nominatsiya lisoniy shaxsni shakllantirishda muhim vositadir. Bu jarayon nafaqat individual va jamoaviy xususiyatlarni ifodalash, balki voqelikni idrok etishga ta'sir eta oladigan yangi ma'nolarni yaratish imkonini beradi. Lisoniy shaxs ikkilamchi nominatsiya natijasida o'zgarishga moyil bo'lib shakllanadi, u ijtimoiy identifikatsiyaning ikkala elementlarini ham, jamoatchilik fikriga ta'sir etish imkoniyatini ham o'z ichiga oladi. Zamonaviy madaniy va ijtimoiy dinamika sharoitida lingvistik shakllarni moslashtirish va qayta ishlash qobiliyati shaxsiy va ijtimoiy o'ziga xoslikning asosiy jihatiga aylanadi.

Adabiyotlar ro'yhati

1. Караулов, Ю. (2010). Русский язык и языковая личность. – М.: Издательство ЛКИ, - 264 с. – ISBN 978-5-382-01071-7.

2. Sodiqova, S. (2023). Antroponimlarni tarjima qilish va o'zlashtirish muammolari. *Central Asian Research Journal for Interdisciplinary Studies (CARJIS)*, (5 (17)).
3. Sultonova, S., & Sodiqova, S. (2024). Ismlarning qo'llanilish dinamikasi sotsiomadaniy muammo sifatida. *Farg'ona davlat universiteti*, (4), 81-81.
4. Sodiqova, S., & Sodiqova, D. (2022). Reklamaning lisoniy va nolisoniy xususiyatlari. *Journal of Integrated Education and Research*, 1(4), 717-721.
5. Sodikova, S. (2024). Communicative aspect of social advertisement text. *Nordic_Press*, 2(0002).
6. Umurzoqova M. (2023). Lisoniy shaxs va uning shakllanishida ijtimoiy omilning o'rni.// O'zbekistonda xorijiy tillar. № 6 (53). – B. 110-118.