



INGLIZ VA O‘ZBEK RAQAMLI MEDIADISKURSIDAGI NEOLOGIZMLARNING QIYOSIY TAHLILI

Xujamuradov Jasur Akmuradovich

Yangibozor tuman ixtisoslashtirilgan

maktab internati

jas.stu@mail.ru

Annotatsiya. Mazkur maqolada ingliz va o‘zbek raqamli mediadiskursida qo‘llanayotgan neologik birliklar qiyosiy-chog‘ishtirma aspektda tadqiq etiladi. Raqamli kommunikatsiyaning jadal rivojlanishi natijasida yuzaga kelayotgan yangi tushuncha va realiyalarni nomlash jarayonida ikki tilning leksik, derivatsion va semantik imkoniyatlaridan foydalanish xususiyatlari tahlil qilinadi. Ingliz tilida neologizmlarning kompozitsiya, kontaminatsiya, affiksatsiya, konversiya, qisqartirish va semantik derivatsiya asosida shakllanishi, o‘zbek raqamli mediadiskursida esa o‘zlashma, kalkalash, morfologik moslashuv, ichki so‘z yasash hamda gibrid modellar orqali yangi nominativ birliklarning yuzaga kelishi yoritiladi. Shuningdek, neologizmlarning nominativ, kompressiv, ekspressiv-baholovchi, identifikatsion va pragmatik ta’sir funksiyalari qiyoslanadi. Tahlil natijasida ingliz va o‘zbek raqamli mediadiskursidagi neologizatsiyaning izomorfik va allomorfik xususiyatlari aniqlanib, ikki tilda umumiy kommunikativ ehtiyojning turlicha lisoniy vositalar orqali voqelanishi asoslanadi.

Kalit so‘zlar: neologizm, raqamli mediadiskurs, qiyosiy tahlil, leksik innovatsiya, derivatsiya, kompozitsiya, kontaminatsiya, konversiya, o‘zlashma, kalkalash, gibrid birlik, semantik neologizm, pragmatik funksiya.

Аннотация. В статье проводится сопоставительный анализ неологизмов, функционирующих в англоязычном и узбекоязычном цифровом медиадискурсе. Рассматриваются лексические, словообразовательные и



семантические механизмы номинации новых понятий и реалий, возникших в результате интенсивного развития цифровой коммуникации. Анализируются такие способы образования неологизмов в английском языке, как словосложение, контаминация, аффиксация, конверсия, сокращение и семантическая деривация. В узбекском цифровом медиадискурсе особое внимание уделяется заимствованию, калькированию, морфологической адаптации, внутреннему словообразованию и гибридным моделям. Сопоставляются номинативная, компрессивная, экспрессивно-оценочная, идентификационная и прагматическая функции новых единиц. В результате выявляются изоморфные и алломорфные особенности неологизации в английском и узбекском цифровом медиадискурсе.

Ключевые слова: неологизм, цифровой медиадискурс, сопоставительный анализ, лексическая инновация, деривация, словосложение, контаминация, конверсия, заимствование, калькирование, гибридная единица, семантический неологизм.

Abstract. This article provides a comparative analysis of neologisms functioning in English and Uzbek digital media discourse. It examines lexical, derivational and semantic mechanisms used to nominate new concepts and realities emerging from the rapid development of digital communication. Particular attention is paid to compounding, blending, affixation, conversion, abbreviation and semantic derivation in English, while borrowing, calquing, morphological adaptation, native word formation and hybrid patterns are considered in Uzbek digital media discourse. The nominative, compressive, expressive-evaluative, identity-related and pragmatic functions of neologisms are also compared. The analysis identifies isomorphic and allomorphic features of neologization in the two languages and demonstrates that similar communicative needs can be linguistically encoded through different structural mechanisms.



Keywords: neologism, digital media discourse, comparative analysis, lexical innovation, derivation, compounding, blending, conversion, borrowing, calquing, hybrid unit, semantic neologism, pragmatic function.

Kirish. Zamonaviy jamiyatda raqamli texnologiyalar inson faoliyatining deyarli barcha sohalariga kirib borishi natijasida kommunikatsiya shakllari, axborot yaratish va uni tarqatish mexanizmlari sezilarli darajada o'zgardi. Internet nashrlari, ijtimoiy tarmoqlar, messenjerlar, bloglar, podkastlar va videoplatformalar nafaqat yangi kommunikativ makonni shakllantirdi, balki tilning lug'at tarkibidagi yangilanish jarayonlarini ham tezlashtirdi. Yangi texnologiyalar, raqamli xizmatlar, kommunikativ harakatlar, kasb va faoliyat turlarining yuzaga kelishi ularni nomlashga bo'lgan ehtiyojni kuchaytirib, neologik birliklarning faol shakllanishiga olib kelmoqda.

Raqamli mediadiskurs yangi leksik birliklarning yuzaga kelishi, ommalashishi, semantik jihatdan rivojlanishi va ayrim hollarda umumiste'mol leksikasiga o'tishida muhim kommunikativ maydon vazifasini bajaradi. An'anaviy ommaviy axborot vositalaridan farqli ravishda, raqamli media muallif va adresat o'rtasidagi chegaraning nisbatan harakatchanligi, tezkorlik, interaktivlik, multimodallik va foydalanuvchilarning axborot yaratishda bevosita ishtiroki bilan tavsiflanadi. Shu sababli yangi birliklar faqat professional jurnalistlar yoki mutaxassislar tomonidan emas, balki keng foydalanuvchilar auditoriyasi tomonidan ham yaratilishi, tarqatilishi va ommalashtirilishi mumkin.

Neologizm til taraqqiyotining tabiiy natijalaridan biri bo'lib, uning shakllanishi jamiyatdagi ijtimoiy, ilmiy-texnik, madaniy va kommunikativ o'zgarishlar bilan chambarchas bog'liq. J. Algeo yangi so'zlarni o'rganishda ularning shakllanish mexanizmlari va qo'llanish xususiyatlariga e'tibor qaratsa [1], L. Bauer va I. Plag ingliz tilidagi yangi birliklarning yuzaga kelishida so'z yasash modellarining mahsuldorligini ko'rsatadi [2; 3]. D. Crystal internet



kommunikatsiyasi tilning lugʻaviy va kommunikativ imkoniyatlarini kengaytiruvchi alohida muhit ekanligini taʼkidlaydi [4].

Ingliz va oʻzbek raqamli mediadiskursini qiyoslash ayniqsa muhimdir. Chunki raqamli texnologiyalar bilan bogʻliq koʻplab nominatsiyalar ingliz tilida shakllanib, keyinchalik boshqa tillarga, jumladan, oʻzbek tiliga ham kirib kelmoqda. Biroq bu jarayonni bir tomonlama oʻzlashma sifatida baholash yetarli emas. Oʻzbek tili oʻzlashgan birliklarni fonetik, grafik, morfologik va sintaktik imkoniyatlari asosida qayta ishlab, yangi lisoniy modellarni yuzaga keltiradi.

Mazkur maqolaning maqsadi ingliz va oʻzbek raqamli mediadiskursidagi neologik birliklarning shakllanish usullari, struktur-semantik va pragmatik xususiyatlarini qiyosiy tahlil qilish, ularning umumiy hamda farqli jihatlarini aniqlashdan iborat.

Tadqiqot jarayonida qiyosiy-chogʻishtirma, struktur-semantik, kontekstual, komponent va lingvopragmatik tahlil metodlaridan foydalanildi.

Neologizm tushunchasi va raqamli mediadiskursdagi oʻrni

Neologizm tushunchasi tilshunoslikda nisbatan keng mazmunga ega boʻlib, yangi shakllangan leksik birlik, mavjud birlikning yangi maʼnosi yoki muayyan davrda yangi nominativ vazifa bajara boshlagan lisoniy birlikni ifodalashi mumkin. Shu nuqtayi nazardan neologizmning yangiligi faqat uning tashqi shakliga emas, balki semantik va funksional yangiligiga ham bogʻliq.

Raqamli mediadiskursdagi yangi birliklarni, avvalo, leksik neologizmlar va semantik neologizmlarga ajratish mumkin. Leksik neologizmlarda yangi nominatsiya yangi shakl orqali ifodalansa, semantik neologizmlarda tilda avvaldan mavjud boʻlgan birlik yangi kommunikativ sharoitda qoʻshimcha yoki yangilangan maʼno kasb etadi. Bundan tashqari, raqamli kommunikatsiyada muayyan vaziyat yoki muallifning lingvokreativ faoliyati natijasida yuzaga keladigan okkazional birliklar ham faol uchraydi.



Neologizm bilan o‘zlashma tushunchasini aynanlashtirish ham metodologik jihatdan to‘g‘ri emas. Har bir o‘zlashgan birlik ma’lum sinxron kesimda neologizm bo‘lavermaydi. Xuddi shuningdek, yangi birlikning boshqa tildan o‘zlashtirilmagan, tilning ichki so‘z yasash imkoniyatlari asosida yaratilishi mumkin. Shuning uchun raqamli mediadiskursdagi neologik materialni tasniflashda birlikning yangilik darajasi, manbasi, struktur shakllanish usuli, semantik xususiyati va kommunikativ funksiyasi birgalikda hisobga olinishi lozim.

Ingliz raqamli mediadiskursida neologizmlarning shakllanish xususiyatlari

Ingliz tilining raqamli mediadiskursida yangi nominatsiyalarni hosil qilishda ichki derivatsion imkoniyatlarning faolligi kuzatiladi. Bunda kompozitsiya, kontaminatsiya, affiksatsiya, konversiya va qisqartirish kabi modellar muhim o‘rin egallaydi.

Kompozitsiya ikki yoki undan ortiq asosning birikishi natijasida yangi leksik birlikning yuzaga kelishidir. Raqamli kommunikatsiyadagi *clickbait*, *livestream*, *screenshot*, *crowdfunding* kabi birliklar mazkur modelning imkoniyatlarini namoyon etadi. Masalan, *clickbait* tarkibidagi *click* va *bait* komponentlari birlashib, foydalanuvchining e’tiborini jalb qilish va havolani bosishga undashga qaratilgan media materialini nomlaydi. Ushbu birlik faqat yangi nominatsiya yaratib qolmay, ayrim kontekstlarda salbiy baholovchi konnotatsiyani ham yuzaga chiqaradi.

Kontaminatsiya ingliz raqamli leksikasining yana bir xarakterli modelidir. *Webinar* (*web* + *seminar*), *netizen* (*internet* + *citizen*), *infotainment* (*information* + *entertainment*) kabi birliklarda ikki asosning ma’lum qismlari birlashtirilib, yangi semantik butunlik yaratiladi. Bunday birliklarning afzalligi ularning ixchamligi va yuqori semantik sig‘imida namoyon bo‘ladi.

Affiksatsiya asosida *unfriend*, *unfollow*, *repost* singari birliklar shakllanadi. Masalan, *unfollow* leksemasi raqamli muhitda muayyan shaxs yoki sahifani



kuzatishni to'xtatish ma'nosini anglatadi. Bu yerda mavjud *follow* asosiga *un-*prefiksi qo'shilishi natijasida yangi raqamli kommunikativ harakat nomlanadi.

Ingliz tilining analitik xususiyatlari konversiyaning ham faol qo'llanishiga imkon beradi. *Post* → *to post*, *message* → *to message*, *friend* → *to friend* kabi holatlarda birlikning tashqi shakli o'zgarmagan holda uning grammatik funksiyasi yangilanadi.

Qisqartmalar ham raqamli kommunikatsiyaning tezkor va ixcham tabiatiga mos keladi. *DM*, *FAQ*, *FOMO* singari birliklar katta hajmdagi mazmunni qisqa shaklda ifodalash imkoniyatini beradi. Demak, ingliz raqamli mediadiskursida neologizatsiya tilning mavjud derivatsion mexanizmlarini raqamli kommunikatsiyaning yangi nominativ ehtiyojlariga moslashtirish asosida faol kechadi.

O'zbek raqamli mediadiskursida neologizmlarning shakllanish xususiyatlari

O'zbek raqamli mediadiskursida yangi leksik birliklarning shakllanish jarayoni ingliz tilidagidan ma'lum darajada farq qiladi. Zamonaviy raqamli texnologiyalar bilan bog'liq ko'plab tushunchalarning xalqaro kommunikatsiyada dastlab inglizcha nomlanishi sababli o'zbek tilidagi yangi raqamli leksikaning muhim manbalaridan biri o'zlashmalardir.

Blogger, *podkast*, *kontent*, *striming*, *onlayn*, *platforma*, *startup*, *chatbot* singari birliklarning raqamli kommunikatsiyada qo'llanishi mazkur jarayonning ko'rinishlaridan hisoblanadi. Biroq o'zlashgan birliklar o'zbek tilida o'zgarmas holatda qolmaydi. Ular milliy tilning grammatik va derivatsion qonuniyatlariga moslashishi mumkin. Masalan: *blok* + *-la* + *-moq* → *bloklamoq*. Mazkur birlikda xorijiy asos o'zbek tilining fe'l yasovchi vositalari bilan birikadi. Natijada o'zlashgan leksik komponent grammatik jihatdan o'zbek tili tizimiga integratsiyalashadi. Shuningdek: *post* *qilmoq*,



skrin qilmoq kabi analitik konstruksiyalarda xorijiy leksik asos o'zbek tilidagi *qilmoq* yordamchi fe'li bilan birlashib, yangi kommunikativ harakatni ifodalaydi.

Mazkur shakllarning mavjudligi o'zbek tilining yangi raqamli tushunchalarni faqat tayyor shaklda qabul qilmasdan, ularni o'zining derivatsion va grammatik imkoniyatlari orqali qayta ishlashini ko'rsatadi. Shu ma'noda o'zbek raqamli mediadiskursidagi neologizatsiyani o'zlashma va milliy til tizimining o'zaro ta'siri natijasi sifatida tavsiflash mumkin.

Ingliz va o'zbek neologizmlarining struktur jihatdan qiyosi

Ikki til materialini qiyoslash neologizmlarning shakllanishidagi umumiy kommunikativ ehtiyoj bilan struktur mexanizm o'rtasida muhim farq mavjudligini ko'rsatadi.

Ingliz tilida yangi raqamli tushunchalarni nomlashda kompozitsiya va kontaminatsiya faol. Masalan, *livestream* yoki *clickbait* mavjud inglizcha komponentlarning birlashishi orqali hosil bo'lgan. O'zbek tilida mazkur tushunchalar ko'pincha tayyor birlikni o'zlashtirish yoki tavsifiy, kalkalangan va gibrid shakllardan foydalanish orqali ifodalanishi mumkin.

Konversiyada farq yanada yaqqol namoyon bo'ladi. Ingliz tilida *post* ot shaklida ham, *to post* fe'l sifatida ham morfologik ko'rsatkichsiz ishlatilishi mumkin. O'zbek tilida esa shu kommunikativ harakatni ifodalash uchun *post qilmoq* yoki kontekstga qarab *joylamoq* kabi grammatik jihatdan shakllangan fe'l talab etiladi. Demak, yangi kommunikativ harakat bir xil bo'lsa-da, uning lisoniy kodlashtirilishi tillarning tipologik xususiyatlari asosida farqlanadi. Buni quyidagicha ko'rsatish mumkin:

Ingliz tili:

post → *to post*

O'zbek tili:

post + *qilmoq* → *post qilmoq*.



Birinchi holatda konversiya, ikkinchi holatda esa o‘zlashgan asosning analitik fe’l konstruksiyasiga integratsiyasi kuzatiladi.

Neologizmlarning semantik jihatdan qiyosiy xususiyatlari

Raqamli mediadiskursdagi neologizatsiya yangi tashqi shakllarning paydo bo‘lishi bilan cheklanmaydi. Tilda mavjud birliklarning yangi ma’nolarni ifodalashga moslashishi ham faol jarayon hisoblanadi.

Ingliz tilidagi *cloud* leksemasi bunga misol bo‘la oladi. Uning birlamchi ma’nosi tabiat hodisasini ifodalasa, raqamli texnologiyalar diskursida *cloud* ma’lumotlarni masofaviy serverlarda saqlash va ulardan foydalanish bilan bog‘liq tushunchaning asosiy nominativ elementiga aylangan.

Viral leksemasida ham semantik transformatsiya yuz bergan. Birlikning virus bilan bog‘liq birlamchi mazmuni raqamli kommunikatsiyada “juda tez va keng tarqaluvchi kontent” ma’nosiga ko‘chgan.

O‘zbek raqamli mediadiskursida bunday yangi semantik mazmunlar turli yo‘llar bilan ifodalanadi. Masalan, *bulutli texnologiya* shaklida inglizcha metaforik model kalkalanadi. *Viral video* kabi birikmalarda esa yangi semantik mazmunga ega birlik bevosita o‘zlashgan shaklda ishlatilishi mumkin.

Bundan ko‘rinadiki, semantik innovatsiya ingliz tilida ichki semantik derivatsiya sifatida shakllanib, o‘zbek tiliga o‘tishda bevosita o‘zlashma, semantik kalka yoki milliy nominativ vosita bilan ifodalanishi mumkin.

Shu sababli ikki tilni qiyoslashda faqat “qaysi neologizm mavjud?” degan savol emas, balki “bir xil konsept har bir tilda qanday semantik model orqali ifodalangan?” degan savol ustuvor ahamiyat kasb etadi.

Izomorfik va allomorfik xususiyatlar

Qiyosiy tilshunoslikda ikki yoki undan ortiq tillardagi o‘xshash xususiyatlarni izomorfik, o‘ziga xos va farqli belgilarni esa allomorfik xususiyatlar sifatida tavsiflash mumkin. Mazkur yondashuv ingliz va o‘zbek raqamli mediadiskursidagi neologik jarayonlarni tizimli qiyoslash imkonini beradi.



Har ikki til uchun yangi realiyalarni nomlash ehtiyoji, semantik yangilanish, kommunikativ kompressiyaga intilish, baholovchi konnotatsiyalarning shakllanishi va yangi birliklarning guruhiiy identifikatsiya vositasiga aylanishi izomorfik xususiyat sifatida qaralishi mumkin.

Biroq ushbu umumiy kommunikativ ehtiyojlarning lisoniy shakllanishi ikki tilda bir xil emas. Ingliz tilida kompozitsiya, kontaminatsiya va konversiyaning raqamli neologizatsiyadagi faolligi, o'zbek tilida esa o'zlashgan asoslarning milliy grammatik vositalar bilan integratsiyalashuvi muhim allomorfik xususiyatlarni tashkil etadi. Masalan:

Inglizcha: *to post*

O'zbekcha: *post qilmoq.*

Birinchi shaklda konversiya yetakchi bo'lsa, ikkinchisida o'zlashgan leksik asos va o'zbekcha yordamchi fe'lining analitik birikmasi kuzatiladi.

Shu nuqtayi nazardan, ingliz va o'zbek raqamli mediadiskursidagi neologizatsiyaning asosiy qiyosiy qonuniyatini **“umumiy kommunikativ ehtiyoj — turlicha struktur realizatsiya”** formulasi orqali ifodalash mumkin.

Muhokama. Olib borilgan qiyosiy tahlil ingliz va o'zbek raqamli mediadiskursidagi neologik jarayonlarni bir nechta o'zaro bog'liq omillar asosida tushuntirish mumkinligini ko'rsatadi.

Birinchidan, raqamli makon globallashtirish sababli yangi kommunikativ realiyalar ko'pincha universal xarakterga ega. Masalan, yangi platforma, sun'iy intellektga asoslangan texnologiya yoki ijtimoiy media faoliyati bir vaqtning o'zida turli til jamoalarining kommunikativ hayotiga kirishi mumkin.

Ikkinchidan, yangi realiya universal bo'lishi uning nomlanishi ham barcha tillarda bir xil bo'lishini anglatmaydi. Har bir til ushbu tushunchani o'z struktur-tipologik va derivatsion imkoniyatlari asosida lisoniy kodlashtiradi.

Uchinchidan, ingliz tilining global raqamli kommunikatsiyadagi faol mavqei uning ko'plab yangi nominatsiyalar uchun donor til sifatidagi rolini kuchaytiradi.



Biroq o‘zbek tilida bunday birliklar tayyor shaklda qabul qilinishi bilan bir qatorda qayta ishlanishi, grammatik jihatdan moslashtirilishi yoki milliy ekvivalent bilan ifodalanishi mumkin.

To‘rtinchidan, neologizmning tilga kirishi uning avtomatik ravishda umumtil leksikasiga aylanishini anglatmaydi. Yangi birlikning barqarorlashishi uning kommunikativ zarurati, qo‘llanish takroriyliigi, semantik aniqligi, shakliy qulayligi va til jamoasi tomonidan qabul qilinishiga bog‘liq. Shuning uchun raqamli mediadiskursdagi neologizmlarni tadqiq etishda sinxron tahlil bilan bir qatorda, muayyan birlikning vaqt davomida qanday rivojlanishini kuzatuvchi diaxron yondashuvdan foydalanish ham istiqbolli hisoblanadi.

Xulosa. Ingliz va o‘zbek raqamli mediadiskursidagi neologizmlarning qiyosiy tahlili zamonaviy raqamli kommunikatsiya tilning leksik va derivatsion tizimiga faol ta’sir ko‘rsatayotganligini ko‘rsatadi. Yangi texnologiyalar, kommunikativ faoliyat turlari va ijtimoiy realiyalar har ikki tilda yangi nominatsiyalarga ehtiyojni yuzaga keltiradi. Biroq mazkur ehtiyojning lisoniy qondirilish mexanizmlari tillarning struktur-tipologik xususiyatlariga ko‘ra farqlanadi.

Birinchidan, ingliz raqamli mediadiskursida kompozitsiya, kontaminatsiya, affiksatsiya, konversiya, qisqartirish va semantik derivatsiya yangi birliklar hosil qilishning faol mexanizmlaridan hisoblanadi. Ingliz tilining ichki derivatsion imkoniyatlari yangi raqamli realiyalarni ixcham va semantik jihatdan sig‘imli birliklar orqali nomlash imkonini beradi.

Ikkinchidan, o‘zbek raqamli mediadiskursida ichki so‘z yasash jarayonlari bilan bir qatorda o‘zlashma, kalkalash va gibrid modellar muhim o‘rin egallaydi. O‘zlashgan asoslarning o‘zbek tilining affiksial va analitik vositalari bilan birikishi yangi leksik materialning milliy til tizimiga faol moslashtirilayotganligini ko‘rsatadi.



Uchinchidan, ingliz va o'zbek tillaridagi neologik jarayonlarning qiyosida semantik neologizatsiya umumiy tendensiyalardan biri sifatida namoyon bo'ladi. Mavjud birliklarning yangi texnologik muhitda ma'no kengayishi, metaforik ko'chish va yangi terminologik mazmun kasb etishi har ikki tilning raqamli leksikasi rivojlanishida muhim ahamiyatga ega.

To'rtinchidan, neologizmlarning funksiyasi nominatsiya bilan cheklanmaydi. Ular mediadiskursda pragmatik kompressiya, ekspressiv-baholash, diqqatni jalb qilish, guruhiiy identifikatsiya va zamonaviylikni ifodalash vazifalarini ham bajarishi mumkin.

Beshinchidan, ikki tildagi neologizatsiyaning izomorfik xususiyatlari, avvalo, yangi realiyalarni nomlash, semantik yangilanish va kommunikativ ixchamlikka intilishda namoyon bo'ladi. Allomorfik xususiyatlar esa ushbu ehtiyojlarning konkret struktur realizatsiyasida kuzatiladi. Ingliz tilida ichki derivatsiyaning ayrim turlari faol bo'lsa, o'zbek tilida tashqi manba bilan milliy grammatik tizimning o'zaro ta'siri alohida ahamiyat kasb etadi.

Oltinchidan, o'zbek raqamli mediadiskursidagi neologizatsiyani faqat inglizcha birliklarning o'zlashtirilishi sifatida talqin qilish yetarli emas. O'zbek tili yangi leksik materialni o'z grammatik, derivatsion va semantik imkoniyatlari asosida qayta ishlab, milliy kommunikativ tizimga integratsiya qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Algeo J. *Fifty Years Among the New Words: A Dictionary of Neologisms, 1941–1991*. — Cambridge: Cambridge University Press, 1991.
2. Bauer L. *English Word-Formation*. — Cambridge: Cambridge University Press, 1983.
3. Plag I. *Word-Formation in English*. — Cambridge: Cambridge University Press, 2003.



4. Crystal D. *Language and the Internet*. — 2nd ed. — Cambridge: Cambridge University Press, 2006.
5. Fairclough N. *Media Discourse*. — London: Edward Arnold, 1995.
6. Herring S.C. Computer-mediated discourse analysis: An approach to researching online behavior // *Designing for Virtual Communities in the Service of Learning*. — Cambridge: Cambridge University Press, 2004.
7. Zappavigna M. *Discourse of Twitter and Social Media: How We Use Language to Create Affiliation on the Web*. — London: Continuum, 2012.
8. Cabré M.T. *Terminology: Theory, Methods and Applications*. — Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 1999.
9. van Dijk T.A. *Discourse and Context: A Sociocognitive Approach*. — Cambridge: Cambridge University Press, 2008.
10. Hohenhaus P. Lexicalization and institutionalization // Štekauer P., Lieber R. (eds.). *Handbook of Word-Formation*. — Dordrecht: Springer, 2005.