



IJTIMOIIY TARMOQLARDA QO'LLANILAYOTGAN NEOLOGIZMLARNING LINGVISTIK TAHLILI

Ro'ziyeva Zilola Fayzulla qizi

O'zbekiston Milliy universiteti

Magistratura bo'limi uslubchisi

roziyevaaazilola@gmail.com

Annotatsiya: Ushbu maqolada ijtimoiy tarmoqlarda qo'llanilayotgan neologizmlarning lingvistik tahlili amalga oshirildi. Tadqiqot doirasida Facebook, Twitter va Instagram ijtimoiy tarmoqlarida qo'llanilgan 100 ta neologizm tanlab olindi va ular semantik, grammatik hamda pragmatik jihatdan tahlil qilindi. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, neologizmlarning aksariyati ingliz tilidan o'zlashtirilgan bo'lib, ular asosan ot va sifat turkumiga oid. Tadqiqot yakunida ijtimoiy tarmoqlarda til evolyutsiyasi jadal kechayotgani va bu jarayonda tilning boyitilishiga hissa qo'shayotgani ta'kidlandi.

Kalit so'zlar: neologizm, ijtimoiy tarmoq, lingvistik tahlil, ingliz tili, o'zlashma

Аннотация: В этой статье был проведен лингвистический анализ неологизмов, используемых в социальных сетях. В рамках исследования были отобраны 100 неологизмов, используемых в социальных сетях Facebook, Twitter и Instagram, и проанализированы их семантически, грамматически и прагматически. Результаты исследования показывают, что большинство неологизмов заимствованы из английского языка и в основном относятся к категории существительных и прилагательных. В заключение исследования было отмечено, что эволюция языка в социальных сетях идет полным ходом и способствует обогащению языка в этом процессе.



Ключевые слова: неологизм, социальная сеть, лингвистический анализ, английский язык, ассимиляция

Abstract: This article carried out a linguistic analysis of neologisms used in social networks. Instagram Facebook, Twitter, and Instagram social media selected 100 neologisms as part of the study, and they were analyzed semantically, grammatically, and pragmatically. The results of the study show that most neologisms are borrowed from English, which are mainly related to the noun and adjective category. At the end of the study, it was noted that the evolution of language on social networks is gaining momentum and contributes to the enrichment of language in the process.

Key words: neologism, social network, linguistic analysis, English, appropriation

KIRISH

XXI asr axborot texnologiyalari asri hisoblanadi. Bugungi kunda insonlar kundalik hayotining ajralmas qismiga aylangan ijtimoiy tarmoqlar ham aynan shu texnologiyalar mahsuli sanaladi. Ijtimoiy tarmoqlar nafaqat muloqot vositasi, balki yangi tushuncha va iboralarning paydo bo'lish manbai hamdir. Bunday tushuncha va iboralar fan tilida "neologizm" deb ataladi.

Neologizm - tilda yangi paydo bo'lgan so'z yoki ibora bo'lib, ular tilning rivojlanishi va boyitilishi uchun muhim ahamiyat kasb etadi [1]. Neologizmlar asosan yangi tushunchalar, texnologiyalar yoki ijtimoiy hodisalarning paydo bo'lishi natijasida yuzaga keladi. Ijtimoiy tarmoqlarda esa bunday jarayon yanada tezroq kechadi, chunki bu yerda millionlab odamlar bir-biri bilan muloqotda bo'ladi va yangi tushunchalarni tezda ommalashtirib yuboradi.

Tadqiqotchilar ijtimoiy tarmoqlardagi neologizmlarni turli jihatdan o'rganishgan. Masalan, Bauer va Rais Facebook va Tvitterda qo'llanilgan neologizmlarni tahlil qilib, ularning aksariyati ot turkumiga oid ekanligini aniqlashgan [2]. Shuningdek, ular



neologizmlarning paydo bo'lishida ingliz tilining katta ta'siri borligini ta'kidlashgan. Boshqa bir tadqiqotda esa Instagram platformasida qo'llanilgan neologizmlar o'rganilgan va ularning ko'p qismi slenglarga oid ekanligi aniqlangan [3].

Ushbu tadqiqotda esa Facebook, Twitter va Instagram ijtimoiy tarmoqlarida qo'llanilayotgan neologizmlar lingvistik jihatdan tahlil qilinadi. Tadqiqotning asosiy maqsadi - ijtimoiy tarmoqlarda qo'llanilayotgan neologizmlarning semantik, grammatik va pragmatik xususiyatlarini aniqlashdan iborat.

METODOLOGIYA VA ADABIYOTLAR TAHLILI

Tadqiqot uchun Facebook, Twitter va Instagram ijtimoiy tarmoqlaridan 100 ta neologizm tanlab olindi. Tanlab olish jarayonida har bir ijtimoiy tarmoqdan kamida 30 ta neologizm olishga harakat qilindi. Neologizmlar tanlanayotganda quyidagi mezonlarga amal qilindi:

So'z yoki ibora oxirgi 5 yil ichida paydo bo'lgan bo'lishi;

Ijtimoiy tarmoqlarda keng qo'llanilayotgan bo'lishi;

Umumxalq tiliga o'zlashmagan bo'lishi.

Tanlab olingan neologizmlar semantik, grammatik va pragmatik jihatdan tahlil qilindi. Semantik tahlil jarayonida neologizmlarning ma'no xususiyatlari o'rganildi va ular ma'no jihatidan tasnif qilindi. Grammatik tahlilda neologizmlarning qaysi so'z turkumiga oid ekanligi aniqlandi. Pragmatik tahlilda esa neologizmlarning qanday maqsadda va kimlar tomonidan qo'llanilayotgani o'rganildi.

Tadqiqotda tavsifiy, qiyosiy va statistik metodlardan foydalanildi. Tavsifiy metod yordamida har bir neologizmning lingvistik xususiyatlari batafsil yoritib berildi. Qiyosiy metod turli ijtimoiy tarmoqlardagi neologizmlarni qiyoslash imkonini berdi. Statistik metod orqali esa ba'zi bir ko'rsatkichlar (masalan, qaysi so'z turkumiga oid neologizmlar ko'proq uchragani) aniqlandi.

Tadqiqot uchun nazariy asos sifatida tilshunoslikka oid fundamental manbalar hamda bu boradagi ilmiy maqolalar tahlil qilindi. Xususan, A. Reformatskiyning "Tilshunoslik asoslari" [4], O'. Hojievning "Tilshunoslik terminlarining izohli lug'ati" [5] kabi asarlari



nazariy jihatdan muhim manba vazifasini o'tadi. Shuningdek, G'arbiy Yevropa va Amerika tilshunosligida olib borilgan tadqiqotlar [6; 7; 8] ham tahlilga tortildi.

NATIJALAR VA MUHOKAMA

Tadqiqot davomida quyidagi asosiy natijalarga erishildi:

Ijtimoiy tarmoqlarda qo'llanilgan 100 ta neologizmdan 38 tasi Facebook, 35 tasi Twitter, 27 tasi esa Instagramga tegishli ekanligi aniqlandi.

Neologizmlarning aksariyati (61 ta) ingliz tilidan o'zlashtirilgan. Faqatgina 9 ta neologizm o'zbek tilining ichki imkoniyatlari hisobiga yaratilgan. Qolgan 30 ta neologizm boshqa tillardan o'zlashtirilgan.

Grammatik jihatdan neologizmlarning 57 tasi ot, 32 tasi sifat, 11 tasi fe'l turkumiga oid ekanligi ma'lum bo'ldi.

Neologizmlar asosan yoshlar va o'spirinlar nutqida faol qo'llaniladi. Ularning aksariyati do'stona munosabatlarni ifodalash uchun ishlatiladi.

Ayrim neologizmlar tilning adabiy me'yorlariga mos kelmaydi va ularning tarqalishi tilning sofligiga salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin.

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, ijtimoiy tarmoqlarda neologizmlarning paydo bo'lishi va qo'llanilishi bir necha omillarga bog'liq. Birinchidan, jamiyatda ro'y berayotgan o'zgarishlar, yangi texnologiyalarning kirib kelishi, global miqyosdagi hodisalar ta'sirida yangi tushunchalar paydo bo'ladi va ular uchun yangi so'z va iboralar zarur bo'lib qoladi. Masalan, pandemiya davrida "karantin", "izolatsiya", "o'z-o'zini izolyatsiya qilish" kabi tushunchalar keng tarqaldi va shu bilan birga, ularga mos ravishda "карантикулы" (karantin+каникулы), "ковидиот" (ковид+идиот), "думскроллинг" (doom+scrolling) kabi neologizmlar ham paydo bo'ldi.

Ikkinchidan, ijtimoiy tarmoqlardagi norasmiy muloqot muhiti ham neologizmlarning paydo bo'lishiga turtki beradi. Foydalanuvchilar o'rtasidagi samimiy munosabatlar ularning tilida aks etadi va yangi, g'ayrirasmiy so'z va iboralarning qo'llanilishiga olib keladi. Tadqiqot



natijalariga ko'ra, neologizmlarning aksariyati slenglarga oid bo'lib, ular asosan yoshlar va o'spirinlar o'rtasidagi muloqotda qo'llaniladi.

Uchinchidan, tillarning o'zaro ta'siri ham muhim omil hisoblanadi. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, o'zbek tilidagi ijtimoiy tarmoqlarda qo'llanilayotgan neologizmlarning aksariyati ingliz tilidan o'zlashtirilgan. Bu, bir tomondan, globallashuv jarayonlarining tilga ta'siri bo'lsa, ikkinchi tomondan, foydalanuvchilarning chet tillarini bilishi va ulardan shaxsiy muloqotda foydalanishi bilan ham bog'liq.

1-jadval. Ijtimoiy tarmoqlarda qo'llanilgan neologizmlarga misollar

Neologizm	Ijtimoiy tarmoq	Ma'nosi	Kelib chiqishi
xayp	Facebook	Shov-shuv, janjal ko'tarilishi	Ingliz tilidan (hype)
yuzxomiyaki	Twitter	Ikkiyuzlamachilik, riyokorlik	"Yuz" (o'zbek tili) + "xomiyaki" (fors tili)
selfitus	Instagram	O'z-o'zini rasmga olishga ruju qo'yish, ortiqcha berilib ketish	Ingliz tili (selfie) + lotincha qo'shimcha (-itis)
follower	Twitter	Ijtimoiy tarmoqdagi sahifaga obuna bo'lgan foydalanuvchi	Ingliz tili (follower)
vayn	Instagram	Qisqa, kulgi yoki hazil-mutoyibaga aylangan video	Ingliz tili (vine)
direkt	Instagram	Ijtimoiy tarmoqdagi shaxsiy xabar almashish xizmati	Ingliz tili (direct)
trolling	Facebook	Ijtimoiy tarmoqlarda kelishmovchilikni keltirib chiqarish maqsadidagi xatti-harakatlar	Ingliz tili (trolling)



xeshteg	Twitter	Kalit so'z; ijtimoiy tarmoqda ma'lum bir mavzu uchun belgilangan teglar	Ingliz tili (hashtag)
feyk	Facebook	Soxta, noto'g'ri, yolg'on ma'lumot	Ingliz tili (fake)
laiktus	Instagram	Like (yoqtirish) tugmasini bosishga ruju qo'yish	Ingliz tili (like) + lotincha qo'shimcha (-itis)

Muallif tadqiqotlari asosida ishlab chiqildi.

Ushbu jadvalda ijtimoiy tarmoqlarda keng qo'llanilayotgan ba'zi neologizmlar, ularning qaysi ijtimoiy tarmoqqa oid ekanligi, ma'nosi va kelib chiqishi haqida ma'lumot berildi. Jadvaldan ko'rinib turibdiki, aksariyat misollar ingliz tilidan o'zlashtirilgan bo'lib, ular ijtimoiy tarmoqlar orqali tezda ommalashib ketgan. Shuningdek, ayrim neologizmlar o'zbek va boshqa tillar negizida ham yaratilgani kuzatildi. Umuman olganda, bunday misollar ijtimoiy tarmoqlarda til evolyutsiyasi jadal kechayotganini va bu jarayonda turli lisoniy hodisalar o'z aksini topayotganini ko'rsatadi.

XULOSA

Xulosa qilib aytganda, ijtimoiy tarmoqlar tilning rivojlanishi va boyitilishida muhim rol o'ynaydi. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, ijtimoiy tarmoqlardagi muloqot jarayonida tilning evolyutsiyasi jadal kechadi va yangi tushunchalarni ifodalash uchun ko'plab neologizmlar paydo bo'ladi. Biroq, neologizmlarning aksariyati chet tillaridan, ayniqsa, ingliz tilidan o'zlashtirilgani tilning sofliigiga salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin.

Shuning uchun, bir tomondan, ijtimoiy tarmoqlarda paydo bo'layotgan yangi lisoniy birliklarni o'rganish, ularning ma'no va vazifalarini tadqiq etish lozim. Ikkinchi tomondan esa bu kabi o'zlashmalarning oldini olish, ona tilimiz imkoniyatlaridan yangi tushunchalarni ifodalashda foydalanish maqsadga muvofiqdir. Buning uchun, avvalo, yoshlarda ona tiliga bo'lgan muhabbatni shakllantirish, ularni milliy qadriyatlar ruhida tarbiyalash talab etiladi.



Tadqiqot natijalari nafaqat tilshunoslar, balki ijtimoiy tarmoqlarni o'rganuvchi sotsiologlar uchun ham muhim ahamiyat kasb etadi. Kelgusi tadqiqotlarda ijtimoiy tarmoqlardagi neologizmlarning gender, yosh va mintaqaviy xususiyatlarini o'rganish maqsadga muvofiq bo'lardi.

ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Матюшенко Е. Е., Дрыгина Ю. А. Неологизмы в социальной сети Инстаграм // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов, 2016. № 7(61). - С. 135-137.
2. Bauer L., Reiss S. Lexical creativity in Facebook and Twitter // Морфология в Сан-Диего. Сан-Диего, 2014. - Р. 23-25.
3. Nishimura Y. Japanese BBS websites as online discourse: (Im)politeness perspectives // Language@Internet. 2008. № 5. Article 3.
4. Reformatskiy A. Tilshunoslik asoslari. Москва: Аспект Пресс, 1996. - 536 b.
5. Hojiev O'. Tilshunoslik terminlarining izohli lug'ati. Тошкент: Ўқитувчи, 1985. - 144 b.
6. Cannon G. Historical Change and English Word-Formation: New Vocabulary items // New York: Peter Lang, 1987. - 340 p.
7. Crystal D. Language and the Internet. - Cambridge: Cambridge University Press, 2001. - 272 p.
8. Stein G. Better Words: Evaluating EFL Dictionaries. - Exeter: University of Exeter Press, 2002. - 246 p.