

**IJTIMOIIY TARMOQLAR TA'SIRIDA SHAKLLANAYOTGAN
NEOLOGIZMLAR VA ULARNING SEMANTIK EVOLYUTSIYASI**

**НЕОЛОГИЗМЫ, ФОРМИРУЮЩИЕСЯ ПОД ВЛИЯНИЕМ
СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ, И ИХ СЕМАНТИЧЕСКАЯ ЭВОЛЮЦИЯ**

**NEOLOGISMS EMERGING UNDER THE INFLUENCE OF SOCIAL
NETWORKS AND THEIR SEMANTIC EVOLUTION**

Madinaxon Abdusalomova Toxirjon qizi

Namangan davlat pedagogika instituti talabasi

E-mail: abdulomovamadina082@gmail.com

Telefon: +998507025146

Annotatsiya: Ushbu maqolada ijtimoiy tarmoqlar ta'sirida o'zbek tilida shakllanayotgan neologizmlar va ularning semantik evolyutsiyasi lingvistik nuqtayi nazardan tahlil qilinadi. Tadqiqotning maqsadi raqamli kommunikatsiya muhitida paydo bo'layotgan yangi leksik birliklarning hosil bo'lish manbalari, ma'no taraqqiyoti, uslubiy-pragmatik vazifalari va o'zbek tili tizimiga moslashish xususiyatlarini aniqlashdan iborat. Maqolada tavsifiy, semantik, kontekstual, qiyosiy va kontent-tahlil metodlaridan foydalanildi. Tahlil uchun ijtimoiy tarmoqlar, media sarlavhalari, bloggerlik diskursi va yoshlar nutqida faol uchraydigan "trend", "kontent", "storis", "reels", "layk", "repost", "xeshteg", "chellenj", "feyk", "krinj", "vayb", "influenser", "target", "podkast", "strim" kabi birliklar tanlandi. Natijalar shuni ko'rsatadiki, ijtimoiy tarmoqlar o'zbek tilida neologizmlar shakllanishining eng faol maydonlaridan biriga aylangan. Bu birliklar dastlab texnik yoki platformaga oid nomlash vazifasini bajarsa, keyinchalik baholash, ta'sir ko'rsatish, guruhga mansublikni bildirish va kommunikativ tejamkorlik funksiyalarini ham egallaydi. Tadqiqot neologizmlarning semantik evolyutsiyasi tilning zamonaviy kommunikativ ehtiyojlarga moslashish jarayoni ekanini asoslaydi¹.

Kalit so'zlar: neologizm, ijtimoiy tarmoq, semantik evolyutsiya, media matn, raqamli kommunikatsiya, pragmatik funksiya, yoshlar nutqi, o'zlashma so'z, kontent, internet diskursi.

Аннотация: В статье анализируются неологизмы, формирующиеся в узбекском языке под влиянием социальных сетей, а также их семантическая эволюция. Цель исследования состоит в выявлении источников образования новых лексических единиц, их смыслового развития, стилистико-

¹ International Telecommunication Union. Measuring digital development: Facts and Figures 2024. – Geneva: ITU, 2024. – Elektron manba.

прагматических функций и особенностей адаптации к системе узбекского языка. В работе применены описательный, семантический, контекстуальный, сравнительный методы и метод контент-анализа. Материалом исследования послужили единицы, активно употребляемые в социальных сетях, медийных заголовках, блогерском дискурсе и молодежной речи: “trend”, “kontent”, “storis”, “reels”, “layk”, “repost”, “xeshteg”, “chellenj”, “feyk”, “krinj”, “vayb”, “influenser”, “target”, “podkast”, “strim” и др. Результаты показывают, что социальные сети стали одним из наиболее продуктивных пространств формирования неологизмов в узбекском языке. На начальном этапе такие единицы выполняют номинативную функцию, связанную с цифровыми платформами, однако впоследствии приобретают оценочные, воздействующие, идентификационные и коммуникативно-экономные функции. Исследование доказывает, что семантическая эволюция неологизмов отражает адаптацию языка к современным коммуникативным потребностям.

Ключевые слова: неологизм, социальная сеть, семантическая эволюция, медийный текст, цифровая коммуникация, прагматическая функция, молодежная речь, заимствование, контент, интернет-дискурс.

Abstract: This article analyzes neologisms emerging in the Uzbek language under the influence of social networks and examines their semantic evolution. The purpose of the study is to identify the sources of new lexical units, their semantic development, stylistic and pragmatic functions, and their adaptation to the Uzbek language system. The research applies descriptive, semantic, contextual, comparative, and content-analysis methods. The material includes lexical units frequently used in social networks, media headlines, blogging discourse, and youth speech, such as “trend”, “content”, “stories”, “reels”, “like”, “repost”, “hashtag”, “challenge”, “fake”, “cringe”, “vibe”, “influencer”, “target”, “podcast”, and “stream”. The results show that social networks have become one of the most productive spaces for the formation of neologisms in Uzbek. At first, these units mainly perform a nominative function related to digital platforms, but later they acquire evaluative, persuasive, identity-marking, and communicative-economy functions. The study argues that the semantic evolution of neologisms reflects the adaptation of language to modern communicative needs. The article also emphasizes the importance of linguistic norm, context, and national language culture in assessing the use of social media neologisms.

Keywords: neologism, social network, semantic evolution, media text, digital communication, pragmatic function, youth speech, borrowing, content, internet discourse.

KIRISH

XXI asr boshidan boshlab raqamli texnologiyalar til taraqqiyotiga kuchli ta'sir ko'rsata boshladi. Ayniqsa, ijtimoiy tarmoqlar tilning leksik qatlamida tezkor yangilanish, yangi so'zlar paydo bo'lishi, mavjud so'zlarning ma'no kengayishi yoki yangi konnotatsiyalarga ega bo'lish jarayonlarini jadallashtirdi. Bugungi kunda Facebook, Instagram, Telegram, TikTok, YouTube, X va boshqa platformalar nafaqat axborot almashish maydoni, balki yangi leksik birliklar, kommunikativ shakllar, qisqartmalar, hashtaglar, memlar va baholovchi ifodalar yaratiladigan faol lingvistik muhitga aylangan.

Neologizm tushunchasi tilga yangi kirib kelgan yoki mavjud bo'lib, yangi ma'no olgan leksik birliklarni bildiradi². An'anaviy tilshunoslikda neologizmlar ko'proq fan-texnika, siyosat, iqtisodiyot va madaniyatdagi yangiliklar bilan bog'liq holda izohlangan bo'lsa, hozirgi bosqichda ularning muhim qismi ijtimoiy tarmoqlar, blogerlik faoliyati, raqamli marketing va onlayn muloqot orqali shakllanmoqda. Bunday birliklar tez tarqalishi, yoshlar nutqiga tez singishi va ba'zan adabiy til me'yorlariga to'liq moslashmasdan turib ommaviy qo'llanishga o'tishi bilan ajralib turadi³.

DataReportal ma'lumotlariga ko'ra, 2025-yil yanvar oyida O'zbekistonda 11,7 million faol ijtimoiy tarmoq foydalanuvchi identifikatori mavjud bo'lgan va bu mamlakat aholisi sonining 31,7 foiziga teng ko'rsatkich sifatida baholangan [1]. Bunday ko'lamdagi raqamli ishtirok tilning kundalik leksikasiga bevosita ta'sir qiladi. Xususan, "layk bosish", "stori qo'yish", "repost qilish", "trendga chiqish", "kontent yaratish", "strim ko'rish", "podkast tinglash", "target yoqish" kabi birliklar kundalik nutq va media matnlarda faol ishlatilmoqda.

Ijtimoiy tarmoqlar ta'sirida paydo bo'layotgan neologizmlar ikki jihatdan muhimdir. Birinchidan, ular yangi realiyalarni nomlash zaruratidan kelib chiqadi. Masalan, "reels", "stori", "hashtag", "stream", "podcast", "blogger" kabi birliklar muayyan raqamli hodisalarni ifodalaydi. Ikkinchidan, bu birliklar vaqt o'tishi bilan faqat nomlash vazifasi bilan cheklanmay, baholovchi, emotsional, ijtimoiy identifikatsion va manipulyativ ma'no ham kasb etadi. Masalan, "feyk" so'zi dastlab "soxta axborot" ma'nosida qo'llangan bo'lsa, hozir ko'pincha "ishonchsiz, sun'iy, haqiqiy emas" degan umumiy baholovchi ma'noni ham bildiradi.

Mavzuning dolzarbligi shundaki, ijtimoiy tarmoqlarda shakllanayotgan neologizmlar o'zbek tilining zamonaviy leksik taraqqiyotida alohida qatlam sifatida namoyon bo'lmoqda. Ularni ilmiy o'rganish nafaqat yangi so'zlarni ro'yxatga olish, balki ularning ma'no taraqqiyoti, uslubiy vazifasi, nutqiy ta'siri va til me'yoriga munosabatini aniqlash imkonini beradi. Shu jihatdan mazkur tadqiqot o'zbek

² Safarov Sh. Pragmalingvistika. – Toshkent: O'zbekiston milliy ensiklopediyasi, 2008. – B. 38–47.

³ Mahmudov N. Til va madaniyat. – Toshkent: O'zbekiston, 1992. – B. 15–24.

tilshunosligida raqamli kommunikatsiya, media tili va semantik evolyutsiya masalalarini yoritishga qaratilgan.

Tadqiqotning maqsadi ijtimoiy tarmoqlar ta'sirida shakllanayotgan neologizmlarning semantik evolyutsiyasini o'zbek tili materiallari asosida tahlil qilishdan iborat. Ushbu maqsadga erishish uchun quyidagi vazifalar belgilandi: ijtimoiy tarmoqlar ta'sirida yuzaga kelayotgan neologizmlarning asosiy manbalarini aniqlash; ularning o'zbek tili tizimiga moslashish yo'llarini ko'rsatish; semantik kengayish, torayish, metaforiklashuv va baholovchi ma'no hosil bo'lish jarayonlarini tahlil qilish; neologizmlarning media matn va yoshlar nutqidagi pragmatik funksiyalarini aniqlash⁴.

ADABIYOTLAR TAHLILI VA METODLAR

Neologizm masalasi jahon va o'zbek tilshunosligida leksikologiya, semasiologiya, sotsiolingvistika, pragmatologiya va media lingvistikasi doirasida o'rganiladi. D. Crystal internet tilini til taraqqiyotining alohida kommunikativ muhiti sifatida baholab, raqamli muloqot yozma va og'zaki nutq xususiyatlarini o'zaro yaqinlashtirishini ta'kidlaydi [5]. S. Herring kompyuter vositasidagi muloqotni tilning yangi sotsial shakllarini yuzaga chiqaruvchi jarayon sifatida talqin qiladi [6]. Bu qarashlar ijtimoiy tarmoqlardagi neologizmlarni oddiy o'zlashma so'zlar emas, balki raqamli kommunikatsiyaning mahsuli sifatida o'rganish zarurligini ko'rsatadi.

Semantik evolyutsiya masalasi til birliklarining vaqt o'tishi bilan yangi ma'no, baho, konnotatsiya va uslubiy vazifa kasb etishi bilan bog'liq. E. Traugott va R. Dasher ma'no o'zgarishini kommunikativ ehtiyojlar, nutqiy kontekst va subyektiv baholash bilan bog'laydi [8]. Aitchison esa tilning o'zgarishi tabiiy jarayon ekanini, ijtimoiy omillar bu jarayonni tezlashtirishini qayd etadi [9]. Ijtimoiy tarmoqlar aynan shunday tezlashtiruvchi omil sifatida neologizmlarning ma'no taraqqiyotiga kuchli ta'sir ko'rsatadi.

O'zbek tilshunosligida leksik-semantik taraqqiyot, o'zlashma so'zlar va til me'yori masalalari N. Mahmudov, M. Mirtojiyev, R. Rasulov, Sh. Safarov, R. Sayfullayeva va boshqa olimlarning ishlarida yoritilgan. Mazkur tadqiqotlarda til va madaniyat, nutq jarayonida so'zning kommunikativ vazifasi, leksik birliklarning ma'no qatlamlari va pragmatik qiymati muhim nazariy asos sifatida qaraladi [12; 13; 14]. Shu jihatdan ijtimoiy tarmoqlar ta'sirida paydo bo'layotgan neologizmlarni o'zbek tilining zamonaviy leksik-semantik jarayoni sifatida o'rganish ilmiy asosga ega.

Tadqiqotda tavsifiy metod yordamida neologizmlarning umumiy xususiyatlari bayon qilindi. Semantik tahlil metodi orqali birliklarning dastlabki va keyingi ma'nolari, ma'no kengayishi, metaforiklashuvi, baholovchi konnotatsiyasi o'rganildi. Kontekstual metod asosida neologizmlarning ijtimoiy tarmoq postlari, sarlavhalar,

⁴ Mirtojiyev M. O'zbek tili semasiologiyasi. – Toshkent: Mumtoz so'z, 2010. – B. 63–72.

izohlar, reklama matnlari va blogerlik nutqidagi vazifalari tahlil qilindi. Qiyosiy metod orqali o'zbek tiliga kirib kelgan inglizcha birliklarning o'zbekcha qo'llanishi va ma'no o'zgarishi solishtirildi. Kontent-tahlil yordamida 2023-2025-yillarda media va ijtimoiy tarmoqlarda faol uchraydigan birliklar saralandi.

Tadqiqot materiali sifatida ochiq ijtimoiy tarmoq matnlari, ommaviy media sarlavhalari, reklama va blogerlik diskursida uchraydigan “blogger”, “kontent”, “trend”, “storis”, “reels”, “layk”, “repost”, “xeshteg”, “chellenj”, “feyk”, “krinj”, “vayb”, “target”, “monetizatsiya”, “strim”, “podkast”, “skrin”, “chat”, “obunachi”, “komment”, “tizer”, “klikbeyt” kabi birliklar tanlandi. Materiallar shaxsiy yozishmalar yoki yopiq sahifalardan emas, umumiy ommaga ochiq diskursdan olinganligi sababli tadqiqotda shaxsiy ma'lumotlar tahlil qilinmadi.

Maqolada neologizmlar uch mezon asosida baholandi: birinchidan, birlikning yangi realiyani nomlash qobiliyati; ikkinchidan, uning o'zbek tilidagi semantik o'zgarish darajasi; uchinchidan, kommunikativ-pragmatik vazifasi. Bu mezonlar ijtimoiy tarmoqlar ta'sirida shakllanayotgan leksik qatlamni faqat tashqi o'zlashma sifatida emas, balki tilning ichki rivojlanishiga ta'sir qiluvchi murakkab hodisa sifatida ko'rishga imkon beradi.

NATIJALAR VA MUHOKAMA

1. Ijtimoiy tarmoqlar neologizm yaratish maydoni sifatida

Tahlillar shuni ko'rsatadiki, ijtimoiy tarmoqlar neologizmlar shakllanishida an'anaviy ommaviy axborot vositalariga qaraganda tezroq va kengroq ta'sir ko'rsatadi. Gazeta yoki televideniyeda yangi so'zlar avval tahririy nazoratdan o'tsa, ijtimoiy tarmoqlarda ular foydalanuvchilar tomonidan bevosita yaratiladi, qayta ishlanadi va ommalashadi. Shu sababli ijtimoiy tarmoq neologizmlari ko'pincha spontan, emotsional, qisqa, esda qolarli va takrorlashga qulay shaklda bo'ladi.

Ijtimoiy tarmoqlarning algoritmik tabiati neologizmlarning tarqalishiga ham ta'sir qiladi. Muayyan so'z yoki ibora ko'p ishlatilsa, platforma uni kengroq auditoriyaga chiqaradi. Natijada “trendga chiqmoq”, “viral bo'lmoq”, “rekga tushmoq”, “reels olish”, “kontent qilish” kabi birikmalar tezda keng ommalashadi. Bu jarayonda neologizm faqat so'z sifatida emas, balki ma'lum kommunikativ vaziyatning belgisi sifatida shakllanadi.

O'zbek tilidagi ijtimoiy tarmoq neologizmlari turli manbalardan hosil bo'ladi. Ularning bir qismi ingliz tilidan to'g'ridan-to'g'ri o'zlashadi: “like”, “trend”, “content”, “stream”, “podcast”, “challenge”. Ikkinchi qismi rus tili yoki ruscha internet nutqi orqali kiradi: “komment”, “repost”, “skrin”, “akkaunt”. Uchinchi guruh esa o'zbekcha qo'shimcha va yordamchi fe'llar bilan moslashadi: “layk bosmoq”, “repost qilmoq”, “storis qo'yimoq”, “trendga chiqmoq”, “kontentchi”, “bloggerlik”. Bu holat neologizmlarning o'zbek tilining grammatik tizimiga faol moslashayotganini ko'rsatadi.

2. Neologizmlarning tuzilish va moslashish shakllari

Ijtimoiy tarmoqlar ta'sirida shakllanayotgan neologizmlarning asosiy xususiyatlaridan biri ularning gibrid shaklda qo'llanishidir. Inglizcha yoki xalqaro birlik o'zbekcha qo'shimcha, yordamchi fe'l yoki sintaktik model bilan birikib, yangi nutqiy birlik hosil qiladi. Masalan, "like" so'zi o'zbekcha nutqda "layk bosmoq", "layklamoq", "layk yig'moq", "laykka ishlamoq" kabi turli shakllarga kiradi. Bu jarayon faqat fonetik moslashuv emas, balki semantik va pragmatik moslashuv hamdir.

Quyidagi jadvalda ijtimoiy tarmoqlar ta'sirida o'zbek tilida faol qo'llanayotgan ayrim neologizmlarning shakllanish manbasi, moslashish turi va semantik evolyutsiyasi ko'rsatiladi:

Neologizm	Manba	O'zbek tilidagi moslashuvi	Semantik evolyutsiyasi
layk	English like	Layk bosmoq, layklamoq	ma'qullash belgisidan ijtimoiy tan olinishi belgisi tomon kengaydi
stori	English stories	stori qo'ymoq, stori ko'rmoq	platforma funksiyasidan kundalik hayotni namoyish qilish vositasiga aylandi
repost	English/Russian repost	repost qilmoq	qayta ulashdan axborotni tasdiqlash yoki targ'ib qilish ma'nosiga o'tdi
trend	English trend	trendga chiqmoq, trend bo'lmoq	yo'nalish ma'nosidan ommaviylik va mashhurlik belgisi sifatida kengaydi
feyk	English fake	feyk xabar, feyk profil	soxtalikdan ishonchsizlik va salbiy baho ifodasiga aylandi
krinj	English cringe	krinj holat, krinj gap	noqulaylikda n estetik va axloqiy salbiy baho

			ma'nosiga kengaydi
vayb	English vibe	yaxshi vayb, og'ir vayb	kayfiyat belgisidan umumiy emotsional atmosferaga o'tdi
inflyuense r	English influencer	inflyuenserlik, inflyuenserlar	ta'sir qiluvchi shaxsdan tijoriy media subyektiga aylandi

Jadvaldan ko'rinadiki, ijtimoiy tarmoq neologizmlari ko'pincha dastlab texnik termin sifatida kirib keladi, keyin esa ijtimoiy, emotsional va baholovchi ma'no kasb etadi. Ayniqsa, "trend", "feyk", "krinj", "vayb" kabi birliklarda semantik evolyutsiya tez kechadi. Bunday birliklar ayrim holatlarda lug'aviy ma'nosidan uzoqlashib, nutqiy baho va munosabat ifodalovchi vositaga aylanadi.

3. Semantik evolyutsiyaning asosiy yo'nalishlari

Tahlil qilingan materiallar asosida ijtimoiy tarmoqlar ta'sirida shakllangan neologizmlarning semantik evolyutsiyasi bir necha yo'nalishda kechishi aniqlandi. Birinchi yo'nalish ma'no kengayishidir. Masalan, "kontent" so'zi dastlab internetga joylangan matn, rasm yoki video ma'nosida qo'llangan bo'lsa, hozir "ijodiy mahsulot", "blogger faoliyati", "pul topish vositasi", hatto "shaxsiy imij yaratish material" ma'nolarini ham bildiradi. "Kontent qilish" birikmasi esa oddiy material tayyorlash emas, auditoriya e'tiborini jalb qilishga qaratilgan faoliyatni anglatadi.

Ikkinchi yo'nalish ma'no torayishidir. Masalan, ingliz tilidagi "story" so'zi umumiy "hikoya" ma'nosiga ega. Ijtimoiy tarmoqlarda esa "stori" shaklida 24 soat davomida ko'rinadigan qisqa vizual postni bildiradi. O'zbekcha nutqda "stori" so'zi aynan Instagram yoki Telegramdagi vaqtinchalik post ma'nosida toraygan. Shu tariqa umumiy ma'no platformaga xos texnik ma'noga aylangan.

Uchinchi yo'nalish metaforiklashuvdir. "Viral bo'lmoq" iborasi dastlab virusning tez tarqalishi bilan bog'liq metaforik model asosida shakllangan. Hozir u internetda post, video yoki xabarning juda tez ommalashishini bildiradi. "Brain rot" singari inglizcha madaniy birliklar ham onlayn kontentning inson tafakkuriga ta'sirini metaforik tarzda ifodalashi bilan e'tiborlidir; Oxford University Press ushbu birlikni 2024-yil so'zi sifatida tanlagan va uni past sifatli onlayn kontentni ortiqcha iste'mol qilish bilan bog'liq holat sifatida izohlagan [3].

To'rtinchi yo'nalish baholovchi ma'no kuchayishidir. "Feyk", "krinj", "toksik", "xayp", "klikbeyt" kabi birliklar nutqda faqat predmet yoki hodisani nomlamaydi, balki unga nisbatan salbiy yoki tanqidiy munosabatni ham bildiradi. Masalan,

“klikbeyt sarlavha” birikmasi nafaqat sarlavhaning ko‘p bosilishini, balki uning manipulyativ va ishonchsiz xususiyatini ham anglatadi. Demak, bunday neologizmlar pragmatik baholash vositasiga aylanadi.

Beshinchi yo‘nalish terminologiyadan umumxalq nutqiga o‘tishdir. “Target”, “monetizatsiya”, “algoritim”, “trafik”, “platforma”, “auditoriya” kabi birliklar avval marketing, texnologiya yoki media sohasiga xos bo‘lgan. Hozir ular oddiy foydalanuvchilar nutqida ham qo‘llanadi. “Target yoqish”, “auditoriya yig‘ish”, “algoritimga tushish” kabi birikmalar bu terminlarning ijtimoiy tarmoq diskursida ommalashganini ko‘rsatadi.

4. Neologizmlarning pragmatik funksiyalari

Ijtimoiy tarmoqlarda shakllangan neologizmlar birinchi navbatda nominativ vazifani bajaradi. Yangi platforma funksiyalari, kontent shakllari va kommunikativ amaliyotlarni nomlash uchun yangi birliklar zarur bo‘ladi. “Reels”, “storis”, “strim”, “podkast”, “xeshteg”, “repost” kabi so‘zlar ana shunday zarurat asosida ommalashgan. Ular til foydalanuvchilariga raqamli muhitdagi hodisalarni qisqa va aniq ifodalash imkonini beradi.

Ikkinchi muhim funksiya kommunikativ tejamkorlikdir. Ijtimoiy tarmoqlarda tezlik, qisqalik va esda qoluvchanlik muhim. Shuning uchun “layk”, “repost”, “skrin”, “komment”, “trend” kabi qisqa birliklar uzun izohlar o‘rnini bosadi. Masalan, “videoni ulashish” o‘rniga “repost qilish”, “suratini saqlab olish” o‘rniga “skrin qilish” birikmalari ishlatiladi. Bu birliklar muloqotni ixchamlashtiradi.

Uchinchi funksiya baholash va ta’sir ko‘rsatishdir. Bloggerlik va media diskursida “top”, “trend”, “viral”, “xayp”, “krinj”, “feyk” kabi birliklar auditoriya e’tiborini boshqaradi. Ular orqali kontentga ijobiy yoki salbiy baho beriladi. Masalan, “viral video” birikmasi kontentning keng tarqalganini bildirsa, “krinj holat” birikmasi unga nisbatan kulgi, noqulaylik yoki tanqidiy munosabatni ifodalaydi.

To‘rtinchi funksiya ijtimoiy identifikatsiyadir. Ayrim neologizmlar ma’lum yosh guruhi, internet jamoasi yoki platforma madaniyatiga mansublikni ko‘rsatadi. Masalan, “vayb”, “krinj”, “xayp”, “rizz”, “brain rot” kabi birliklarni tushunish va qo‘llash foydalanuvchining zamonaviy internet madaniyatidan xabardorligini bildiradi. Oxford University Press 2023-yilda “rizz” so‘zini yil so‘zi sifatida tanlaganida, uning Gen Z nutqi va ijtimoiy tarmoqlar orqali ommalashganini alohida qayd etgan [4].

Beshinchi funksiya manipulyativ-pragmatik vazifadir. Media sarlavhalarida “shok”, “trenddagi”, “viral”, “fosh bo‘ldi”, “hamma gapiryapti”, “internetni portlatdi” kabi birliklar auditoriyani bosishga, ko‘rishga yoki baham ko‘rishga undaydi. Bunday birliklar neologizm yoki yangi uslubiy model sifatida axborotni qabul qilish jarayoniga ta’sir qiladi. Shu sababli ijtimoiy tarmoq neologizmlarini o‘rganishda ularning faqat ma’nosi emas, balki kommunikativ ta’siri ham hisobga olinishi lozim.

5. O'zbek tili me'yori va neologizmlarning baholanishi

Neologizmlarning ko'payishi til taraqqiyotining tabiiy belgisi bo'lsa-da, ularni me'yoriy baholash muhimdir. Har bir yangi so'z adabiy tilga kirib kelishi shart emas. Ba'zi birliklar vaqtinchalik moda mahsuli sifatida qoladi, ba'zilari esa umumxalq nutqiga singib ketadi. Masalan, "blogger", "kontent", "layk", "repost" kabi birliklar nisbatan barqarorlashgan bo'lsa, ayrim memga xos birliklar qisqa muddatdan so'ng iste'moldan chiqib ketishi mumkin.

O'zbek tilining ichki imkoniyatlari ham neologizmlar yaratishda faol ishtirok etishi kerak. Ba'zan inglizcha birlikni bevosita olish zarur bo'lsa, ba'zan o'zbekcha muqobil yaratish mumkin. Masalan, "follower" o'rnida "obunachi", "content creator" o'rnida "kontent yaratuvchi", "live" o'rnida "jonli efir", "fake news" o'rnida "yolg'on xabar" kabi variantlar ishlatilmoqda. Bu jarayon tilning milliy xususiyatini saqlagan holda zamonaviy kommunikatsiyaga moslashish imkonini beradi.

Shu bilan birga, ijtimoiy tarmoq neologizmlarining barchasini salbiy hodisa sifatida baholash to'g'ri emas. Ular tilning zamonaviy axborot muhitiga moslashayotganini, yangi realialarni ifodalashga intilayotganini va foydalanuvchilarning ijodiy nutqiy faoliyatini ko'rsatadi. Muhim masala ularni ilmiy o'rganish, me'yoriy qo'llanish chegaralarini aniqlash va rasmiy, ilmiy, badiiy hamda og'zaki nutq uslublarida qaysi birliklar maqbul ekanini ajratishdan iborat.

Semantik evolyutsiya jarayonida neologizmlar ma'lum vaqt ichida turli bosqichlardan o'tadi: avval tor guruh nutqida paydo bo'ladi, keyin platforma yoki media orqali keng tarqaladi, so'ng yoshlar nutqida barqarorlashadi, undan keyin ommaviy media va kundalik muloqotga o'tadi. Agar birlik uzoq muddat faol qo'llansa va o'zbek tilining fonetik, morfologik, sintaktik tizimiga moslashsa, uning leksik tizimda mustahkamlanish ehtimoli ortadi.

Umuman, ijtimoiy tarmoqlar ta'sirida shakllanayotgan neologizmlar o'zbek tilining raqamli davrdagi hayotiylikini ko'rsatadi. Ular tilga tashqi bosim sifatida emas, balki zamonaviy kommunikativ ehtiyojlar natijasida yuzaga kelayotgan leksik-semantik yangilanish sifatida baholanishi lozim.

XULOSA

Ijtimoiy tarmoqlar ta'sirida shakllanayotgan neologizmlar o'zbek tilining zamonaviy leksik taraqqiyotida muhim o'rin egallaydi. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, ijtimoiy tarmoqlar yangi so'zlar paydo bo'lishi, ularning tez ommalashishi va semantik jihatdan qayta shakllanishi uchun faol kommunikativ maydon vazifasini bajarmoqda. Bu jarayonda inglizcha va xalqaro birliklar o'zbek tiliga kirib keladi, fonetik va morfologik jihatdan moslashadi, o'zbekcha yordamchi fe'llar va qo'shimchalar bilan birikib yangi nutqiy modellarni hosil qiladi.

Tahlil davomida "layk", "stori", "repost", "trend", "feyk", "krinj", "vayb", "influenser", "target", "kontent", "strim", "podkast" kabi birliklarning semantik

evolyutsiyasi o'rganildi. Ularning ayrimlari dastlab texnik nomlash vazifasida qo'llangan bo'lsa, keyinchalik baholash, ijtimoiy identifikatsiya, emotsional munosabat, manipulyativ ta'sir va kommunikativ tejamkorlik funksiyalarini ham egallagan. Demak, ijtimoiy tarmoq neologizmlari oddiy o'zlashma so'zlar emas, balki yangi kommunikativ ehtiyojlarni ifodalovchi ko'p vazifali birliklardir.

Neologizmlarning semantik evolyutsiyasi ma'no kengayishi, ma'no torayishi, metaforiklashuv, baholovchi konnotatsiya kuchayishi va terminologiyadan umumxalq nutqiga o'tish kabi yo'nalishlarda kechmoqda. Bu jarayon tilning ijtimoiy hayotdagi o'zgarishlarga moslashish qobiliyatini ko'rsatadi. Ayniqsa, yoshlar nutqi, bloggerlik diskursi va media sarlavhalari neologizmlarning ommalashuvida asosiy vosita bo'lib xizmat qilmoqda.

Maqolada shuningdek neologizmlarning me'yoriy baholanishi ham muhim ekani ta'kidlandi. Til taraqqiyoti yangi birliklarni qabul qilish bilan bog'liq bo'lsa-da, har bir birlikning uslubiy maqomi, adabiy tilga mosligi va milliy til imkoniyatlari bilan uyg'unligi hisobga olinishi zarur. O'zbek tilida yangi realiyalarni ifodalashda xorijiy birliklardan oqilona foydalanish, zarur hollarda o'zbekcha muqobillarni yaratish va ularni ommalashtirish til madaniyatining dolzarb vazifalaridan biridir.

Xulosa qilib aytganda, ijtimoiy tarmoqlar ta'sirida shakllanayotgan neologizmlar va ularning semantik evolyutsiyasini o'rganish o'zbek tilshunosligida raqamli kommunikatsiya, media lingvistikasi va leksik-semantik taraqqiyot masalalarini chuqurroq anglashga xizmat qiladi. Bu yo'nalish kelgusida korpus lingvistikasi, sotsiolingvistik monitoring va media matnlar asosida yanada keng tadqiq etilishi maqsadga muvofiqdir.

ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Kemp S. Digital 2025: Uzbekistan. – DataReportal, 2025. – Elektron manba.
2. International Telecommunication Union. Measuring digital development: Facts and Figures 2024. – Geneva: ITU, 2024. – Elektron manba.
3. Oxford University Press. 'Brain rot' named Oxford Word of the Year 2024. – Oxford: OUP, 2024. – Elektron manba.
4. Oxford University Press. 'Rizz' crowned Oxford Word of the Year 2023. – Oxford: OUP, 2023. – Elektron manba.
5. Crystal D. Language and the Internet. – Cambridge: Cambridge University Press, 2001. – 272 p.
6. Herring S. C. Computer-Mediated Communication: Linguistic, Social and Cross-Cultural Perspectives. – Amsterdam: John Benjamins, 1996. – 314 p.
7. Herring S. C., Stein D., Virtanen T. Pragmatics of Computer-Mediated Communication. – Berlin: De Gruyter Mouton, 2013. – 754 p.
8. Traugott E. C., Dasher R. B. Regularity in Semantic Change. – Cambridge: Cambridge University Press, 2002. – 341 p.

9. Aitchison J. Language Change: Progress or Decay? – Cambridge: Cambridge University Press, 2013. – 328 p.
10. Campbell L. Historical Linguistics: An Introduction. – Edinburgh: Edinburgh University Press, 2013. – 512 p.
11. Lehrer A. Understanding Trendy Neologisms. Italian Journal of Linguistics. – 2003. – Vol. 15, No. 2. – P. 369–382.
12. Safarov Sh. Pragmalingvistika. – Toshkent: O'zbekiston milliy ensiklopediyasi, 2008. – 286 b.
13. Mahmudov N. Til va madaniyat. – Toshkent: O'zbekiston, 1992. – 96 b.
14. Mirtojiyev M. O'zbek tili semasiologiyasi. – Toshkent: Mumtoz so'z, 2010. – 288 b.
15. Rasulov R. Umumiy tilshunoslik. – Toshkent: Fan va texnologiya, 2010. – 248 b.
16. Sayfullayeva R., Mengliyev B., Boqiyeva G., Qurbonova M., Yunusova Z., Abuzalova M. Hozirgi o'zbek adabiy tili. – Toshkent: Fan va texnologiya, 2009. – 416 b.
17. Yule G. The Study of Language. – Cambridge: Cambridge University Press, 2020. – 392 p.
18. Gries S. Th. Quantitative Corpus Linguistics with R. – New York: Routledge, 2017. – 258 p.