



Factors causing neologisms

Vafokul NAZAROV ¹, Shakhzod AKHMEDOV ²

Samarkand State Institute of Foreign Languages

ARTICLE INFO

Article history:

Received August 2024

Received in revised form

10 September 2024

Accepted 25 September 2024

Available online

25 October 2024

Keywords:

neologism,
language development,
intercultural
communication,
scientific and technical
development,
economic changes,
mass media,
Internet,
linguistic renewal.

ABSTRACT

This article analyzes the primary factors contributing to the creation of neologisms. Language evolution, advancements in technology, intercultural relations, and societal changes all lead to the emergence of new words and phrases, thus forming neologisms. The article examines how economic, social, and scientific-technical developments, along with international integration, influence language. Additionally, it considers the role of mass media and the Internet in the creation of neologisms. These factors collectively expand the vocabulary and enrich the language with new meanings.

2181-3701/© 2024 in Science LLC.

DOI: <https://doi.org/10.47689/2181-3701-vol2-iss4/S-pp196-202>

This is an open-access article under the Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru>)

Neologizmlarni keltirib chiqaruvchi omillar

ANNOTATSIYA

Kalit so'zlar:

neologizm,
til rivoji,
madaniyatlararo aloqa,
ilmiy-texnik taraqqiyot,
iqtisodiy o'zgarishlar,
ommaviy axborot vositalari,
internet,
lingvistik yangilanish.

Ushbu maqolada neologizmlarni yuzaga keltiruvchi asosiy omillar tahlil qilinadi. Tilning rivojlanishi, yangi texnologiyalar, madaniyatlararo aloqalar va jamiyatda sodir bo'layotgan o'zgarishlar tilga yangi so'z va iboralar kirib kelishiga sabab bo'lib, bu holat neologizmlarni shakllantiradi. Maqolada iqtisodiy, ijtimoiy va ilmiy-texnik taraqqiyot, shuningdek, xalqaro integratsiya jarayonlari tilga qanchalik ta'sir qilishi tahlil qilinadi. Shuningdek, ommaviy axborot vositalari va internetning neologizmlar yaratilishidagi o'rni ko'rib chiqiladi. Bu omillar tilning lug'aviy boyligini oshirish va uni yangi ma'nolar bilan boyitishga xizmat qiladi.

¹ Lecturer, Department of Middle Eastern Languages, Samarkand State Institute of Foreign Languages.
E-mail: vafonazarov@gmail.com

² Lecturer, Department of Middle Eastern Languages, Samarkand State Institute of Foreign Languages.
E-mail: shakhzodahmedov310@gmail.com

Факторы, вызывающие неологизмы

АННОТАЦИЯ

Ключевые слова:

неологизмы,
развитие языка,
межкультурная
коммуникация,
научно-техническое
развитие,
экономические
изменения,
средства массовой
информации,
Интернет,
языковое обновление.

В данной статье анализируются основные факторы, способствующие созданию неологизмов. Развитие языка, появление новых технологий, межкультурные взаимодействия и социальные изменения приводят к появлению новых слов и выражений, что и формирует неологизмы. В статье рассматривается, как экономическое, социальное и научно-техническое развитие, а также процессы международной интеграции влияют на язык. Отдельное внимание уделено роли средств массовой информации и Интернета в создании неологизмов. Эти факторы способствуют расширению словарного запаса и обогащению языка новыми значениями.

Neologizmlar - bu tilda ilgari mavjud bo'lmagan yangi so'zlar yoki iboralar. Neologizmlarning yaratilishiga turli omillar, jumladan, texnologik taraqqiyot, ijtimoiy va madaniy me'yorlarning o'zgarishi, ilmiy kashfiyotlar va paydo bo'layotgan tushunchalar yoki hodisalarni tasvirlash uchun yangi lug'atga bo'lgan ehtiyoj ta'sir qilishi mumkin. Neologizmlarning paydo bo'lishiga yordam beradigan asosiy omillardan ba'zilari:

1. **Texnologik yangiliklar:** Texnologik innovatsiyalarning tez sur'atlarda rivojlanishi ko'pincha yangi terminologiyani talab qiladigan yangi qurilmalar, ilovalar va tushunchalarni ishlab chiqishga olib keladi. Masalan, "cyberbullying", va "tweet" kabi atamalar ijtimoiy media platformalari va raqamli aloqa vositalarining ko'payishiga javoban paydo bo'ldi.

2. **Ijtimoiy va madaniy o'zgarishlar:** Ijtimoiy dinamika, turmush tarzi tendensiyalari va madaniy harakatlardagi o'zgarishlar ham yangi so'zlar va iboralarni keltirib chiqarishi mumkin. Misol uchun, "woke", "mansplain" va "ghosting" kabi so'zlar so'nggi yillarda ijtimoiy adolatga, gender tengligiga va tanishish xulq-atvoriga o'zgaruvchan munosabatni aks ettirish uchun mashhur bo'ldi.

3. **Globalashuv:** Jahon iqtisodiyotining o'zaro bog'liqligi va madaniy ta'sirlarning chegaralar bo'ylab tarqalishi boshqa tillardan olingan so'zlarning qabul qilinishiga va turli til an'alarini uyg'unlashtirgan gibrid atamalarning yaratilishiga olib keldi. Masalan, yaponchadan "tsunami", nemischadan "schadenfreude" va hind tilidan "bollywood" hamda "brexit" ingliz tilidan.

4. **Ilmiy va akademik fanlar doirasidagi yutuqlar:** Ilmiy tadqiqotlar va akademik stipendiyalardagi yutuqlar ko'pincha yangi tushunchalar, nazariyalar va metodologiyalarni tavsiflash uchun maxsus terminologiyani ishlab chiqishni talab qiladi. Tibbiyot, psixologiya va informatika kabi sohalar tez-tez rivojlanayotgan bilim va amaliyotlarga moslashish uchun neologizmlarni kiritadilar.

5. **Pop madaniyati (Popular culture) va ommaviy axborot vositalarining ta'siri:** Ommaviy madaniyat, o'yin-kulgi va media kontenti tildan foydalanishni shakllantirishda va kundalik lug'atga yangi so'zlarni kiritishda muhim rol o'ynaydi. "Binge-watch", "meme" va "stan" kabi atamalar onlayn hamjamiyatlarda, teleko'rsatuvlarda va musiqa muxlislarida keng tarqalganligi sababli umumiy xalq tiliga aylandi.

6. **Kognitiv jarayonlar:** Neologizmlarning shakllanishida inson miyasining ijodkorlik qobiliyati va tilni yangilash qobiliyati hal qiluvchi rol o'ynaydi. Analogiya, metafora, aralashtirish va so'z yasash qoidalari kabi kognitiv jarayonlar yangi so'z va iboralarni yaratishga yordam beradi (Aitchison, 2012). Ma'ruzachilar o'zlarining mo'ljallangan ma'nolarini samarali yetkazadigan yangi atamalarni yaratish uchun mavjud leksik manbalardan foydalanishlari mumkin.

7. **Muloqot samaradorligiga bo'lgan ehtiyoj:** Til foydalanuvchilari ko'pincha leksik bo'shliqlarni to'ldirish yoki muayyan kontekstlarda muloqotni soddalashtirish uchun neologizmlardan foydalanishadi. Texnik yoki ixtisoslashgan sohalarida murakkab g'oyalarni samarali yetkazish uchun qisqa va aniq terminologiya muhim ahamiyatga ega. Neologizmlar mutaxassislar o'rtasida tushunish va hamkorlikni osonlashtiradigan aniq va lo'nda atamalarni kiritish orqali ushbu aloqa ehtiyojlarini qondirishga yordam beradi (Durkin, 2014).

8. **Lingvistik qarz olish va moslashish:** tillar dinamik va g'ovakli tizimlar bo'lib, ular boshqa tillardan so'zlar va tuzilmalarni qarz olish, qarz tarjimasi va hisoblash kabi jarayonlar orqali oladi. Neologizmlar xorijiy so'zlar yoki iboralarni o'zlashtirilgan tilning fonologik, morfologik va semantik naqshlariga moslashtirish natijasida yuzaga kelishi mumkin (Crystal, 2016). Lingvistik tizimlarning bunday o'zaro ta'siri lug'at boyligini boyitish va rang-barang bo'lishiga yordam beradi.

9. **Leksik ijod va so'z o'yini:** Til foydalanuvchilari hazil yaratish, guruh identifikatorlarini o'rnatish va individuallikni ifodalash uchun leksik ijodkorlik va so'z o'yinlari bilan shug'ullanadilar. So'z birikmalari, so'z birikmalari, qofiyalar, alliteratsiya va so'z o'ynashning boshqa shakllaridan kelib chiqadigan neologizmlar tomoshabinlarni o'ziga jalb qilishi va lingvistik o'yin tuyg'usini rivojlantirishi mumkin (McArthur, 1998). Ushbu innovatsion so'z shakllari tilning dinamik va jonli tabiatiga hissa qo'shadi.

10. **Semantik siljishlar va evolutsiya:** Neologizmlar yangi tushunchalar yoki foydalanishga moslashish uchun semantik siljishlar va mavjud so'z ma'nolarini kengaytirish orqali paydo bo'lishi mumkin. Metafora, metonimiya, umumlashtirish va ixtisoslashuv kabi so'z yasash jarayonlari leksik inventerlarni kengaytirish va moslashtirish mexanizmi bo'lib xizmat qiladi (Traugott va Dasher, 2002). Tanish so'zlarni innovatsion usullarda o'zgartirib, ma'ruzachilar rivojlanayotgan jamiyat tendensiyalari va istiqbollari aks ettiruvchi neologizmlarni yaratadilar.

Neologizmlarning shakllanishiga bu omillardan tashqari individual ijodkorlik, lingvistik o'yinchanlik, lingvistik iqtisodga bo'lgan ehtiyoj ham hissa qo'shishi mumkin. Til foydalanuvchilari noyob fikrlarni ifodalash, nozik ma'nolarni yetkazish yoki shunchaki til bilan zavqlanish uchun yangi so'zlarni paydo qilishlari mumkin. Natijada neologizmlar tinimsiz rivojlanib, lingvistik manzarani boyitib boradi.

Umuman olganda, neologizmlarning yaratilishi kognitiv, ijtimoiy, madaniy va kommunikativ omillarning kombinatsiyasi ta'sirida ko'p qirrali hodisadir. Ushbu omillarning dinamik o'zaro ta'siri lingvistik landshaftni shakllantiradi va tilning uzluksiz o'sishi va o'zgarishiga turtki beradi.

Quyida misollar orqali yuqorida keltirilgan omillarning ahamiyati ochib beriladi.

قهوة “qahva” (kofe) so'zining kelib chiqishi va tarqalishi

Kofening vatani Abissiniya (Abissiniya – Efiopiyaning norasmiy nomi, aslida bu so'z arabcha “al-habasha” so'zidan kelib chiqqan). Kofe Efiopiyaning Kafa viloyatida ko'proq yetishtirilgani uchun unga shu nom berilgan. Kofe daraxtini dastlab arablar eka boshlagan.

XI asrda kofe Yamanga, XVI asrga kelib esa Arabistonning shimol tomoniga tarqalgan. Undan Turkiyaga, so'nra Yevropaga o'tgan. O'rta asrlarda kofe Yamanning "Mokko" porti nomi bilan boshqa mamlakatlarga chiqarilgan va shu davrlarda kofeni Yevropada "mokko" deb atay boshlaganlar. Shu tariqa "kofe" va "mokko" so'zi butun dunyoga tarqaldi. Ulardan esa yana yangi neologizmlar: Nescafe, Maccofe, Coffe Timelar paydo bo'ldi. Kofening a'lo navlari hozir ham "mokko" nomi bilan yuritiladi.

Demak agar yangi tushunchalar paydo bo'lsa, tilda neologizmlarning paydo bo'lishi muqarrar va ularning paydo bo'lishi generatori - xoh texnologiya sohasi, xoh boshqa tillardan to'g'ridan-to'g'ri qarz olish, yoki ijtimoiy o'zgarish - farqi yo'q. Bu yoki boshqa usulda neologizmlar paydo bo'ladi va tillarga tarqaladi, bu jarayonni to'xtatish mumkin emas.

Til doimo neologizmlar bilan to'ldiriladi. Ular ikki shaklda yuzaga keladi: 1) so'zlarni shakllantirish orqali: kompyuterlashtirish, markazlashtirmaslik, SMS, flesh-disk, multikass, telekonferensiya, shtrix-kod, master-klass, modernizatsiya va hk.; 2) qarz olish yo'li bilan: blokcheyn, bestseller, grand, default, noutbuk, fitness, tender, jumboq, rouming, sushi, vintage, cho'tka va boshqalar.

Yangi so'zlar tillarda quyidagi holatlarda tarqalishi mumkin: 1) yangi hodisalarni belgilash ehtiyojlari bilan bog'liq; 2) eskirgan iboralar o'rniga modadan tayangan hoda yangi so'zlarga bo'lgan ehtiyojidan kelib chiqib ismlarni yangilari bilan almashtirish; 3) to'ldiruvchilik fenomeni bilan, ular eski ismlar bilan birga bo'lganda, uslublar, foydalanish holatlari bo'yicha farqlashda.

Hali odatiy holga kelmagan so'zlar va tegishli obyektlarning, tushunchalarning kundalik nomlari passiv so'z birikmalariga kiritilgan. Biroq, vaqt o'tishi bilan yangi so'zlar o'zlashtirilib, passiv so'z birikmasidan faol so'zga o'tadi va yangi so'z tez-tez ishlatilishi bilan, u tanishadi, u assimilyatsiya qilinadi hamda stilistik jihatdan boshqa so'z birikmalaridan ajralib turadi. Shu sababli, til tomonidan o'zlashtirilgan yangi so'zlar neologizmlar tarkibiga kiritilishi mumkin emas. Shunday qilib, "neologizm" atamasi "yangi so'z" tushunchasini toraytiradi va aniqlashtiradi: yangi so'zlarni ta'kidlashda ularning tilda paydo bo'lish vaqtlari hisobga olinadi, neologizmlarga so'zlar birlashtirilishi ushbu so'zlarni g'ayrioddiy nomlar sifatida qabul qilish bilan bog'liq maxsus stilistik xususiyatlarini ta'kidlaydi. Tilning lug'aviy tarkibi doimiy ravishda yangilanadi - yangi narsalar va tushunchalarni (fan, texnologiya, madaniyat va jamiyatning ijtimoiy hayotining boshqa sohalari rivojlanishi bilan bog'liq holda) namoyon qilish uchun, tilda yangi so'zlar paydo bo'ladi (xitoy tilshunosligida 新词语 (Xīn cíyǔ) – yangi so'zlar).

So'zni shakllantirish jarayoni ijtimoiy o'zgarishlar bilan bevosita bog'liq. Xususan, 1949-yilgacha xitoy tilida ko'plab yangi so'zlar o'sha paytdagi shahar va qishloq hayotining haqiqatlarini, KNN va Kuomintang o'rtasidagi qurolli qarama-qarshilikni aks ettirdi; Xitoy Xalq Respublikasi tashkil topganidan keyin iqtisodiy va siyosiy qurilish masalalari birinchi o'ringa chiqdi, bu tilda aks ettirilishi mumkin emas edi. So'nggi yigirma besh yil ichida yangi so'zlar, iboralar, ma'nolarning paydo bo'lishi Xitoy jamiyatidagi tezkor o'zgarishlar, mamlakatning tashqi dunyo bilan munosabatlarda ochiqligi darajasi, uning globallashtirish jarayoniga qo'shilishi va ilm-fan va texnologiyalarning rivojlanishi bilan bog'liq. So'nggi yillarda public, "OITS" kabi ommaviy hayotda, kundalik hayotda bo'lmagan bunday hodisalar va obyektlarni anglatuvchi yangi so'zlar paydo bo'ldi. Refrigerator "muzlatgich",

“muzlatgich”; 单放机 (Dānfàngjī) “bitta kasetali pleyer”; Disc “diskoteka”; Mic “mikroto‘lqin” va boshqalar.

Shu bilan birga, so‘zlarni shakllantirish jarayonini faqat yangi paydo bo‘lgan ijtimoiy hodisalarni belgilash jarayoni sifatida soddalashtirish mumkin emas, bu, eng avvalo, atrofimizdagi dunyo haqidagi fikrlarning kengayishi bilan bog‘liq. Ko‘plab misollar shuni ko‘rsatadiki, dastlab biron bir hodisa yuzaga keladi, shundan keyingina u nomzodlikni oladi. Nomlash jarayoni bosqichma-bosqich amalga oshiriladigan jarayon.

Obyektiv voqelikni yangilash va bilim qobiliyatini kengaytirish bilan bir qatorda, yangi so‘zlarning paydo bo‘lishini belgilaydigan yana bir omil bu tilni o‘zgartirish va rivojlantirish jarayonidir. Xuddi shu hodisani ko‘rsatish uchun turli xil til vositalaridan foydalanish mumkin. 兵马俑 (Bīngmǎyǒng) (Zamonaviy xitoy tili, ya’ni hamma xitoyliklar shu Putonghua dan foydalanib gaplashsalar hamma tushunadi), Putonghua va og‘zaki hamda yozma tillar (umumiy so‘z boyligi) va dialektlar, Venyang (Putonghua dan oldingi til) va zamonaviy xitoy til (qin shixuang) lari o‘rtasida farqlar mavjud. Ularning o‘zaro ta’siri natijasida yangi so‘zlar ham paydo bo‘lishi mumkin. Masalan, 炒鱿鱼 (Chǎoyóuyú) “Kalmar balig‘ini qovurmoq” iborasi (skovorodkada qovurishda ular qisqaradi). Ushbu dialektik xarakterning bu ifodasi Guangdong va Gonkongda keng tarqalgan edi. Islahotlar siyosati va ochiqlik paydo bo‘lishi bilan u butun Xitoy bo‘ylab tarqala boshladi. Bu “chiqarib yuborilganidan” ko‘ra ko‘proq kulgili yangi tendensiya sifatida qabul qilinadi, “sizning pulingizni yig‘ib oling va muvaffaqiyatsiz bo‘ling” dan ko‘ra madaniyroq.

New “yangi trend”, “yangi trend” so‘zi “moda” so‘ziga nisbatan kengroq ma’noga ega. Asta-sekin 潮 so‘ziga aylanib, o‘zgartirildi. Asl kiyimlarni ko‘rsatish uchun yosh ayollar “穿得真潮艾!” (Chuān dé zhēn chòu ài) (kiyinishi juda modniy a) deb aytishni boshladilar. Bu so‘zlar nutq so‘zidan putonghua ichiga kiritilgan. Shunday qilib, 1989-yilda markaziy televidizion dasturlarning birida, dastur boshlovchisi yangi mahsulotlarni tavsiflashda “很潮” (Hěn cháo) juda modniy so‘zini ishlatgan.

Xuddi shu tariqa globalasshuv va madaniyatlar almashinuvi hamda texnologiya rivoji natijasida arab tilida ham neologizmlar keng tarqala boshladi. Ular qay holatda bo‘lsa o‘shanday qabul qilindi faqat arab harflari bilan ifodalandi. Sababi kirib kelgan yangi so‘zning ommalashganligi va butun dunyo hamjamiyatiga tushunarli hamda arab tilidagi so‘zlashuvchilar uchun talaffuzda oson bo‘lganligi tufayli o‘z holicha qabul qilindi. Masalan, Live (jonli efir) so‘zi – ingliz tilida yashamoq deb tarjima qilinadi, ammo bu so‘z televideniye va ijtimoiy tarmoqlarda jonli efir ma’nosi bilan mashhur. Bu so‘zni arablar لايف (laayf) qilib o‘zlashtirdilar, ya’ni talaffuzini arab tili qoidalariga moslashtirdilar va yangi so‘z sifatida qabul qildilar. Telefon so‘zi ham deyarli telephone (ingliz variant) bilan bir xil aytilishga ega lekin arab tili talaffuz qoidalari bilan aytiladi – تليفون (tyliyfuun). Hammaga ma’lum va mashhur Telegram va Instagram ijtimoiy tarmog‘i butun dunyo tillariga kirib borgan. Arab tiliga ham xuddi o‘sha ko‘rinishda kirib keldi faqat arab harflari bilan arabcha talaffuzga bo‘ysindirildi – تيليجرام (tyliyjram – arab tilida g harfi yo‘q), انستجرم (instajram).

Zamonaviy jamiyatda o‘z o‘rniga ega bo‘lgan ingliz tili butun dunyo bo‘ylab keng yoyilgan. Ushbu tildan behabar odam dunyoda topilmasa kerak. Shu jumladan ingliz tili ham. Shuning uchun bu tilda shevalar miqdori me’yoridan ortiqdir. Ba’zi manbalarda

undagi shevalar miqdorini 200 dan ortig'i sanab o'tilgan. Turli mamlakat ma'daniyati va turmush tarzi ingliz tiliga sezilarli ta'sir ko'rsatmoqda.

Tirik jonzotlar kabi tillar moslashuvchanlik va o'zgaruvchanlik xususiyatiga ega. Bunday o'zgaruvchanlikka neologizm hodisasi misol bo'la oladi. Neologizm bu til lug'atida yangi so'zlarning paydo bo'lishi hisoblanadi. Neologizmlar lug'atga yangi so'z tushuncha sifatida kiradi va tilning barcha qatlamlariga tarqalgunga qadar saqlanadi. Keyin esa u odatdagi so'zlardek qo'llanila boshlaydi yoki o'rnini boshqa so'zga bo'shatib beradi. "The mother tongue" asari muallifi yangi so'z paydo bo'lishi uchun beshta faktorni ajratib ko'rsatadi. Bular: xato qilish (error), qabul qilish (Adoption), so'z yaratish (protologizm), kontekstda ma'no o'zgarishi (context) so'zlarni bir-biriga qo'shib yasash (addition or subtraction) [6, 94-98 b.].

Xato qilish. Darwin ta'limotiga ko'ra xatoni takrorlash tabiat hodisasidir. Buni tilda ham kuzatishimiz mumkin. Ba'zida so'zlarni noto'g'ri transkripsiya qilish natijasida mutatsiya jarayoni kelib chiqishi va so'z o'z-o'zidan yangiga aylanishi mumkin. Masalan "asparagus" so'zi "sparrow" hamda "grass" so'zlarini buzib transkripsiya qilish bilan kelib chiqqan.

Qabul qilish. (Adoption) Ingliz tili jahon tili. Undan ko'p mamlakatlar foydalanadi. Shuning uchun juda ham so'zlar ingliz tili lug'atiga kirib keladi. Masalan: italyan tilidan "casinos", shotland tilidan "greasiness", skandinaviya tilidan "volcano".

So'z yaratish. (protologizm) *Protoligzmlar* - bu kimdir tomonidan so'z yaratilishidir. Biz bunga yozuvchi va shoirlarning asarida uchragan "yangi" so'zlarni misol qilib ko'rsatishimiz mumkin. Masalan Kouling "hinkypunks" (hanky-panky) ni kiritgan.

Kontekstda ma'no o'zgarishi. Ba'zida kontekst ham lug'atga so'z qo'shilishi yoki ma'nosini o'zgartirishiga sababchi bo'lishi mumkin. Ingliz tilida uchraydiga "girl" so'zi aslida ikki jins vakillari yoshlariga bir xilda qo'llanilgan yoki "pretty" so'zining aslida ma'nosi "hiylakor", "makkor" so'zlariga teng bo'lgan.

So'zlarni bog'lash. (Addition) Bunday yangi so'z yaratish Har bir tilda uchraydi. "Smog" so'zi "smoke" va "fog" so'zlari qo'shilmasidan kelib chiqqan. "Earthquake" so'zi bo'lsa "earth" va "quake" so'zlari qo'shilmasidan kelib chiqqan.

Albatta so'zlarning lug'atga kirib kelishi ajoyib holat. Lug'at boyligi ortadi, yangi tushunchalar paydo bo'ladi. Lekin yangi so'zlar va ularga bog'liq muammolarni yechish tilshunoslik fanining oldida turgan dolzarb masala hisoblanadi.

"Radar" so'zini ingliz tiliga kirib kelishi haqida lug'atlarda fikrlar aytib o'tilgan. Ikkinchi jahon urushidan keyin yaratilgan bu qurilmaning nomi "Radio Detection And Ranging" so'zlarining qisqartmasidan kelib chiqqan. Bunday holatni biz "lazer" so'zida ham kuzatishimiz mumkin. Dastlab ishlatilganda bu so'zlar "RADAR" hamda "LASER" tarzida yozilgan. Chunki abbrevatsion so'zlarning yozilish qoidasiga binoan bu so'zlar aynan shunday yozilishi kerak. Lekin bu qisqartmalar o'z-o'zidan, vaqt o'zgarish nuqtai nazaridan "yangi" so'zga aylanib qolgan. Hozirgi kunda ingliz tilida bu so'z qoidaga istisno "laser" va "radar" tarzida yoziladi. Lekin mantiqan o'ylab qaralganda bu so'zlarning UNICEF (United Nations International Child's Emergency Fund) yoki SHAPE (Supreme Headquarters Allied Powers in Europe) so'zlaridan umuman farqi yo'q. Demak, bu so'zlar ham kelajakda kichik harflar bilan yozila boshlaydimi? Agar shunday bo'lsa "shape" so'zi "SHAPE" so'zi bilan omonim bo'ladimi?

Bugungi kunda ingliz tiliga mutassil yangi so'zlar kirib kelmoqda. Bunday yangi so'zlar paydo bo'lishi media, siyosat, iqtisod, komputer tarmoqlari terminalogiyasida ko'p

uchramoqda. Shuningdek, bu soʻzlar ingliz tili lugʻatiga ham kiritilmoqda. Tillarda yangi soʻzlar paydo boʻlish faktorini hisobga olsak, bu kirib kelgan tushunchalarni yangi soʻz deb qarashimiz mumkin. Lekin masalaning boshqa nozik tomoni bor. Yaʼni bu soʻzlar bizning erinchoqligimiz, bilimsizligimiz tufayli yuzaga kelayotgani hech kimga sir emas. Misol qiladigan boʻlsak. “OMG” neologizmi 2011-mart oyida lugʻatga kiritilgan. Maʼnosi-“Oh my God/Gosh (yo Xudoyim)” Hozirda bu soʻz katta harflar bilan yozilganligi uchun biz uning abbreviatsion soʻz ekanligini bilamiz. Vaqt oʻtgach bu soʻz eʼtiborsizlik tufayli kichik harflar bilan yozilib, odat qilinadi. Qarabsizki, “yangi soʻz” tayyor. Vaholanki, bu qisqartma allaqachon lugʻatga neologizm sifatida kiritilgan. “I♥NY” soʻzida yurakni anglatuvchi belgi “sevmok” soʻzi oʻrniga qoʻllanilmoqda. Demak, yaqin kunlarda “heart” va “sevmok” soʻzlari sinonim boʻlishi aniq. Xuddi shunday “urban” soʻzi “urban area” maʼnosiga ega boʻlib lugʻatga kiritilgan. Shu kabi lugʻatga har kuni yangi soʻzlar kirib kelmoqda. Shulardan eng oxirgisi **Brexit** (Yevroittifoqdan chiqish) boʻldi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR ROʻXATI:

1. Aitchison, J. (2012). *The Articulate Mammal: An Introduction to Psycholinguistics*. Routledge.
2. Durkin, P. (2014). *Borrowed Words: A History of Loanwords in English*. Oxford University Press.
3. Crystal, D. (2016). *Making sense of neologisms*. Cambridge University Press.
4. McArthur, T. (1998). *The Oxford Companion to the English Language*. Oxford University Press.
5. Traugott, E. C., & Dasher, R. B. (2002). *Regularity in Semantic Change*. Cambridge University Press.
6. Курбанов, Бобур (2022). *МОВАРОУННАХР ВА ХУРОСОН ТАЗКИРАЧИЛИК МАКТАБИ ШАКЛЛАНИШИ*. *Oriental Renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences*, 2 (5), 471-482.
7. Akhmedov, S. I. (2021). *CLASSIFICATION AND TYPES OF NEOLOGISMS IN UZBEK LANGUAGE*. *Scientific progress*, 2(1), 1186-1189.