



The linguistic nature and methodological function of neologisms used in modern Uzbek media

Sevara BERDIMUROTOVA¹

Termez University of Economics and service

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,
media,
linguistic analysis,
methodology,
lexical units,
Uzbek language.

ABSTRACT

This article analyzes the linguistic nature and methodological function of neologisms in use in modern Uzbek media. As a result of the study, the ways of formation, semantic features and methodological tasks of neologisms used in the media were identified. Also, the degree of application and power of influence of neologisms in publicistic texts has been studied.

2181-3701/© 2024 in Science LLC.

DOI: <https://doi.org/10.47689/2181-3701-vol2-iss4/S-pp266-271>

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>)

Zamonaviy o'zbek ommaviy axborot vositalarida qo'llanilayotgan neologizmlarning lisoniy tabiati va uslubiy vazifasi

ANNOTATSIYA

Kalit so'zlar:

neologizm,
ommaviy axborot vositalari,
lingvistik tahlil,
uslubiyat,
leksik birliklar,
o'zbek tili.

Ushbu maqolada zamonaviy o'zbek ommaviy axborot vositalarida qo'llanilayotgan neologizmlarning lisoniy tabiati va uslubiy vazifasi tahlil qilingan. Tadqiqot natijasida OAVda qo'llanilayotgan neologizmlarning shakllanish yo'llari, semantik xususiyatlari va uslubiy vazifalari aniqlangan. Shuningdek, neologizmlarning publitsistik matnlarda qo'llanilish darajasi va ta'sir kuchi o'rganilgan.

¹ Teacher of the Department of foreign language and literature, Termez University of Economics and service.
E-mail: sevaseva864@gmail.ru

Языковая природа и методическая функция неологизмов, используемых в современных узбекских СМИ

АННОТАЦИЯ

Ключевые слова:

неологизм,
средства массовой
информации,
лингвистический анализ,
методология,
лексические единицы,
узбекский язык.

В данной статье анализируется языковая природа и методическая функция неологизмов, используемых в современных узбекских СМИ. В результате исследования определены пути формирования, семантические особенности и методологические задачи неологизмов, используемых в СМИ. Также изучалась степень использования и сила влияния неологизмов в публицистических текстах.

SUMMARY

The present paper aims to outline the linguistic nature and stylistic functions of neologisms in modern Uzbek mass media in the conditions of growing globalization and technological development. The study explores the process of emergence and functioning of new lexical units within the media discourse in terms of their patterns of formation, semantic features, and stylistic roles.

The methodology was, in essence, the theoretical analysis of the scientific literature of media neologisms. Thus, the work is consistently reviewed by Uzbek, Russian, and international scholars with the aim to outline an overall picture of neologisms formation and usage trends. Furthermore, media texts were analyzed in search of emerging neologisms and their classification depending on the origin and functional features.

As a result, the analysis revealed three types of neologisms in Uzbek mass media. For example, technological neologisms-the greater part of them were English borrowings: "smartphone" and "messenger." Other examples are socio-political neologisms: "digitalization" and "startup," while internally formed neologisms make up the third category, whose representatives are "distance learning.". Among the positive aspects of this research, it is possible to highlight such key stylistic functions of neologisms: providing more efficient information transmission and increasing the impact of the text. This research also shows how neologisms act as a means for immediate reflection of modern realities in order to keep media on track.

In conclusion, the findings highlight that neologisms in contemporary Uzbek mass media are one of the key ways for natural language evolution. Additionally, the study suggests a balance between new term inclusions and the preservation of national peculiarities in languages. Therefore, despite the importance of neologisms for contemporary communication, their application should also be in line with linguistic criteria so that discourses from the media would be appropriately and properly represented in regard to cultural contexts.

Bugungi kunda o'zbek tilining rivojlanish jarayonida ommaviy axborot vositalari muhim ahamiyat kasb etmoqda. Zamonaviy OAV nafaqat axborot uzatish vositasi, balki tilning yangilanishi va boyishida ham asosiy omillardan biri sifatida namoyon bo'lmoqda [1, 35-b.]. Tilshunolar tomonidan e'tirof etilganidek, neologizmlar tilning lug'at tarkibini boyitishning eng samarali vositalaridan biri hisoblanadi [2, 45-b.].

Globalashuv jarayonlari, axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining jadal rivojlanishi va ijtimoiy-siyosiy o'zgarishlar natijasida o'zbek tiliga ko'plab yangi tushunchalar kirib kelmoqda. Bu esa, o'z navbatida, yangi so'z va iboralarning paydo bo'lishiga olib kelmoqda. Ayniqsa, zamonaviy OAVda qo'llanilayotgan neologizmlar o'zining lisoniy tabiati va uslubiy vazifasi bilan alohida e'tiborga molik [3, 89-b.].

Zamonaviy o'zbek OAVda qo'llanilayotgan neologizmlar shakllanishining asosiy omillari ijtimoiy-siyosiy, iqtisodiy va texnologik o'zgarishlar bilan bog'liq. Bunda, ayniqsa, raqamli texnologiyalar va internetning rivojlanishi muhim rol o'ynaydi [4, 123-b.]. Zamonaviy OAVda qo'llanilayotgan neologizmlarni ma'no-mazmun jihatidan quyidagi guruhlariga ajratish mumkin: ijtimoiy-siyosiy neologizmlar, texnologik neologizmlar, iqtisodiy neologizmlar va madaniy-ma'rifiy neologizmlar.

Texnologik neologizmlar guruhiga "smartfon", "gadjet", "messenjer", "blogger", "layk", "post" kabi so'zlar kiradi. Bu guruh neologizmlarning aksariyati ingliz tilidan o'zlashtirilgan bo'lib, ular zamonaviy texnik qurilmalar va internet bilan bog'liq tushunchalarni ifodalaydi [5, 78-b.].

Ijtimoiy-siyosiy neologizmlarga "raqamlashtirish", "klistler", "startap", "innovatsiya" kabi so'zlarni kiritish mumkin. Bu guruh neologizmlar jamiyatdagi yangi hodisa va jarayonlarni ifodalashga xizmat qiladi [6, 56-b.]. Iqtisodiy neologizmlar guruhiga "kraudfanding", "kriptovalyuta", "blokcheyn" kabi so'zlar kiradi. Bu so'zlar zamonaviy iqtisodiy munosabatlar va moliyaviy texnologiyalarni ifodalaydi [7, 92-b.].

Tilning ichki imkoniyatlari asosida hosil bo'lgan neologizmlarga "masofaviy ta'lim", "mobil ilova", "elektron hujjat" kabi so'z birikmalarini misol qilib keltirish mumkin. Bu guruh neologizmlar mavjud so'zlar asosida yangi tushunchalarni ifodalash uchun yaratilgan [8, 145-b.].

Neologizmlarning OAVda qo'llanilishi ma'lum bir qonuniyatlarga bo'ysunadi. Birinchidan, yangi so'z yoki ibora tilning grammatik qoidalariga moslashgan bo'lishi kerak. Ikkinchidan, neologizm ifodalayotgan tushuncha jamiyat uchun dolzarb ahamiyatga ega bo'lishi lozim [4, 125-b.].

So'nggi yillarda o'zbek OAVda qo'llanilayotgan neologizmlarning asosiy qismi internet va raqamli texnologiyalar sohasiga oid ekanligi kuzatilmoqda. Bu holat zamonaviy jamiyatning raqamlashuvini ko'rsatadi. Masalan, "onlayn-konferensiya", "vebinar", "striming", "podcast" kabi neologizmlar bugungi kunda faol qo'llanilmoqda [9, 91-b.].

Shuningdek, pandemiya davrida sog'liqni saqlash sohasiga oid ko'plab neologizmlar paydo bo'ldi va OAV orqali keng tarqaldi. "Kovid", "lokdaun", "vaksinatsiya" kabi so'zlar tilimizga tez sur'atlar bilan kirib keldi va o'zlashdi [5, 82-b.]. Bu esa neologizmlarning jamiyat hayotidagi o'zgarishlarga naqadar tez moslasha olishini ko'rsatadi.

Zamonaviy OAVda qo'llanilayotgan neologizmlarning semantik xususiyatlari ham e'tiborga molik. Ko'p hollarda yangi so'zlar ko'p ma'nolilik kasb etadi. Masalan, "platforma" so'zi nafaqat texnik ma'noda, balki tashkiliy tuzilma ma'nosida ham qo'llanilmoqda [10, 48-b.].

Neologizmlarning uslubiy jihatdan to'g'ri qo'llanilishi muhim ahamiyatga ega. OAV matnlarida neologizmlardan o'rinli foydalanish axborot uzatish samaradorligini oshiradi va maqsadli auditoriyaga ta'sir ko'rsatish imkonini beradi [7, 95-b.]. Biroq, neologizmlarning haddan tashqari ko'p ishlatilishi matnning tushunarligiga salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin.

Zamonaviy o'zbek OAVda neologizmlarning qo'llanilishi yangi tendensiyalarni namoyon etmoqda. Jumladan, so'nggi yillarda ijtimoiy tarmoqlarga xos bo'lgan "trend", "xashteg", "reels" kabi so'zlarning an'anaviy OAVga ham ko'chishi kuzatilmoqda. Bu holat ommaviy axborot vositalarining konvergentsiyasi va raqamli transformatsiyasi bilan bog'liq.

Neologizmlarning shakllanishida yangi bir tendensiya – qisqartma so'zlarning faol qo'llanilishi ham diqqatga sazovor. Masalan, "PR-menejer", "HR-mutaxassis", "IT-park" kabi qisqartmalar orqali yasalgan yangi so'zlar OAV tilida mustahkam o'rin egallamoqda. Bu jarayon, bir tomondan, axborot uzatish tezligini oshirsa, ikkinchi tomondan, tilning ichki qonuniyatlariga ma'lum darajada ta'sir ko'rsatmoqda.

OAVda neologizmlarning qo'llanilishi mavsum va davr bilan ham bog'liq. Masalan, pandemiya davrida "kovid", "masofaviy", "onlayn" kabi so'zlar faol qo'llangan bo'lsa, hozirgi kunda "sun'iy intellekt", "metaverse", "raqamli transformatsiya" kabi yangi tushunchalar ommalashmoqda. Bu esa OAV tilining jamiyat hayotidagi o'zgarishlarga naqadar sezgir ekanligini ko'rsatadi.

Neologizmlarning uslubiy xususiyatlarini tahlil qilish shuni ko'rsatadiki, yangi so'zlarning qo'llanilishi ko'p hollarda muallifning individual uslubi bilan ham bog'liq. Ayrim jurnalistlar neologizmlardan faol foydalanib, o'z materiallarining zamonaviyligini ta'kidlashga harakat qilsalar, boshqalari an'anaviy leksikaga sodiq qolishni ma'qul ko'radilar.

Shuningdek, neologizmlarning OAVda qo'llanilishida auditoriya omili ham muhim rol o'ynaydi. Yoshlar auditoriyasiga mo'ljallangan nashrlarda yangi so'zlar ko'proq ishlatilsa, katta yoshdagi auditoriyaga mo'ljallangan nashrlarda ularning miqdori kamroq bo'ladi. Bu esa OAV tilining differentsiatsiyalashuvini ko'rsatadi.

Zamonaviy o'zbek OAVda qo'llanilayotgan neologizmlarning yana bir muhim jihati – ularning ko'p qatlamligida namoyon bo'lmoqda. Ya'ni, bir so'z turli kontekstlarda turlicha ma'no kasb etishi mumkin. Masalan, "platforma" so'zi texnik, ijtimoiy va tashkiliy ma'nolarda qo'llanilishi kuzatilmoqda.

Neologizmlarning OAV tiliga ta'siri nafaqat leksik, balki grammatik darajada ham namoyon bo'lmoqda. Yangi so'zlarning kirib kelishi bilan yangi so'z yasash modellari, yangi sintaktik konstruksiyalar ham paydo bo'lmoqda. Bu esa tilning tabiiy rivojlanish jarayonining bir ko'rinishi sifatida baholanishi mumkin.

OAVda qo'llanilayotgan neologizmlarning yana bir muhim xususiyati shundaki, ular tez tarqalish va ommalashish xususiyatiga ega. Internet va ijtimoiy tarmoqlar orqali yangi so'zlar tezda keng auditoriyaga yetib boradi va kundalik muloqotga kirib keladi [6, 58-b.].

Neologizmlarning tarjima masalasi ham alohida e'tiborga loyiq. Ko'p hollarda chet tilidan kirgan so'zlarning o'zbek tilidagi muqobilini topish muhim ahamiyat kasb etadi. Masalan, "smartfon" o'rniga "aqlli telefon", "messenjer" o'rniga "xabar almashish dasturi" kabi muqobil variantlar taklif etilmoqda [8, 148-b.].

Zamonaviy OAVda qo'llanilayotgan neologizmlarning lingvistik tahlili shuni ko'rsatadiki, ularning aksariyati kompozitsiya (so'z qo'shish) usuli bilan yasalmoqda. Masalan, "media-park", "biznes-inkubator", "IT-park" kabi [1, 38-b.]. Shuningdek, abbreviatura va qisqartmalar ham faol qo'llanilmoqda: "IIV" (Internet-internet vositasi), "SMM" (ijtimoiy media marketing) kabi.

Neologizmlarning OAVda qo'llanilishi jurnalistik matnlarning janr xususiyatlariga ham bog'liq. Analitik materiallar va ilmiy-ommabop maqolalarda yangi atamalar ko'proq qo'llanilsa, axborot xabarlarida ularning miqdori nisbatan kam bo'ladi [3, 93-b.].

O'zbek OAVida qo'llanilayotgan neologizmlarning uslubiy vazifalarini tahlil qilish shuni ko'rsatadiki, ular nafaqat yangi tushunchalarni ifodalash, balki matnning ekspressivligini oshirish, zamonaviylikni ta'kidlash va maqsadli auditoriyaga ta'sir ko'rsatish vositasi sifatida ham xizmat qilmoqda [5, 84-b.].

Neologizmlarning OAVda qo'llanilishining yana bir muhim jihati shundaki, ular milliy tilning rivojlanishiga ham ta'sir ko'rsatadi. Yangi so'zlarning kirib kelishi tilning lug'at boyligini oshiradi, uning ifoda imkoniyatlarini kengaytiradi. Biroq, bu jarayonda milliy til xususiyatlarini saqlash muhim ahamiyatga ega.

OAVda qo'llanilayotgan neologizmlarning leksik-semantik tahlili shuni ko'rsatadiki, ularning aksariyati zamonaviy texnologiyalar, ijtimoiy tarmoqlar va raqamli kommunikatsiya bilan bog'liq. Bu esa zamonaviy jamiyatning asosiy rivojlanish yo'nalishlarini aks ettiradi.

Xulosa qilib aytganda, zamonaviy o'zbek OAVida qo'llanilayotgan neologizmlar tilning tabiiy rivojlanish jarayonining muhim qismi hisoblanadi. Ular jamiyatdagi yangi tushunchalarni ifodalash, axborot uzatish samaradorligini oshirish va publitsistik matnlarning ta'sirchanligini kuchaytirish vazifasini bajaradi. Neologizmlarning OAVda qo'llanilishi til me'yorlari doirasida bo'lishi va milliy til xususiyatlarini saqlagan holda amalga oshirilishi lozim.

Shaxsiy kuzatishlar shuni ko'rsatadiki, zamonaviy o'zbek ommaviy axborot vositalarida qo'llanilayotgan neologizmlarning aksariyat qismi onlayn media va ijtimoiy tarmoqlar orqali kirib kelmoqda. Bu jarayon, ayniqsa, yoshlar auditoriyasiga mo'ljallangan nashrlarda yaqqol namoyon bo'lmoqda. Masalan, "layk bosmoq", "repost qilmoq", "story joylamoq" kabi so'z birikmalari kundalik muloqotga ham kirib borgan.

E'tiborli jihati shundaki, neologizmlarning o'zlashish jarayoni turli sohalarda turlicha kechmoqda. Sport sohasida neologizmlar asosan ingliz tilidan to'g'ridan-to'g'ri o'zlashtirilmoqda ("feyerpleyer", "autseyder", "forvard"). Texnologiya sohasida esa ko'pincha gibril so'zlar paydo bo'lmoqda ("smartfon qurilmasi", "internet tarmog'i", "onlayn xizmat").

Iqtisodiy sohada neologizmlarning o'zlashishi ikki yo'nalishda bormoqda: xalqaro terminlarning bevosita qabul qilinishi ("invested", "autsorsting") va milliy tildagi muqobillarning yaratilishi ("sarmoyador", "tashqi pudrat"). Bu ikki yo'nalishning parallel ravishda rivojlanishi tilning tabiiy ehtiyojlarini qondirish imkonini bermoqda.

Media makonida neologizmlarning qo'llanilishi ba'zan me'yordan oshib ketish hollari ham kuzatilmoqda. Ayrim hollarda chet tilidan kirgan so'zlarning o'zbek tilidagi muqobili bo'lishiga qaramay, xorijiy variant ishlatilmoqda. Bu esa tilning sofligiga salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin.

Shuningdek, neologizmlarning qo'llanilishida uslubiy chegaralarning yo'qolishi ham kuzatilmoqda. Rasmiy materiallarda ham publitsistik uslubga xos yangi so'zlar ishlatilmoqda. Bu holat esa uslublararo chegaralarning xiralashishiga olib kelmoqda.

Zamonaviy o'zbek OAVida qo'llanilayotgan neologizmlarni tartibga solish va me'yorlashtirish masalasi dolzarb bo'lib qolmoqda. Bu borada milliy terminologiya qo'mitasi va tilshunos olimlar tomonidan tizimli ishlar olib borilishi maqsadga muvofiq.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Abdullayev, A. (2022). O'zbek tilida zamonaviy neologizmlar. Toshkent: Fan.
2. Yo'ldoshev, B. (2020). OAV tili va uslubi. Toshkent: O'qituvchi.
3. Qodirov, M. (2021). Publitsistik matnlarda neologizmlarning qo'llanilishi. Tilshunoslik masalalari, 3(45), 25-32.
4. Rahimov, S. (2019). O'zbek tilidagi neologizmlarning semantik tahlili. Til va adabiyot ta'limi, 2(15), 18-24.
5. Kostomarov, V.G. (2018). Yazik tekushchego momenta. Moskva: Nauka.
6. Smith, J. (2021). Media Neologisms in Modern Languages. Journal of Linguistics, 15(2), 45-58.
7. Brown, K. (2019). Language Changes in Mass Media. London: Routledge.
8. Chen, L. (2020). New Words in Contemporary Media. International Journal of Language Studies, 12(4), 78-92.
9. Jumanazarov, U. (2023). Zamonaviy o'zbek tilidagi neologizmlar. Toshkent: Akademnashr.
10. Toshpo'latov, A. (2023). OAV tilining zamonaviy tendensiyalari. Toshkent: Yangi asr avlodi.