Ilmiy tadqiqotlar va ularning yechimlari jurnali
Aoka guvohnoma № 323759 ISSN: 3060-4818

IJTIMOIY TARMOQ NEOLOGIZMLARINING SEMANTIK VA MORFOLOGIK TAHLILI

Tohirova Gulsanam To'lanboy qizi

Andijon davlat chet tillar instituti talabasi

Ilmiy rahbar: **Sotvoldiyev Bunyodbek To‘lqinjon o‘g‘li**

Andijon davlat chet tillar instituti dotsenti, f.f.f.d. (PhD)

Annotatsiya: Ushbu maqolada ijtimoiy tarmoqlar muhitida vujudga kelgan inglizcha so'zlar - xususan, Twitter, Instagram, TikTok va Reddit kabi platformalarda paydo bo'lgan yangi leksik birliklarning semantik va morfologik xususiyatlari tahlil etiladi. Tadqiqotda mazkur so'zlarning hosil bo'lish mexanizmlari, semantik o'zgarish yo'nalishlari (ma'no kengayishi, torayishi va ko'chishi) hamda morfologik modellari (qisqartirish, blending, affiksatsiya, akronimlar, konversiya) ko'rib chiqiladi. Shuningdek, ijtimoiy tarmoq leksikasining an'anaviy lug'atlarga kirib borish jarayoni va bunda qo'llaniladigan mezonlar o'rganiladi. Tadqiqot natijalari ko'rsatadiki, raqamli kommunikatsiya muhiti ingliz tilida so'z boyligining yangilanishini tubdan tezlashtirib, an'anaviy morfologik qoliplarni yangi kontekstlarda qayta ishga solmoqda.

Kalit so'zlar: ijtimoiy tarmoq leksikasi, semantik o'zgarish, morfologik tahlil, internet-diskurs, neologizm, leksikografiya, so'z yasalish, raqamli til, blending, akronim.

Kirish.

Hozirgi kunda ijtimoiy tarmoqlar nafaqat muloqot platformasi, balki til laboratoriyasiga aylangan. Facebook, Twitter, Instagram, TikTok va Reddit kabi platformalarda har kuni millionlab foydalanuvchi yangi so'z va iboralarni ishlatmoqda, ularni o'z hamjamiyatida tarqatmoqda va ba'zan bir kecha ichida butun anglofon dunyosiga yoymoqda. Bu hodisa tilshunoslarni oldindan hech qachon kuzatilmagan tezlikdagi leksik o'zgarishlar bilan yuzma-yuz qilmoqda [1;12]. Ingliz tili tarixida so'z boyligining yangilanishi har doim mavjud bo'lgan - savdo yo'llari, mustamlaka davri, texnologiya inqiloblari til qatlamlariga o'z izini qoldirgan. Biroq ijtimoiy tarmoqlar davri bu jarayonni yangi o'lchamga ko'tardi: bugun biror so'z bitta tweet yoki video orqali bir kunda millionlab odamga yetib borishi mumkin [2;18]. Ushbu tadqiqotning maqsadi ijtimoiy tarmoqlarda paydo bo'lgan inglizcha so'zlarning semantik va morfologik tabiati, vujudga kelish mexanizmlari va leksikografik maqomini o'rganishdan iborat. Tadqiqotda quyidagi savollarga javob izlanadi: ijtimoiy tarmoq leksikasi qanday semantik o'zgarishlarga uchraydi; yangi so'zlar qaysi morfologik modellar asosida hosil bo'ladi; va bu so'zlar rasmiy lug'atlarga qanday kirib boradi?

Ijtimoiy tarmoqlar va til: Nazariy asoslar

Ijtimoiy tarmoqlar va til o'rtasidagi munosabat so'nggi o'n yillikda tilshunoslikning eng faol tadqiq etilayotgan yo'nalishlaridan biriga aylandi. Britaniyalik tilshunos Devid Kristal o'zining fundamental ishida internet muhitini "insoniyat tarixidagi eng tez rivojlanayotgan til laboratoriyasi" deb ataydi va bu muhitda yuzaga kelayotgan o'zgarishlarni tizimli tasniflashtiradi [1;45]. Raqamli diskurs tadqiqotchilari Thurlow va Mroczek fikricha, ijtimoiy tarmoqlar tili o'ziga xos "kreol" xususiyatga ega: u og'zaki va yozma nutqning elementlarini, rasmiy va norasmiy uslublarni o'zida birlashtiradi [3;78]. Bunday sharoit yangi leksik birliklarning vujudga kelishi uchun qulay muhit yaratadi. Naomi Baron o'zining "Always On" asarida ko'rsatadiki, doimiy onlayn ulanish holati foydalanuvchilarga til xususida o'ylashga vaqt qoldirmaydi - yangi so'zlar o'zi-o'zidan, amaliyot jarayonida paydo bo'ladi [9;34].

Ijtimoiy tarmoq tilining yana bir xususiyati - uning hamjamiyatlarga bo'linganligidir. Twitter foydalanuvchilari, Reddit jamiyatlari, TikTok ijodkorlari har biri o'z leksikasini shakllantiradi. Bu "mikrotillar" ba'zan umumiy foydalanishga chiqib, butun til amaliyotiga kiradi; ba'zan esa o'z

hamjamiyati doirasida qoladi. Androutsopoulos bu jarayonni "bottom-up leksik innovatsiya" deb ta'riflaydi - ya'ni yangi so'zlar akademik yoki rasmiy institutlar tomonidan emas, balki oddiy foydalanuvchilar tomonidan yaratiladi [10;148].

Semantik o'zgarishlar: Ma'no kengayishi, torayishi va ko'chishi

Ijtimoiy tarmoqlarda leksik o'zgarishlarning eng keng tarqalgan turi - semantik o'zgarishdir. Mavjud so'zga yangi ma'no yuklatish - yangi atama o'ylab topishdan ko'ra ancha oson yo'l, shuning uchun ham ijtimoiy tarmoq foydalanuvchilari bu usulga ko'pincha murojaat qiladi [8;180].

Ma'no kengayishi (Semantic Widening)

Ghost so'zi ilgari faqat "arvoq, ruh" ma'nosini anglatardi. Ijtimoiy tarmoqlar orqali bu so'z "birovning xabar va qo'ng'iroqlarini ataylab e'tiborsiz qoldirmoq, muloqotni birdan to'xtatib qo'ymoq" ma'nosini kasb etdi. To ghost, ghosting shakllarida to'liq morfologik paradigmaga ega so'zga aylandi. Vibe so'zi ham shu yo'lni bosib o'tdi: ilgari "tebranish, atmosfera" ma'nosida qo'llangan bo'lsa, hozir "kayfiyat, muhit, sezgi" va hatto "muayyan xarakter xususiyatiga ega odam" ma'nolarini qamrab oldi [2;87].

Ma'no torayishi (Semantic Narrowing)

Stan so'zi 2000-yilda Eminem qo'shig'idagi obsessiv muxlisning ismidan kelib chiqqan. Dastlab u "juda oshirib muxlislik qilmoq" ma'nosida keng qo'llangan bo'lsa, hozirgi kunda ma'nosi torayib, "muayyan mashhur shaxs yoki brend atrofida uyushgan fidoiy muxlislar guruhi" ya'ni "stan fandom" ma'nosida qo'llanmoqda. Twitter va TikTok diskursida "BTS stan", "Taylor Swift stan" kabi iboralar terminologik maqomga erishdi [6;1].

Semantik ko'chish (Semantic Shift)

Semantik ko'chish - so'zning eski ma'nosini yo'qotmay turib, yangi kontekstuaal ma'no kasb etishi. Cancelled ("bekor qilingan") so'zi ijtimoiy tarmoqlarda "ommaviy jamoatchilik tomonidan shaxs yoki tashkilotni qoralash, ijtimoiy muloqotdan chiqarib tashlash" ma'nosiga ega bo'ldi. Thread ("ip") so'zi Twitter kontekstida "ketma-ket bog'liq tweetlar zanjiri" ma'nosini oldi. Feed ("em, ozuqa") so'zi "foydalanuvchi ekranidagi kontent oqimi" ma'nosiga aylandi. Viral ("virusli") so'zi esa "internet bo'ylab tez tarqalayotgan kontent" ma'nosini kasb etdi [1;89].

Morfologik jarayonlar: So'z yasalish modellari

Ijtimoiy tarmoqlarda paydo bo'lgan so'zlar morfologik jihatdan ham ko'p xillikka ega. Kuzatishlar shuni ko'rsatadiki, an'anaviy so'z yasalish usullari yangi kontekstda yangi imkoniyatlar bilan boyimoqda [4;62].

Qisqartirish va Kesilma (Clipping)

Ijtimoiy tarmoqlar tezlik va ixchamlikni talab qiladi, shu sababli qisqartirma so'zlar keng tarqalgan. Pic (picture), app (application), fave (favourite), reel (Instagram reels), dm (direct message) kabi so'zlar avvalo internet slengi sifatida paydo bo'lgan, so'ngra umumiy foydalanishga o'tgan. Selfie so'zi esa "self + -ie" model asosida yasalib, hozir dunyo tillarining ko'pchiligiga o'zlashib ulgurgan [6;1].

Qo'shib Qisqartirish (Blending)

Blending ijtimoiy tarmoq leksikasida juda keng tarqalgan. Finsta (fake + Instagram) - yaqin do'stlar uchun maxfiy shaxsiy akkaunt; vlog (video + blog) - video ko'rinishidagi shaxsiy jurnal; finstagram, glamping kabi so'zlar ham shu usul asosida hosil bo'lgan. Ayniqsa platformalar nomidan yasalgan blendlar ko'p uchraydi: Facebok + -er = Facebooker, TikTok + -er = TikToker, Instagram + -er = Instagrammer [2;134].

Affiksatsiya (Affixation)

Un- prefiksi ijtimoiy tarmoqlar kontekstida yangi hayot topdi: unfollow, unfriend, unlike, unsubscribe. -core suffiksi yangi uslubiy toifalar yaratishda ishlatilmoqda: cottagecore, darkcore, goblincore - bular TikTok va Tumblr'da paydo bo'lgan estetika va turmush tarzi toifalari. -ify suffiksi ham faol: to Instagrammify (Instagram'ga moslashtirib suratga olmoq). Shuningdek, -ification: gamification, Instagramification kabi so'zlar hosil bo'lmoqda [5;67].

Akronimlar va Qisqartmalar (Acronymisation)

Raqamli muloqotning eng mahsuldor morfologik modeli - akronimlar. LOL (Laugh Out Loud), OMG (Oh My God), TBH (To Be Honest), IRL (In Real Life), IYKYK (If You Know You Know), NGL (Not Gonna Lie), GOAT (Greatest Of All Time) kabi so'zlar endilikda umumiy foydalanish tiliga o'tgan. McCulloch ta'kidlashicha, akronimlar ijtimoiy tarmoqlarda nafaqat qisqalik, balki hamjamiyatga tegishlilik belgisi sifatida ham qo'llanadi - ularni bilish "insayder" ekanlikni ko'rsatadi [2;156].

Konversiya (Conversion)

Otdan fe'l yasash - ingliz tilining eng qadimiy va samarali mexanizmlaridan biri - ijtimoiy tarmoqlarda yangi kuch oldi. To ghost (birovni e'tiborsiz qoldirmoq), to unfollow, to DM (Direct Message yubormoq), to RT (retweet qilmoq), to mute, to block kabi fe'llar barchasi konversiya yo'li bilan hosil bo'lgan. Bu hodisa Trask ta'riflaydigan "zero-derivation" jarayonining zamonaviy ko'rinishidir [8;210].

1-jadval. *Ijtimoiy tarmoq leksikasining morfologik modellari va namunalari*

Morfologik model	**Namunalar**	**Manba platforma**
Qisqartirish (Clipping)	pic, app, fave, dm, reel	Umumiy
Blending	finsta, vlog, finstagram	Instagram, YouTube
Un- prefiksi	unfollow, unfriend, unlike	Facebook, Twitter
-core suffiksi	cottagecore, darkcore, goblincore	TikTok, Tumblr
Akronimlar	LOL, GOAT, FOMO, TBH, IYKYK	Twitter, Reddit
Konversiya (ot → fe'l)	to ghost, to DM, to RT, to mute	Twitter, Snapchat
Eponymizatsiya	to google, to uber, to venmo	Umumiy internet

Leksikografik maqom: So'zlarning lug'atlarga kirishi

Ijtimoiy tarmoqlarda paydo bo'lgan so'zlar lug'atga kirib borish jarayonida ham qator o'ziga xosliklar namoyish etadi. An'anaviy leksikografiyada so'zning lug'atga kiritilishi uchun uning kamida besh yil faol qo'llanishi talab etilardi. Biroq raqamli davr bu muddatni keskin qisqartirdi [6;1]. Oxford English Dictionary 2023-yilgi yangilanishida selfie, vlog, photobomb, chatbot, deepfake, troll (fe'l sifatida) kabi so'zlarni rasmiy qabul qildi. Merriam-Webster esa 2022–2023-yillarda TikToker, janky, rizz, situationship kabi ijtimoiy tarmoq leksikasiga oid so'zlarni lug'atga kiritdi [7;1].

Lug'atchilar uchun ijtimoiy tarmoq leksikasini kiritishda asosiy qiyinchilik so'zning "barqarorligi"ni aniqlashdan iborat. Ko'plab so'zlar bir mavsumda paydo bo'lib, boshqasida yo'qolib ketishi mumkin - trend so'zlari bilan barqaror neologizmlar orasidagi farqni lug'atchilar maxsus mezonlar asosida belgilaydi [3;156]. Androutsopoulos ta'kidlashicha, "lug'at so'zni tasdiqlaydi, ammo uni yaratmaydi" - so'z lug'atga kirishidan ancha oldin real kommunikatsiyada yashovchan bo'lib qoladi [10;152].

Xulosa.

Ushbu tadqiqot ijtimoiy tarmoqlarda tug'ilgan inglizcha so'zlarning semantik va morfologik tabiatiga oid bir qator muhim xulosalar chiqarishga imkon berdi. Birinchidan, ijtimoiy tarmoqlar ingliz tilining leksik yangilanish markaziga aylangan. Bugun yangi so'zlar akademik muassasalar yoki rasmiy institutlar tomonidan emas, balki millionlab oddiy foydalanuvchilar tomonidan yaratilmoqda va tarqatilmoqda. Bu holat til demokratlashuvining yorqin ko'rinishidir [2;278]. Ikkinchidan, semantik o'zgarishlar ijtimoiy tarmoq leksikasining eng kuchli qurolidan biriga aylangan. Ghost, vibe, cancel, thread, viral, stan kabi so'zlar eski ma'nolarini yo'qotmay, ularga yangi ma'no qatlamlarini qo'shib olgan - bu jarayon zamonaviy ingliz tilining leksik salohiyatini yanada oshirmoqda [8;215]. Uchinchidan, morfologik tahlil shuni ko'rsatdiki, ijtimoiy tarmoqlar yangi morfologik modellar ixtiro qilmaydi - u mavjud qoliplarni yangi muhitda shiddat bilan ishlatadi. Un- prefiksi, -core suffiksi, blending va konversiya usullari raqamli davr foydalanuvchilarining til ijodkorligi uchun asosiy vositaga aylangan [4;68]. Kelajak tadqiqotlar uchun shuni tavsiya etish mumkin: ijtimoiy tarmoq leksikasining o'zbek tiliga ta'siri, yangi ingliz so'zlarining o'zbekcha muqobillarini yaratish masalasi va leksik o'zlashtiruv jarayonining ijtimoiylingvistik jihatlari alohida tadqiqotga sazovor dolzarb mavzulardir.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Crystal, D. (2011). Language and the Internet. 3rd ed. Cambridge University Press.
2. McCulloch, G. (2019). Because Internet: Understanding the New Rules of Language. Riverhead Books.
3. Thurlow, C., & Mroczek, K. (Eds.). (2011). Digital Discourse: Language in the New Media. Oxford University Press.
4. Yule, G. (2010). The Study of Language. 4th ed. Cambridge University Press.
5. Algeo, J. (1991). Fifty Years among the New Words: A Dictionary of Neologisms, 1941–1991. Cambridge University Press.
6. Oxford English Dictionary. (2023). New words list - September 2023. https://public.oed.com/updates/
7. Merriam-Webster. (2023). New Words&Slang. https://www.merriam-webster.com/words-at-play/new-words-in-the-dictionary
8. Trask, R. L. (2007). Language and Linguistics: The Key Concepts. 2nd ed. Routledge.
9. Baron, N. S. (2008). Always On: Language in an Online and Mobile World. Oxford University Press.
10. Androutsopoulos, J. (2011). Language change and digital media: a review of conceptions and evidence. In T. Kristiansen & N. Coupland (Eds.), Standard Languages and Language Standards in a Changing Europe. Novus, pp. 145–161.