IJTIMOIY TARMOQLARDA SHAKLLANGAN NEOLOGIZMLAR

Xusanova Durdona
TerDPI O'zbek tili va adabiyoti
yo'nalishi 4-kurs talabasi

Annotatsiya: Ushbu maqolada neologizmlarning ijtimoiy tarmoqlarda shakllanish jarayoni keng yoritilib, internet tili orqali vujudga kelayotgan yangi so'zlarning paydo bo'lish sabablari hamda ularning leksik-semantik turlari tahlil qilinadi. Tadqiqot jarayonida Telegram, Instagram va TikTok kabi ommabop platformalaridagi yangi va keng ishlatilayotgan so'zlar o'zaro tanlab olinib, ularning shakllanish usullari (o'zlashma, qisqartma) tahlil qilindi. Shu orqali har bir platformaning o'ziga xos neologik tizimi aniqlandi. Natijada, internet tili orqali yuzaga kelayotgan neologizmlarning o'zbek tilidagi o'rnini va ularning kommunikativ jarayonga ta'sirini aniqlash imkoniyati yaratildi. Mazkur maqola ijtimoiy tarmoqlar tili boyligining kengayishida neologizmlarning o'rni va ularning kommunikativ jarayonga ta'sirini ilmiy jihatdan yoritib beradi**.**

Kalit so'zlar: Neologizmlar, ijtimoiy tarmoqlar, internet tili, inglizcha so'zlar, qisqartmalar, til o'zgarishi, leksik tahlil.

Аннотация: В данной статье представлен всесторонний обзор процесса формирования неологизмов в социальных сетях, проанализированы причины появления новых слов, возникших благодаря интернет-языку, и рассмотрены их лексические и семантические типы. В ходе исследования были отобраны новые и широко используемые слова на популярных платформах, таких как Telegram, Instagram и TikTok, и проанализированы

методы их образования (заимствование, сокращение). Это позволило выявить уникальную неологическую систему каждой платформы. В результате удалось определить место неологизмов, возникших благодаря интернет-языку, в узбекском языке и их влияние на коммуникативный процесс. Данная статья научно освещает роль неологизмов в расширении языкового богатства социальных сетей и их влияние на коммуникативный процесс.

Ключевые слова: Неологизмы, социальные сети, интернет-язык, английские слова, сокращения, языковые изменения, лексический анализ.

Abstract: This article provides a comprehensive overview of the process of neologisms formation in social networks, analyzes the reasons for the emergence of new words emerging through the Internet language, and analyzes their lexical and semantic types. During the research, new and widely used words on popular platforms such as Telegram, Instagram, and TikTok were selected and their formation methods (appropriation, abbreviation) were analyzed. This revealed the unique neological system of each platform. As a result, it was possible to determine the place of neologisms emerging through the Internet language in the Uzbek language and their impact on the communicative process. This article scientifically sheds light on the role of neologisms in the expansion of the linguistic wealth of social networks and their impact on the communicative process.

Keywords: Neologisms, social networks, Internet language, English words, abbreviations, language change, lexical analysis.

So‘nggi yillarda raqamli texnologiyalar hayotimizning deyarli barcha sohalariga kirib kelgani sababli, ijtimoiy tarmoqlar insonlararo muloqotning eng faol vositasiga aylandi. Virtual muhitda muloqot qilish jarayonida yangi so‘z va iboralar tezlik bilan paydo bo‘lib, ularning bir qismi kundalik tilga singib

bormoqda. Bu holat tilning uzluksiz rivojlanish jarayonini ko'rsatibgina qolmay, balki uning zamonaviy kommunikatsiya vositalari bilan chambarchas bog'liq ekanini ham tasdiqlaydi. Neologizmlar – tilda yangi yaratilgan yoki yangicha ma'noda ishlatilayotgan so'zlar – bugungi kunda aynan internet tili orqali faol shakllanmoqda. Shu bois mazkur masala lingvistika fanida dolzarb yo'nalishlardan biri sifatida e'tirof etilmoqda. Mavzuni chuqur o'rganish, neologizmlarning paydo bo'lishiga ta'sir etuvchi omillarni tahlil qilish va ularning jamiyat til madaniyatiga ko'rsatgan ta'sirini aniqlash hozirgi zamon tilshunosligi uchun muhim ilmiy ahamiyat kasb etadi. Wikipediada neologizm atamasiga shunday ta'rif berilgan: "Neologizmlar (yun. neos – yangi, logos – so'z) – jamiyat taraqqiyoti, hayotning talabehtiyoji bilan paydo bo'lgan yangi narsa va tushunchalarni ifodalovchi so'zlar." R.Majidova, I.Yo'ldoshev, O'.Sharipov o'zlarining "Tilshunoslik nazariyasi asoslari" darsligida [2:8; 3:320] quyidagi ta'rif beradi:" Neologizm – yangi narsa, yangi tushunchalarni ifodalash uchun hosil qilingan hali odatdagi lug'aviy birlikka aylanib ketmagan so'z yoki iboralardir."

H.Jamolxonovning [4:416] "Hozirgi ozbek adabiy tili" darsligida quyidagicha ta'riflangan: "Leksik neoligizmlar tilda yangi paydo bo'lgan va yangilik bo'yog'ini yo'qotmagan so'zlar: internet, marketing, litsenziya va b." Yana shu kabi tilshunos olimlar o'z ilmiy ishlarida neologizmni shunday ta'riflaydi: " Yangi leksemalar – tilde endi paydo bo'lgan va yangilik bo'yog'i sezilib turgan so'z: lizing, audit, market, test, internet, kabi. Ular fanda neologism deb ham yuritiladi." Neologizmlar o'zbek tili lug'at boyligini kengaytiruvchi muhim manbalardan biridir. Tilimizga kirib kelayotgan yangi so'zlarda zamonaviylik va yangilik ruhi seziladi. Neologizmlar – bu jamiyatda paydo bo'layotgan yangi tushunchalar, hodisalar va texnologiyalarni ifodalash uchun yaratilgan yoki

o'zlashtirilgan so'zlardir. Ular ilm-fan, madaniyat hamda kundalik hayotdagi o'zgarishlarni aks ettiradi. Ba'zi yangi so'zlar vaqt o'tishi bilan iste'moldan chiqsa-da, boshqalari xalq orasida keng qo'llanib, tilimizning yanada boyib borishiga hissa qo'shadi.

Neologizmlarning paydo bo'lish yo'llari xilma-xil bo'lib, ular tilning mavjud lug'aviy tarkibi va grammatik qonun-qoidalari asosida yangi so'z yasash yo'li, shuningdek, mavjud so'zning lug'aviy ma'nolaridan birini yangi ma'noda qo'llash yo'li bilan boshqa tildan so'z qabul qilish orqali hosil qilinadi [4]. Neologizmlarning tilga singib borish jarayoni ularning xalq orasida qanday qabul qilinishiga bog'liq. Ba'zi neologizmlar xalq orasida tez iste'molga kirib keladi va keng qo'llaniladi, boshqalari esa vaqt o'tishi bilan eskiradi yoki boshqasi bilan almashtiriladi. O'zbek tilining lug'at tarkibi so'nggi o'n yillikda sezilarli darajada o'sdi. Bunga sabab, xalqaro ilmiy va iqtisodiy hamkorliklar va bundan tashqari ijtimoiy tarmoqlarning aholi o'rtasida keng qo'llanilgani deb hisoblanadi. Tilimizdagi o'zlashma so'zlar haqida fikr yuritilganda, tilshunos olim N. Mahmudov ta'kidlaganidek, o'zbek tilidagi xorijiy o'zlashmalarning me'yori va milliyligi masalasi ma'naviy- madaniy doirasida favqulodda ahamiyatga molik ekanligini hamisha yodda tutish lozim [5].

Quyida keltirilgan neologizmlar Telegram, Instagram va TikTok platformalarida faol ishlatiladigan so'z va iboralardan tanlab olindi. Ular foydalanuvchilar nutqida tez-tez uchraydigan, leksik jihatdan yangi yoki ma'no kengayishiga uchragan birliklardir. Har bir neologizmning kelib chiqishi, shakllanish usuli va ma'nosi tahlil qilinib, ularning til taraqqiyotiga ta'siri o'rganildi.

1. "**Story**" – bu neologizm Instagram platformasida qo'llaniladi. U ingliz tilidagi story ("hikoya") so'zidan olingan bo'lib, semantik kengayish yo'li bilan shakllangan. So'z 24 soat davomida saqlanadigan vaqtinchalik post ma'nosini bildiradi. Masalan: "Men bugun storyimga joyladim." Ushbu birlik foydalanuvchilarning hayotiy lahzalarni tezkor tarzda bo'lishish ehtiyojidan kelib chiqqan.

2. "**Post**" – Instagram tarmog'iga xos neologizm bo'lib, inglizcha post ("joylashtirmoq") so'zidan olingan. U o'zlashma sifatida kirgan va tarmoqqa joylangan foto yoki matnni anglatadi. Masalan: "U yangi post joyladi." Bu so'z tarmoq madaniyatining asosiy unsurlaridan biriga aylangan.

3. "**Like**" – Instagram va TikTok foydalanuvchilari tomonidan ishlatiladigan so'z bo'lib, ingliz tilidan o'zlashgan. O'zlashma yo'li bilan kirgan bo'lib, yoqtirish, tasdiqlash ma'nolarini anglatadi. Masalan: "U mening postimga layk bosdi." Neologizm foydalanuvchilar o'rtasidagi ijtimoiy faollik ko'rsatkichiga aylangan.

4. "**Follow**" – Instagram va TikTokda uchraydi. Inglizcha follow ("ergashmoq") so'zidan kirib kelgan, o'zlashma shaklida. Ma'nosi – boshqa foydalanuvchining sahifasini kuzatib borish. Masalan: "Men uni follow qildim." Bu so'z shaxsiy brend va auditoriya tushunchalarining kirib kelishiga sabab bo'lgan.

5. "**Hashtag**" – Instagramda qo'llanadi. Ingliz tilidagi "hash" va "tag" so'zlarining birikmasidan hosil bo'lgan. Qo'shma so'z shaklida o'zlashgan bo'lib, mavzu yoki kalit so'zlarni belgilash uchun ishlatiladi. Masalan: "#travel" hashtagini qo'shdim." Bu birlik ma'lumotni tartibga solish vazifasini bajaradi.

6. "**Reels**" – Instagram va TikTokda qo'llaniluvchi inglizcha reel ("g'altak") so'zidan olingan. Semantik kengayish natijasida qisqa video ma'nosini bildiradi.

Masalan: "U yangi reels chiqardi." Ushbu neologizm zamonaviy kontent formatini ifodalaydi.

7. "**Trend**" – asosan TikTokda ishlatiladi. Ingliz tilidan olingan bo'lib, o'zlashma shaklida kirgan. Mashhur, keng tarqalgan narsa yoki holat ma'nosini anglatadi. Masalan: "Bu qo'shiq hozir trendda." Bu birlik tarmoqdagi moda va mashhurlik jarayonini ifodalaydi.

8. "**Challenge**" – TikTok platformasida mashhur so'z. Inglizcha challenge ("chaqiriq, sinov") so'zidan kirib kelgan. O'zlashma yo'li bilan kirgan bo'lib, foydalanuvchilarning ma'lum topshiriqni bajarib video joylashi ma'nosini bildiradi. Masalan: "Raqs challenge'da qatnashyapman." Bu neologizm raqobat va kreativlikni ifodalaydi.

9. "**Duet**" – TikTokda ishlatiladi. Fransuzcha "duet" so'zidan olingan, o'zlashma shaklida. Ma'nosi – ikki foydalanuvchi bir video orqali birgalikda chiqish qilish. Masalan: "Men u bilan duet qildim." Bu tarmoqdagi hamkorlik madaniyatini aks ettiradi.

10. "**Viral**" – TikTok va Instagramda ishlatiladi. Inglizcha viral ("virusga o'xshab tarqaluvchi") so'zidan olingan. Metaforik kengayish orqali tez tarqalgan post yoki videoni bildiradi. Masalan: "Bu video viral bo'ldi." So'z ommalashuv tezligini ko'rsatadi.

11. "**Admin**" – Telegram platformasiga xos so'z. Inglizcha "administrator" so'zining qisqartmasi, ya'ni qisqartma yo'li bilan hosil bo'lgan. Ma'nosi – guruh yoki kanalni boshqaruvchi shaxs. Masalan: "Admin post joyladi." Bu birlik tarmoqdagi boshqaruv funksiyasini ifodalaydi.

12. "**Channel**" – Telegramda ishlatiladi. Inglizcha "channel" (kanal) so'zidan olingan, o'zlashma shaklida. Ma'nosi – axborot tarqatiladigan sahifa.

Masalan: "Yangiliklar kanaliga obuna bo'ldim." Bu tarmoqdagi asosiy axborot manbai hisoblanadi.

13. "**Bot**" – Telegramda qo'llaniladi. Inglizcha "robot" so'zining qisqartmasi, qisqartma yo'li bilan hosil bo'lgan. Ma'nosi – avtomatik javob beruvchi dastur. Masalan: "Bu bot menga so'rov yubordi." Bu birlik avtomatlashtirilgan muloqotni bildiradi.

14. "**Forwardlash**" – Telegramda keng tarqalgan. Inglizcha "forward" (uzatmoq) so'zidan olingan. Kalkalash yo'li bilan hosil bo'lgan va xabarni boshqa foydalanuvchiga yuborish

ma'nosida ishlatiladi. Masalan: "Xabarni menga forwardlab yubor." Bu so'z texnik amaliyotning tildagi ifodasidir.

15. "**Sticker**" – Telegramda ishlatiladi. Inglizcha "sticker" (yopishtirma) so'zidan olingan, semantik kengayish orqali emotsiyani ifodalovchi rasmcha ma'nosini bildiradi. Masalan: "Sticker yubor." Bu neologizm tarmoq nutqida hissiy ifoda vositasiga aylangan.

16. "**Voice**" – Telegramdagi mashhur birlik. Inglizcha "voice message" (ovozli xabar) so'zidan olingan. Qisqartma shaklida kirgan bo'lib, ovozli xabar ma'nosini bildiradi. Masalan: "Menga voice tashla." Bu so'z tezkor muloqot ehtiyojidan tug'ilgan.

17. "**Group**" – Telegramda ishlatiladi. Inglizcha "group" (guruh) so'zidan olingan, o'zlashma shaklida. Ma'nosi – bir nechta foydalanuvchilarning umumiy chat joyi. Masalan: "Bizning guruhda yangi a'zo bor."

18. "**Live**" – Instagram va TikTokda ishlatiladi. Inglizcha "live" (jonli) so'zidan olingan. Semantik kengayish orqali jonli efir ma'nosini bildiradi. Masalan: "U bugun live'da chiqadi."

19. "**View**" – TikTokda ishlatiladi. Inglizcha "view" (ko'rish) so'zidan olingan, o'zlashma shaklida. Ma'nosi – videoni nechta kishi tomosha qilgani. Masalan: "Video bir millionta view oldi."

20. "**Like bosdi**" – TikTok foydalanuvchilari orasida so'z yasash orqali paydo bo'lgan. Inglizcha "like" va o'zbekcha "bosmoq" so'zlarining qo'shilishidan hosil bo'lgan. Ma'nosi – yoqtirish tugmasini bosmoq.

Ijtimoiy tarmoqlarda paydo bo'lgan yangi so'zlar, ya'ni neologizmlar, zamon bilan hamnafas bo'lishga xizmat qiladi. Ular orqali foydalanuvchilar o'z fikrini qisqa, aniq va zamonaviy tarzda ifodalash imkoniga ega bo'lishadi. Masalan, ingliz tilidan o'zlashgan "like", "story", "follow" kabi so'zlar odamlar o'rtasidagi muloqotni yanada tezlashtiradi va qulaylashtiradi. Shu jihatdan olganda, neologizmlar tilning boyishiga, unda yangi ma'no va ifodalar paydo bo'lishiga hissa qo'shadi. Biroq bu jarayonning salbiy tomonlari ham mavjud. Ayrim foydalanuvchilar o'zbek tilidagi so'zlar o'rniga begona so'zlardan haddan tashqari ko'p foydalanadi. Bu esa milliy tilimizning sofligiga putur yetkazishi, hatto ayrim so'zlarning unutilib ketishiga sabab bo'lishi mumkin. Shuningdek, ba'zi neologizmlar noto'g'ri yozilishi yoki talaffuz qilinishi tufayli tilda chalkashliklar keltirib chiqaradi. Shunday ekan, yangi so'zlardan foydalanishda ehtiyotkorlik va til me'yorlariga rioya qilish muhimdir. Neologizmlar zamonaviy kommunikatsiya jarayonida tilning ajralmas bir qismiga aylanmoqda, chunki ular yangi hodisalar, texnologiyalar va ijtimoiy o'zgarishlarni ifodalash uchun zarur. Bugungi kunda internet va ijtimoiy tarmoqlar hayotimizning deyarli barcha sohasiga kirib kelgani sababli, mavjud so'zlar ko'p hollarda yangi mazmunni yetarlicha ifodalay olmaydi. Shu bois, yangi so'zlar va atamalar paydo bo'lishi tabiiy zaruratga aylanadi.

Neologizmlar muloqotni ixchamlashtiradi, tezkor qiladi hamda zamonaviy dunyo bilan hamnafas bo'lish imkonini beradi.

Neologizmlarning muhimligi shundaki, ular tilni jonli, moslashuvchan va davr bilan hamqadam qiladi. Har bir yangi so'z jamiyatdagi texnologik va madaniy o'zgarishlarning tilga aks etgan shaklidir. Aynan shu jarayon orqali til o'z imkoniyatlarini kengaytiradi, yangi ma'no va uslublarga ega bo'ladi. Shu bilan birga, neologizmlar yoshlar orasida zamonaviylik belgisi, til orqali o'zini ifoda etish vositasi sifatida ham xizmat qiladi.

Tadqiqot davomida olingan natijalar shuni ko'rsatadiki, ijtimoiy tarmoqlarda ishlatilayotgan neologizmlarning aksariyati ingliz tilidan kirib kelgan va ko'pincha qisqartma yoki o'zlashma shaklida qo'llanadi. Telegramda asosan texnik so'zlar ("bot", "channel"), Instagramda vizual mazmundagi birliklar ("story", "filter"), TikTokda esa ijodiy va trendga oid so'zlar ("challenge", "duet", "viral") faol ishlatiladi. Bu esa shuni anglatadiki, har bir platforma o'ziga xos til tizimini shakllantirgan. Shu bilan birga, yangi so'zlarning ortishi til boyishiga xizmat qilsada, ularni ongli ravishda, milliy me'yorlarga mos holda ishlatish lozimligi aniqlandi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. O'zbekiston milliy ensiklopediyasi. – Toshkent: O'zbekiston milliy ensiklopediyasi, 6-jild, 308-bet.
2. Mahmudov N. O'zbek tilida o'zlashma so'zlar: me'yor va milliylik. // O'zbek tili va adabiyoti, 2010, 6-son, 8-bet.
3. Majidova R., Yo'ldoshev I., Sharipov O'. Tilshunoslik nazariyasi asoslari. – Toshkent: O'zbekiston milliy ensiklopediyasi, 2010. – 320 b.

4. Jamolxonov H. Hozirgi o'zbek adabiy tili. – Toshkent: O'zbekiston milliy ensiklopediyasi, 2013. – 416 b.
5. Mukhtarova, M. S., Namozova, S. B., & Mardonova, L. U. (2023). A Lyrical View of History. *Journal of Law and Sustainable Development*, *11*(12), e2676.
6. Saidmuradova, S., & Madina, T. L. (2024). ALISHER NAVOIY SHE'RIYATI POETIKASI. *PEDAGOGS*, *57*(1), 147-152.
7. Xurramovna, Q. G., & Donaboyevna, S. M. (2025, November). " Layli va Majnun" dostonida onomastik birliklar. In *INTERNATIONAL CONFERENCE ON SCIENCE, ENGINEERING AND TECHNOLOGY* (Vol. 2, No. 5, pp. 157-158).
8. Komilovna M. S. Hydronims Formed by the Method of Syntactic and Transonimization //World Bulletin of Social Sciences. – T. 37. – C. 16-18.
9. Dilshoda, A., Dilfuza, T., Muxlisa, M., & Dildora, A. (2025). MAXTUMQULI SHE'RIYATIDA HAYOTIYLIK. SHOKH LIBRARY, 1(11).
10. Abdurashidovich M. A. LINGUISTIC APPROACH TO NESTED DICTIONARIES AND THEIR HISTORICAL DEVELOPMENT //Multidisciplinary and Multidimensional Journal. – 2024. – T. 3. – №. 5. – C. 144-147.
11. Farida, X., To'xtayeva, D., Murtazayeva, M., & Abdurahmonova, D. (2025). "LISON UT-TAYR" DOSTONINING BOBLAR BO 'YICHA TASNIFI. *PEDAGOGIK ISLOHOTLAR VA ULARNING YECHIMLARI*, *17*(02), 117-121.
12. Najibullo, S., & Manzura, B. (2024). IMPORTANCE OF DIALECTS IN PLACE NAMES [J]. *International Multidisciplinary Journal for Research & Development*, *11*(02).

13. Raimnazarova Nasiba Xoliyarovna, Abduhakimova Shahlo Shuxratjon qizi. (2026). INGLIZ TILI SINFLARIDA O'QITUVCHI VA O'QUVCHI O'ZARO HAMKORLIGI NAZARLARI: DUXTAT TAHLILI. *Efiopiya xalqaro ko'p tarmoqli tadqiqotlar jurnali* , *13* (03), 1266–1270.
14. Iboralarni uslublarga ajratish mezonlari: nazariy va amaliy yondashuv (frazeologik birliklar stilistik tahlili asosida). (2025). *INTERNATIONAL CONFERENCE ON SCIENCE, ENGINEERING AND TECHNOLOGY*, *2*(6), 12-16.
15. Zafariddin, Temirov, and Xujanova Nasiba. "The Triumph of Light Over Darkness." *American Journal of Research in Humanities and Social Sciences*, vol. 33, 20 Feb. 2025, pp. 34-37.
16. Zebiniso, T. (2022). SIFAT SOZ TURKUMINING USLUBIY XUSUSIYATLARI. *Scientific Impulse*, *1*(4), 34-37.
17. Nodira Hamidova. (2024). G'AFUR G'ULOM HIKOYALARIDA SO'Z IJODKORLIGINING LISONIY-KOGNITIV TAHLILI. *PEDAGOGS*, *57*(1), 139–142.