ZAMONAVIY O‘ZBEK MEDIA MATNLARIDA NEOLOGIZMLARNING FUNKSIONAL-PRAGMATIK XUSUSIYATLARI

Azamjonova Shohistaxon
Farg‘ona davlat universiteti,
Lingvistika (o‘zbek tili) yo‘nalishi 1-bosqich magistranti

Annotatsiya. Mazkur maqolada ijtimoiy tarmoq matnlarida qo‘llanayotgan neologizmlarning lingvopragmatik hamda matn hosil qiluvchi xususiyatlari tahlil qilinadi. Tadqiqotda zamonaviy o‘zbek tilidagi yangi leksik birliklarning kommunikativ vazifasi, ekspressivligi, matnning mazmuniy yaxlitligini ta’minlashdagi o‘rni hamda internet diskursidagi funksional xususiyatlari yoritilgan. Shuningdek, neologizmlarning ijtimoiy tarmoq matnlarida axborotni ixcham, ta’sirchan va tezkor yetkazishdagi ahamiyati misollar asosida ochib berilgan.

Kalit so‘zlar: neologizm, matn tilshunosligi, internet diskursi, ijtimoiy tarmoq matni, lingvopragmatika, media matn, ekspressivlik, kommunikativ vazifa, zamonaviy leksika, matn kogeziyasi.

Аннотация. В данной статье анализируются лингвопрагматические и текстообразующие особенности неологизмов, используемых в текстах социальных сетей. В исследовании рассматриваются коммуникативные функции новых лексических единиц современного узбекского языка, их экспрессивность, роль в обеспечении смысловой целостности текста, а также функциональные особенности в интернет-дискурсе. Кроме того, на основе примеров раскрывается значение неологизмов в передаче информации кратко, оперативно и воздействующе.

Ключевые слова: неологизм, лингвистика текста, интернет-дискурс, текст социальных сетей, лингвопрагматика, медиатекст, экспрессивность, коммуникативная функция, современная лексика, когезия текста.

Annotation. This article analyzes the linguopragmatic and text-forming features of neologisms used in social media texts. The study examines the communicative functions of new lexical units in the modern Uzbek language, their expressiveness, their role in ensuring textual coherence, and their functional characteristics in Internet discourse. In addition, the importance of neologisms in conveying information concisely, effectively, and rapidly in social media texts is revealed through examples.

Keywords: neologism, text linguistics, internet discourse, social media text, linguopragmatics, media text, expressiveness, communicative function, modern lexicon, textual cohesion.

XXI asr axborot texnologiyalarining jadal rivojlanishi, internet kommunikatsiyasining ommalashuvi hamda ijtimoiy tarmoqlarning kundalik hayotga chuqur kirib borishi natijasida til tizimida sezilarli o‘zgarishlar yuz bermoqda. Ayniqsa, yangi tushuncha va hodisalarni ifodalovchi neologizmlar zamonaviy kommunikativ ehtiyoj mahsuli sifatida faol qo‘llanilmoqda. Bugungi kunda ijtimoiy tarmoq matnlari tilning eng tez yangilanadigan va dinamik qatlamlaridan biri bo‘lib, ularda yuzaga kelayotgan yangi leksik birliklar nafaqat nominativ vazifani, balki muayyan pragmatik va uslubiy funksiyalarni ham bajaradi. Shu jihatdan neologizmlarni matn tilshunosligi doirasida o‘rganish dolzarb ilmiy muammolardan biri hisoblanadi.

Tilning lug‘aviy tarkibi jamiyat taraqqiyoti bilan uzviy bog‘liq holda rivojlanadi. Jamiyatdagi siyosiy, iqtisodiy, madaniy va texnologik yangilanishlar til leksikasining boyishiga sabab bo‘ladi. Bu jarayonda neologizmlar muhim o‘rin egallaydi. Tilshunos olim N.M. Shanskiy neologizmlarni “tilning ma’lum davr taraqqiyoti natijasida yuzaga kelgan yangi so‘z va iboralar” sifatida tavsiflaydi.[1] Shuningdek, E.A. Zemskaya neologizmlarning paydo bo‘lishini jamiyatdagi kommunikativ ehtiyoj va til iqtisodiyoti bilan bog‘laydi. Mazkur qarashlar yangi

[1] Шанский Н.М. Лексикология современного русского языка. – Москва, 1972.

birliklarning ijtimoiy kommunikatsiya bilan chambarchas aloqador ekanini ko‘rsatadi.

Zamonaviy matn tilshunosligida matn faqat grammatik birliklar yig‘indisi sifatida emas, balki pragmatik, kommunikativ va semantik yaxlitlikka ega murakkab tizim sifatida talqin qilinadi. I.R. Galperin matnni “yozma shaklda ifodalangan, mazmuniy va struktur jihatdan yakunlangan nutqiy birlik” deb izohlaydi. [2] Matnning kommunikativ mohiyati undagi leksik birliklarning funksional vazifasi bilan ham belgilanadi. Shu nuqtayi nazardan qaralganda, neologizmlar matnning mazmuniy ta’sirchanligini oshirish, axborotni ixcham va tezkor yetkazish, auditoriya e’tiborini jalb qilish kabi vazifalarni bajaradi.

Bugungi internet diskursida “trend”, “bloger”, “kontent”, “reels”, “like”, “stories”, “podkast” kabi neologizmlar faol qo‘llanib, ijtimoiy tarmoq matnlarining ajralmas qismiga aylangan. Bunday birliklar matnda nafaqat nominativ ma’noni ifodalaydi, balki ekspressivlik, baholash, ta’sirchanlik va pragmatik yo‘naltirilganlikni ham yuzaga chiqaradi. V.G. Kostomarov ommaviy kommunikatsiya tilining asosiy xususiyatlaridan biri sifatida uning tezkor yangilanishini qayd etadi. Darhaqiqat, ijtimoiy tarmoqlar til taraqqiyotining eng faol maydoniga aylangan bo‘lib, neologizmlar aynan shu kommunikativ makonda keng ommalashmoqda.

O‘zbek tilshunosligida ham neologizmlar masalasi turli aspektlarda tadqiq etilgan bo‘lsa-da, ularning matn hosil qiluvchi va lingvopragmatik xususiyatlarini internet diskursi misolida kompleks o‘rganish yetarli darajada amalga oshirilmagan. Holbuki, zamonaviy media makonida shakllanayotgan yangi leksik birliklarning matn tarkibidagi funksional vazifasini ochib berish matn tilshunosligi, pragmalingvistika hamda media lingvistika uchun muhim ilmiy ahamiyat kasb etadi.

[2] Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. – Москва, 1981.

Mazkur maqolaning maqsadi ijtimoiy tarmoq matnlarida qo‘llanilayotgan neologizmlarning lingvopragmatik va matn hosil qiluvchi xususiyatlarini tahlil qilishdan iborat. Tadqiqot davomida yangi leksik birliklarning kommunikativ vazifasi, ekspressivligi, matn koheziyasini ta’minlashdagi o‘rni hamda internet diskursidagi funksional-semantik xususiyatlari misollar asosida yoritiladi.

Zamonaviy tilshunoslikda neologizmlar jamiyat taraqqiyoti, kommunikativ ehtiyoj hamda texnologik rivojlanish mahsuli sifatida talqin qilinadi. Ayniqsa, internet kommunikatsiyasi va ijtimoiy tarmoqlarning ommalashuvi yangi leksik birliklarning faol qo‘llanishiga zamin yaratmoqda. Bugungi kunda ijtimoiy tarmoq matnlari tilning eng dinamik qatlamlaridan biri hisoblanib, ularda qo‘llanayotgan neologizmlar nafaqat yangi tushunchalarni ifodalash, balki matnning pragmatik va uslubiy ta’sirchanligini kuchaytirish vazifasini ham bajaradi.

Ijtimoiy tarmoqlar tilida yuzaga kelayotgan “bloger”, “kontent”, “reels”, “trend”, “like”, “podkast”, “target”, “stream”, “vlog”, “chatbot” kabi birliklar global kommunikatsiya mahsuli sifatida o‘zbek tiliga kirib kelmoqda. Mazkur neologizmlar, asosan, internet muhiti bilan bog‘liq yangi tushunchalarni nominatsiya qilish ehtiyojidan yuzaga kelgan. Tilshunos olim V.V. Vinogradov til leksikasining boyishi jamiyat hayotidagi o‘zgarishlarning bevosita natijasi ekanini ta’kidlaydi. [3] Darhaqiqat, ijtimoiy tarmoq diskursida yangi kommunikativ shakllarning paydo bo‘lishi til birliklarining yangilanishiga sabab bo‘lmoqda.

Neologizmlar ijtimoiy tarmoq matnlarida, avvalo, nominativ vazifani bajaradi. Ya’ni ular ilgari mavjud bo‘lmagan predmet, hodisa yoki jarayonlarni ifodalashga xizmat qiladi. Masalan, “podkast tinglang”, “kontent creator”, “story joylash”, “reels olish” kabi birliklar zamonaviy internet kommunikatsiyasida keng qo‘llanmoqda. Ushbu birliklarning aksariyati ingliz tilidan o‘zlashgan bo‘lsa-da, ular o‘zbek tilining grammatik tizimiga moslashib, faol iste’mol birliklariga aylangan. Jumladan, “like bosmoq”, “post joylamoq”, “stream qilmoq” kabi

[3] Виноградов В.В. Лексикология и лексикография. – Москва, 1977.

birikmalar o‘zbek tilida analitik fe’l shakllarini yuzaga keltirgan. Bu holat neologizmlarning til tizimiga integratsiyalashuv jarayonini ko‘rsatadi.

Ijtimoiy tarmoq matnlarida neologizmlarning muhim xususiyatlaridan biri ularning lingvopragmatik imkoniyatlari bilan belgilanadi. Pragmatika nuqtayi nazaridan har bir til birligi muayyan kommunikativ maqsadga xizmat qiladi. Neologizmlar esa internet matnlarida auditoriya e’tiborini jalb qilish, ta’sirchanlikni oshirish hamda nutqning zamonaviyligini ifodalash vazifasini bajaradi. Masalan, “Bu trend hozir juda viral bo‘lyapti” jumlasida “trend” va “viral” birliklari axborotni zamonaviy kommunikativ usulda yetkazish bilan birga ekspressivlikni ham yuzaga chiqaradi. A.A. Leontev kommunikativ birliklarning pragmatik qiymati ularning nutqiy ta’sir kuchi bilan belgilanishini qayd etadi. Shu jihatdan neologizmlar internet diskursida ta’sirchan kommunikativ vosita sifatida faol namoyon bo‘lmoqda.

Ijtimoiy tarmoq matnlarida neologizmlar matn hosil qiluvchi vosita sifatida ham muhim ahamiyat kasb etadi. Matn tilshunosligida koheziya va kogerentlik matnning asosiy belgilaridan biri sifatida talqin qilinadi. Neologizmlar muayyan mavzuga oid leksik maydonni shakllantirish orqali matnning mazmuniy yaxlitligini ta’minlaydi. Masalan, media va marketing mavzusidagi matnlarda “target”, “auditoriya”, “kontent”, “brand”, “SMM”, “coverage” kabi birliklarning takror qo‘llanishi matnning semantik birligini yuzaga keltiradi. I.R. Galperin matn yaxlitligi leksik vositalar orqali ham shakllanishini ta’kidlaydi. Demak, neologizmlar matnning mazmuniy markazini tashkil etuvchi birliklardan biri sifatida namoyon bo‘ladi.

Internet matnlarida neologizmlar ekspressiv-uslubiy vazifani ham bajaradi. Ayniqsa, reklama, blog va ommabop sahifa matnlarida yangi birliklar auditoriyada qiziqish uyg‘otish hamda nutqning emotsional ta’sirini kuchaytirish uchun qo‘llaniladi. Masalan, “mega aksiya”, “super скидка”, “top kontent”, “lifehack”, “wow effekt” kabi birikmalar internet reklama diskursining faol birliklariga aylangan. Bunday birliklar matnda baholash, emotsionallik va ta’sirchanlikni

yuzaga chiqaradi. V.G. Kostomarov ommaviy kommunikatsiya tilining muhim belgilaridan biri sifatida ekspressivlik va yangilikka intilishni ko‘rsatadi.[4] Shunday ekan, neologizmlar zamonaviy media matnlarining uslubiy xususiyatlarini shakllantiruvchi asosiy vositalardan biri hisoblanadi.

Shuningdek, ijtimoiy tarmoq matnlarida neologizmlar til iqtisodiyoti tamoyiliga ham xizmat qiladi. Internet kommunikatsiyasi tezkorlik va qisqalikni talab qilgani sababli foydalanuvchilar ixcham va qulay birliklardan foydalanishga intiladi. Masalan, “obuna bo‘ling” o‘rnida “subscribe qiling”, “jonli efir” o‘rnida “live”, “sun’iy intellekt” o‘rnida “AI” birliklarining qo‘llanishi kommunikativ tezkorlikni ta’minlaydi. E.S. Kubryakova til iqtisodiyoti prinsipini zamonaviy kommunikatsiyaning muhim belgilaridan biri sifatida baholaydi. Bu esa neologizmlarning internet matnlarida faol qo‘llanishini izohlaydi.

Tahlillar shuni ko‘rsatadiki, ijtimoiy tarmoq matnlaridagi neologizmlar faqat yangi tushunchalarni ifodalovchi birlik sifatida emas, balki matnning pragmatik, semantik va uslubiy yaxlitligini ta’minlovchi muhim lingvistik vosita sifatida ham namoyon bo‘lmoqda. Ular zamonaviy internet diskursining kommunikativ ehtiyojlarini qondirish bilan birga, o‘zbek tilining leksik tizimini boyitishga xizmat qilmoqda.

XULOSA

Xulosa qilib aytganda, ijtimoiy tarmoq matnlarida qo‘llanilayotgan neologizmlar zamonaviy internet kommunikatsiyasining muhim lingvistik vositalaridan biri hisoblanadi. Ular nafaqat yangi tushuncha va hodisalarni nomlash, balki matnning pragmatik ta’sirchanligini oshirish, ekspressivlikni yuzaga chiqarish hamda kommunikativ maqsadni samarali amalga oshirish vazifasini ham bajaradi.

Tadqiqot davomida neologizmlarning ijtimoiy tarmoq matnlarida matn hosil qiluvchi vosita sifatida faol ishtirok etishi, matnning semantik yaxlitligi va

[4] Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи. – Москва, 1994.

koheziyasini ta’minlashdagi o‘rni aniqlandi. Shuningdek, yangi leksik birliklarning internet diskursida axborotni ixcham, tezkor va ta’sirchan yetkazishga xizmat qilishi kuzatildi.

Demak, neologizmlar bugungi media makonda faqat leksik yangilanish mahsuli bo‘lib qolmay, balki zamonaviy matnning funksional-pragmatik va uslubiy xususiyatlarini shakllantiruvchi muhim til birliklari sifatida namoyon bo‘lmoqda. Bu esa neologizmlarni matn tilshunosligi, pragmalingvistika hamda media lingvistika doirasida chuqur o‘rganish zaruratini ko‘rsatadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Qurbonova M., Yo‘ldoshev M. Matn tilshunosligi. – Toshkent: Universitet, 2014. – 116 b.
2. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. – Москва: Наука, 1981. – 139 с.
3. Шанский Н.М. Лексикология современного русского языка. – Москва: Просвещение, 1972. – 328 с.
4. Земская Е.А. Современный русский язык. Словообразование. – Москва: Просвещение, 1973. – 304 с.
5. Виноградов В.В. Лексикология и лексикография. – Москва: Наука, 1977. – 312 с.
6. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи. – Москва: Педагогика-Пресс, 1994. – 247 с.
7. Леонтьев А.А. Основы психолингвистики. – Москва: Смысл, 1997. – 287 с.
8. Кубрякова Е.С. Язык и знание: На пути получения знаний о языке. – Москва: Языки славянской культуры, 2004. – 560 с.
9. Mahmudov N. Til va nutq. – Toshkent: O‘zbekiston, 2013. – 224 b.
10. Yo‘ldoshev M. Badiiy matn va uning lingvopoetik tahlili. – Toshkent: Fan, 2007. – 123 b.

11.Раҳматуллаев Ш. Ҳозирги ўзбек адабий тили. – Тошкент: Университет, 2006. – 476 б.