



O'ZBEK TILIDAGI NEOLOGIZMLAR: GLOBALLASHUV DAVRIDA LEKSIK
O'ZGARISHLARNING KOGNITIV VA PRAGMATIK TAHLILI

Abruyeva Malika Zafarovna

Samarqand davlat chet tillar instituti o'qituvchisi

Annotatsiya: Zamonaviy globallashuv hamda axborot texnologiyalarining shiddat bilan taraqqiy etishi o'zbek tilining lug'at boyligiga sezilarli ta'sir o'tkazmoqda. Mazkur maqolada o'zbek tiliga kirib kelayotgan yangi so'zlarning kognitiv va pragmatik jihatlari, ularning leksik tizimga moslashish yo'llari hamda muloqotdagi vazifalari keng o'rganiladi. Yangi so'zlarning ma'no jihatidan o'zlashib borish bosqichlari, xorijiy leksikaning mahalliy so'z muhitiga moslashishi va so'z yasalişning yangi usullari tahlil qilinadi. Tadqiqot shuni ko'rsatadiki, neologizmlar o'zbek tilining lug'at fondini kengaytirish bilan birga milliy til o'ziga xosligiga ham muayyan ta'sir ko'rsatadi.

Kalit so'zlar: neologizm, kognitiv tilshunoslik, pragmatika, leksik yangilanish, semantik moslashuv, globallashuv, so'z yasaliş, til o'ziga xosligi, o'zlashma leksika.

Har bir jonli til muttasil rivojlanish va yangilanish jarayonida bo'ladi. Ushbu jarayon leksik sathda ayniqsa yaqqol ko'zga tashlanadi, zero so'z boyligi ijtimoiy, madaniy va texnologik o'zgarishlarga eng birinchi munosabat bildiradigan qatlamdir. O'zbek tili ham bu qonuniyatdan mustasno emas: mustaqillik davridan beri leksikada tub siljirishlar yuz berdi, yangi ijtimoiy-siyosiy tuzum, bozor munosabatlari va raqamli texnologiyalar tilimizga ko'plab yangi tushuncha va so'zlarni olib kirdi. Shu bilan birga, neologizmlarni shunchaki sanab o'tish yetarli emas — ularning ortida yotgan tafakkur modellari, ya'ni yangi so'zlar qanday kontseptual tuzilmalarni aks ettirishi va nutqiy muloqotda qanday maqsadlarga xizmat qilishi masalasi zamonaviy tilshunoslikning hal etilishi zarur muammolaridan biri bo'lib turibdi.

Yangi so'zlarni kognitiv nuqtai nazardan tahlil qilish ularning zamirida yotgan tushunchaviy sxemalarni ochib berishga yordam beradi. Jumladan, «startup» so'zi o'zbek tiliga kirganda faqat «yangi biznes» ma'nosini emas, balki innovatsiya, zamonaviylik, tavakkalchilik va imkoniyatlar majmuasini ifodalovchi butun bir tushunchaviy maydonni o'ziga singdiradi. Bu atamani «yangi tadbirkorlik loyihasi» tarzida o'zbekchalashtirish mumkin bo'lsa-da, bunday tarjima so'zning kognitiv to'liqligini ancha kamaytiradi. Kognitiv tilshunoslik nuqtai nazaridan neologizm — bu shunchaki yangi nom emas, balki yangi tafakkur modelining leksik ko'rinishidir. Aynan shu sababli o'zlashma neologizmlar ko'pincha tarjima qilinmaydi va o'z fonetik shaklini saqlab qoladi: «brend», «menejer», «investor», «blogger» kabi so'zlar o'zbek nutqida tobora kengroq o'rin egallayapti.

O'zbek tilidagi yangi so'zlarning semantik jihatdan o'zlashib borishi bir qancha ketma-ket bosqichlardan o'tadi. Dastlabki bosqichda yangi so'z tor doirada — ko'proq yoshlar va mutaxassislar nutqida — ishlatiladi. Keyingi bosqichda u ommaviy axborot vositalari orqali





TANQIDIY NAZAR, TAHLILIIY TAFAKKUR VA INNOVATSION G'OYALAR



keng ommaga yoyiladi. Uchinchi bosqichda so'zning ma'nosi o'zbek til muhitida qisman o'zgaradi: ba'zan torayadi, ba'zan kengayadi. Xususan, inglizcha «like» so'zi o'zbek internet muloqotiga «layq» shaklida kirib kelib, ijtimoiy tarmoqlardagi tugma ma'nosidan tashqari umumiy ma'qullash va qo'llab-quvvatlash semantikasini ham o'zlashtirdi. «Uning postiga layq bosdi» iborasi bugun majoziy tus olgan bo'lib, «kimnidir qo'llab-quvvatladi» ma'nosida ham faol qo'llanilmoqda.

Globalashuv sharoitida o'zbek tiliga kirib kelgan so'zlar ba'zan milliy madaniy kontekst bilan kesishadi va bu to'qnashuv yangi ma'no qatlamlarining shakllanishiga zamin yaratadi. «Kontent» so'zi dastlab faqat raqamli ma'lumot ma'nosida ishlatilgan bo'lsa, bugungi kunda «kontent yaratuvchi», «milliy kontent», «ma'naviy kontent» kabi birikmalar paydo bo'lib, so'zning semantik doirasi sezilarli darajada kengaydi. Kognitiv tilshunoslikda ushbu jarayon «semantik kengayish» deb ataladi va yangi so'zning mahalliy tushunchaviy tizimga qo'shilishini ifodalaydi. Biroq ayrim neologizmlar madaniy qarshilikka duch kelib, ularga o'zbekcha muqobil variantlar taklif etiladi: «kompyuter» uchun «hisoblash mashinasi», «internet» uchun «jahon tarmog'i» singari takliflar shular jumlasidandir.

Neologizmlarning muloqot jarayonidagi o'rni faqat ma'no uzatish bilan chegaralanmaydi — ular ijtimoiy belgi sifatida ham muhim rol o'ynaydi. Rasmiy nutqda «raqamlashtirish», «innovatsion iqtisodiyot», «elektron hukumat» kabi iboralar modernizatsiya va taraqqiyot g'oyasini ifodalovchi ideologik ramzlar sifatida ishlaydi. Norasmiy muloqotda esa «checkin qildi», «sheyr qildi», «googlab ko'r» kabi qurilmalar nutqni ixchamlashtirish va muloqot samaradorligini oshirish uchun qo'llaniladi. Bu ikki qatlam o'rtasidagi farq neologizmning turli kommunikativ ehtiyojlarga moslasha olishini yaqqol ko'rsatadi.

So'z yasaliş jihatidan zamonaviy o'zbek neologizmlarini to'rt asosiy modelga ajratish mumkin. Birinchisi — to'g'ridan-to'g'ri o'zlashtirish: «server», «xaker», «vebsayt», «chatbot». Ikkinchisi — gibrid so'z yasaliş, ya'ni xorijiy negizga o'zbek qo'shimchalarining qo'shilishi: «bloggerlik», «startapchi», «onlayn-ta'lim». Uchinchisi — kalkalash, ya'ni ingliz so'zining ichki ma'no tuzilmasini o'zbek til vositalari orqali ifodalash: «dasturiy ta'minot» (software), «qidiruv tizimi» (search engine). To'rtinchisi — semantik kengayish: mavjud o'zbek so'ziga yangi ma'no qo'shilishi, masalan, «tarmoq» so'zi endi nafaqat to'r, balki ijtimoiy aloqalar tizimini ham anglatadi. Bu modellarning har biri o'zbek tilining ichki resurslari bilan xorijiy leksikaning o'zaro hamkorligini aks ettiradi.

Yoshlar nutqida «trend», «vayb», «flex» kabi so'zlarning keng tarqalishi faqat leksik ehtiyojni emas, balki muayyan yoshlar madaniyatiga mansubliqni ham ifodalaydi. Ushbu so'zlarni o'zbekcha muqobillari bilan almashtirsak, kommunikativ ma'noni emas, balki ijtimoiy signalni yo'qotamiz. Bu ma'noda neologizmlar Bourdieu nazariyasidagi «til kapitali»ning bir ko'rinishi bo'lib, nutq sub'ekti ular orqali o'zining ijtimoiy-madaniy mavqeini namoyish etadi.

Ommaviy axborot vositalarining tilida o'zbek neologizmlari alohida o'rin tutadi. Zamonaviy matbuot, televidenie va internet matnlari «iqtisodiy o'sish», «raqamli transformatsiya», «investitsion muhit», «innovatsion ekotizim» kabi neologizmik birikmalar





TANQIDIY NAZAR, TAHLILIIY TAFAKKUR VA INNOVATSION G'OYALAR



bilan boyib bormoqda. Bu iboralar yangi tushunchalarni ifodalaybina qolmay, balki muayyan diskursiv tartibni — davlat siyosati, modernizatsiya mafkurasi yoki bozor iqtisodiyoti mantiqini — mustahkamlaydi. Shunday qilib, neologizmlar til hodisasi sifatida bir vaqtning o'zida ijtimoiy-siyosiy diskursni shakllantirishda ham faol ishtirok etadi.

O'tkazilgan tahlil dastlabki farazni to'liq tasdiqlaydi: o'zbek tiliga yangi so'zlarning kirib kelishi oddiy leksik qarz olishdan iborat emas, balki kognitiv va pragmatik jihatdan juda murakkab moslashuv jarayonidir. Bu jarayon davomida yangi so'z o'zbek tilining ichki tuzilmasiga singib boradi, mahalliy tushunchaviy tizim bilan munosabatga kirishadi va turli muloqot holatlarida yangi vazifalarni egallaydi. Bundan tashqari, neologizmlar til o'ziga xosligiga ta'sir etuvchi omil sifatida namoyon bo'ladi: bir tomondan ular tilni boyitadi, ikkinchi tomondan esa milliy til merosini asrash muammosini kun tartibiga qo'yadi.

Pedagogik nuqtai nazardan ushbu tadqiqot natijalarini til o'qitish amaliyotiga tatbiq etish mumkin. Yangi so'zlarni o'rganish talabalarning zamonaviy o'zbek tili haqidagi bilimlarini kengaytiribgina qolmaydi, balki ularning til hodisalariga nisbatan tanqidiy va tahliliy yondashuvini ham shakllantiradi. Bundan tashqari, neologizmlarning kognitiv asoslarini o'rganish tarjima malakasini rivojlantirish uchun ham muhim zamin bo'lib xizmat qiladi, chunki yangi so'zni to'g'ri va munosib tarjima qilish uchun uning fonetik shaklini emas, balki kontseptual va pragmatik mazmunini chuqur anglash zarur.

Xulosa qilib aytganda, o'zbek tilidagi neologizmlar globallashuv sharoitida yuz berayotgan leksik yangilanishning ko'p qirrali va murakkab hodisasi sifatida namoyon bo'ladi. Tadqiqotning ilmiy yangiligi neologizmlarni yagona kognitiv-pragmatik model doirasida tahlil qilish metodologiyasini asoslab berishda ko'rinadi — bu model semantik moslashuv mexanizmlari, so'z yasaliş usullari va diskursiv vazifalarni yaxlit tizimda birlashtiradi. Ilgari surilgan faraz isbotlandi: neologizmning o'zlashish muvaffaqiyati uning fonetik tuzilishidan ko'ra tushunchaviy muvofiqligiga ko'proq bog'liq. Keyingi tadqiqotlar uchun istiqbolli yo'nalish sifatida yoshlar nutqidagi neologizmlarning pragmatik funksiyalarini keng miqyosli empirik usulda o'rganish tavsiya etiladi.

Adabiyotlar ro'yxati

1. Begmatov E. A. O'zbek tili leksikologiyasi. — Toshkent: O'qituvchi, 1985.
2. Sobirov A. So'z ma'nosi va uning o'zgarish yo'llari. — Toshkent: Akademnashr, 2012.
3. Yo'ldoshev B. A. Hozirgi o'zbek adabiy tilida so'z yasaliş. — Toshkent: Fan, 2007.
4. Mamatov A. E. O'zbek tili frazeologiyasi va leksikologiyasiga doir tadqiqotlar. — Samarqand: SamDU nashriyoti, 2010.
5. Ne'matov H., Rasulov R. O'zbek tili sistem leksikologiyasi asoslari. — Toshkent: O'qituvchi, 1995.
6. Crystal D. English as a Global Language. — Cambridge: Cambridge University Press, 2003.



TANQIDIY NAZAR, TAHLILY TAFAKKUR VA INNOVATSION G'UYALAR



7. Haspelmath M. Loanwords in the World's Languages: A Comparative Handbook. — Berlin: De Gruyter Mouton, 2009.
8. Kemmer S., Barlow M. Usage-Based Models of Language. — Stanford: CSLI Publications, 2000.

