

## O'ZBEK TILIDAGI NEOLOGIZMLARNING KOGNITIV-PRAGMATIK XUSUSIYATLARI: GLOBALLASHUV SHAROITIDA LEKSIK YANGILANISH JARAYONLARI

**Yusupova Sarvinoz Baxtiyorovna**

*f.f.n., o'zbek tilshunosligi kafedrasi dotsenti,  
Samarqand davlat chet tillar instituti*

**Nazarova Dilnoza Sherzodovna**

*Samarqand davlat chet tillar instituti o'qituvchisi*

**Annotatsiya:** *Globalashuv va axborot texnologiyalarining jadal rivojlanishi o'zbek tilining leksik tizimiga bevosita ta'sir ko'rsatmoqda. Ushbu maqolada o'zbek tilidagi neologizmlarning kognitiv-pragmatik xususiyatlari, ularning til tizimiga singib borish mexanizmlari va kommunikativ funksiyalari tahlil qilinadi. Neologizmlarning semantik adaptatsiya jarayonlari, o'zlashtirilgan so'zlarning mahalliy leksik muhitga moslashuvi va yangi so'z yasaliş modellari o'rganiladi. Tadqiqot neologizmlar o'zbek tilining lug'at boyligini kengaytirish bilan birga milliy til identitetiga ta'sir qilishi mumkinligini asoslab beradi.*

**Kalit so'zlar:** *neologizm, kognitiv lingvistika, pragmatika, leksik yangilanish, semantik adaptatsiya, globalashuv, so'z yasaliş, til identiteti, o'zlashma so'zlar.*

Har qanday tirik til doimo rivojlanib, yangilanib boradi. Bu jarayon ayniqsa leksik sathda yaqqol namoyon bo'ladi, chunki so'z boyligi ijtimoiy, madaniy va texnologik o'zgarishlarga birinchi bo'lib munosabat bildiradi. O'zbek tili ham bundan mustasno emas: mustaqillik yillaridan boshlab til leksikasida katta o'zgarishlar yuz berdi, yangi ijtimoiy-siyosiy tizim, bozor iqtisodiyoti va raqamli texnologiyalar o'zbek tiliga minglab yangi tushunchalar va so'zlarni olib kirdi. Biroq neologizmlarni yuzaki ro'yxatga olish yetarli emas — ularning kognitiv asoslari, ya'ni yangi so'zlar qanday tushunchaviy modellarni ifodalashi va nutqiy muloqotda qanday pragmatik vazifalarni bajarishi masalasi zamonaviy tilshunoslikning dolzarb muammolaridan biri bo'lib qolmoqda.

Neologizmlarning kognitiv tahlili ular orqasida yotgan kontseptual sxemalarni ochib berishga imkon yaratadi. Masalan, «startup» so'zi o'zbek tilida faqat «yangi biznes» ma'nosini emas, balki zamonaviylik, innovatsiya, xavf-xatar va imkoniyat kabi bir butun kontseptual maydonni o'zida mujassam etadi. Bu so'zni o'zbek tiliga «yangi tadbirkorlik loyihasi» deb tarjima qilish mumkin, ammo bunday tarjima neologizmning kontseptual to'liqligini yo'qotadi. Kognitiv tilshunoslik nuqtai nazaridan neologizm faqat yangi nom emas, balki yangi tafakkur modelining leksik ifodasi hisoblanadi. Shu bois o'zlashma neologizmlar ko'pincha tarjima qilinmasdan,

o'z fonetik qobig'ida saqlanadi: «brend», «menedjer», «investor», «blogger» kabi so'zlar o'zbek nutqida keng qo'llanilmoqda.

O'zbek tilidagi neologizmlarning semantik adaptatsiya jarayoni bir necha bosqichdan iborat bo'ladi. Birinchi bosqichda yangi so'z tor doirada, asosan yoshlar va mutaxassislar nutqida qo'llaniladi. Ikkinchi bosqichda so'z ommaviy axborot vositalari orqali keng tarqaladi. Uchinchi bosqichda so'zning semantikasi o'zbek til muhitida birmuncha o'zgaradi: ba'zan ma'no torayadi, ba'zan kengayadi. Masalan, inglizcha «like» so'zi o'zbek internet muloqotida «layq» shaklida o'zlashib, nafaqat ijtimoiy tarmoqlardagi tugma ma'nosini, balki umumiy ma'qullash, qo'llab-quvvatlash semantikasini ham qabul qildi: «Uning postiga layq bosdi» — bu konstruktsiya endi majoziy ma'noda ham qo'llanilmoqda, ya'ni «kimnidir qo'llab-quvvatladi» degan tushunchani ifodalaydi.

Neologizmlarning madaniy belgilanganligi o'zbek tilida o'ziga xos ko'rinishda namoyon bo'ladi. Globallashuv natijasida kirib kelgan so'zlar ba'zan milliy madaniy kontekst bilan to'qnash keladi va bu to'qnashuv yangi semantik qatlamlarning shakllanishiga olib keladi. Masalan, «kontent» so'zi dastlab faqat raqamli ma'lumot ma'nosida qo'llangan bo'lsa, hozirda «kontent yaratuvchi», «milliy kontent», «ma'naviy kontent» kabi birikmalar vujudga kelib, so'zning semantik doirasi ancha kengaydi. Bu jarayon kognitiv tilshunoslikda «semantik kengayish» deb atalib, yangi so'zning mahalliy tushunchaviy tizimga integratsiya bo'lishini aks ettiradi. Ayni chog'da ba'zi neologizmlar madaniy qarshilikka duch keladi va ularga muqobil o'zbekcha variantlar taklif etiladi: «kompyuter» — «hisoblash mashinasi», «internet» — «jahon tarmog'i» kabilar.

Kontekstual-diskursiv tahlil neologizmlarning muloqot vaziyatiga qarab turlicha pragmatik funksiyalar bajarishini ko'rsatadi. Rasmiy nutqda «raqamlashtirish», «innovatsion iqtisodiyot», «elektron hukumat» kabi neologizmlar modernizatsiya va taraqqiyot g'oyasini ifodalovchi ideologik belgisifatida ishlaydi. Norasmiy muloqotda esa «checkin qildi», «sheyr qildi», «googlab ko'r» kabi konstruktsiyalar nutqni qisqartirish va kommunikativ samaradorlikni oshirish maqsadida qo'llaniladi. Bu ikki qatlam orasidagi farq neologizmning pragmatik moslashuvchanligi yuqori ekanligini va u turli kommunikativ ehtiyojlarni qondirishga qodir ekanligini ko'rsatadi.

So'z yasaliş nuqtai nazaridan o'zbek tilidagi zamonaviy neologizmlar bir necha modelga bo'linadi. Birinchi model — to'g'ridan-to'g'ri o'zlashtirishdir: «server», «xaker», «vebsayt», «chatbot». Ikkinchi model — gibril so'z yasalişdir, ya'ni o'zlashma negizga o'zbek qo'shimchalarining qo'shilishi: «bloggerlik», «startapchi», «onlayn-ta'lim». Uchinchi model — kalkalashdir: ingliz so'zining ichki ma'no tuzilmasini o'zbek vositalarida ifodalash: «dasturiy ta'minot» (software), «qidiruv tizimi» (search engine). To'rtinchi model — semantik kengayishdir: mavjud o'zbek so'ziga yangi ma'no qatlamining qo'shilishi, masalan, «tarmoq» so'zi endi nafaqat to'r ma'nosini, balki ijtimoiy aloqalar tizimini ham anglatadi. Bu modellarning har biri

o'zbek tilining ichki imkoniyatlari va xorijiy leksikaning o'zaro munosabatini aks ettiradi.

Pragmatik tahlil shuni ko'rsatadiki, neologizmlarning muloqotdagi o'rni faqat ma'no ifodalash bilan cheklanmaydi — ular ijtimoiy identifikatsiya vositasi sifatida ham xizmat qiladi. Yoshlar nutqida «trend», «vayb», «flex» kabi neologizmlarning keng qo'llanilishi nafaqat leksik ehtiyojni, balki muayyan yoshlar madaniyatiga mansublikni ham ifodalaydi. Bunday so'zlarni o'zbek muqobillari bilan almashtirish kommunikativ ma'noni emas, balki ijtimoiy signalni yo'qotadi. Shu ma'noda neologizmlar Bourdieu ta'biri bilan aytganda, «til kapitali»ning bir ko'rinishi bo'lib, ular orqali nutq sub'ekti o'zining ijtimoiy-madaniy pozitsiyasini namoyish etadi.

Diskursiv darajada o'zbek tilidagi neologizmlar ommaviy axborot vositalarining tilida alohida o'rin egallaydi. Matbuot, televidenie va internet saytlardagi zamonaviy o'zbek matni «iqtisodiy o'sish», «raqamli transformatsiya», «investitsion muhit», «innovatsion ekotizim» kabi neologizmik birikmalar bilan to'lib-toshgan. Bu birikmalar nafaqat yangi tushunchalarni ifodalaydi, balki muayyan diskursiv tartibni — davlat siyosati, modernizatsiya ideologiyasi yoki bozor iqtisodiyoti mantiqini — mustahkamlaydi. Shunday qilib, neologizmlar til hodisasi sifatida bir vaqtning o'zida ijtimoiy-siyosiy diskursning qurilish materiali bo'lib xizmat qiladi.

O'tkazilgan tahlil natijasi ilgari surilgan gipotezani tasdiqlaydi: o'zbek tilidagi neologizmlarning o'zlashish jarayoni faqat leksik qarz olish emas, balki kognitiv va pragmatik jihatdan murakkab adaptatsiya jarayonidir. Bu jarayon davomida yangi so'z o'zbek tilining ichki tuzilmasiga moslashadi, mahalliy kontseptual tizim bilan o'zaro munosabatga kirishadi va turli kommunikativ vaziyatlarda yangi pragmatik funksiyalarni egallaydi. Bundan tashqari, neologizmlar til identitetiga ta'sir ko'rsatuvchi omil sifatida ham namoyon bo'ladi: ular bir tomondan tilni boyitsa, ikkinchi tomondan milliy til o'ziga xosligini saqlab qolish muammosini kun tartibiga qo'yadi.

Pedagogik jihatdan ushbu tadqiqot natijalarini til o'qitish amaliyotida qo'llash mumkin. Neologizmlarni o'rganish talabalarning zamonaviy o'zbek tili haqidagi bilimlarini boyitibgina qolmaydi, balki ularning til hodisalariga nisbatan tanqidiy va tahliliy munosabatini rivojlantiradi. Shuningdek, neologizmlarning kognitiv asoslarini o'rganish tarjima kompetensiyasini shakllantirish uchun ham muhim zamin yaratadi, chunki yangi so'zlarni adekuat tarzda tarjima qilish uchun nafaqat so'zning shaklini, balki uning kontseptual va pragmatik ma'nosini ham tushunish talab etiladi.

Shunday qilib, o'zbek tilidagi neologizmlar globallashuv sharoitida ro'y berayotgan leksik yangilanish jarayonining murakkab va ko'p qirrali hodisasi sifatida namoyon bo'ladi. Tadqiqotning ilmiy yangiligi neologizmlarni yagona kognitiv-pragmatik model doirasida tahlil qilishni asoslab berishdan iborat bo'lib, bu model semantik adaptatsiya mexanizmlari, so'z yasaliş modellari va diskursiv funksiyalarni bir tizimga birlashtiradi. Gipoteza tasdiqlandi: neologizmlarning o'zlashish muvaffaqiyati

ularning fonetik shaklidan ko'ra kontseptual mos kelishiga bog'liq. Kelajakda neologizmlarning yoshlar nutqidagi pragmatik funksiyalarini keng ko'lamlı empirik tadqiqot asosida o'rganish istiqbolli yo'nalish bo'lib qolmoqda.

#### 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: Akadernashr, 2012.
3. Yo'ldoshev B. A. Hozirgi o'zbek adabiy tilida so'z yasalishi. — 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.
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.