



INTERNET DISKURSDAGI IQTISODIY NEOLOGIZMLARNING MORFOLOGIK JARAYONLARI

Irgasheva Shoxida Sadriddinovna

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti

azizshahzoda82@gmail.com +998909657295

ORCID: 0000-0003-4427-032

Annotatsiya: Ushbu maqolada morfologik jarayonlar va neologizmlarni yaratishda qo‘llaniladigan turli metodlar tahlil qilingan. Yangi so‘zlar va atamalar, ayniqsa texnologiya, iqtisodiyot va ijtimoiy tarmoqlardagi o‘zgarishlarga javoban, doimiy ravishda paydo bo‘lmoqda. Maqolada morfologik jarayonlar orqali yaratilgan neologizmlar tahlil qilinadi. Shuningdek, neologizmlarning global muloqotdagi roli, internet diskursi bu jarayonlarni qanday tezlashtirishi va tilning o‘zgarishlariga qanday hissa qo‘shishi ko‘rib chiqiladi. Maqola, yangi so‘zlarni yaratish va ulardan samarali foydalanishning tilshunoslik, iqtisodiy va ijtimoiy nuqtai nazardan ahamiyatini ta’kidlaydi.

Kalit so‘zlar: Neologizm, morfologiya, qisqartma, akronim, o‘zlashma, yangi so‘zlar, ijtimoiy tarmoqlar, texnologiya, kommunikatsiya, iqtisodiyot, morfologik jarayonlar.

MORPHOLOGICAL PROCESSES OF ECONOMIC NEOLOGISMS IN INTERNET DISCOURSE

Abstract: This article analyzes various methods used in the formation of neologisms and morphological processes. New words and terms continuously emerge in response to changes, particularly in technology, economics, and social networks. The article examines neologisms created through morphological processes. Additionally, it explores the role of neologisms in global communication, how internet discourse accelerates these processes, and their contribution to linguistic evolution. The article highlights the linguistic, economic, and social significance of creating and effectively using new words.

Keywords: Neologism, morphology, abbreviation, acronym, borrowing, new words, social networks, technology, communication, economics, morphological processes.

KIRISH.

Bugungi kunda ijtimoiy tarmoqlar va texnologiyalar yordamida odamlar o‘rtasidagi muloqot, geografik masofalarga qaramay osonlashib va yanada qulay bo‘lib bormoqda. Muloqot jarayonida so‘z boyliklaridan foydalaniladi va ba’zi yangi so‘zlar yoki atamalar hatto

rasmiy ravishda lug‘atlarda qayd etilmagan. Yangi shakllangan so‘zlar turli jarayonlarga asoslanadi va bu jarayonlar morfologik jarayonlar deb ataladi. Neologizmlar tuzilishi jihatidan mavjud ingliz tilidagi lug‘atlardagi so‘zlardan sezilarli darajada farq qiladi. Murrayga ko‘ra, ko‘plab morfologik jarayonlar, ayniqsa ingliz tilidagi muloqotlar uchun yangi so‘zlarni yaratishda moslashtirilgan bo‘lib, o‘z ichiga qisqartma, akronim, qo‘shilish, hosil qilish va o‘zlashgan so‘zlarni oladi [3,58]. Foydalanuvchilarning tez va qiziqarli muloqot qilish uchun yaratuvchanligi til ritmi va so‘zlarning o‘zgarishini tezlashtirdi.

ADABIYOTLAR TAHLILI VA METODOLOGIYA. “Neologizm” atamasi ikki alohida so‘zning birikmasidan yunoncha *neo* (yangi) va *logos* (so‘z) tashkil topgan. Shunday qilib, *neologizm* ikki atamaning birlashuvi sifatida “yangi ma’no anglatadigan yangi so‘z” degan ma’noni bildiradi. Bu yaqinda biror shaxs, nashr, davr yoki voqea-hodisa tomonidan shakllantirilgan yangi so‘z yoki ibora bo‘lib, ko‘pchilik tomonidan qo‘llaniladi [4,80].

Neologizmlar turli usullar bilan yasaladi [4,81]. Neologizmlar turli so‘z tuzilmalarga ega bo‘lib, so‘zlarni strukturaviy jihatdan shakllantirish uchun turli jarayonlar qo‘llaniladi. Bu jarayonlar **morfologik jarayonlar** deb ataladi. Ba’zi neologizmlar mutlaqo yangi leksik birliklarga asoslanib shakllantiriladi, ba’zilar esa mavjud va o‘rnatilgan so‘zlarga muvofiq moslashtirilgan bo‘ladi. Yangi so‘zlarni ixtiro qilish asosan mavjud so‘zlar orqali nomlashning ilojisi bo‘lmagan narsa (bu ot, fe‘l, sifat yoki boshqa bo‘lishi mumkin) uchun yaratiladi.

Biroq, hozirgi globalizatsiyalashgan davrda, texnologiya insonlarni dunyo bo‘ylab oson bog‘lay olish qobiliyatiga ega bo‘lgani sababli, neologizmlarning roli o‘zgarib, yangi avlodning ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan bo‘lishi mumkin [1,14984]. Ijtimoiy tarmoqlar odamlar o‘rtasida muloqot qilish uchun eng yaxshi vositalardan biriga aylangan va yosh avlodlar ushbu platformalarni ishlatishga moyil. Shu sababli, neologizmlarni rivojlantirishga asosan internet diskursi katta hissa qo‘shmoqda [2,116].

Morfologiya tilshunoslik sohasida so‘z tuzilishini o‘rganadigan fan hisoblanadi. Bu til ichida yoki tildan tashqarida so‘z hosil qilish jarayonini o‘rganishdir. So‘zlar sintaksisning eng kichik birliklari sifatida qabul qilingan bo‘lsa-da, aksariyat tillarda so‘zlar bir-biriga ma’lum qoidalarga asoslangan holda bog‘lanadi [5,120]. Har bir holatda gapiruvchi tomonidan tushunilgan qoidalar so‘zlarning kichik birliklardan qanday shakllanishi va bu kichik birliklarning nutqda yoki yozma shaklda qanday o‘zaro ta’sir qilishi bo‘yicha maxsus andozalarni aks ettiradi.

Morfema tilning eng kichik ma’noli birligi bo‘lganligi sababli grammatik funktsiyaning ham eng kichik birligi hisoblanadi. Morfema o‘z-o‘zidan mavjud bo‘lishi mumkin yoki ba’zan so‘z hosil qilish uchun kamida yana bir morfema bilan birlashishi kerak [1,14988]. Shu sababli, morfologiya har qanday tilda neologizmlarni yaratishning eng asosiy jarayoni hisoblanadi va muhim ahamiyatga ega.

NATIJA VA MUHOKAMALAR. Neologizmlarni yaratishda foydalaniladigan ma’lum mexanizmlar mavjud. Masalan, neologizmlar so‘z hosil qilish, qayta shakllantirish, qo‘shish, konversiya, o‘zlashmalar, qisqartmalar, so‘z kesish, akronimlar va onomatopeya (tovush

taqlidiga asoslangan so‘zlar) kabi jarayonlar orqali yaratilgan bo‘lishi mumkin. Shunga qaramay, bir tadqiqot shuni ko‘rsatdiki, neologizmlarni rivojlantirishda eng ko‘p qo‘llaniladigan jarayonlar mavjud so‘zlarni qisqartiruvchi usullardir, masalan, so‘z kesish, qisqartmalar va akronimlar [2,130]. Murray esa o‘n bir xil morfologik jarayonni ajratib ko‘rsatgan, ular: affiksatsiya (qo‘shimcha qo‘shish), qo‘shma so‘zlar, akronimlar, aralashma so‘zlar, qisqartmalar, so‘z kesish, konversiya, takrorlash, onomatopeya, antonomaziya (biror narsa yoki shaxsni xos ismi bilan atash), va o‘zlashmalar. 1-jadvalda internet diskursidagi iqtisodiy neologizmlarni yasash jarayoni turlari umumlashtirilgan.

1-JADVAL

MORFOLOGIK JARAYON VA UNING TA’RIFI

MORFOLOGIK JARAYON	TA’RIFI
Qo‘shish (Compounding)	Bu jarayon ikki yoki undan ortiq o‘zak so‘zlar yoki erkin morfemalar birikib, yangi so‘z hosil qilishidir. Iqtisodiy neologizmlar sohasida bu jarayon orqali iqtisodiyot bilan bog‘liq yangi tushuncha yoki atamalarni ifodalovchi so‘zlar yaratilishi, masalan, Crowd (ommaviy) + funding (mablag‘ yig‘ish) Loyihani moliyalashtirish uchun internet platformasi orqali ko‘pchilikdan mablag‘ yig‘ish jarayoni. Cash-strapped London council starts crowdfunding drive to pay for green upgrades. ¹²¹
Takrorlash (Reduplication)	Erkin morfemaning takrorlanishi yoki nusxalanishi orqali yangi so‘z hosil qilish jarayoni. Takrorlashning bir necha turi mavjud. Aniq takrorlash — butun morfemaning hech qanday o‘zgarishsiz takrorlanishi, masalan, Bye-bye; Brending yoki marketing materiallarida hazil yoki norasmiy tarzda ishlatilishi mumkin. Knock-knock; Marketingda yangi yoki kutilmagan narsani o‘ynoqi tarzda taqdim etish uchun ishlatiladigan ibora. Qofiyali takrorlash — morfemaning birinchi qismining undoshlarida o‘zgarishlar bilan qisman takrorlanishi, masalan, Super-duper; Reklamada mahsulotning ajoyib sifati yoki foydalarini ta’kidlash uchun ishlatiladi. Honestly, you’ll look like you’ve been doing it for years and your feed will look super-duper-pro.¹²² Nitty-gritty; Biznes rejaning asosiy elementlarini, moliyaviy hisobotni yoki kelishuvdagi muhim tafsilotlarni tasvirlash uchun ishlatiladi. Unlilarni takrorlash — morfemaning unlilarida o‘zgarishlar bilan qisman takrorlanishi, masalan, Mish-mash; Diqqat yoki yo‘naltirishdan mahrum

¹²¹ <https://www.theguardian.com/business/2024/feb/28/cash-strapped-london-council-starts-crowdfunding-drive-to-pay-for-green-upgrades>

¹²² <https://www.theguardian.com/guardian-masterclasses/guardian-masterclass-blog/2020/jul/30/how-to-create-an-instagram-account-for-your-business-eva-poppy-loves-london-blog-guide-social-media>

	bo‘lgan biznes strategiyasi yoki mahsulotni tasvirlaydi. Zig-zag; O‘zgaruvchan bozorlarni, noma'lum biznes strategiyalarini yoki notekis tendentsiyalarni tasvirlash uchun ishlatiladi.
O‘zlashmalar (Borrowings)	Bir tildan olingan so‘zlarning boshqa tilda fonologik va imlo o‘zgarishlar bilan yoki ularsiz qo‘llanilishi jarayoni. Misol uchun, <i>Déjà vu</i> fransuz tilidan olingan so‘z bo‘lib, tanish yoki oldindan taxmin qilingan bozor tendentsiyalari yoki biznes strategiyalarining takrorlanishini anglatadi. Tariff italyancha <i>tariffa</i> so‘zidan kelib chiqqan bo‘lib, odatda xalqaro savdoni muhokama qilishda qo‘llanadigan, import yoki eksportga solinadigan soliqlar yoki bojxona yig‘imlarini anglatadi. Biden announces 100% tariff on Chinese-made electric vehicles. ¹²³
Qo‘shimcha qo‘shish (Affixation)	Morfemalarning birikishi jarayoni hisoblanib, bir necha turdagi affiksatsiya mavjud: Prefiksatsiya — bog‘langan morfema tomonidan erkin morfemadan oldin oldingi o‘rinda biriktirilgan prefiks yoki old qo‘shimcha qo‘shish, masalan, Repost (re- + post) Ushbu atama raqamli marketing va ijtimoiy media strategiyalarida kontentni bir necha marta ulashishni rag‘batlantirish uchun qo‘llaniladi. These include automatically applying previous ratings to new attempts to repost the same claim.¹²⁴ Prepay (pre- + pay) Odatda iste‘molchilar moliyasi va obuna xizmatlarida ishlatiladi. Suffiksatsiya — bog‘langan morfema erkin morfemadan keyin post o‘rnida kelgan qo‘shimcha, masalan, Bulkers (bulk + -ers) Ulgurji savdo, logistika yoki yuk tashish kabi sohalarda ishlatiladi. Tokenization (token+ization) Raqamli aktivlar va blokcheyn asosidagi bozorlarga oid muhokamalarda ishlatiladi. Tokenization lets you digitally represent asset ownership for any tangible or intangible asset — stocks or bonds, cash or cryptocurrency, data sets or loyalty points — on a blockchain.¹²⁵ Konfiksatsiya – bog‘langan morfema erkin morfema oldidan ham, keyingi holatda ham sodir bo‘ladigan konfiks yoki aylana fiksatsiyasi, so‘zga old va keyin qo‘shiladigan qo‘shimchalar jarayoni masalan, Neo-economics (neo+economy+ics) An'anaviy iqtisodiy nazariyalarga zamonaviy yoki qayta talqin qilingan yondashuv, ko‘pincha raqamli yoki global tendentsiyalar ta’sirida shakllanadi.

¹²³ <https://www.theguardian.com/business/article/2024/may/14/joe-biden-tariff-chinese-made-electric-vehicles>

¹²⁴ https://www.theguardian.com/technology/2019/jul/30/charity-urges-facebook-to-extend-fact-checking-to-instagram?CMP=gu_com

¹²⁵ <https://www.pwc.com/us/en/tech-effect/emerging-tech/tokenization-in-financial-services.html>

	Infiksatsiya — bog‘langan morfemaning erkin morfemaning ichida joylashishi, odatda birinchi undosh yoki birinchi bo‘g‘in ichida bo‘lishi, masalan, <i>Fintech</i> (fin + -tech) “finance” and “technology”, so‘zlaridan olingan bo‘lib, quyidagi ma‘noni beradi. Texnologiya asosidagi moliyaviy xizmatlar, raqamli banking va blokcheyn haqidagi muhokamalarda ishlatiladi. <i>The Wall Street Journal profiles Michael Saylor, founder of MicroStrategy, and his significant investments in Bitcoin, illustrating the financial strategies within the fintech industry.</i>¹²⁶ Superfiksatsiya – ohang yoki urg‘u kabi yuqori segmentli affiks tomonidan erkin morfema yoki asosiy so‘zning morfemik holatini o‘zgartirish uchun ishlatiladi, masalan, <i>Contract</i> (noun) va <i>Contract</i> (verb) Shartnomalar va muzokaralar asosiy ahamiyatga ega bo‘lgan huquqiy va biznes kontekstlarda keng qo‘llaniladi.
Konversiya (Conversion)	So‘zning morfemik holatining o‘zgarishi jarayonidir, bunda so‘zning shakliga hech qanday aniq qo‘shimcha qo‘shilmaydi, masalan, <i>To Brand-fe’l</i>, <i>Brand-</i> ot. Mahsulot, xizmat yoki shaxsni ma‘lum bir brend yoki shaxsiyat sifatida ilgari surish yoki sotish.
Qisqartirmalar (Abbreviations)	Butun so‘z yoki iboralar o‘rniga ishlatiladigan yozma so‘z yoki iboraning qisqartirilgan shakli. <i>CEO</i>, (Chief Executive Officer) <i>IPO</i> (Initial Public Offering), <i>B2B</i> (Business to Business). <i>This piece offers insights into creating a more human-centric approach in B2B interactions, emphasizing the need for personalized experiences to meet customer expectations.</i>¹²⁷
Akronimlar	Sarlavhada birlashtirilgan barcha so‘zlar har bir so‘zning faqat bosh harflari yoki bir necha birinchi harflarigacha qisqartiriladi, <i>IMF</i> (International Monetary Fund), <i>MNC</i> (Multinational Corporation), <i>CRM</i> (Customer Relationship Management) <i>It is a first-of-its-kind Gen AI geared towards customer relations management (CRM), supercharging the work of sales teams and customer service people around the world.</i>¹²⁸
So‘z kesish (Clipping)	Ko‘p bo‘g‘inli so‘z qisqartirish jarayoni bo‘lib, bunda bir yoki bir nechta bo‘g‘inlar olib tashlanadi. <i>Corp</i> (Corporation), <i>Ad</i> (Advertisement), <i>Divi</i> (Dividend).
Aralashma (Blending)	Ikki yoki undan ortiq morfemalarning kamida bittasi qisqartirilgandan keyin yoki ikkalasi orasidagi bo‘g‘inlarning bir qismi qo‘shilganidan keyin

¹²⁶ <https://www.wsj.com/finance/currencies/michael-saylor-microstrategy-founder-bitcoin-64afda39>

¹²⁷ <https://partners.wsj.com/sap/experience-management-in-action/how-to-create-an-outstanding-b2b-customer-experience/>

¹²⁸ <https://time.com/7012736/silvio-savarese/>

	birikish jarayoni. Smmarketing (Sales + Marketing), Infomercial (Information + Commercial).
Onomatopeya (Onomatopoeia)	Bu morfema o‘z ma’nosiga taalluqli tovushlarni ifodalaydi. Boom – Tezkor iqtisodiy o‘sish yoki farovonlik davri. Buzzword – Trendlarga mos yoki mashhur atama, odatda biznes yoki marketingda ishlatiladi va ortiqcha qo‘llanishi tufayli ma’nosini yo‘qotishi mumkin.

XULOSA. Morfologiya tilshunoslikda so‘z tuzilishini o‘rganadigan asosiy fan bo‘lib, neologizmlarni yaratish jarayonida muhim rol o‘ynaydi. Yangi so‘zlar yoki atamalar, ayniqsa globalizatsiyalashgan dunyoda, muloqotning samarali va tezkor bo‘lishi uchun doimiy ravishda ishlab chiqilmoqda. Internet va ijtimoiy tarmoqlar esa bu jarayonni yanada tezlashtirib, yangi so‘zlarni keng tarqatishda katta hissa qo‘shmoqda. Neologizmlar, xususan, qisqartmalar, akronimlar, qo‘shilishlar, konversiyalar va o‘zlashmalar kabi turli morfologik jarayonlar yordamida yaratiladi. Bu jarayonlar orqali tilning doimiy o‘zgarib borishiga, so‘z boyligining kengayishiga va muloqotning yanada samarali bo‘lishiga erishiladi.

Yangi so‘zlar yaratishda eng ko‘p qo‘llaniladigan jarayonlar qisqartirish (so‘z kesish, qisqartmalar, akronimlar) va o‘zlashmalar bo‘lib, bu jarayonlar muloqotning osonlashishiga va tushunarli bo‘lishiga yordam beradi. Neologizmlar ko‘pincha zamonaviy iqtisodiyot, texnologiya va marketing sohalarida qo‘llaniladi, bu esa ularni global miqyosda foydalanish uchun yanada ahamiyatli qiladi. Shuningdek, morfologik jarayonlarning keng turi mavjud bo‘lib, ular har bir tilning o‘ziga xos xususiyatlari va muloqot ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan.

Neologizmlar nafaqat til boyligini kengaytiradi, balki zamonaviy jamiyatdagi o‘zgarishlarga moslashishga, yangi yo‘nalishlar va texnologiyalarni tushunishga yordam beradi. Tildagi o‘zgarishlar va yangi so‘zlarning shakllanishi, ayniqsa, iqtisodiy, ijtimoiy va texnologik rivojlanishlar bilan chambarchas bog‘liq bo‘ladi.

ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Devlin, J. T., Jamison, H. L., Matthews, P. M., & Gonnerman, L. M. (2004). Morphology and the internal structure of words. In *Proceedings of the National Academy of sciences of the United States of America* (Vol. 101, pp. 14984–14988).
2. Lehrer, A. (2007). “Blendalicious.” In M. Judith. (ed.). *Lexical Creativity, Texts and Contexts*. Philadelphia: John Benjamins Publishing, 115-134.
3. Murray, T. E. (1995). *The Structure of English: Phonetics, Phonology, Morphology*. Massachusetts: Allyn and Bacon.
4. Peterson, C. M., & Ray, C. M. (2013). Andragogy and Metagogy: The evolution of neologisms. *Journal of Adult Education*, 42(2), 80-85.

5. Yule, G. (2010). *Language and Economy: The Impact of Neologisms on Contemporary Markets*. Cambridge University Press.
6. <https://www.theguardian.com/business/2024/feb/28/cash-strapped-london-council-starts-crowdfunding-drive-to-pay-for-green-upgrades>
7. <https://www.theguardian.com/guardian-masterclasses/guardian-masterclass-blog/2020/jul/30/how-to-create-an-instagram-account-for-your-business-eva-poppy-loves-london-blog-guide-social-media>
8. <https://www.theguardian.com/business/article/2024/may/14/joe-biden-tariff-chinese-made-electric-vehicles>
9. https://www.theguardian.com/technology/2019/jul/30/charity-urges-facebook-to-extend-fact-checking-to-instagram?CMP=gu_com
10. <https://www.pwc.com/us/en/tech-effect/emerging-tech/tokenization-in-financial-services.html>
11. <https://www.wsj.com/finance/currencies/michael-saylor-microstrategy-founder-bitcoin-64afda39>
12. <https://partners.wsj.com/sap/experience-management-in-action/how-to-create-an-outstanding-b2b-customer-experience/>
13. <https://time.com/7012736/silvio-savarese>