ТЕРМИЗ ДАВЛАТ УНИВЕРСИТЕТИ

PHILOLOGICAL RESEARCH: LANGUAGE, LITERATURE, EDUCATION

FILOLOGIK TADQIQOTLAR: TIL, ADABIYOT, TA’LIM

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: ЯЗЫК, ЛИТЕРАТУРА, ОБРАЗОВАНИЕ

Илмий-инновацион журнал

Jurnal OAK Rayosatining 2022-yil 30-sentabrdagi 325/6-son qarori bilan filologiya fanlari bo‘yicha doktorlik dissertatsiyalari asosiy ilmiy natijalarini chop etish tavsiya etilgan ilmiy nashrlar ro‘yxatiga kiritilgan

2021-yildan buyon nashr etiladi

2025/ № 2.1-2

Termiz – 2025

Muassis:
Termiz davlat universiteti

PHILOLOGICAL RESEARCH: LANGUAGE, LITERATURE, EDUCATION

FILOLOGIK TADQIQOTLAR: TIL, ADABIYOT, TA'LIM

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: ЯЗЫК, ЛИТЕРАТУРА, ОБРАЗОВАНИЕ

ILMIY-INNOVATSION JURNAL

O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan 2020 yil 19 oktyabrda 1122 raqami bilan ro‘yxatga olingan. Matnlarda foydalanilgan misol, ko‘chirma va ma’lumotlar aniqligi uchun mualliflar javobgardir. Jurnaldan ko‘chirib bosilganda manba qayd etilishi shart.

Bosishga ruxsat etildi: 28.05.2025
Qog‘oz bichimi: 70x85
Bosma tabog‘i: 5.94
Ofset bosma. Ofset qog‘ozi
Adadi: 100
Bahosi kelishilgan narxda
Buyurtma: 155-son

«TerDU bosmaxonasi»da chop etildi
Termiz shahri, Barkamol avlod ko‘chasi, 43-uy

Tahririyat manzili:
190111, Termiz shahri,
Barkamol avlod ko‘chasi, 43.
Telefon: +998762231649

E-mail:
philologicalresearch@umail.uz

Rasmiy sayt:
www.philologicalresearch.uz

BOSH MUHARRIR:
Abduqodir TOSHQULOV,
iqtisod fanlari doktori, professor

TAHRIR HAY’ATI:
Bekpo‘lat Umurqulov, filologiya fanlari doktori, professor (bosh muharrir o‘rinbosari)
Shoxista Maxmaraimova, filologiya fanlari doktori, professor (mas’ul muharrir)
O‘ral Xoliyorov, f.f.f.d. (PhD), dotsent (O‘zbekiston)
Olmos Ulviy Binnatova, f.f.d., professor (Ozarbayjon)
Karl Rayxl, f.f.d., professor (Germaniya)
Vali Savash yelok, f.f.d., professor (Turkiya)
Dorota Silviya, f.f.f.d. (PhD), dotsent (Polsha)
Muslihiddin Muhiddinov, f.f.d., professor (O‘zbekiston)
Ibodulla Mirzayev, f.f.d., professor (O‘zbekiston)
Abdi Mamatov f.f.d., professor (O‘zbekiston)
Suyun Karimov f.f.d., professor (O‘zbekiston)
Muhammadxon Hakimov, f.f.d., professor (O‘zbekiston)
Nafas Shodmonov f.f.d., professor (O‘zbekiston)
Dilmurod Quronov, f.f.d., professor (O‘zbekiston)
Murodqosim Abdiyev, f.f.d., professor (O‘zbekiston)
Baxtiyor Mengliyev, f.f.d., professor (O‘zbekiston)
Normat Yo‘ldoshev, f.f.n., dotsent (O‘zbekiston)
Abdulla Xudoyqulov, f.f.f.d. (PhD) (O‘zbekiston)
Bobonazar Murtazayev, f.f.n., dotsent (O‘zbekiston)
Asqar Eshmo‘minov, f.f.d., dotsent (O‘zbekiston)
Obidjon Shofiyev, f.f.f.d. (PhD), dotsent (O‘zbekiston)
Zafar Umurqulov, f.f.f.d., dotsent, (PhD) (O‘zbekiston)
Nurali Amonturdiyev, f.f.f.d. (PhD) (O‘zbekiston)
Hakim Ahmedov, f.f.f.d. (PhD) (O‘zbekiston)
Ahad Shukurov, f.f.f.d. (PhD) (O‘zbekiston)
Eshnazar Jabborov, f.f.f.d. (PhD) (O‘zbekiston)
Abdumurod Arslonov, f.f.f.d. (PhD) (O‘zbekiston)
Sirojiddin Turdimurodov, f.f.f.d. (PhD) (O‘zbekiston)
Umida Raximova, f.f.f.d. (PhD) (O‘zbekiston)
Gulchehra Begmatova, f.f.f.d. (PhD) (O‘zbekiston)
Nargis Qurbonazarova, f.f.f.d. (PhD) (O‘zbekiston)
Muyassar Xolova, f.f.f.d. (PhD) (O‘zbekiston)
Shoira Omonturdiyeva, f.f.f.d. (PhD) (O‘zbekiston)
Sherzod Turdiqulov, f.f.f.d. (PhD) (O‘zbekiston)
Zaynura Qodirova, f.f.f.d. (PhD) (O‘zbekiston)
Humayun Nadim Muhammad, f.f.f.d. (PhD) (O‘zbekiston)
Dilrabo Ergasheva, f.f.f.d. (PhD) (O‘zbekiston)

Texnik muharrir: Bahodir To‘raliyev

Учредитель:
Термезский государственный университет

PHILOLOGICAL RESEARCH: LANGUAGE, LITERATURE, EDUCATION

FILOLOGIK TADQIQOTLAR: TIL, ADABIYOT, TA'LIM
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: ЯЗЫК, ЛИТЕРАТУРА, ОБРАЗОВАНИЕ

НАУЧНО-ИННОВАЦИОННЫЙ ЖУРНАЛ

Зарегистрировано Агентством информации и массовых коммуникаций при Администрации Президента Республики Узбекистан от 19 октября 2020 года под номером 1122.

Авторы несут ответственность за точность приведенных в текстах примеров, отрывков и данных. Необходимо указывать источник при копировании из журнала.

Разрешено к печати: 28.05.2025
Размер бумаги; 70x85
Печатный лист: 5.94
Офсетная печать: Офсетная бумага
Тираж: 100. Цена договорная
Заказ: 155

Печатано в «Типографии ТерГУ»
ул. Баркамол авлод 43, г. Термез

Адрес редакции:
190111, г.Термез, ул. Баркамол авлод, 43.
Телефон: +998762231649

E-mail:
philologicalresearch@umail.uz

Официальный сайт:
www.philologicalresearch.uz

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР:
Абдукадир ТАШКУЛОВ, доктор экономических наук, профессор

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Бекпулат Умуркулов, доктор филологических наук, профессор (зам. главного редактора)
Шохиста Махмараимова, доктор филологических наук, профессор (ответственный редактор)
Урал Холияров, ф.ф.ф.д. (PhD), доцент (Узбекистан)
Олмос Улвий Биннатова, д.ф.н., профессор (Азербайджан)
Карл Райхл, д.ф.н., профессор (Германия)
Вали Саваш Елок, д.ф.н., профессор (Турция)
Дорота Сильвия, PhD, доцент (Польша)
Муслихиддин Мухиддинов, д.ф.н., профессор (Узбекистан)
Ибодулла Мирзаев, д.ф.н., профессор (Узбекистан)
Абди Маматов, д.ф.н., профессор (Узбекистан)
Суюн Каримов, д.ф.н., профессор (Узбекистан)
Мухаммадхон Хакимов, д.ф.н., профессор (Узбекистан)
Нафас Шодмонов, д.ф.н., профессор (Узбекистан)
Дилмурод Куронов, д.ф.н., профессор (Узбекистан)
Мурадкасим Абдиев, д.ф.н., профессор (Узбекистан)
Бахтиёр Менглиев, д.ф.н., профессор (Узбекистан)
Нормат Юлдашев, к.ф.н., доцент (Узбекистан)
Абдулла Худайкулов, д.ф.ф.н. (PhD) (Узбекистан)
Бобоназар Муртазаев, ф.ф.н., доцент (Узбекистан)
Аскар Эшмуминов, д.ф.н., доцент (Узбекистан)
Обиджон Шофиев, д.ф.ф.н. (PhD), доцент (Узбекистан)
Зафар Умуркулов, д.ф.ф.н. (PhD) (Узбекистан)
Нурали Амонтурдиев, д.ф.ф.н. (PhD) (Узбекистан)
Хаким Ахмедов, д.ф.ф.н. (PhD) (Узбекистан)
Ахад Шукуров, д.ф.ф.н. (PhD) (Узбекистан)
Эшназар Джаббаров, д.ф.ф.н. (PhD) (Узбекистан)
Абдумурод Арслонов, д.ф.ф.н. (PhD) (Узбекистан)
Сирожиддин Турдимуродов, д.ф.ф.н. (PhD) (Узбекистан)
Умида Рахимова, д.ф.ф.н. (PhD) (Узбекистан)
Гульчехра Бегматова, д.ф.ф.н. (PhD) (Узбекистан)
Наргис Курбаназарова, д.ф.ф.н. (PhD) (Узбекистан)
Муяссар Холова, д.ф.ф.н. (PhD) (Узбекистан)
Шаира Амонтурдиева, д.ф.ф.н. (PhD) (Узбекистан)
Шерзад Турдикулов, д.ф.ф.н. (PhD) (Узбекистан)
Зайнура Кадирова, д.ф.ф.н. (PhD) (Узбекистан)
Хумаюн Надим Мухаммад, д.ф.ф.н. (PhD) (Узбекистан)
Дильрабо Эргашева, д.ф.ф.н. (PhD) (Узбекистан)

Технический редактор: Баходир Туралиев

Institutor:
Termez State University

PHILOLOGICAL RESEARCH: LANGUAGE, LITERATURE, EDUCATION

FILOLOGIK TADQIQOTLAR: TIL, ADABIYOT, TA'LIM

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: ЯЗЫК, ЛИТЕРАТУРА, ОБРАЗОВАНИЕ

SCIENTIFIC-INNOVATIONAL JOURNAL

Registered by the Agency for Information and Mass Communications under the President's Administration of the of the Republic of Uzbekistan on October 19, 2020 under number 1122.

The authors are responsible for the accuracy of the examples, passages and data provided in the texts. The source must be specified when copying from the journal.

Approved for printing: 28.05.2025
Size of the paper: 70x85
Printed sheet: 5.94. Offset printing.
Offset paper. Circulation: 100
Price is negotiable
Order: 155. Printed at the «Printing House of the TerSU»
43, Barkamol avlod str. Termez city.

Address of Editorial Office:
190111, Barkamol avlod str., 43,
Termez city.
Phone: +998762231649

E-mail:
philologicalresearch@umail.uz

Official website:
www.philologicalresearch.uz

EDITOR IN-CHIEF:
Abdukodir TASHKULOV, doctor of economic sciences, professor

EDITORIAL BOARD:

Bekpulat Umurkulov, doctor of philological sciences, professor (Uzbekistan) (deputy chief editor)
Shohista Makhmaraimova, doctor of philological sciences, professor (Uzbekistan) (editor-in-chief)
Ural Kholiyorov, PhD, associate professor (Uzbekistan)
Olmos Ulviy Binnatova, doct.of philol. sciences, professor (Azerbaijan)
Karl Rayxl, doct.of philol. sciences, professor (Germany)
Vali Salvash Elok, doct. of philol. sciences, professor (Turkey)
Dorota Silvia, PhD, associate professor (Poland)
Muslihiddin Mukhiddinov, doct.of philol. sciences, professor (Uzbekistan)
Ibodulla Mirzaev, doct.of philol. sciences, professor (Uzbekistan)
Abdi Mmatov, doct.of philol. sciences, professor (Uzbekistan)
Suyun Karimov, doct.of philol. sciences, professor (Uzbekistan)
Muhammadkhon Khakimov, doct.of philol. sciences, professor (Uzbekistan)
Nafas Shodmonov, doct.of philol. sciences, professor (Uzbekistan)
Dilmurod Kuronov, doct. of philol. sciences, professor (Uzbekistan)
Muradkasim Abdiyev, doct. of philol. sciences, professor (Uzbekistan)
Bakhtiyor Mengliev, doct. of philol. sciences, professor (Uzbekistan)
Normat Yuldashev, cand.of philol. sciences, associate professor (Uzbekistan)
Abdulla Khudaykulov, PhD (Uzbekistan)
Bobonazar Murtazaev, cand.of philol. sciences, associate professor (Uzbekistan)
Askar Eshmuminov, doct.of philol. sciences, associate professor (Uzbekistan)
Obidjon Shofiev, PhD, associate professor (Uzbekistan)
Zafar Umurkulov, PhD (Uzbekistan)
Nurali Amonturdiev, PhD (Uzbekistan)
Hakim Akhmedov, PhD (Uzbekistan)
Ahad Shukurov, PhD (Uzbekistan)
Eshnazar Jabbarov, PhD (Uzbekistan)
Abdumurod Arslonov, PhD (Uzbekistan)
Sirojiddin Turdimurodov, PhD (Uzbekistan)
Umida Rakhimova, PhD (Uzbekistan)
Gulchekhra Begmatova, PhD (Uzbekistan)
Nargis Kurbanazarova, PhD (Uzbekistan)
Muyassar Kholova, PhD (Uzbekistan)
Shoira Omonturdiyeva, PhD (Uzbekistan)
Sherzod Turdikulov, PhD (Uzbekistan)
Zaynura Kadirova, PhD (Uzbekistan)
Humayun Nadim Muhammad, PhD (Uzbekistan)
Dilrabo Ergashova, PhD (Uzbekistan)

Technical editor: Bakhodir Turaliyev

МУНДАРИЖА

TILSHUNOSLIK

KURBANOVA MUHABBAT MATYAKUBOVNA,
SARBAROVA DILNOZA NOSIRJON QIZI
Deyksis va anafora tushunchalari: o‘xshash va farqliliklar 7

JUMANYAZOVA MUHABBAT XUSINOVNA
Xorazm vohasi folklori tilidagi muarrablar 10

KURBANAZAROVA NARGIS SHODIYEVNA
Qo‘ng‘irot etnonimining fonetik-fonologik
variantlarida semantik tafovut 13

BABAXANOVA DILAROM AXMATXANOVNA
O‘zbek adabiy tilida paremiyalarga xos xususiyatlar 18

O‘RAZOVA IQBOL ABDIKARIMOVNA
«Ko‘ngil» leksemasi va uning «tafakkur»
sememasidan shakllangan frazemalar tahlili 22

XOLOVA MUYASSAR ABDULHAKIMOVNA,
BOZOROVA ELINOR,
XOLIQULOVA ZARNIGOR
Alisher Navoiy korpusi tadqiqiga doir ayrim qaydlar 26

SAATOVA SURAYYO ISMAILOVNA
Individuallik – yozuvchi lisoniy shaxsini belgilashda muhim ko‘rsatkich
(J.Jovliyev asarlari misolida) 29

MUKUMOV MAKHMUD KHUDAYBERDIEVICH
Discourse and the formation of scientific meaning 32

IBODULLAYEVA KUNDUZ RUSTAM QIZI
Ilmiy diskursda janrlar masalasi va uning xususiyatlari 36

YADIGAROVA SITORA BAXRAMOVNA
Ingliz va o‘zbek tillaridagi kiyim va mato komponentli frazeologik
billiklarning konnotativ va denotativ ma’nolari 41

МИРЗАЕВА ШАХЛО РИЗАЕВНА,
РУЗИЕВА МУШТАРИ ХУСНИДДИН КИЗИ
Отличие синонимов от многозначных
слов в русском и узбкском языках 43

ХАЙДАРОВА ГУЛБАХОР ЮЛДАШЕВНА
Трансформация глагольной основы в прилагательное
с помощью суффиксов 47

ВАПАЕВА АНАХОН НАСУРИЛЛАЕВНА
Компонентный анализ активно употребляемых
единиц современной русской и узбекской лексики 51

ЙУЛДОШЕВА САОДАТЖОН ШУХРАТ КИЗИ
Формы обращения и речевого этикета в русскоязычных
и узбекоязычных онлайн-коммуникациях 55

МУНДАРИЖА

SOBIROVA GULSHANA FAXRIDDINOVNA
O‘zbek tili haqoratli so‘zlar izohli lug‘atini tuzish tamoyillari 61

YULBARSOV OCHILBEK OBIDJON O‘G‘LI
Neologizmlarning korpus tahlili yordamida tadqiq etilishi va
ularning konkordanslari asosida ma’lumotlar
bazasini shakllantirish tamoyillari 66

OQILA ABDULLAYEVA XOLMO‘MINOVNA
Turkiy tilshunoslikda dependency parsingga oid tadqiqotlar 72

HILOLAXON SHUHRATXON QIZI PO‘LATXONOVA
Neurolinguistic analysis of public speeches
on persuasive strategies in political rhetoric..... 78

TO‘YCHIYEVA ZULAYXO HAMROQO‘LOVNA
O‘zbek antroponimikasida ism tanlash masalalari..... 81

ADABIYOTSHUNOSLIK

УМУРЗОҚОВ БАҲРИДДИН САФАРОВИЧ
Алий Сафий Ҳиравий қаламига мансуб янги топилмалар 84

XALILOVA SHOHISTA MUHAMMADI QIZI
Rey Bredberining asarlari va o‘zbek adabiyotida
anti-utopik mavzularning qiyosiy tahlili 89

ABDIVALIYEV OBITJON ODILJONOVICH
Abdulla Qahhorning «Boshsiz odam»
hikoyasida huquqsiz ayol timsoli 92

QARAQULOV AZIZBEK
Inson va tabiat muammosining o‘rganilishi..... 94

TA’LIM

SHAMSIDDINOVA DILAFUZ FAXRIDDINOVA
The efficacy of contextual learning through extensive reading
and listening in enhancing esl speaking vocabulary 99

Filologik tadqiqotlar: til, adabiyot, ta'lim. 2025; 3-4
ISNN: 2181-1741 (Print)
ISNN: 2181-1725

КОМПОНЕНТНЫЙ АНАЛИЗ АКТИВНО УПОТРЕБЛЯЕМЫХ ЕДИНИЦ СОВРЕМЕННОЙ РУССКОЙ И УЗБЕКСКОЙ ЛЕКСИКИ

Вапаева Анахон Насуриллаевна,
кафедра языка и литературы, Университет Маъмуна

В современном русском и узбекском языках всё чаще встречаются активно употребляемые слова, отражающие новые реалии общественной и культурной жизни. Эти единицы вошли в обиход в результате стремительных изменений в коммуникации, стиле жизни и мировоззрении, особенно среди молодёжи. Многие из них появились в языке сравнительно недавно, но уже заняли прочное место в повседневном общении.

Часть этих слов используется как устойчивые выражения с определённым значением, хотя они ещё не полностью зафиксированы в нормативных источниках и не интегрированы на всех уровнях языковой системы. Особенно быстро в русский и узбекский языки проникают лексемы, пришедшие из других языков в связи с ростом популярности цифровых технологий, социальных сетей и изменением коммуникативных практик.

К числу таких активно используемых единиц можно отнести слова: проморолик, флешмоб, фейс-контроль, киберспорт, вайнер, розыгрыш, пранкер (pranker), стартап, стендап, хай-тек, победитель, статус, пост и другие. Эти слова получили широкое распространение, особенно среди молодого поколения, и продолжают обогащать современную лексику.

Компонентный анализ подобных единиц позволяет выявить их внутреннюю структуру, способы словообразования, а также степень адаптации заимствованных форм к нормам русского и узбекского языков. Такой подход важен для понимания направлений развития современной лексики и процессов языковых заимствований.

Сегодня в современном русском и узбекском языках активно используются единицы, вошедшие в информационно-коммуникационный лексикон, которые можно классифицировать по форме на четыре основных типа:

1. Простые слова, которые, в свою очередь, подразделяются на:

– простые базовые (например: чат, пост, блог);

– простые составные (например: интернет-магазин, видеозвонок).

2. Сложные слова, образованные путём слияния двух или более основ (например: флешмоб, киберспорт, нейросеть).

3. Пары словообразовательных единиц, то есть устойчивые сочетания, функционирующие как единое целое (например: стартап-платформа, IT-специалист).

4. Сокращённые лексические единицы, выполняющие функцию терминов или единиц измерения (например: ГБ, CMM, AI, UX).

5. Каждый из этих типов сегодня представлен десятками активно употребляемых слов. Их можно встретить в средствах массовой информации, в устной и письменной речи молодёжи, в социальных сетях, на интернет-страницах, в новостных лентах и повседневной коммуникации. Важно отметить, что такие слова быстро распространяются и становятся частью активного словарного запаса широких слоёв общества.

С точки зрения сферы употребления, данные единицы охватывают самые разные области – от технологий и бизнеса до образования, медицины, досуга и повседневной жизни.

Далее рассмотрим наиболее активные лексические единицы, относящиеся к указанным выше группам.

Слово *челлендж* является заимствованием из английского языка (*challenge*) и активно проникает в лексиконы многих языков мира, включая русский и узбекский. Первоначально в английском языке оно обозначало испытание, вызов, трудную задачу. В современном медиапространстве, особенно в среде социальных сетей, это слово приобрело новое, более узкое значение и стало обозначать один из жанров интернет-контента – так называемые челленджи.

В этом жанре пользователь (чаще всего блогер) выполняет некое задание перед видеокамерой, публикует видеоролик в сети, а затем бросает вызов другим – друзьям, подписчикам или широкой аудитории – повторить выполненное

задание[1].

Семантический объём слова челлендж в современном употреблении значительно расширился: помимо вызова или испытания, оно может обозначать также соревнование, тренд, задачу, игру, достижение, связанное с преодолением трудностей или самореализацией. Таким образом, челлендж представляет собой пример семантического и функционального расширения заимствованной единицы, демонстрируя динамику лексических процессов в условиях цифровой коммуникации.

Существуют различные точки зрения относительно происхождения и развития феномена челленджа. Одни исследователи рассматривают его как положительное явление, способствующее социальной активности и вовлечённости пользователей, другие – критикуют за элементы массовой манипуляции, навязывания поведения и возможные риски. Несмотря на это, челлендж зарекомендовал себя как эффективный инструмент воздействия на массовое сознание и управления вниманием широкой аудитории.

Так, исследователи Уральского федерального университета О.В. Новосёлова и Е. Д. Курбанова отмечают, что «челлендж представляет собой жанр, в котором средства массовой информации активно развиваются. По своему характеру он близок к флешмобу, особенно в спортивной сфере, где часто реализуется по типу эстафеты»[2].

Таким образом, челлендж сегодня стал неотъемлемой частью цифровой культуры, заняв важное место в практике видеоблогинга. Он выступает не только как форма развлечения, но и как инструмент самовыражения, социализации и даже социальной мобилизации.

Слово *флешмоб* (от англ. flash mob – «мгновенная толпа») представляет собой сложное заимствование, состоящее из двух компонентов: flash – «вспышка», указывающая на кратковременность и внезапность действия, и mob – «толпа», подчеркивающая массовость. В результате семантической интеграции компонентов формируется значение «спонтанно организованное массовое мероприятие, проводимое группой лиц в общественном пространстве по заранее согласованному сценарию».

Флешмоб активно используется в медиапрактике, социальной рекламе, акциях гражданской активности, а также в спортивной и культурной сферах. В языковом плане это заимствование полностью адаптировано фонетически, но сохраняет оригинальную морфемную структуру. Оно функционирует как несклоняемое существительное, преимущественно мужского рода, и используется в единственном и множественном числе (флешмоб, флешмобы).

Семантический объём слова флешмоб со временем расширился: если изначально оно означало исключительно короткое публичное выступление, то сегодня включает в себя элементы перформанса, акцию гражданского протеста, маркетинговую кампанию и даже спортивное состязание. Это подчёркивает его высокую прагматическую гибкость.

По наблюдению Н. В. Арутюновой, «в условиях цифровой глобализации флешмоб стал разновидностью культурного текста, в котором спонтанность соединяется с цифровым сценарием»[3]. Исследователи также отмечают его эффективность в управлении вниманием масс и стимулировании коллективной активности.

Лексема *вайнер* происходит от названия видеоплатформы Vine и образована по английской модели с добавлением суффикса -er, указывающего на деятеля (Viner – тот, кто делает видео на Vine). Несмотря на то, что платформа Vine была закрыта, само слово закрепилось в лексиконе и стало обозначать автора коротких видеороликов, распространяемых в социальных сетях.

Семантически *вайнер* – это субъект, создающий развлекательный или юмористический контент, преимущественно в видеоформате. Вайнеры играют заметную роль в формировании медийной повестки и молодёжной культуры. В русском языке слово получило морфологическую адаптацию: склоняется, используется с артиклями и прилагательными (известный вайнер, у вайнера, с вайнером). В узбекском языке также зафиксированы случаи употребления этого слова в разговорной и полублагодарной речи, что свидетельствует о его интернационализации.

Семантический объём понятия вайнер вышел за пределы связки с платформой Vine и теперь охватывает авторов коротких видео на TikTok, Instagram, YouTube Shorts и других цифровых

[1] Новосёлова О. В., Курбанова Э. Д. Challenges как инструмент международной массовой коммуникации // Научный альманах: Журнал. – 2017. – Т. 6, № 1 (32). – С. 286. – ISSN 2411-7609. – doi:10.17117/na.2017.06.01.284

[2] Новосёлова О. В., Курбанова Э. Д. Challenges как инструмент международной массовой коммуникации // Научный альманах: Журнал. – 2017. – Т. 6, № 1 (32). – С. 286. – ISSN 2411-7609. –doi:10.17117/na.2017.06.01.284

[3] Макарова Марина Николаевна, and Мокрушина Екатерина Алексеевна. “Тенденции функционирования флешмобов в россии: роль социальной онлайн-среды и самоизоляции в становлении новых форм флешмоба” Вестник Удмуртского университета. Социология. Политология. Международные отношения, vol. 5, no. 1, 2021, pp. 32-39.

платформах. Вайнер – это не только создатель контента, но и медиаперсона, формирующая повестку дня, тренды и ценностные установки молодёжной аудитории.

Как подчёркивают Е. С. Кубрякова и Т. А. Дроздова, «современные номинации авторов видеоконтента формируются по модели агентивной суффиксации англоязычного типа и приобретают новый социолингвистический статус в медиаобщении»[1]. Таким образом, вайнер становится не просто профессией, но частью новой идентичности цифрового поколения.

Слово *стартап* (от англ. start-up) обозначает новое деловое предприятие или инновационный бизнес-проект, находящийся на начальной стадии развития. Компоненты start («начало») и up («вверх», «рост») в совокупности выражают идею динамичного старта, развития, новаторства. В русской и узбекской лексике стартап закрепился как термин преимущественно экономико-технологической направленности, широко употребляемый в предпринимательской среде, бизнес-образовании и ИТ-индустрии.

В русском языке слово функционирует как несклоняемое, хотя на практике встречаются случаи его склонения (у стартапа, в стартапе), что свидетельствует о процессе морфологической адаптации. В узбекском языке также встречаются варианты: startap, startap-loyiha, демонстрирующие тенденцию к интеграции в национальный словарь с сохранением фонетической близости к оригиналу.

Семантический объём данного слова на современном этапе охватывает не только запуск нового бизнеса, но и образ мыслей, инновационное мышление, высокорисковую инвестиционную деятельность. В связи с этим стартап всё чаще рассматривается как культурный феномен, характеризующийся гибкостью, быстрым ростом и глобальным масштабом.

По мнению Л. А. Ватутиной, «лексема стартап репрезентирует модель предпринимательского поведения в условиях цифровой экономики, а её активное распространение свидетельствует о трансформации языковой картины мира».[2] Таким образом, термин уже вышел за рамки профессионального жаргона и стал общеязыковым понятием.

Слово *пост* (от англ. post – «публиковать, размещать») относится к категории слов, прочно вошедших в повседневную цифровую коммуникацию. Оно обозначает единицу контента (текст, фото, видео и др.), публикуемую в социальных сетях или блогах. Изначально слово употреблялось как глагол (to post – размещать), но в процессе заимствования приобрело существительное значение.

В русском языке пост активно используется как самостоятельное слово, имеет формы склонения (этот пост, в посте, у поста) и производные (перепост, запостить, постить). В узбекской практике оно также встречается в неизменной или немного адаптированной форме (post, post qilish), что отражает общую тенденцию калькирования цифровой лексики.

Семантический объём слова пост в современных условиях охватывает не только базовую единицу цифрового контента, но и символический акт общения, средство выражения позиции, средство вовлечения аудитории. Пост может быть как новостным, так и эмоциональным, как рекламным, так и философским, демонстрируя широкий спектр функций в коммуникативной практике.

Как отмечают Л. П. Шестеркина, Л. К. Лободенко, «термин пост стал ядром новой модели медиатекста, в которой форма и содержание формируются в зависимости от цифровой платформы и адресной аудитории»[3]. Это делает пост важнейшим элементом современной интернет-коммуникации.

Лексема *хайп* происходит от английского слова hype, которое первоначально означало «шумиха», «искусственно созданный ажиотаж». В современной интерпретации хайп обозначает резкий общественный интерес, часто связанный с модой, трендами, вирусным контентом. Это слово отражает не только явление массового внимания, но и способ самопродвижения, актуализации в медиаполе.

Формально хайп адаптирован к морфологической системе русского языка: используется с артиклями, склоняется (хайпа, о хайпе), имеет производные формы (хайповый, хайпануть), что говорит о высокой степени интеграции. В узбекском языке наблюдается схожая картина: слово активно употребляется в интернет-среде, часто в сочетании с узбекскими грамматическими показателями (hype qilish, hype bo‘lmoq).

[1] Кубрякова Е.С.. “Об установках когнитивной науки и актуальных проблемах когнитивной лингвистики” Вопросы когнитивной лингвистики, no. 1, 2004, pp. 6-17.

[2] Ватутина Л. А., Злобина Е. Ю., Хоменко Е. Б. “Цифровизация и цифровая трансформация бизнеса: современные вызовы и тенденции” Вестник Удмуртского университета. Серия «Экономика и право», vol. 31, no. 4, 2021, pp. 545-551.

[3] Шестеркина Л. П., Лободенко Л. К. “Базовые подходы к созданию универсального медиатекста в интернет-СМИ” Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Лингвистика, vol. 10, no. 2, 2013, pp. 42-46.

Семантический объём слова хайп сегодня охватывает множество контекстов: от маркетинга до шоу-бизнеса, от социальных сетей до политического пиара. Хайп может быть как спонтанным, так и спланированным; он служит инструментом самопродвижения, средством монетизации внимания, а также индикатором актуальности темы.

Исследователь Д. А. Самарин подчёркивает, что «хайп – это не просто массовый интерес, а новая форма цифровой репутации, в которой значимость определяется скоростью и масштабом отклика»[1]. В этом смысле хайп становится одним из ключевых механизмов социокультурного воздействия в эпоху постмодерна.

Проведённый компонентный и семантический анализ активно употребляемых единиц современной русской и узбекской лексики позволил выявить ряд важных закономерностей, отражающих специфику языковой динамики в условиях цифровой глобализации.

Во-первых, рассмотренные слова (челлендж, флешмоб, вайнер, стартап, пост, хайп) представляют собой заимствования англоязычного происхождения, прочно укоренившиеся в повседневной коммуникации. Их широкое распространение связано не только с проникновением новых технологий и медиаформатов, но и с социокультурными трансформациями, сопровождающими формирование цифрового общества.

Во-вторых, данные единицы демонстрируют высокую степень адаптации к грамматической и морфологической системе русского и узбекского языков. Это выражается в возможности словообразовательной модификации (например, хайповый, хайпануть), в синтаксической интеграции (написать пост, снять вайн) и в функционировании в различных речевых регистрах – от неформального общения до профессионального дискурса.

В-третьих, особое внимание заслуживает расширение семантического объёма этих слов. Большинство из них перешли от узкоспециальных значений к более широким, многоаспектным трактовкам. Так, например, челлендж сегодня ассоциируется не только с игровыми действиями, но и с социальными проектами, образовательными инициативами и маркетинговыми акциями. Подобное семантическое расслоение подтверждает гибкость языковой системы и её способность откликаться на вызовы времени.

Также следует отметить, что подобные лексемы активно функционируют как маркеры поколенческой идентичности. Их употребление наиболее характерно для молодёжной аудитории, что подчёркивает их роль в формировании субкультурного и цифрового лексикона. Кроме того, эти единицы выполняют прагматическую функцию – способствуют экономии речевых средств, оперативной передаче смысла и привлечению внимания в условиях высокой конкуренции информации.

Как справедливо отмечает М. В. Орешкина, «механизмы заимствования в современном языке не ограничиваются копированием формы, они вовлекают слово в новый коммуникативный контекст, трансформируя его значение и стилистическую нагрузку»[2] . В этом аспекте активно употребляемая лексика служит индикатором глубинных процессов языкового и культурного взаимодействия.

Проведённый анализ показал, что активно употребляемые лексемы англоязычного происхождения занимают важное место в современной русской и узбекской языковых системах. Эти слова, преимущественно заимствованные из сферы цифровых технологий, интернета, медиа и предпринимательства, характеризуются высокой частотностью, стилистической гибкостью и семантической продуктивностью. Их функционирование отражает процессы глобализации, дигитализации и ускоренного культурного обмена, что, в свою очередь, влияет на структуру и динамику национальных языков.

Особое внимание в статье было уделено компонентному строению таких единиц, как челлендж, флешмоб, вайнер, стартап, пост, хайп и др. Анализ показал, что данные слова чаще всего представляют собой сложные или производные конструкции, где каждый компонент вносит смысловое и структурное значение. В процессе адаптации в русской и узбекской языковых средах эти единицы подверглись морфологическим, синтаксическим и семантическим трансформациям, что свидетельствует о высокой степени их интеграции.

Также важно отметить, что рассматриваемая лексика обладает широким семантическим объёмом, позволяющим использовать её в различных коммуникативных ситуациях и дискурсах – от разговорного до академического и профессионального. Употребление данных слов способствует формированию новых смыслов и концептов в

[1] Самарин Д. А. “Хайп как современный медиафакт в пространстве языка и культуры: за и против” Вестник Череповецкого государственного университета, no. 4 (91), 2019, pp. 83-90.

[2] Орешкина М. В. “Заимствование языковое” Социолингвистика, no. 3 (15), 2023, pp. 147-170. doi:10.37892/2713-2951-3-15-147-170

языковом сознании носителей, а также выступает в роли маркера социальных и культурных изменений.

Таким образом, активная заимствованная лексика современного периода не является лишь внешним лингвистическим явлением. Она представляет собой результат сложных социокультурных, когнитивных и прагматических процессов, демонстрируя взаимовлияние глобальных и локальных языковых тенденций. В перспективе дальнейшее исследование таких лексем может внести существенный вклад в развитие социолингвистики, прагмалингвистики и теории языковых контактов.

Rezyume. Maqolada rus va o‘zbek tillarining zamonaviy so‘z birikmalarining faol ishlatilgan birliklarining tarkibiy tahlili keltirilgan. Ularning tuzilishi va semantikasida umumiy va o‘ziga xos xususiyatlar, shuningdek tillarning leksik darajadagi o‘zaro ta‘siri (qarz olish, izlash) aniqlanadi. Natijalar leksik tizimlarning rivojlanishini tushunishni chuqurlashtiradi va leksikografiya va o‘qitish uchun amaliy ahamiyatga ega.

Resume. The article provides a component analysis of actively used units of modern vocabulary of the Russian and Uzbek languages. The author identifies common and specific features in their structure and semantics, as well as the interaction of languages at the lexical level (borrowing, calculating). The results deepen understanding of the development of lexical systems and have practical value for lexicography and teaching.

Резюме. В статье проводится компонентный анализ активно используемых единиц современной лексики русского и узбекского языков. Выявляются общие и специфические черты в их структуре и семантике, а также взаимовлияние языков на лексическом уровне (заимствования, калькирование). Результаты углубляют понимание развития лексических систем и имеют практическую ценность для лексикографии и преподавания.

Filologik tadqiqotlar: til, adabiyot, ta’lim. 2025; 3-4
ISNN: 2181-1741 (Print)
ISNN: 2181-1725

ФОРМЫ ОБРАЩЕНИЯ И РЕЧЕВОГО ЭТИКЕТА В РУССКОЯЗЫЧНЫХ И УЗБЕКОЯЗЫЧНЫХ ОНЛАЙН-КОММУНИКАЦИЯХ

Йулдошева Саодатжон Шухрат кизи,
преподаватель Ташкентской Медицинской академии, Ургенчского филиала

Современное цифровое пространство оказывает значительное влияние на формы и нормы межличностного общения. Интернет-коммуникация, в отличие от традиционного устного и письменного общения, характеризуется высокой степенью спонтанности, гибкостью языковых норм и сокращённым характером взаимодействия. Одним из ключевых элементов речевого поведения в сети остаются формы обращения и речевой этикет – средства, с помощью которых выражается уважение, социальная дистанция, эмоциональное отношение к собеседнику.

Особый интерес представляет сопоставление этих феноменов в разных лингвокультурных сообществах. Русский и узбекский языки принадлежат к разным языковым системам и культурным