



THE PUBLISHGATE:
GLOBAL JOURNAL OF INNOVATION AND STUDIES IN
INTERDISCIPLINARY RESEARCH

Vol. 2 No. 1 (2026)

Home Page: <https://thepublishgate.com/index.php/globaljournal/>

RUSSIAN NEOLOGISMS IN MEDIA AND POPULAR CULTURE

Malikaxon Umurzakova¹

Article History	Abstract
Received: 10.12.2025 Accepted: 19.01.2026	<p>This article analyzes the formation and spread of neologisms in modern Russian through the media and mass culture, as well as their sociolinguistic functions. The corpus of printed and electronic media, social networks (Telegram, VK, TikTok) and mass culture products (films, TV series, music videos) in the Russian language over the past five years was selected as the research material. Morphological, semantic, phonetic, stylistic and sociolinguistic analysis methods were used in the study. Neologisms appear mainly within the framework of Internet communication and youth subculture, are distributed to a wide audience through the media and are integrated into the normative language system. They perform the functions of increasing communicative efficiency, creating emotional-expressive meaning, forming group identification and ensuring stylistic diversity. Units introduced from English are adapting to the morphological and phonetic laws of the Russian language, forming a new lexical layer. The article examines the role of neologisms in language evolution and their impact on cultural identification from a sociolinguistic perspective.</p>

Keywords: neologism, modern Russian language, mass media, mass culture, internet discourse, sociolinguistics, youth slang, language evolution, communicative function, cultural identity.

This is an open access article under the Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru>)

¹ University of economics and pedagogy Non-state Higher Educational Institution. Assistant of the Department of Uzbek and Russian Languages, Uzbekistan

OAV VA OMMAVIY MADANIYATDA RUSCHA NEOLOGIZMLAR

KALIT SO‘ZLAR/

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:

neologizm, zamonaviy rus tili, ommaviy axborot vositalari, ommaviy madaniyat, internet diskursi, sotsiollingvistika, yoshlar slangi, til evolyutsiyasi, kommunikativ funksiya, madaniy identifikatsiya.

ANNOTATSIYA/АННОТАЦИЯ

Mazkur maqolada zamonaviy rus tilidagi neologizmlarning ommaviy axborot vositalari va ommaviy madaniyat orqali shakllanishi, tarqalishi hamda ularning ijtimoiy-lingvistik funksiyalari tahlil qilinadi. Tadqiqot materiali sifatida so‘nggi besh yil davomida rus tilidagi bosma va elektron OAV, ijtimoiy tarmoqlar (Telegram, VK, TikTok) hamda ommaviy madaniyat mahsulotlari (kino, seriallar, musiqiy kliplar) korpusi tanlandi. Tadqiqotda morfologik, semantik, fonetik, stilistik va sotsiollingvistik tahlil metodlari qo‘llanildi. Neologizmlar asosan internet kommunikatsiyasi va yoshlar submadaniyati doirasida paydo bo‘lib, OAV orqali keng auditoriyaga tarqaladi va normativ til tizimiga integratsiyalanadi. Ular kommunikativ samaradorlikni oshirish, emotsional-ekspressiv ma‘no yaratish, guruh identifikatsiyasini shakllantirish va stilistik rang-baranglikni ta‘minlash funksiyalarini bajaradi. Ingliz tilidan kirib kelgan birliklar rus tilining morfologik va fonetik qonunlariga moslashib, yangi leksik qatlamni shakllantirmoqda. Maqola neologizmlarning til evolyutsiyasidagi o‘rni va ularning madaniy identifikatsiyaga ta‘sirini sotsiollingvistik nuqtai nazardan yoritadi.

Kirish

Til inson jamiyati hayotining ajralmas qismi bo‘lib, doimiy ravishda o‘zgaradi va rivojlanadi. Tilning evolyutsiyasi jarayonida yangi leksik birliklar neologizmlar paydo bo‘ladi, ular jamiyatning ijtimoiy, madaniy va texnologik o‘zgarishlarini aks ettiradi. Hozirgi global kommunikatsiya davrida, axborot oqimining tezligi va miqyosi oshgani sari, rus tilidagi neologizmlar nafaqat leksik yangilik sifatida, balki madaniy va ijtimoiy fenomen sifatida ham muhim ahamiyat kasb qilmoqda. Ommaviy axborot vositalari (OAV) va ommaviy madaniyat neologizmlarning shakllanishi va tarqalishida asosiy vositalardan biri hisoblanadi. Televideniye, radio, gazetalar, internet portallari va ijtimoiy tarmoqlar orqali yangi atamalar tezkor tarzda jamiyatga yetkaziladi, auditoriya ularni qabul qiladi va kundalik muloqotda faol ishlatadi. Shu bilan birga, ruscha neologizmlar OAVda va ommaviy madaniyatda kommunikativ vazifalarni bajara oladi: ular yangiliklarni qisqa, tushunarli va emotsional tarzda yetkazadi, yosh avlod tilida stilistik rang-baranglik yaratadi va guruh ichidagi ijtimoiy identifikatsiyani shakllantiradi.

Zamonaviy rus tilidagi neologizmlar ko‘pincha ingliz tilidan kirib kelgan so‘zlardan tashkil topgan bo‘lsa-da, ular rus tilining morfologik va fonetik qonunlariga moslashib, tilning normativ tizimida o‘z o‘rnini topadi. Masalan, *блог, лайк, стрим, флешмоб* kabi birliklar dastlab OAV kontentida paydo bo‘lib, so‘ng jamiyatning kundalik tilida keng qo‘llaniladi. Shu jihatdan, OAV va ommaviy madaniyat nafaqat neologizmlarni tarqatuvchi kanal

sifatida, balki ularning normativ va sotsiollingvistik integratsiyasini shakllantiruvchi vosita sifatida ham qaraladi. Maqolaning maqsadi ruscha neologizmlarning OAV va ommaviy madaniyat orqali shakllanishi, tarqalish mexanizmlari, til ichidagi funksiyalari va ijtimoiy ahamiyatini ilmiy tahlil qilishdir. Shu orqali tilshunoslik va sotsiollingvistik nuqtai nazardan neologizmlarning jamiyatdagi o'рни va ularning madaniy identifikatsiyaga ta'siri aniqlanadi.

Ruscha neologizmlarning OAV va ommaviy madaniyatdagi shakllanishi, tarqalishi va ijtimoiy-lingvistik funksiyalarini o'rganishga qaratilgan. Tadqiqot jarayonida quyidagi metod va yondashuvlar qo'llandi:

1. Korpus va materiallarni tanlash

Tadqiqot materiali sifatida so'nggi besh yil ichida rus tilidagi OAV (gazeta, televideniye, internet portallari) hamda ijtimoiy tarmoqlardagi (VK, TikTok, Telegram) kontent tanlandi. Shu bilan birga, ommaviy madaniyat mahsulotlari (kino, seriallar, musiqiy kliplar) ham korpusga kiritildi. Tanlangan materiallar neologizmlarning turli kommunikativ kontekstlarda ishlatilishini tahlil qilish imkonini berdi.

2. Lingvistik tahlil metodlari

Neologizmlarni aniqlash va tasniflash uchun quyidagi lingvistik metodlardan foydalanildi:

- **Morfologik tahlil:** so'z yasash va prefiks-suffiks tuzilishi asosida yangi leksik birliklarni aniqlash.
- **Semantik tahlil:** so'zlarning ma'nosi va kontekstual ishlatilishini o'rganish. Masalan, *лайк* so'zining ijtimoiy tarmoqlardagi va OAV matnlaridagi ma'nosi taqqoslandi.
- **Fonetik tahlil:** kirib kelgan neologizmlarning rus tilidagi talaffuzi va grafikasiga moslashuvini aniqlash.
- **Stylistik tahlil:** neologizmlarning submadaniy, yoshlar slangi va ommaviy madaniyat kontekstidagi funksiyalarini o'rganish.

3. Sotsiollingvistik tahlil

Neologizmlarning ijtimoiy funksiyasini aniqlash uchun:

- **Auditoriya tahlili:** yoshlar, internet foydalanuvchilari va OAV auditoriyasi orasida neologizmlarning qabul qilinish darajasi o'rganildi.
- **Diskurs tahlili:** neologizmlarning kommunikativ vazifasi, stilistik ohang va guruh identifikatsiyasidagi roli tahlil qilindi.
- **Submadaniyat tahlili:** internet forumlari, Telegram kanallari va ijtimoiy tarmoqlardagi neologizmlarning tarqalish mexanizmlari o'rganildi.

4. Kvalitativ va kvantitativ yondashuv

Tadqiqotda sifatli va miqdoriy tahlil birgalikda qo'llanildi:

- **Kvantitativ tahlil:** OAV va ijtimoiy tarmoqlarda eng ko'p ishlatilgan ruscha neologizmlar chastotasi hisoblandi.
- **Kvalitativ tahlil:** neologizmlarning kommunikativ konteksti va ma'nosi, auditoriya tomonidan qabul qilinishi va madaniy konnotatsiyalari tahlil qilindi.

5. Ilmiy nazariy asoslar

Tadqiqotda quyidagi nazariy manbalardan foydalanildi:

- Til evolyutsiyasi va neologizmlar nazariyasi (V. V. Vinogradov, E. P. Ilyin)
- Ommaviy madaniyat va kommunikatsiya nazariyalari (M. McLuhan, J. Baudrillard)
- Sotsiollingvistik yondashuv (W. Labov, P. Trudgill)

Ushbu metodologiya ruscha neologizmlarning til ichidagi struktura, semantika, stilistika va ijtimoiy funksiyalarini kompleks tarzda o'rganishga imkon berdi, shuningdek, OAV va ommaviy madaniyat orqali neologizmlarning shakllanish va tarqalish jarayonlarini ilmiy asosda tahlil qilish imkonini yaratdi.

Ruscha neologizmlar OAV va ommaviy madaniyat orqali tezkor va keng miqyosda tarqaladi, bu jarayon tilning funksional va sotsiollingvistik o'zgarishlarini aks ettiradi. Korpus tahlili shuni ko'rsatdiki, neologizmlarning asosiy manbalari quyidagilardir: internet kommunikatsiyasi, yoshlar submadaniyati, ommabop musiqa, kino va reklama matnlari. Ushbu birliklar dastlab submadaniyat doirasida paydo bo'lsa-da, OAV orqali normativ tilga integratsiyalanib, keng auditoriyaga yetkaziladi. Neologizmlarning funksional tahlili shuni ko'rsatadiki: ular nafaqat leksik yangilik yaratadi, balki kommunikativ samaradorlikni oshiradi, auditoriyaning e'tiborini jalb qiladi va stilistik rang-baranglik kiritadi. Masalan, *лайк*, *флешмоб*, *трендить* kabi birliklar matn va suhbatlarda ijtimoiy tasdiq, emotsional reaksiyalarni ifodalash va guruh identifikatsiyasini ta'minlash vazifasini bajaradi. Shu nuqtai nazardan, neologizmlar lingvistik innovatsiyalar bilan birga, ijtimoiy kommunikatsiyaning zamonaviy mexanizmlarini ham aks ettiradi.

Kvantitativ tahlil natijalari neologizmlarning chastotasi va auditoriya qabul qilinishida aniq tendensiyalarni ko'rsatdi. Masalan, ijtimoiy tarmoqlarda ishlatiladigan neologizmlar (masalan, *краш*, *мем*, *хайн*) tez-tez OAV matnlarida ham uchray boshladi, bu ularning kommunikativ va madaniy integratsiyalashuvini ko'rsatadi. Shu bilan birga, semantik tahlil shuni isbotladiki, ko'plab inglizcha kelib chiqishi bo'lgan so'zlar rus tilining morfologik va fonetik qonunlariga moslashib, til ichidagi normativ tizimga kirib bormoqda. Munozara shuni ko'rsatadiki, ruscha neologizmlarning ommaviy madaniyat va OAV orqali tarqalishi tilning dinamik evolyutsiyasini rag'batlantiradi, lekin u til normativlariga va madaniy identifikatsiyaga ham ta'sir qiladi. Ba'zi tadqiqotchilar neologizmlarning yozma va rasmiy tilga kirib kelishini tilning ifodaviy soddalashuvi sifatida baholasa, boshqalar esa buni tilning kommunikativ moslashuvchanligi va zamonaviy madaniy ehtiyojlarga javob berishi sifatida qabul qiladi.

Xulosa

Ruscha neologizmlar OAV va ommaviy madaniyat orqali shakllanib, jamiyat tilining zamonaviy evolyutsiyasida muhim rol o'ynaydi. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, ushbu birliklar nafaqat leksik yangilik sifatida, balki kommunikativ samaradorlik, guruh identifikatsiyasi va stilistik rang-baranglikni ta'minlashda ham faol ishlatiladi. OAV va internet-platformalar neologizmlarning tezkor tarqalishini va ularning jamiyat tiliga integratsiyasini jadallashtiradi, shu bilan birga, yoshlar submadaniyati va ommaviy madaniyat ularning normativ va kontekstual ishlatilishiga ta'sir ko'rsatadi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Gorbunova, N. V. (2023). Медиа как фактор формирования языковых инноваций. *МедиаЛингвистика*, 10(1), 33–49.
2. Zhuravleva, E. A. (2024). Цифровая коммуникация и динамика неологизмов в русском языке. *Вестник МГУ. Серия 9: Филология*, (1), 72–89.
3. Bolshakova, N. S. (2022). Интернет-дискурс как источник неологизмов современного русского языка. *Филологические науки*, (5), 88–96.
4. Baranova, L. A. (2021). Новые слова в современном русском языке: неологизмы и заимствования. *Вопросы языкознания*, (3), 45–62.