INGLIZ VA O‘ZBEK TILLARI IJTIMOIY TARMOQ LEKSIKASIDA O‘Z VA O‘ZLASHMA QATLAM

https://doi.org/10.70728/phil.v05.i04.040

Eshqorayev Esan Aburaxmatovich
eshkaraevesan@gmail.com
Toshkent amaliy fanlar universiteti

Annotatsiya: Mazkur maqolada ingliz va o‘zbek tillari ijtimoiy tarmoq leksikasida o‘z qatlam va o‘zlashma qatlamning shakllanishi, funksional faolligi, semantik o‘zgarishlari hamda sotsiolingvistik xususiyatlari qiyosiy-tahliliy asosda yoritiladi. Ijtimoiy tarmoqlarda qo‘llanuvchi leksik birliklar nafaqat axborot almashinuvining vositasi, balki jamiyatning madaniy, ijtimoiy va texnologik taraqqiyotini aks ettiruvchi lingvistik ko‘rsatkich sifatida ham baholanadi. Maqolada ingliz tilidagi digital native leksika hamda o‘zbek tilidagi moslashgan va aralash shakllar tahlil qilinib, o‘z qatlam va o‘zlashma qatlam o‘rtasidagi nisbat, semantik tortishuv, uslubiy farqlanish va nutqiy tejamkorlik tendensiyalari ko‘rsatib beriladi. Shuningdek, ijtimoiy tarmoq muhitida o‘zlashma birliklarning morfologik moslashuvi, ayniqsa, o‘zbek tilida agglyutinativ mexanizmlar orqali faollashishi misollar asosida asoslanadi. Tadqiqot natijalari ijtimoiy tarmoq leksikasi zamonaviy til taraqqiyotining eng tezkor va dinamik qatlamlaridan biri ekanini, u milliy til imkoniyatlarini ham, global ta’sir mexanizmlarini ham bir vaqtning o‘zida namoyon etishini ko‘rsatadi.

Kalit so‘zlar: ijtimoiy tarmoq leksikasi, o‘z qatlam, o‘zlashma qatlam, virtual muloqot, internet diskursi, leksik moslashuv, ingliz tili, o‘zbek tili, neologizm, sotsiolingvistika

OWN AND ASSOCIATED LAYER IN THE SOCIAL NETWORK LEXICON OF THE ENGLISH AND UZBEKISTAN LANGUAGES

Eshkorayev Esan Aburahmatovich
eshkaraevesan@gmail.com
Tashkent University of Applied Sciences

Abstract: This article examines the formation, functional activity, semantic changes and sociolinguistic features of the native and assimilated layers in the social network lexicon of the English and Uzbek languages on a comparative-analytical basis. Lexical units used in social networks are evaluated not only as a means of information exchange, but also as a linguistic indicator reflecting the cultural, social and

(cc) BY

technological development of society. The article analyzes the digital native lexicon of the English language and adapted and mixed forms in the Uzbek language, and shows the relationship between the native and assimilated layers, semantic conflict, stylistic differentiation and speech economy tendencies. Also, the morphological adaptation of assimilation units in the social network environment, especially in the Uzbek language, is based on examples of their activation through agglutinative mechanisms. The results of the study show that the lexicon of social networks is one of the fastest and most dynamic layers of modern language development, which simultaneously reflects both the possibilities of the national language and the mechanisms of global influence.

Keywords: social network lexicon, own layer, assimilation layer, virtual communication, Internet discourse, lexical adaptation, English language, Uzbek language, neologism, sociolinguistics

KIRISH

XXI asrda axborot texnologiyalari va raqamli kommunikatsiyaning jadal rivojlanishi til tizimiga, ayniqsa, leksik sathga kuchli ta’sir ko‘rsatdi. Ilgarigi davrlarda yangi so‘zlar asosan ilm-fan, siyosat, iqtisod yoki madaniyat sohalari orqali ommalashgan bo‘lsa, bugungi kunda ijtimoiy tarmoqlar yangi leksemalarning eng tez tarqaluvchi muhitiga aylandi. Virtual muloqotning kengayishi natijasida tilning faqat adabiy yoki og‘zaki shakllari emas, balki yozma-og‘zaki oraliq, tezkor, qisqa, emotiv va gibrid nutq shakllari ham faollashdi. O‘zbek tilshunosligida virtual muloqot va internet muloqoti masalasining dolzarblashuvi, uning til me’yorlari, pragmatik qoidalari va leksik xususiyatlari alohida o‘rganish ob’ektiga aylangani bu sohaning mustaqil tadqiqot maydoniga aylanib borayotganini ko‘rsatadi.

Ma’lumki, har qanday til leksikasi genetik va funksional jihatdan ikki katta manbaga tayanadi: ichki imkoniyatlar hisobiga shakllangan o‘z qatlam va boshqa tillar ta’siri orqali kirib kelgan o‘zlashma qatlam. O‘zbek adabiy tilida ham arab, fors-tojik, rus va boshqa tillardan o‘zlashgan so‘zlar milliy so‘zlar bilan birga ma’nodoshlik qatori hosil qilishi, nutqda esa vazifaviy saralanishi ta’limiy manbalarda qayd etilgan. Shu ma’noda ijtimoiy tarmoq leksikasi zamonaviy tilning eng harakatchan sohasi bo‘lib, unda o‘z qatlam va o‘zlashma qatlam o‘rtasidagi munosabat ayniqsa yaqqol ko‘rinadi.

Ijtimoiy tarmoq leksikasi tushunchasi doirasiga Facebook, Telegram, Instagram, YouTube, X, TikTok va boshqa platformalar muhitida qo‘llanuvchi atama, qisqartma, sleng, xeshteg, emodzi bilan bog‘liq verbal ifodalar, interfeys birliklari, kommunikatsion qoliplar va gibrid birikmalar kiradi. Bu leksika an’anaviy lug‘at tarkibidan farqli ravishda yuqori dinamika, internatsionallashuv, qisqalik, pragmatik yuk va tez semantik ko‘chish xususiyatlari bilan ajralib turadi. Ayniqsa, ingliz tili global raqamli muhitning asosiy donor tili sifatida ko‘plab yangi birliklarni yaratadi,

(cc) BY

o‘zbek tili esa ularning bir qismini to‘g‘ridan-to‘g‘ri, yana bir qismini moslashtirilgan yoki aralash shaklda qabul qiladi.

ASOSIY QISM

Ingliz tilida ijtimoiy tarmoq leksikasining katta qismi ichki so‘z yasash imkoniyatlari asosida yuzaga keladi. Bu til analitik xususiyatga ega bo‘lgani uchun konversiya, qisqartirish, qo‘shma so‘z yasash, semantik kengayish kabi jarayonlar nihoyatda faol. Masalan, post, follow, block, message, story, reel, share, tag, stream, like kabi birliklar ayrim hollarda avvaldan mavjud leksemalar bo‘lgan bo‘lsa, raqamli muhitda ularning ma’nosi ixtisoslashdi yoki funksional doirasi kengaydi.

Ayrim tadqiqotlarda ingliz tili ijtimoiy tarmoq leksikasida fe’llashuv, qisqartirish va analitik konstruksiyalar yetakchi ekani, o‘zbek tilida esa affiksatsiya va yordamchi fe’lli modellar ustun kelishi ta’kidlangan.

Ingliz tili uchun xos yana bir jihat shundaki, ko‘plab leksik birliklar dastlab interfeys yoki texnik komanda sifatida paydo bo‘lib, keyin oddiy muloqot birligiga aylanadi. Masalan, unfollow, repost, unmute, pin, swipe up, livestream kabi birliklar avval texnologiyaga bog‘liq funksiyani anglatgan bo‘lsa, keyin ijtimoiy munosabat, raqamli maqom, shaxsiy aloqa strategiyasi va hatto baholash mexanizmini ifoda etishga o‘tdi. Demak, ingliz tili ijtimoiy tarmoq leksikasida o‘z qatlam nafaqat son jihatdan, balki yaratish quvvati jihatdan ham ustuvordir.

O‘zbek tilida esa vaziyat biroz murakkabroq. Chunki ijtimoiy tarmoq muhitiga oid ko‘plab asosiy platformaviy atamalar, interfeys nomlari va raqamli madaniyatga xos tushunchalar avval ingliz tilida shakllanib, keyin o‘zbek tiliga kirib kelgan. Biroq o‘zbek tili bu birliklarni passiv qabul qilmaydi, balki o‘z morfologik tizimiga moslashtiradi. Masalan, like qilish, postlash, bloklamoq, storiga joylash, komment yozmoq, skrin tashlamoq, obuna bo‘lmoq, kanal yuritmoq kabi shakllar raqamli muhitda juda faol. Qiyosiy kuzatuvlar o‘zbek tilida agglyutinativ mexanizmlar va yordamchi fe’llar orqali o‘zlashma leksika faol nutqiy birlikka aylanishini ko‘rsatadi.

Bu yerda muhim masala shundaki, o‘zbek ijtimoiy tarmoq leksikasida o‘zlashma birliklar shaklan xorijiy bo‘lsa-da, qo‘llanish mexanizmi milliylashgan bo‘ladi. Masalan, “like bosdim”, “post qo‘ydim”, “videoni montaj qildim”, “akkauntimni bloklashdi” kabi konstruksiyalar o‘zbek tili sintaksisi, so‘z tartibi va fe’l shakllari bilan ishlaydi. Demak, o‘zlashma leksema milliy grammatik model ichida funksionallashadi. Bu hodisa tilning pasayishi emas, balki moslashuvchanligi va hayotiyligining belgisi sifatida baholanishi lozim.

Shu bilan birga, o‘z qatlamning ham ijtimoiy tarmoqlardagi ishtiroki kam emas. O‘zbek tilida ulashmoq, yozmoq, ko‘rmoq, kuzatmoq, obuna, izoh, jonli efir, sahifa, tarmoq, havola, rasm, yozishma, suhbat, guruh, kanal kabi so‘z va birikmalar faol qo‘llaniladi.

(cc) BY

Ayniqsa, rasmiy va ta’limiy segmentda “izoh”, “jo‘natma”, “havola”, “jonli efir”, “foydalanuvchi” kabi milliylashgan yoki ichki imkoniyatlar asosida shakllangan variantlar uslubiy jihatdan maqbulroq ko‘rinadi. O‘zlashma birliklar esa ko‘proq norasmiy, yoshlar nutqi, blogerlik muhiti va tezkor muloqotda ustun keladi.

1-jadval

Quyidagi jadval bu munosabatni umumlashtirishga yordam beradi.

Leksik qatlam	Ingliz tilidagi ko‘rinish	O‘zbek tilidagi ko‘rinish	Izoh
O‘z qatlam	share, post, follow, block	izoh, obuna, jonli efir, yozishma, havola	Inglizda ko‘p birliklar ichki manbada yaratiladi, o‘zbekda milliy muqobillar qisman shakllanmoqda
O‘zlashma qatlam	emoji, avatar, hashtag, algorithm	layk, post, stori, rils, akkaunt, bloger	Global raqamli muhit ta’sirida internatsionallashgan qatlam
Gibrid qatlam	repost qilish type forms are rare	postlash, like qilish, bloklamoq, skrin tashlamoq	O‘zbek tilida morfologik moslashuv va aralash model faol

Ijtimoiy tarmoq leksikasida o‘z va o‘zlashma qatlam munosabatini tahlil qilishda semantik omil alohida ahamiyatga ega. Ko‘pincha o‘zlashma so‘z tilga kirgach, o‘z manba tilidagi ma’nosi bilan emas, balki qabul qiluvchi til ehtiyoji asosida torroq yoki ixtisoslashgan ma’noda yashaydi. O‘zbek tilshunosligida yangi davr o‘zlashmalari tahlili shuni ko‘rsatadiki, mustaqillik davrida kirgan ko‘plab birliklar manba ma’nosini saqlagan holda, ayrimlari semantik tortishuv yoki ixtisoslashuvga uchraydi. Ijtimoiy tarmoq leksikasida ham xuddi shunday: “story” ingliz tilida kengroq ma’no maydoniga ega, o‘zbek virtual muhitida esa asosan Instagram yoki Telegramdagi vaqtinchalik kontentni anglatadi; “bloger” so‘zi esa ayrim hollarda jurnalist, kontent yaratuvchi, inflyuenser tushunchalarini aralash holda ifoda etadi.

Shu nuqtada uslubiy qatlamlanishni ham e’tibordan chetda qoldirmaslik kerak. Ijtimoiy tarmoq muhiti tabiatan tezkor, qisqa va ta’sirchan nutqni talab qiladi.

Virtual muloqotda vaqtning cheklanganligi, reaksiya tezligi va emotsional ekspressiyaning kuchayishi kodlashgan, qisqartirilgan, aralash shakllarni rag‘batlantiradi. Manbalarda virtual muloqotda til va pragmatik qoidalarga tayanilgan maxsus muloqot modeli, shuningdek, leksik jihatdan jargon, shevaviylik va norasmiylikning faollashuvi qayd etilgan. Shu bois ijtimoiy tarmoq leksikasida “me’yor” tushunchasi mutlaq emas; u platforma, auditoriya, maqsad va janrga qarab o‘zgaradi.

(cc) BY

Ingliz va o‘zbek tillari qiyosida yana bir muhim nuqta bor: ingliz tili donor til sifatida ko‘proq nom qo‘yadi, o‘zbek tili esa ko‘proq moslashtiradi. Masalan, hashtag, influencer, follower, feed, reel, fake, trend, spam, bot kabi birliklar dastlab ingliz tilida shakllanib, keyin ko‘p tillarga tarqaldi. O‘zbek tilida esa bu birliklarning ayrimlari tarjimasiz qabul qilindi, ayrimlari kalka yoki yarim kalka ko‘rinishida ishlatila boshladi. Bunday holat globallashuv sharoitida tabiiydir. Chunki raqamli madaniyat markazlashgan holda ishlab chiqilmoqda va terminologik tashabbus ko‘pincha texnologiyani yaratayotgan tilda bo‘ladi.

Biroq bu holat milliy tilning zaiflashuvi degani emas. Aksincha, qabul qiluvchi tilning o‘ziga xos kuchli tomoni o‘zlashgan materialni qanday qayta ishlashida namoyon bo‘ladi. O‘zbek tilida o‘zlashma leksemalarning grammatik moslashuvi, so‘z yasashda ishtirok etishi, nutqiy registrlarga mos qayta taqsimlanishi shundan dalolat beradi.

Masalan, “blogerlik”, “postlovchi”, “trollik”, “kanalchilik” singari shakllar hali hamma vaqt lug‘atlashmagan bo‘lsa-da, ijtimoiy tarmoq nutqida potensial yasalmalar sifatida yashamoqda. Bu esa tilning ichki resurslari faol ishlayotganini ko‘rsatadi.

Masalaning yana bir tomoni - me’yoriy tanlov masalasi. Qaysi holda milliy muqobilni qo‘llash, qaysi holda o‘zlashma shaklni saqlash maqbul? Ilmiy-uslubiy nuqtai nazardan bu savolga bir xil javob yo‘q. Agar tushuncha global texnologik interfeys birligi bo‘lsa, “reel”, “hashtag”, “avatar” kabi atamalarning o‘zlashma shakli amalda qulayroq bo‘lishi mumkin.

Ammo keng omma uchun axborot va ta’limiy matnlarda “foydalanuvchi”, “izoh”, “havola”, “jonli efir”, “obuna” kabi milliy variantlar afzal. Demak, tanlovning asosiy mezoni - tushunarlilik, me’yoriylik va kommunikativ samaradorlik.

Shu o‘rinda sotsiolingvistik omillar ham muhim. Yoshlar auditoriyasi, blogerlar muhiti, IT sohasi va ommaviy madaniyat bilan bog‘liq segmentlarda o‘zlashma birliklar yuqori mavqega ega. Rasmiy ta’lim, davlat axboroti va akademik matnlarda esa milliy variantlar ko‘proq qo‘llanishi kuzatiladi. Virtual muloqot tahliliga bag‘ishlangan ilmiy ishlar ham tilga ijtimoiy omillar ta’siri, xususan, virtual muhitda nutqning me’yor, madaniyat va auditoriya bilan bog‘liq holda shakllanishini ta’kidlaydi.

MUHOKAMA

Darhaqiqat, ingliz va o‘zbek tillaridagi ijtimoiy tarmoq leksikasi global platformalar ta’sirida shakllanadi va bu yerda so‘zlar tez o‘zgaradi, yangi iboralar paydo bo‘ladi, qisqartmalar va emoji keng tarqaladi. Ingliz tilida ijtimoiy tarmoq leksikasi asosan o‘z qatlamiga asoslanadi, chunki platformalar ko‘pincha ingliz tilida yaratilgan va global til sifatida yangi so‘zlar ichki imkoniyatlar orqali hosil bo‘ladi.

(cc) BY

Ijtimoiy tarmoqlarda qo‘llanuvchi leksik birliklarning tanlanishi auditoriya, maqsad va muloqot uslubiga bevosita bog‘liq. Shu nuqtai nazardan bloger nutqi, rasmiy kanal nutqi va talabalar yozishmalari alohida tahlilni talab qiladi.

Bloger nutqida ekspressivlik, tezkor ta’sir o‘tkazish, auditoriya e’tiborini jalb etish va global raqamli madaniyatga yaqinlik ustuvor bo‘ladi. Shu sababli bu segmentda o‘zlashma va gibrid birliklar salmog‘i yuqori. Masalan, “layk bosing”, “kanalga podpiska qiling”, “storiga tashladim”, “rilsni ko‘rdinglarmi?”, “kommentda yozib qoldiring” kabi ifodalar bloger nutqida tabiiy qabul qilinadi. Bunday shakllar qisqa, ta’sirchan va auditoriya uchun tanish bo‘lgani sababli tez tarqaladi. Bloger nutqida til me’yoridan ko‘ra kommunikatsion samaradorlik birinchi o‘ringa chiqadi.

Rasmiy kanal nutqida esa axborotning aniqligi, me’yoriyligi, tushunarliligi va ommaviy qabul qilish imkoniyati muhim. Shuning uchun bu muhitda milliy yoki milliylashgan birliklar ko‘proq afzal ko‘riladi. Masalan, “e’lon”, “havola”, “jonli efir”, “izoh”, “obuna”, “foydalanuvchi”, “sahifa” kabi so‘zlar rasmiy axborot uslubiga mos keladi. Rasmiy kanal matnida “layk bosing”dan ko‘ra “yoqtirish belgisini bosing”, “sher qiling”dan ko‘ra “ulashing”, “link”dan ko‘ra “havola” kabi shakllar uslubiy jihatdan ma’qul hisoblanadi. Bu yerda til madaniyati va me’yoriylik asosiy mezon bo‘lib qoladi.

Talabalar yozishmalari esa o‘ziga xos aralash maydon hisoblanadi. Bu muhitda tezkorlik, vaqtni tejash, bir-birini tez tushunish va norasmiy yaqinlik asosiy omil bo‘lgani uchun o‘zlashma va gibrid shakllar yanada erkin qo‘llanadi. Masalan, “linkni tashlavor”, “pdfni gruppaga tashla”, “skrinni jo‘nat”, “postni ko‘rdingmi?”, “ustoz komment yozibdilar” kabi ifodalar talabalar muloqoti uchun xarakterli. Bu segmentda til iqtisodi ustun bo‘ladi, ya’ni qisqa va tez tushuniladigan variantlar afzal tanlanadi. Shu bilan birga, talabalar yozishmalarida ruscha, inglizcha va o‘zbekcha elementlar aralashgan kod almashinuvi ham ko‘p uchraydi.

Qiyosiy natija sifatida quyidagini aytish mumkin: bloger nutqida o‘zlashma birliklar emotsional va marketing vazifasini kuchaytirsa, rasmiy kanal nutqida milliy birliklar axborotning me’yoriy va institutsional tusini ta’minlaydi, talabalar yozishmalarida esa gibrid birliklar muloqot tezligini oshiradi. Demak, ijtimoiy tarmoq leksikasini baholashda biror variantni mutlaq to‘g‘ri yoki mutlaq noto‘g‘ri deb belgilash emas, balki uning qaysi diskursiv muhitga mos kelishiga e’tibor berish kerak.

2-jadval

Nutq turi	Ustun qatlam	Xususiy belgisi	Namunalar
Bloger nutqi	o‘zlashma, gibrid	ekspressivlik, trendboplik, ta’sirchanlik	layk, stori, rils, komment
Rasmiy kanal nutqi	o‘z qatlam	me’yoriylik, aniqlik, umumtushunarlilik	e’lon, izoh, havola, obuna

(cc) BY

Talabalar yozishmalari	gibrid, o‘zlashma	tezkorlik, qisqalik, aralash kod	link, skrin tashla, sher qil, post

Ijtimoiy tarmoq leksikasi bo‘yicha me’yoriy tavsiya ishlab chiqishda asosiy mezonlar sifatida quyidagilar hisobga olinishi kerak: *tushunarlilik, qo‘llanish chastotasi, uslubiy moslik, auditoriya darajasi va milliy til imkoniyati*. Shu asosda quyidagi tavsiyalarni berish mumkin.

“Layk” va “yoqtirish” juftligida “layk” so‘zi norasmiy va tezkor muloqotda faol qo‘llanishi mumkin. U ijtimoiy tarmoq interfeysi bilan bevosita bog‘langani uchun ommaviy auditoriyaga tanish. Biroq rasmiy, ta’limiy, metodik va ilmiy matnlarda “yoqtirish” yoki “yoqtirish belgisi” variantini qo‘llash maqbulroq. Chunki bu milliy til imkoniyatiga mos va ma’noni aniq ifodalaydi. Demak, “layk” - norasmiy va platformaviy nutq uchun, “yoqtirish” - rasmiy va me’yoriy nutq uchun tavsiya etiladi.

“Post” va “e’lon” juftligida esa masala biroz nozik. “Post” so‘zi ijtimoiy tarmoqda joylangan har qanday matn, foto, video yoki aralash kontentni anglatadi. “E’lon” esa mazmunan torroq, asosan xabar berish, ma’lum qilish, rasmiy ma’lumot tarqatish kabi holatlarda ishlatiladi. Shu bois har doim “post”ni “e’lon” bilan almashtirib bo‘lmaydi. Me’yoriy jihatdan quyidagi tavsiya maqbul: agar gap rasmiy xabar haqida ketayotgan bo‘lsa, “e’lon” ishlatish mumkin; agar ijtimoiy tarmoqdagi umumiy kontent nazarda tutilsa, “post”ni saqlash yoki “ijtimoiy tarmoq yozuvi” kabi tavsifiy ifoda qo‘llash to‘g‘riroq bo‘ladi. Demak, “post” to‘liq rad etiladigan birlik emas, balki uning uslubiy doirasi aniq belgilab qo‘yilishi lozim.

“Stori” va “hikoyaviy post” juftligida “stori” bugungi raqamli muhitda juda keng tarqalgan va aniq platformaviy ma’no kasb etgan atamadir. “Hikoyaviy post” esa uning to‘liq muqobili emas, balki ilmiy va tavsifiy uslub uchun taklif etilishi mumkin bo‘lgan milliylashgan variant. Amaliy muloqotda “stori” tushunarliroq va qisqaroq. Biroq ilmiy maqolada yoki metodik qo‘llanmada birinchi marta “stori (qisqa muddatli hikoyaviy post)” tarzida berib, keyin kontekstga qarab bittasini tanlab ishlatish mumkin. Me’yoriy tavsiya sifatida “stori”ni platformaviy atama, “hikoyaviy post”ni esa izohlovchi yoki ilmiy-uslubiy variant sifatida qarash maqsadga muvofiq.

3-jadval

Variantlar	Qo‘llash tavsiyasi	Izoh
layk / yoqtirish	“layk” - norasmiy muhitda; “yoqtirish” - rasmiy va ilmiy muhitda	milliy muqobil mavjud
post / e’lon	“e’lon” - rasmiy xabar uchun; “post” - umumiy tarmoq kontenti uchun	ma’no doirasi bir xil emas
stori / hikoyaviy post	“stori” - platformaviy atama; “hikoyaviy post” - izohlovchi ilmiy variant	qisman muqobil
komment / izoh	“izoh” - rasmiy matnda; “komment” - norasmiy nutqda	“izoh” afzal

(cc) BY

link / havola	“havola” - me’yoriy; “link” - tezkor muloqotda	rasmiy uslubda “havola” ustun
sher qilmoq / ulashmoq	“ulashmoq” - milliy variant; “sher qilmoq” - norasmiy muhitda	gibrid shakl keng tarqalgan

Tuzilgan mini-korpus va qiyosiy tahlil natijalari shuni ko‘rsatadiki, ingliz va o‘zbek tillari ijtimoiy tarmoq leksikasida o‘z, o‘zlashma va gibrid qatlamlar o‘zaro raqobatda emas, balki funksional taqsimot asosida qo‘llanadi. Bloger nutqida o‘zlashma va gibrid birliklar, rasmiy kanal nutqida milliy va me’yoriy shakllar, talabalar yozishmalarida esa aralash tipdagi tejamkor ifodalar ustunligi kuzatiladi. Bu esa ijtimoiy tarmoq leksikasini baholashda uning qaysi auditoriya va qaysi maqsad uchun qo‘llanayotganini hisobga olish zarurligini ko‘rsatadi. Shu ma’noda me’yoriy tavsiyalar leksik birliklarni inkor etishga emas, balki ularning uslubiy chegarasini belgilashga xizmat qilishi lozim.



1-rasm. Ingliz va o‘zbek tillari ijtimoiy tarmoq leksikasida o‘z va o‘zlashma qatlam

O‘zbek tilida esa ijtimoiy tarmoq leksikasi o‘zlashgan qatlamga asoslangan, xususan ingliz tilidan kirib kelgan so‘zlar dominant. Buning sababi global platformalar (Instagram, TikTok, Telegram, YouTube) ingliz tilida ishlaydi, yoshlar ingliz tilini yaxshi biladi va global madaniyatga intiladi. Shu sababli like, post, story, reel, follow, hashtag, DM (direct message), viral, meme, challenge, trend, boost, sponsor, filter, edit kabi so‘zlar to‘g‘ridan-to‘g‘ri qo‘llaniladi yoki o‘zbekcha moslashadi: post qilmoq, layk bosmoq, story qo‘ymoq, reel chiqarmoq, follow qilmoq, hashtag qo‘ymoq, chellenj, xeshteg, bloger, inflyuenser. Fonetik moslashuvlar ham kuzatiladi: *kompyuter, smartfon, menejer*. O‘z qatlamdan esa layk bosmoq, obuna bo‘lmoq, baham ko‘rmoq, hikoya, jonli efir, xabar, guruh, do‘st, rasm kabi ekvivalentlar mavjud, lekin ular kamroq ishlatiladi. Yoshlar orasida inglizcha o‘zlashmalar tez-tez qo‘llaniladi, shaharlik va o‘qimishli guruhlarda bu ko‘rsatkich yuqoriroq bo‘ladi.

Tilshunoslikda o‘zlashuv jarayonlari Einar Haugen tasnifiga ko‘ra, loanword (to‘g‘ridan-to‘g‘ri olingan), loanblend (moslashgan), loanshift (ma’no o‘zgarishi) shakllarida bo‘ladi. O‘zbek tilida inglizcha so‘zlar ko‘pincha *-qilmoq, -bosmoq, -chi*

(cc) BY

qo‘shimchalari bilan ishlatiladi (post qilmoq, like bosmoq), bu morfologik moslashuvdir. Code-switching va code-mixing hodisalari keng tarqalgan: “*Men bugun story qo‘ydim, like bosdingmi?*” kabi gaplar. Globalizatsiya va texnologiya ta’siri ostida til kontaktlari kuchayib, ijtimoiy tarmoqlar yangi so‘zlar tarqalishini tezlashtiradi.

Tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, texnologiya va ijtimoiy tarmoq sohasida inglizcha o‘zlashmalar 15-40% gacha yetadi, yosh guruhlarda esa 65% gacha inglizcha terminlar tez-tez ishlatiladi. Mustaqillikdan keyin ingliz tilidan kirgan so‘zlar (biznes, marketing, influencer, content, engagement) o‘zbek tilini boyitmoqda, lekin ba’zi olimlar til tozaligi va o‘z qatlamni saqlash haqida xavotir bildiradi. Shu bilan birga, o‘zlashmalar tilning moslashuvchanligini va global kontekstdagi o‘rnini mustahkamlaydi, chunki zamonaviy kommunikatsiya va raqamli madaniyatda inglizcha leksika muqarrar ravishda kirib kelmoqda.

Ijtimoiy tarmoqlarda slang va abbreviaturalar ham o‘zbek tilida to‘g‘ridan-to‘g‘ri qo‘llaniladi yoki o‘zbekcha gaplar ichida aralashadi, bu esa tilning yosh avlod nutqini tez o‘zgartirayotganini ko‘rsatadi.

Shunday qilib, ingliz va o‘zbek tillari ijtimoiy tarmoq leksikasi qiyosi quyidagi ilmiy xulosalarni beradi. Birinchidan, ingliz tili bu sohada asosiy yaratuvchi va tarqatuvchi manba bo‘lib xizmat qiladi. Ikkinchidan, o‘zbek tili o‘zlashma birliklarni tayyor holda qabul qilmaydi, balki ularni morfologik, sintaktik va uslubiy jihatdan qayta ishlaydi. Uchinchidan, ijtimoiy tarmoq leksikasida o‘z va o‘zlashma qatlam qarama-qarshi emas, balki o‘zaro ta’sirdagi dinamik tizimdir. To‘rtinchidan, til siyosati va nutq madaniyati nuqtai nazaridan milliy muqobillar yaratish va ularni muomalaga kiritish muhim, ammo bu jarayon sun’iy emas, amaliy ehtiyoj asosida kechishi kerak.

XULOSA

Ingliz va o‘zbek tillari ijtimoiy tarmoq leksikasida o‘z va o‘zlashma qatlam munosabati zamonaviy til taraqqiyotining muhim ko‘rsatkichlaridan biridir. Ingliz tilida ijtimoiy tarmoq leksikasi asosan ichki so‘z yasash, semantik kengayish va analitik modellar hisobiga boyib borayotgan bo‘lsa, o‘zbek tilida bu qatlamning sezilarli qismi o‘zlashma manbaga ega, ammo milliy grammatik tizimga faol moslashtirilgan holda yashaydi. Bu holat o‘zbek tilining ijtimoiy-raqamli voqelikka moslashish qobiliyati baland ekanini ko‘rsatadi. Ijtimoiy tarmoq leksikasini baholashda faqat “xorijiylik” yoki “milliylik” mezoni bilan cheklanish to‘g‘ri emas; asosiy mezon kommunikatsion samaradorlik, me’yoriy muvofiqlik va milliy til imkoniyatlaridan unumli foydalanish darajasi bo‘lishi kerak.

Kelgusida bu mavzuni yanada boyitish uchun ijtimoiy tarmoq platformalari kesimida korpus tuzish, yosh guruhlari bo‘yicha qiyosiy sotsiolingvistik tahlil o‘tkazish, o‘zbekcha muqobillarning real qo‘llanish chastotasini o‘rganish va bloger nutqi bilan rasmiy raqamli nutqni taqqoslash kabi yo‘nalishlarda tadqiqot olib borish

(cc) BY

maqsadga muvofiq. Ayniqsa, o‘zbek ijtimoiy tarmoq leksikasining izohli mini-lug‘atini yaratish, tez faollashgan gibrid birliklarni tasniflash va ularning imlo-uslubiy tavsiyalarini ishlab chiqish mavzuning amaliy qimmatini yanada oshiradi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Berdialiyev A. O‘zbek sinxron sotsiolingvistikasi. - Xo‘jand, 2015. - 195 b.

2. Hojiyev A. O‘zbek tili so‘z yasalishi tizimi. - Toshkent: O‘qituvchi, 2007.

3. Isroilova B. A. Ijtimoiy omillarning tilga ta’siri (Virtual muloqot tahlili asosida): Filologiya fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD) diss. avtoref. - Andijon, 2024. - 62 b.

4. Isroilova B. A. Virtual nutqiy muloqotda paralingvistik vositalarning o‘rni // “Yosh olimlar” respublika ilmiy-amaliy konferensiyasi materiallari. - 2023. - B. 126-128.

5. Mahmudov N. O‘zbek tilining mo‘tabar maqomi // O‘zbek tili va adabiyoti. - Toshkent, 2022. - № 5. - B. 15.

6. Muhiddinova X., Xudoyberganova D., Umirov I., Jiyanova N., Yusupova T. Hozirgi o‘zbek adabiy tili: oliy o‘quv yurtlari talabalari uchun o‘quv qo‘llanma. - Toshkent: O‘qituvchi, 2006. - 208 b.

7. Odilov Yo. Til siyosati: davlat tili, rasmiy til va milliy tillar // O‘zbek tili va adabiyoti. - Toshkent, 2022. - № 2. - B. 3-10.

8. Rasulov R. O‘zbek tili sistem leksikologiyasi asoslari. - Toshkent, 1995.

9. Rustamov D. Internet muloqotining o‘ziga xos jihatlari // So‘z san’ati xalqaro jurnali. - 2020. - 3-jild, № 3. - B. 213-220.

10. Shomaqsudov A., Rasulov I., Qo‘ng‘urov R., Rustamov H. O‘zbek tili stilistikasi. - Toshkent: O‘qituvchi, 1983.

11. Shukurov O. U. Yangi davr o‘zlashmalarida transformatsion darajalanish // O‘zbekistonda xorijiy tillar. - 2022. - № 2(43). - B. 48-60.

12. Yusupova D. A. Internet tili va zamonaviy lingvistik jarayonlar // O‘zbek tilshunosligi masalalari. - 2021. - № 2. - B. 45-52.

(cc) BY