

**O‘ZBEK VA INGLIZ TILLARIDAGI IJTIMOYIY TARMOQ MARKETINGI
TERMINLARINING STRUKTUR XUSUSIYATLARI**

Ismoilova Mamlakat Qurbon qizi

Osiyo texnologiyalar universiteti o‘qituvchisi

Tel: +998919630609

E-mail: ismoilova.mamlakat@mail.ru

Annotatsiya

Terminlar o‘z struktur jihatlariga ko‘ra umumtil birliklaridan farqlanadi. Bu terminlar ifodalaydigan tushunchalarning murakkabligi, ba‘zan uni birgina so‘z bilan ifodalab bo‘lmasligi bilan izohlanadi. Nisbatan yangi soha bo‘lgan ijtimoiy tarmoq marketingi terminlari ham o‘z xususiyatlariga ko‘ra leksikada mikrotizimni tashkil etadi. Ularning struktur jihatlarini tahlili sohaga doir milliy terminlar tizimini shakllantirishda muhim hisoblanadi.

Kalit so‘zlar: SMM, terminologiya, sodda so‘z, abbreviatura, qo‘shma so‘z

Har qanday sohaga doir terminlar umumtil birliklaridan tarkibiy tuzilishiga ko‘ra farqlanadi. Birikma shaklida mustaqil ma‘noli birlik sifatida qo‘llanadigan til birliklari terminlardagi shunday birliklardan karrasiga kamligi ham fikrimizni dalillaydi. Bu kabi o‘ziga xosliklar terminlarning tor doira uchun mo‘ljallanganligi bilan izohlanadi. Terminlarning jonli nutqda kam qo‘llanishi, faqat soha vakillari nutqida uchrashi ulaning tarkibli bo‘lishiga yo‘l ochib beradi, deyishimiz mumkin. Tadqiqotchi T.Valiyevning quyidagi fikrlari aynan shu haqida: “Terminlarning faqat sohaviy nutqda uchrashi, o‘z-o‘zidan, ularning kam qo‘llanishi lisoniy birliklar sifatida umumiste‘mol til birliklari kabi “silliqlanmasligiga” sabab bo‘ladi. Bu holat terminlarning aksariyatida formal-semantik nomuvofiqlikni yuzaga keltiradi”¹. Bu ijtimoiy tarmoq marketingi terminlarida ham kuzatiladi.

Fan va texnika, ijtimoiy munosabatlarning katta tezlikda o‘zgarayotganligi, texnik ixtirolar, kashfiyotlarning tezlashuvi tufayli minglab yangi tushunchalar kirib kelmoqda. Bunday keng ko‘lamli o‘zgarishlar tillar taraqqiyoti, lug‘at boyligiga ham ta‘sir etmay qolmaydi. Dunyodagi tillar, jumladan, ingliz va o‘zbek tillarining lug‘at tarkibi ham yangidan yangi leksik birliklar bilan boyib bormoqda. Bunday holat terminosistemadagi yangilanishlarda ham yaqqol ko‘zga tashlanadi. Hozirgi davr tilshunosligida ilmiy terminologiyaning umumiy nazariy asoslari

¹ Valiev T. Ўзбек тили йўлсозлик терминларининг структур-семантик хусусиятлари ва лексикографик талқини: Филол. фанл. б. фалс. д-ри (PhD) дисс. – Самарқанд, 2017. – Б.50.

ishlab chiqilgan, ammo milliy tillarda ilmiy terminlarni shakllantirish masalasi murakkabligicha qolmoqda. Aksariyat hollarda bunday terminlarni o'zlashtirib qo'ya qolish oson kechishi terminlarni milliyalashtirish borasidagi ishlarning sekinlashuviga sabab bo'layotganligini qayd etish lozim. Bir necha yillar ilgari neologizmlarni, shu jumladan, terminologik neologizmlarni ommalashtirishda televideniye asosiy rolni o'ynagan bo'lsa, ayni vaqtda bu vazifani bajarish vositasi o'rnini ijtimoiy tarmoqlar, internet egallaganligini inkor etib bo'lmaydi. "O'zbek tili leksikasiga aksariyat zamonaviy o'zlashmalar raqamli media orqali kirib kelmoqda. Muhimi, yangi davr o'zlashmalarining yevropa tillaridan to'g'ridan to'g'ri so'z olish asosida barqarorlashuvi kuzatilyapti"². Ta'kidlamochimizki, ijtimoiy tarmoq marketingi terminlari orasida yevropa tillari, xususan, ingliz tilidan o'zlashgan terminlar yetakchilik qiladi.

Umumtil birliklarini shakliy-struktur jihatdan turlarga ajratishda asoslarning miqdori asosiy belgi sifatida qaraladi. Bir asosdan tuzilgan so'zlar sodda, birdan ortiq asosdan tuzilgan so'zlar murakkab so'zlar sifatida ajratiladi. Sodda so'zlarning o'zi derivatsiya hodisasi mavjud yoki mavjud emasligiga ko'ra sodda tub va sodda yasama kabi turlarga bo'linadi. Birdan ortiq asosdan tuzilgan murakkab so'zlar esa ichki xususiyatlariga ko'ra juft, takror va qo'shma kabi turlarga ajratiladi. Nisbatan yangi soha bo'lgan ijtimoiy tarmoq marketingi terminlarini ham shu asosda guruhlariga joylashtirishni maqsadga muvofiq deb hisobladik. Fan va texnika, inson hayotida tub o'zgarishlarga sabab bo'layotgan sohalarga doir terminlarni leksik-semantik, struktur jihatdan tahlil qilish zamonaviy tilshunoslik oldida turgan dolzarb masalalardandir. Bu terminlar tegishli bo'lgan sohalarda taraqqiyotiga ham ijobiy ta'sir ko'rsatadi. "Fan va texnikada termin – sun'iy o'ylab topilgan yoki tabiiy tildan olingan maxsus so'z sanaladi"³. Ijtimoiy tarmoq marketingi terminlarida ham shunday holatni kuzatishimiz mumkin. Ya'ni SMM terminlarining aksariyati umumtil leksikasida qandaydir ma'no ifodalovchi so'zlarni maxsuslashtirish orqali hosil qilinsa, bir qismi yangidan hosil qilingan. Bularning hammasi ijtimoiy tarmoq marketingi terminlarining struktur jihatlariga ta'sir ko'rsatadi.

Sodda so'zlar nutqiy jarayonning ixchamligini, tushunarligini ta'minlashda muhim. Ilmiy terminologiyada murakkab so'zlar ko'proq uchrasa-da, ijtimoiy tarmoq marketingi ilmiy nutqni ifodalamaydi. Bu soha uslubi aksariyat hollarda shaxslararo muloqotni ifodalash uchun xizmat qiladi. Qolaversa, ijtimoiy tarmoqdagi muloqot oddiy, virtual bo'lmagan muloqotdan farqlanadi. Shu sababli ijtimoiy tarmoq marketingi terminlari orasida sodda so'zlar salmoqli qismni tashkil etadi. *Logo, psixografika, benchmark, brend, auditoriya, brif, drayver, demografiya, monitoring, arxetip, ekount, vlog, bloger, kontent, chat, parser* kabi so'zlar ijtimoiy tarmoq marketingida qo'llanadigan sodda terminlardir. Ta'kidlash lozimki, sanalgan terminlar o'zbek tilida sodda tub so'zlar sifatida baholansa-da, ingliz tilida bu so'zlarning ba'zilarida derivatsiya jarayoni kuzatiladi. *Monitoring, bloger, drayver, parser* kabi terminlarda shunday

² Шукуров О. Ўзбек тили замонавий ўзлашмаларининг эволюцияси, трансформацияси ва лексикографик талқини масалалари (мустикаллик даври): Филол. фанл. д-ри дисс. – Қарши, 2022. – Б.3. – 255 б.

³ Dadaboyev H. O'zbek terminologiyasi. – Toshkent: Yoshlar nashriyot uyi, 2019. – B.4. – 118 b.

holatni kuzatishimiz mumkin⁴. Keltirilgan ba'zi terminlar retsiyent tilida qo'shma so'z sifatida ham baholanadi (psixografika). Umuman olganda, keltirilgan ijtimoiy tarmoq marketingi terminlarining ba'zilari o'zbek tili leksikasiga to'liq kirib kelgan, deb bo'lmaydi. Chunki bu so'zlarning ba'zilari o'zbek tilidagi lug'atlarda qayd etilmagan. Masalan, *vlog* so'zini biz umumiy va maxsus lug'atlarda uchratmadik. Ammo bu so'z ingliz SMM terminologiyasida "videokontentli blog" ma'nosini ifodalaydi⁵. Ingliz va o'zbek tillaridagi ijtimoiy tarmoq terminlarining struktur xususiyatlari tahlil qilinarkan, bunda genetik umumiylikka ega bo'lmagan tillarda farqlar yaqqol namoyon bo'ladi. Qolaversa, o'zbek tilidagi ijtimoiy tarmoq terminlarining katta qismi o'zlashma qatlamga mansubligi ham bunda muhim rol o'ynaydi.

SMM mahsulot va xizmatlarni ijtimoiy tarmoqlarda ommalashtirish, tanitish orqali ularning savdosini tashkillashtirish ekan, sohaning terminologik tizimini yaratishda o'zbek tilining o'z imkoniyatlari asosida hosil qilingan so'zlarga ham murojaat qilinadi. Masalan, "rekrut qilish" termini o'zbek tili imkoniyatlari asosida hosil qilingan qo'shma shakldagi termindir. *Rekrut qilish* termini inglizcha *recruiting* so'zini kalkalash orqali hosil qilingan. Manbalarda bu termin "talantlarni brend orqali shakllantirish"⁶ ma'nosini anglatishi keltirilgan. Rekrut qilish umumtil birligi sifatida "xodimlarni muayyan agentlik tomonidan yollash" tarzidagi ma'noga ham ega. Ammo ijtimoiy tarmoq marketingida bu termin "brend yordamida xizmatchilar jamoasini shakllantirish" ma'nosini anglatadi. Umuman olganda, qo'shma, juft va takroriy so'zlar, shuningdek, birikmali terminlarga tushunchani bir so'z bilan ifodalash imkonsiz bo'lgan o'rinlarda ehtiyoj tug'iladi. Murakkab so'zlar orasida qo'shma so'zlar alohida ahamiyatga ega. Qo'shma so'zlar tilning tarixiy taraqqiyoti natijasi hisoblanadi. Chunki qo'shma so'zlarning har birida yangi ma'noli so'z hosil bo'ladi. Juft va takroriy so'zlarda bunday holat har doim ham kuzatilmaydi. Qo'shma, juft va takroriy so'zlar haqida fikr bildirarkan, A.Hojiyev qo'shma so'zni leksik hodisa, juft va takror so'zlarni esa to'la ma'noda leksik hodisa bo'la olmasligini ta'kidlaydi⁷. Qo'shma so'z shaklidagi ijtimoiy tarmoq terminlarining katta qismini fe'llar tashkil etadi. Bunday fe'llar "qilmoq", "etmoq" ko'makchi fe'llari yordamida hosil qilinadi.

Aksariyat qo'shma SMM terminlari ijtimoiy tarmoqlar nutqining o'ziga xosligi nuqtayi nazaridan qisqartma so'z, ya'ni abbreviaturalar tarzida shakllantiriladi. Masalan, PR termini shunday shakllantirilgan. Bu qisqartma ingliz tilidagi "public relations" so'zlarining birinchi harflarini olish orqali hosil qilingan. Bu termin boshqa sohalarda ham faol qo'llanadi. Media, televideniya ham korxonaga yoki tashkilotning ijobiy faoliyatini namoyish etish uchun tashkil qilingan xatti-harakatlar jamlanmasi PR termini bilan yuritiladi. Tashkilotning jamoatchilik bilan

⁴ <https://en.wiktionary.org/wiki/driver#Etymology> [Elektron manba:] Murojaat sanasi: 22.07.2024.

⁵ <https://medium.com/ninjapromoio/80-smm-terms-that-every-marketer-should-know-part-1> [Elektron manba:] Murojaat sanasi: 22.07.2024.

⁶ Mahkamova D. SMM sohasi va uning terminologik lug'atini shakllantirish asoslari // "Kompyuter lingvistikasi: muammolar, yechim, istiqbollar" nomli respublika I ilmiy-texnikaviy konferensiya. Vol.1. №1. 2021. – B.74-78.

⁷ Хожиев А. Хозирги ўзбек тилида форма ясалиши, – Тошкент: Ўқитувчи, 1979. – Б.55. (– 80 б.)

munosabatini ifodalaydi. Ingliz tilida PR termini soʻz birikmasi (combination of words)ning abbreviaturasi hisoblanadi.

Oʻzbek tilida ijtimoiy tarmoq marketingi terminlari sifatida qabul qilinadigan aksariyat qisqartma soʻzlar birikmalarning oʻziga xos koʻrinishi sifatida yuzaga chiqadi. Masalan, KPI, TOV, UTP kabi terminlar shunday yoʻl bilan hosil qilingan. Bu kabi terminlar ingliz, rus yoki boshqa tillardagi birikmalarning qisqartirilishi orqali yaratilgan. Masalan, KPI inglizcha “Key Performance Indicator” soʻzlarining bosh harflari orqali shakllantirilgan. Bu termin tashkilot faoliyatida qoʻlga kiritilgan yutuqlarning raqamlardagi koʻrsatkichini ifodalaydi. Shu kabi terminlarning boshqa sohalarda ham ommalashayotganligi ijtimoiy tarmoq marketingining yondosh sohalari, umuman, tilning leksik qatlamiga taʼsirini anglatadi. Hozirda ijtimoiy sohadagi turli tashkilotlarda xodimlar faoliyatining natijalari KPI da aks etishi, shunday terminning faol qoʻllanayotganligi, jamoatchilikning u anglatadigan tushunchani “taniyotganligi” fikrimizni dalillaydi. Xuddi shuningdek, UTP termini rus tilidagi “уникальное торговое предложение” soʻzlarining bosh harflari yordamida shakllantirilgan va bozordagi yagona qiymatni, yaʼni muayyan tashkilotning boshqa raqobatchilardan alohida ustunlik beradigan xususiyatini anglatadi. Qisqartma terminlar ijtimoiy tarmoqlar uslubi talabining oʻziga xosligi evaziga SMM terminlari orasida faol qoʻllanadi. Hatto SMM terminining oʻzi ham struktur jihatdan aynan shunday terminlar sirasiga kiradi.

Paydo boʻlganiga u qadar koʻp boʻlmagan ijtimoiy tarmoq marketingi sohasi oʻz terminlar tizimiga ega. Ularni leksik-semantik, struktur jihatlardan tartiblash terminologiya sohasidagi muhim vazifalardandir. Oʻzbek tilidagi bunday terminlar asosan soʻz oʻzlashtirish orqali hosil qilinmoqda. Bunda ingliz tilining oʻrni oʻziga xosdir. Chunki ijtimoiy tarmoqlarda shaxslararo muloqot, savdo-sotiq jarayonida ham aynan ingliz tili yetakchilik qiladi.