



IJTIMOIIY-GUMANITAR SOHADA ILMIY-INNOVATSION TADQIQOTLAR

ILMIY METODIK JURNALI

ISSN 3060-5059



VOL.3 № 5

2026

DUNYO TILSHUNOSLIGIDA IJTIMOYIY TARMOQ MARKETINGI TERMINLARI TADQIQI

Mirova Nargiza Sayfullayevna

Kitob tumani ixtisoslashtirilgan maktab-internati direktori

Annotatsiya

Ushbu maqolada dunyo tilshunosligida ijtimoiy tarmoq marketingi sohasidagi terminologik tizimning shakllanishi, rivojlanishi va lingvistik xususiyatlari tadqiq etiladi. Raqamli texnologiyalar va ijtimoiy tarmoqlarning jadal rivojlanishi natijasida marketingning yangi turi – ijtimoiy tarmoq marketingi (Social Media Marketing) mustaqil soha sifatida shakllandi va o'ziga xos terminologik qatlamni yaratdi. Maqolada ingliz, nemis, rus va o'zbek tillaridagi tadqiqotlar asosida ijtimoiy tarmoq marketingi terminlarining globallashtirish va lokalizatsiya jarayonlari tahlil qilinadi.

Kalit so'zlar: ijtimoiy tarmoq marketingi, internet terminologiyasi, sotsiolingvistika, netiket, raqamli muloqot, terminologik o'zlashtirish, nutq madaniyati, lingvistik globalizatsiya, virtual diskurs, o'zbek tilshunosligi.

ИССЛЕДОВАНИЕ ТЕРМИНОВ СОЦИАЛЬНОГО МАРКЕТИНГА В МИРОВОЙ ЛИНГВИСТИКЕ

Мирова Наргиза Сайфуллаевна

директор специализированной школы-интерната Китабского района

Аннотация

В данной статье исследуется формирование, развитие и лингвистические особенности терминологической системы в области социального медиамаркетинга в мировой лингвистике. В результате стремительного развития цифровых технологий и социальных сетей сформировался новый вид маркетинга – социальный медиамаркетинг (Social Media Marketing) – как самостоятельная область, создавшая свой собственный терминологический слой. В статье анализируются процессы глобализации и локализации терминов социального медиамаркетинга на основе исследований на английском, немецком, русском и узбекском языках.

Ключевые слова: социальный медиамаркетинг, интернет-терминология, социолингвистика, сетевой этикет, цифровая коммуникация, терминологическое приобретение, речевая культура, лингвистическая глобализация, виртуальный дискурс, узбекская лингвистика.

A STUDY OF SOCIAL MARKETING TERMS IN GLOBAL LINGUISTICS

Mirova Nargiza Sayfullayevna

Director of the Specialized Boarding School of Kitob District

Abstract

This article examines the formation, development, and linguistic features of the terminological system in the field of social media marketing in global linguistics. The rapid development of digital technologies and social networks has given rise to a new type of marketing – social media marketing – as an independent field with its own terminological layer. The article analyzes the processes of globalization and localization of social media marketing terms based on research in English, German, Russian, and Uzbek.

Keywords: social media marketing, internet terminology, sociolinguistics, netiquette, digital communication, terminological acquisition, speech culture, linguistic globalization, virtual discourse, Uzbek linguistics.

So'nggi yillarda ijtimoiy tarmoqlar sohasidagi tadqiqotlarning yo'nalishi faqat foydalanuvchilar faoliyati va platformalar dinamikasini o'rganish bilan cheklanmay, balki ushbu sohada shakllangan maxsus terminologik tizimni chuqur tahlil qilish masalasiga ham ko'chmoqda. Ijtimoiy tarmoqlar terminologiyasi o'z mohiyatiga ko'ra internet terminologiyasining ajralmas tarkibiy qismi hisoblanadi. Shu sababli internet leksikasiga bag'ishlangan ilmiy ishlarning ko'pchiligida ijtimoiy tarmoqlarning tilshunoslik jihatlari ham muayyan darajada yoritiladi. Xususan, M.S. Shumaylovaning tadqiqotida nemis tilidagi internet terminologiyasining shakllanishi, rivojlanish bosqichlari va amaliy qo'llanish xususiyatlari batafsil tahlil etilgan. Dissertatsiya muallifi nemis tilidagi internet terminlarini sotsiolingvistik tadqiqot obyekti sifatida

ko'rib chiqishning ilmiy asoslarini isbotlagan. Shuningdek, ingliz tilidan o'zlashtirilgan terminlarning nemis tilidagi qo'llanishida yuzaga keladigan lingvistik va madaniy muammolar aniqlangan hamda nemis tilidagi internet leksikasining o'ziga xos leksik-semantik xususiyatlari ochib berilgan [1].

Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili. Internet terminologiyasining turli tillarda o'rganilishi, o'z navbatida, internetning jadal rivojlanishi natijasida paydo bo'lgan yangi soha terminologiyalariga ham sezilarli ta'sir ko'rsatdi. Bunday yangi sohalardan biri ijtimoiy tarmoq marketingi (Social Media Marketing) hisoblanadi. Internet texnologiyalarining taraqqiyoti bilan birga ushbu sohada o'ziga xos terminlar va tushunchalar tizimi shakllandi, natijada mustaqil leksik qatlam vujudga keldi. Ijtimoiy tarmoq marketingi terminlari asosan global internet madaniyati va milliy tilning ichki qonuniyatlarining sintezi asosida yuzaga keladi. Masalan, "kontent", "kuzatuvchi" (follower), "izoh" (comment), "post", "like", "repost", "target auditoriya", "engagement" kabi atamalar nafaqat professional marketing faoliyatini, balki foydalanuvchilar o'rtasidagi kundalik virtual muloqotning ham ajralmas qismiga aylandi. Bu terminlar bir vaqtning o'zida ham iqtisodiy-marketing mazmunini, ham ijtimoiy-madaniy aloqa usullarini ifodalaydi. Ushbu terminologik qatlamning muayyan milliy tilga moslashuvi va funksional rivojlanishi sotsiolingvistika uchun nihoyatda muhim tadqiqot obyekti hisoblanadi. Chunki internet terminlarining tilga kirib borishi nafaqat leksik boylikni kengaytiradi, balki tilning umumiy tuzilishida, semantik maydonlarida va hatto ijtimoiy kommunikatsiya normalarida ham sezilarli o'zgarishlarni keltirib chiqaradi. Bu jarayon tilning globallashuv va lokalizatsiya o'rtasidagi dialektikasini yaqqol namoyon etadi. Shu nuqtai nazardan, M.S. Shumaylovaning tadqiqoti nafaqat internet terminologiyasini o'rganishga, balki virtual muhitdagi muloqotning lingvistik-psixologik muammolarini bartaraf etishga ham muhim hissa qo'shgan. Xulosa qilib aytganda, ijtimoiy tarmoq marketingi terminologiyasi zamonaviy tilshunoslikning eng dolzarb yo'nalishlaridan biri bo'lib, u lingvistika, sotsiologiya va marketing fanlarining kesishmasida o'rganilishi lozim. Ushbu sohada olib boriladigan tadqiqotlar ham tilning rivojlanish qonuniyatlarini ochib berishga, ham raqamli muhitda samarali kommunikatsiya strategiyalarini ishlab chiqishga xizmat qiladi.

Tadqiqot metodologiyasi. So'nggi yillarda ijtimoiy tarmoqlar va ularda amalga oshiriladigan muloqot jarayonlarini o'rganish tilshunoslik fanida dolzarblik kasb etib, mustaqil tadqiqot yo'nalishiga aylandi. Ushbu muammoga bag'ishlangan ilmiy ishlardan biri A.A. Matusевич tomonidan amalga oshirilgan dissertatsiya tadqiqotidir [2]. Mazkur tadqiqotda ijtimoiy tarmoqlardagi muloqot zamonaviy lingvistik yondashuvlar, xususan, diskurs tahlili, pragmatika va sotsiolingvistika asosida chuqur o'rganilgan. Muallif ijtimoiy tarmoq orqali olib boriladigan muloqotning an'anaviy yuzma-yuz muloqot hamda videoaloqa vositasidagi muloqotdan lingvistik va ekstralingvistik jihatdan qanday farqlanishini batafsil tahlil qilgan. Tadqiqot natijalarida ijtimoiy tarmoq muloqotining o'ziga xos xususiyatlari aniqlangan va ilmiy asoslangan xulosalar berilgan. Shuningdek, dissertatsiyada ijtimoiy tarmoqlarni lingvistik vositalar yordamida tasvirlashning o'ziga xos omillari ham alohida ajratib ko'rsatilgan. Tadqiqot materiallari asosan rus tilidagi ijtimoiy tarmoq segmentida eng mashhur platformalardan biri — VKontakte (ВКонтакте) sahifalaridagi haqiqiy muloqot namunalari asoslangan.

Ijtimoiy tarmoqlardagi muloqotning lingvistik va ekstralingvistik xususiyatlarini o'rganish zamonaviy tilshunoslikning eng faol rivojlanayotgan yo'nalishlaridan biri hisoblanadi. Lingvistik jihatdan bu jarayonda so'z tanlash strategiyalari, sintaktik qurilmalar, qisqartmalar (abbreviatsiyalar), emoji va yangi terminlarning shakllanishi muhim o'rin tutadi. Masalan, "hashtag", "emoji", "sticker", "repost", "like" kabi birliklar tilning leksik-semantik boyligini sezilarli darajada kengaytirmoqda va yangi ifoda vositalarini yaratmoqda. Ekstralingvistik omillar esa muloqot kontekstini, foydalanuvchilarning kommunikativ niyatini, ijtimoiy-madaniy muhitni, yosh, jins va ijtimoiy kelib chiqish farqlarini o'z ichiga oladi. Ijtimoiy tarmoqlardagi muloqotga xos bo'lgan qisqalik, tezkorlik, yuqori emotsionallik va interaktivlik tilning pragmatik funksiyalarini kuchaytiradi. Bundan tashqari, vizual va multimedia elementlar (rasmlar, videolar, GIFlar, animatsiyalar) muloqotni yanada boy va ko'p o'lchovli qiladi, bu esa an'anaviy matnli muloqotdan keskin farqlanadi.

Diqqatga sazovor jihatlardan yana biri — ijtimoiy tarmoqlarda sleng, professional jargon, qisqa shakldagi iboralar va internet memlarning keng tarqalganligidir. Bu xususiyatlar tilning dinamik rivojlanishini ta'minlashda, ayni paytda ma'lum bir yosh va ijtimoiy guruhlar o'rtasida lingvistik bo'linishlarni ham keltirib chiqarishi mumkin. Turli platformalar (Twitter/X, Instagram, TikTok, Facebook) o'zlarining funksional va dizayn xususiyatlariga ko'ra foydalanuvchilarning muloqot uslubi va til shakllariga ham sezilarli ta'sir ko'rsatadi.

Umuman olganda, ijtimoiy tarmoqlardagi muloqotning lingvistik va ekstralingvistik xususiyatlarini tadqiq etish nafaqat tilshunoslik nuqtayi nazaridan, balki raqamli jamiyatning

kommunikativ madaniyatini chuqur anglashda ham katta ahamiyatga ega. Ushbu tadqiqotlar tilning globallashtirish sharoitida qanday o'zgarayotganini, raqamli muhitda yangi kommunikativ normalar shakllanishini va jamiyatning ijtimoiy-siyosiy hayotida tilning rolini oshirayotganini ochib berishga xizmat qiladi.

Tahlil va natijalar. O'zbek tilshunosligida so'nggi yillarda ijtimoiy tarmoqlar va ulardagi muloqot jarayonlarini o'rganish dolzarb yo'nalishlardan biriga aylandi. Ushbu sohada olib borilgan tadqiqotlarning biri N. Qaratayeva tomonidan amalga oshirilgan ilmiy ishdir [3]. Muallif ijtimoiy tarmoqlardagi muloqotning asosan og'zaki va yozma shakllarda amalga oshirilishini ta'kidlab, ularning o'ziga xos lingvistik xususiyatlarini tahlil qilgan. Darhaqiqat, virtual muhitda og'zaki (real vaqt rejimidagi chatlar) va yozma (postlar, sharhlar, xabarlar) shakllar ustunlik qiladi. Shu bilan birga, emoji, sticker, GIF va imo-ishoralar kabi paraverbal vositalar ham nutqiy maqsadni adresantga yetkazishda muhim rol o'ynaydi. Bu unsurlar an'anaviy yuzma-yuz muloqotdagi mimika va intonatsiyaning raqamli muhitdagi ekvivalenti sifatida qaraladi.

O'zbek tilshunosligida ijtimoiy tarmoq muloqotining turli jihatlari alohida tadqiq etilgan bo'lsa-da, ularni mushtarak maqsad birlashtirib turadi. Bu maqsad — ijtimoiy tarmoqlarda muomala madaniyatini shakllantirish va me'yoriy kommunikatsiyani ta'minlashdan iborat. Ushbu maqsadni amalga oshirishda muhim o'rin tutadigan yangi terminlardan biri "netiket" (netiquette) atamasidir. Netiket internet va ijtimoiy tarmoq muloqotida odob-axloq qoidalari, axloqiy normalar va madaniy xulq-atvorni ifodalovchi tushuncha sifatida qabul qilinadi [4].

Nutq madaniyati ijtimoiy tarmoq muhitida alohida ahamiyat kasb etadi. U adabiy til me'yorlariga (grammatika, imlo, punktatsiya va uslub qoidalari) qat'iy rioya qilishni, fikrlarni aniq, ravon va muloyim ifodalashni talab etadi. Virtual muloqotda boshqalarni hurmat qilish, tushunmovchilik yuzaga kelganda uzr so'rash, fikrlarini agressiv bo'lmagan shaklda bildirish, haqoratli yoki haqqoniy bo'lmagan ma'lumotlardan qochish kabi tamoyillar nizolarning oldini olish va ijobiy kommunikativ muhit yaratishga xizmat qiladi. So'z tanlashda ehtiyotkorlik va boshqa foydalanuvchilarning his-tuyg'ularini hisobga olish raqamli muhitda ham professional va madaniyatli shaxsiy brendni shakllantirishning muhim omili hisoblanadi.

Xulosa va takliflar. Nutq madaniyatiga rioya qilishning ijtimoiy ahamiyati juda katta. Madaniyatli muloqot shaxsiy obro'ni oshiradi, izdoshlar sonini ko'paytiradi, ishonchni mustahkamlaydi va konstruktiv dialogga imkon yaratadi. Aksincha, nutq madaniyatiga e'tiborsizlik — shovqinli bahslar, haqoratli izohlar, yolg'on yoki manipulyativ ma'lumotlar tarqatish — nafaqat shaxsiy obro'ga putur yetkazadi, balki jamiyatda ijtimoiy ziddiyatlarni kuchaytirishi, axborot ifloslanishiga (information pollution) olib kelishi mumkin. Shunday qilib, o'zbek tilshunosligida ijtimoiy tarmoqlardagi muloqot madaniyati masalasini o'rganish nafaqat tilshunoslik, balki sotsiolingvistik, pragmatika va kommunikativ lingvistik nuqtayi nazaridan ham muhimdir. Har bir foydalanuvchi o'z postlari, sharhlari va xabarlarida nutq madaniyati tamoyillariga sodiq qolishi raqamli jamiyatning umumiy madaniyat darajasini yuksaltirishga, virtual muhitda sog'lom kommunikativ maydonni shakllantirishga va o'zbek tilining raqamli davrda rivojlanishini ta'minlashga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Шумайлова М.С. Актуальные проблемы развития и функционирования терминологии Интернет в немецком языке: автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Омск, 2005. — 24 с.
2. Матусевич А.А. Общение в социальных сетях: прагматический, коммуникативный, лингвостилистический аспекты характеристики: автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Нижний Новгород, 2017. — 24 с.
3. Qaratayeva N. Ijtimoiy tarmoqlarda muloqotning shakllari // Ilm-fan va innovatsiya ilmiy-amaliy konferensiyasi. — 2023. — № 9. — P. 36–38.
4. Netiket: tarmoqlardagi muloqot uslubi qanday bo'lishi kerak? [Elektron manba]. — FLEDU maqolasi