Materiallar to'plami · Conference Proceedings
"ZAMONAVIY TADQIQOTLAR VA BARQAROR RIVOJLANISH" respublika ilmiy-amaliy konferensiyasi
04 August 2026
UDK 811.512.133
FILOLOGIYA

O'ZBEK TILIDA ELEKTRON SAVDO LEKSIKASINING SEMANTIK-STRUKTUR VA PRAGMATIK XUSUSIYATLARI

Baxodir Erali o'g'li To'raliyev*
Termiz davlat universiteti tayanch doktoranti
✉ bturaliyev996@gmail.com

ANNOTATSIYA

Mazkur maqolada zamonaviy o'zbek tilshunosligining dolzarb masalalaridan biri – elektron savdo (e-commerce) leksikasining tizimli-strukturaviy, semantik va funktsional-pragmatik xususiyatlari tadqiq etilgan. Tadqiqot obyekti sifatida milliy elektron marketpleyslar (Uzum Market, Olx.uz) interfeyslari hamda ijtimoiy tarmoqlardagi (Telegram, Instagram) tijorat kanallari matnlari tanlab olingan. Maqolada raqamli savdo terminologiyasining shakllanish manbalari, o'zlashma qatlam muammolari, an'anaviy leksik birliklarning virtual muhitdagi semantik derivatsiyasi (ma'no ko'chishi) hamda xalqaro fond ta'sirida yuzaga kelayotgan terminologik hodisasi jonli misollar yordamida ilmiy asoslab berilgan. Shuningdek, neologizmlarning iste'molchi psixologiyasiga ko'rsatadigan lingvopragmatik ta'siri tahlil qilinib, sohadagi terminlar bo'yicha amaliy tavsiyalar ilgari surilgan.

Kalit so'zlar

elektron savdo, raqamli iqtisodiyot, terminologiya, semantik derivatsiya, terminologik interfontsiyalar, marketpleys, lingvopragmatika, neologizmlar.

DOI: 10.5281/zenodo.21743585

KIRISH

XXI asrning birinchi choragi insoniyat taraqqiyoti tarixiga global raqamlashtirish va iqtisodiy jarayonlarning virtual makonga ko'chishi davri bo'lib kirdi. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining shiddatli rivojlanishi nafaqat iqtisodiy va ijtimoiy munosabatlarni, balki ushbu munosabatlarga xizmat qiluvchi til tizimini ham tubdan o'zgartirmoqda. Xususan, an'anaviy iqtisodiyot negizida shakllangan va bugungi kunda global yalpi ichki mahsulotning salmoqli qismini tashkil etayotgan elektron savdo (e-commerce) sohasi o'zining mustaqil diskursi va o'ziga xos terminologik apparatini shakllantirib ulgurdi.

O'zbekiston Respublikasida ham raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish, davlat va jamiyat boshqaruviga zamonaviy axborot texnologiyalarini keng joriy etish ustuvor vazifalardan biri etib belgilangan. Bu jarayonda milliy elektron tijorat ekotizimining (*Uzum Market, Olx.uz, ZoodMall* va boshqalar) shiddat bilan kengayishi o'zbek tili leksik qatlamiga ko'plab yangi tushuncha va terminologik birliklarning kirib kelishiga sabab bo'lmoqda. Til ijtimoiy hodisa sifatida jamiyatdagi har qanday o'zgarishga birinchilardan bo'lib munosabat bildiradi. Shu bois, o'zbek tilshunosligida elektron savdo leksikasining shakllanishi, uning semantik va strukturaviy tabiati hamda funktsional-pragmatik xususiyatlarini o'rganish, tilning ichki imkoniyatlarini namoyon etish hamda milliy terminologiyani tartibga solish g'oyatda dolzarb ahamiyat kasb etadi.

Elektron savdo leksikasi bevosita global tarmoq – internetning ijtimoiy va iqtisodiy hayotga integratsiyalashuvi natijasida yuzaga kelgan kompyuter va internet tilshunosligining tarkibiy qismidir. Jahon tilshunosligida virtual makon tili va internet-diskurs muammolari o'tgan asrning oxirlaridan boshlab tizimli o'rganila boshlandi. Bu borada britaniyalik mashhur tilshunos David Crystalning "*Language and the Internet*" nomli fundamental asari internet tilshunosligi (*Internet Linguistics*) yo'nalishiga tamal toshini qo'ydi [1]. Olim virtual muhitdagi muloqot an'anaviy yozma va og'zaki nutq sintezidan iborat o'ziga xos uchinchi lisoniy

shakl ekanligini hamda iqtisodiy faoliyatning raqamli shakli yangi terminologik qatlamni taqozo etishini alohida ta'kidlaydi.

Raqamli iqtisodiyot va elektron tijorat diskursining terminologik tizimi shakllanishini tadqiq etgan rossiyalik tilshunos olima E.V.Yjnakova o'zining ilmiy izlanishlarida elektron tijorat leksikasini aralash (gibrid) xarakterga ega tizim sifatida baholaydi [3]. Uning fikricha, mazkur leksika an'anaviy iqtisodiy terminlar, marketing tushunchalari hamda sof IT (axborot texnologiyalari) leksikasining kesishuvi natijasida yuzaga keladi.

Shuningdek, marketing va elektron tijorat terminlarining neologizmlik tabiati L.B.Gatsalova va L.K.Parsiyeva kabi tadqiqotchilar tomonidan o'rganilgan bo'lib, ular iqtisodiyotning globallashuvi sharoitida ingliz tili elektron savdo leksikasining boshqa tillar leksik tizimiga dominant tarzda ta'sir ko'rsatishi va buning natijasida milliy tillarda *"terminologik interfontsiyalar"* yuzaga kelishini qiyosiy tahlillar orqali isbotlab berishgan [2 B. 541-547].

Xususan, so'nggi yillarda raqamli iqtisodiyot terminlarining o'zbek tili semantik tizimiga ta'sirini kuzatgan tadqiqotchilar o'zlashma va kalka terminlarning milliy tilda unifikatsiyalashmaganini (masalan, *marketpleys* so'zining gohida "elektron savdo maydonchasi", gohida "virtual bozor" deb qo'llanishi) jiddiy lisoniy muammo sifatida ko'zga tashlanmoqda. Bu esa ushbu sohada tizimli lingvistik monitoring olib borish zaruriyatini ilmiy jihatdan asoslaydi.

O'zbek tilidagi elektron savdo leksikasi tizimli o'rganilganda, uning ham lisoniy (ichki qonuniyatlar), ham ekstralingvistik (texnologik progress, ijtimoiy ehtiyoj) omillar ta'sirida shakllanayotgan o'ta dinamik mikrotizim ekanligi ma'lum bo'ldi. Tadqiqot materiallari shuni ko'rsatadiki, mazkur leksik qatlam asosan ikkita yo'nalishda: *tashqi o'zlashmalar* hamda *ichki konseptual o'zgarishlar (kalkalash va interpretatsiya)* hisobiga shakllanmoqda.

Elektron tijoratning global tili ingliz tili bo'lganligi sababli, o'zbek tilidagi raqamli savdo diskursiga inglizcha terminlar juda katta tezlikda kirib kelmoqda. Bu birliklar milliy tilga ko'pincha rus tili grafik vositachiligida yoki bevosita fonetik moslashuv bilan o'tmoqda:

a) *marketplace – marketpleys* (elektron savdo maydonchasi);
b) *cashback – kashbek* (xarid summasining bir qismini qaytarish);
c) *merchant – merchant* (platformada savdo qiluvchi tadbirkor);
d) *delivery – deliveri / dostavka* (yetkazib berish xizmati).

Kalkalash yo'li bilan o'zlashtirilgan birliklar. Ko'plab xalqaro terminlar milliy tilning ichki so'z yasash imkoniyatlari yordamida so'zma-so'z tarjima qilinmoqda (kalkalanmoqda). *Uzum Market* va *Olx.uz* interfeyslarida ushbu usul tizimli qo'llangan:

1) *shopping cart – savat / elektron savat*;
2) *checkout – buyurtmani rasmiylashtirish*;
3) *order history – buyurtmalar tarixi*;
4) *courier delivery – kuryer orqali yetkazish.*

Tahlillar shuni ko'rsatadiki, ingliz tilidagi sodda kompyuter terminlari (masalan, *Login, Click, Post*) o'zbek tiliga o'tishda ko'pincha ko'makchi fe'llar yoki fe'llar bilan birikib, terminologik birikmalar hosil qiladi: *login qilmoq, click qilmoq, post joylamoq*.

Elektron savdo leksikasining eng qiziqarli lisoniy xususiyati – bu an'anaviy so'zlarning raqamli muhitda yangi ma'no kasb etishi, ya'ni *semantik derivatsiya* hodisasidir. Tilning tejamkorlik qonuniyatiga ko'ra, tayyor lisoniy shakl yangi virtual tushunchani ifodalashga yo'naltiriladi:

a) *savat so'zi*: an'anaviy tilda *"toldan, simdan to'qilgan, narsalar solinadigan idish"* ma'nosini anglatsa, e-savdo diskursida *'virtual platformada xaridor tomonidan sotib olish uchun tanlangan tovarlarning vaqtinchalik ro'yxati saqlanadigan elektron modul"* semasini kasb etgan.
b) *do'kon so'zi:* an'anaviy tildagi *"moddiy savdo shoxobchasi"* semasi kengayib, raqamli makondagi *"virtual savdo sahifasi / internet-do'kon"* tushunchasiga ko'chgan.

Ijtimoiy tarmoqlar (Telegram, Instagram) tijorat diskursida qo‘llaniladigan leksika o‘zining pragmatik yo‘naltirilganligi bilan ajralib turadi. Bu yerda maqsad nafaqat axborot berish, balki iste’molchi psixologiyasiga ta’sir o‘tkazish (manipulyatsiya qilish) hisoblanadi.

Telegram savdo kanallarida gibrid leksikaning faol qo‘llanishi kuzatiladi:

*“Kanalimizda **mega-skidka**! Faqat bugun **admin**ga **direct** orqali yozsangiz, **dostavka** tekin. **Original** mahsulot, **kashbek** ham bor!”* Ushbu mikromatnda qo‘llanilgan *mega-skidka, admin, direct, dostavka, original, kashbek* kabi birliklar iste’molchida brendga nisbatan zamonaviylik, ishonchlilik va tezkorlik konnotatsiyalarini (hissiy bo‘yoqlarini) uyg‘otishga xizmat qiladi. Biroq, ushbu jarayon milliy tilning leksik-stilistik me’yorlarining buzilishiga olib kelmoqda. Bu esa kelgusida sohadagi leksik birliklarni unifikatsiya qilish va me’yorlashtiruvchi lug‘atlarni yaratishni taqozo etadi.

Zamonaviy o‘zbek tilida elektron savdo (e-commerce) leksikasining shakllanishi va amal qilishi qonuniyatlarini tizimli-strukturaviy hamda funktsional-pragmatik jihatdan tadqiq etish natijasida quyidagi ilmiy xulosalarga kelindi:

1. Elektron savdo leksikasi hozirgi o‘zbek tili leksik tizimining eng dinamik, tezkor va ochiq mikrotizimlaridan biri hisoblanadi. Uning shakllanishi va taraqqiyoti bevosita jamiyat hayotidagi iqtisodiy-texnologik progress (ekstralingvistik omillar) hamda tilning tejamkorlik va yangi tushunchalarni nomlash qonuniyatlari (lisoniy omillar) bilan belgilanadi.
2. Mazkur leksik qatlam gibrid xarakterga ega bo‘lib, asosan ingliz tilidan bevosita o‘zlashish (*marketpleys, kashbek, diler*) hamda milliy tilning ichki imkoniyatlari asosida kalkalash (*savat, elektron do‘kon, buyurtmani rasmiylashtirish*) yo‘li bilan shakllanmoqda.
3. Strukturaviy jihatdan elektron savdo terminologiyasida birikmali va qo‘shma terminlar ustunlik qiladi. Bu esa o‘zbek tilining analitik usul yordamida yangi tushunchalarni ifodalash salohiyati yuqori ekanligidan dalolat beradi.
4. Semantik planda fundamental ma’no ko‘chishi (semantik derivatsiya) hodisasi faol kuzatildi. An’anaviy savdo leksikasiga oid ko‘plab so‘zlar (*savat, do‘kon, peshtaxta*) o‘zining bosh semasini qisman yo‘qotib, virtual makonga xos yangi konseptual ma’no kasb etgan.
5. Funktsional-pragmatik tahlillar shuni ko‘rsatdiki, raqamli platformalar va ayniqsa ijtimoiy tarmoqlar (Telegram, Instagram) tijorat diskursida neologizm va o‘zlashma birliklar xaridor psixologiyasiga ta’sir o‘tkazish, jozibadorlik va tezkorlik konnotatsiyasini yaratish uchun manipulyativ vosita sifatida xizmat qilmoqda.

Tadqiqot davomida aniqlangan terminologik chalkashliklar va til me’yorlarining buzilish holatlarini bartaraf etish maqsadida quyidagi amaliy takliflar ilgari suriladi:

a) milliy elektron savdo platformalari (*Uzum Market, Olx.uz* va b.) interfeyslarini lokalizatsiya qilishda va me’yoriy-huquqiy hujjatlarda terminlar unifikatsiyasini ta’minlash, ya’ni yagona davlat andozasini ishlab chiqish;
b) o‘zbek tili leksikografiyasida Raqamli iqtisodiyot va elektron tijorat terminlarining izohli va tarjima lug‘atlarini yaratish;

Elektron tijorat leksikasining o‘zbek tili muhitida amal qilishi bir qator lingvistik va ekstralingvistik muammolarni yuzaga keltirmoqda. Bugungi kunda raqamli platformalar va ijtimoiy tarmoqlardagi tijorat diskursida ingliz hamda rus tillaridan tayyor leksik birliklarning interpretatsiyasiz, to‘g‘ridan-to‘g‘ri kirib kelishi (masalan, *moped, kuryer, kashbek, marketplace, marketplace-diskurs, diler, target, pre-order*) va ularning tildagi leksik-semantik moslashuvi o‘rtasida kuchli nomutanosiblik ko‘zga tashlanmoqda.

Xulosa qilib aytganda, elektron savdo leksikasi sohaga oid rasmiy terminologiya bilan bir qatorda, jonli internet-muloqot materiallari (ijtimoiy tarmoqlardagi savdo kanallari va guruhlari nutqi) hisobiga ham tartibsiz boyib bormoqda. Ko‘plab xalqaro terminlarning o‘zbekcha muqobillari unifikatsiya qilinmagan bo‘lib, ular ko‘pincha kalkalash (so‘zma-so‘z tarjima qilish) yoki xato variantlarda qo‘llanilmoqda. Ushbu leksik qatlamning strukturaviy modellarini qoliplashtirish, so‘z yasash imkoniyatlarini aniqlash hamda so‘zlarning elektron

muhitdagi semantik derivatsiyasini (ma’no ko‘chishlarini) ilmiy asoslab berish kechiktirib bo‘lmas lingvistik vazifadir. Ammo hozirgi o‘zbek tilshunosligida ushbu dinamik qatlam yaxlit tizim sifatida monografik yoki tizimli-strukturaviy planda hali tadqiq etilmagan.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Crystal D. Language and the Internet. – Cambridge: Cambridge University Press, 2001. – 272 p.
2. Gatsalova L.B., Parsieva L.K. Neologisms in the digital economy discourse // International Journal of Environmental and Science Education. – 2015. – Vol. 10. – No. 4. – Pp. 541-547.
3. Yjnakova E.V. Linguistic aspects of electronic commerce: Monograph. – Moscow: Nauka, 2008. – 186 p.
4. Dadaboyev H. O‘zbek tilining ijtimoiy-siyosiy va iqtisodiy terminologiyasi. – Toshkent: Yozuvchi, 1991. – 160 b.
5. Eshonov B. O‘zbek tili savdo-sotiq leksikasining tarixiy-lingvistik tadqiqi: Filol. fan. nomz. ... diss. avtoreferati. – Toshkent, 1996. – 24 b.
6. O‘zbekiston Respublikasining “Elektron tijorat to‘g‘risida”gi Qonuni (Yangi tahriri) // Qonunchilik ma’lumotlari milliy bazasi.