

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ  
ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ

---

ФАРҒОНА ДАВЛАТ УНИВЕРСИТЕТИ

**FarDU.  
ILMIY  
XABARLAR-**

1995 йилдан нашр этилади  
Йилда 6 марта чиқади

1-2021

**НАУЧНЫЙ  
ВЕСТНИК.  
ФерГУ**

Издаётся с 1995 года  
Выходит 6 раз в год

**Муассис:** Фарғона давлат университети.

«FarDU. ILMIY XABARLAR – НАУЧНЫЙ ВЕСТНИК. ФерГУ» журналі бир йилда олти марта чоп этилади.

Журнал филология, кимё ҳамда тарих фанлари бўйича Ўзбекистон Республикаси Олий аттестация комиссиясининг докторлик диссертациялари асосий илмий натижаларини чоп этиш тавсия этилган илмий нашрлар рўйхатига киритилган.

Журналдан мақола кўчириб босилганда, манба кўрсатилиши шарт.

Ўзбекистон Республикаси Президенти Администрацияси ҳузуридаги Ахборот ва оммавий коммуникациялар агентлиги томонидан 2020 йил 2 сентябрда 1109 рақами билан рўйхатга олинган.

Муқова дизайни ва оригинал макет ФарДУ таҳририят-нашриёт бўлимида тайёрланди.

---

#### Таҳрир ҳайъати

**Бош муҳаррир**  
**Масъул муҳаррир**

МАКСУДОВ Р.Х.  
ЎРИНОВ А.А.

ФАРМОНОВ Ш. (Ўзбекистон)  
БЕЗГУЛОВА О.С. (Россия)  
РАШИДОВА С. (Ўзбекистон)  
ВАЛИ САВАШ ЙЕЛЕК. (Туркия)  
ЗАЙНОБИДДИНОВ С. (Ўзбекистон)

JEHAN SHANZADAN NAYYAR. (Япония)  
LEEDONG WOOK. (ЖанубийКорея)  
АЪЗАМОВ А. (Ўзбекистон)  
КЛАУС ХАЙНСГЕН. (Германия)  
БАХОДИРХОНОВ К. (Ўзбекистон)

ҒУЛОМОВ С.С. (Ўзбекистон)  
БЕРДЫШЕВ А.С. (Қозоғистон)  
КАРИМОВ Н.Ф. (Ўзбекистон)  
ЧЕСТМИР ШТУКА. (Словакия)  
ТОЖИБОЕВ К. (Ўзбекистон)

---

#### Таҳририят кенгаши

ҚОРАБОЕВ М. (Ўзбекистон)  
ОТАЖОНОВ С. (Ўзбекистон)  
ЎРИНОВ А.Қ. (Ўзбекистон)  
РАСУЛОВ Р. (Ўзбекистон)  
ОНАРҚУЛОВ К. (Ўзбекистон)  
ГАЗИЕВ Қ. (Ўзбекистон)  
ЮЛДАШЕВ Г. (Ўзбекистон)  
ХОМИДОВ Ғ. (Ўзбекистон)  
АСҚАРОВ И. (Ўзбекистон)  
ИБРАГИМОВ А. (Ўзбекистон)  
ИСАҒАЛИЕВ М. (Ўзбекистон)  
ҚЎЗИЕВ Р. (Ўзбекистон)  
ХИКМАТОВ Ф. (Ўзбекистон)  
АХМАДАЛИЕВ Ю. (Ўзбекистон)  
СОЛИЖОНОВ Й. (Ўзбекистон)  
МАМАЖОНОВ А. (Ўзбекистон)

ИСОҚОВ Э. (Ўзбекистон)  
ИСКАНДАРОВА Ш. (Ўзбекистон)  
МЎМИНОВ С. (Ўзбекистон)  
ЖЎРАЕВ Х. (Ўзбекистон)  
КАСИМОВ А. (Ўзбекистон)  
САБИРДИНОВ А. (Ўзбекистон)  
ХОШИМОВА Н. (Ўзбекистон)  
ҒОҒУРОВ А. (Ўзбекистон)  
АДҲАМОВ М. (Ўзбекистон)  
ХОНКЕЛДИЕВ Ш. (Ўзбекистон)  
ЭГАМБЕРДИЕВА Т. (Ўзбекистон)  
ИСОМИДДИНОВ М. (Ўзбекистон)  
УСМОНОВ Б. (Ўзбекистон)  
АШИРОВ А. (Ўзбекистон)  
МАМАТОВ М. (Ўзбекистон)  
ХАКИМОВ Н. (Ўзбекистон)  
БАРАТОВ М. (Ўзбекистон)

---

**Муҳаррирлар:** Ташматова Т.  
Жўрабоева Г.

**Мусахҳиҳлар:** Шералиева Ж.  
Мамаджонова М.

#### Таҳририят манзили:

150100, Фарғона шаҳри, Мураббийлар кўчаси, 19-уй.  
Тел.: (0373) 244-44-57. Мобил тел.: (+99891) 670-74-60  
Сайт: www.fdu.uz

---

Босишга рухсат этилди:

Қоғоз бичими: - 60×84 1/8

Босма табоғи:

Офсет босма: Офсет қоғози.

Адади: 100 нусха

Буюртма №

ФарДУ нусха кўпайтириш бўлимида чоп этилди.

**Манзил:** 150100, Фарғона ш., Мураббийлар кўчаси, 19-уй.

---

**Фарғона,**  
**2021.**

<b>У.Ҳамдамов</b>	
Истиқлол даври ўзбек романлари рамз поэтикасига чизгилар (Аҳмад Аъзамнинг “Рўё ёхуд Ғулистонга сафар” романи мисолида) .....	198
<b>О.Холматов</b>	
XX аср Ғарб прозасида “Йўқотилган авлод” муаммоси .....	202
<b>Г.Ҳайдарова</b>	
Собир Абдулла ижодида Алишер Навоий аънаналари .....	205
<b>Ҳ.Раҳматжонова</b>	
Аваз Ўтар сатирасида тадрижийлик .....	210
<b>Н.Мўминова</b>	
Халқ инонч айтимлари хусусида .....	213
<b>А.Муҳиддинов</b>	
Тилнинг генетик ва ижтимоий негизли парадигмасининг транзитивлиги .....	216
<b>Д.Юлдашева</b>	
Болалар нутқида лакуна ва унинг ифодаланиши .....	219
<b>Ҳ.Сотвалдиева</b>	
Мақоллар ва уларнинг лингвистик хусусиятлари .....	222
<b>Н.Ҳамраев</b>	
Даврий нашрларда тил тараққиётига доир илмий ёндашувлар таҳлили .....	225
<b>Ш.Асқарова</b>	
Ўзбек-немис билингвизмида интерференция ҳодисалари .....	228
<b>З.Тўйчиева</b>	
Ўзбек тилида исм танлаш масалалари .....	232
<b>Р.Ҳамдамов</b>	
Интернет-маркетинг терминларининг ўзига хос хусусиятлари ва уларни ўзбек тилида ифодалаш муаммолари .....	235
<b>Д.Исроилова</b>	
Нофилологик олий таълим муассасаларида талабаларни ўқитиш жараёнида маданиятлараро компетенцияни шакллантириш .....	238
<b>Ф.Анварова</b>	
Чет тили илк ўрганувчиларида юзага келадиган муаммоларни бартараф қилишда машқлардан фойдаланиш .....	242
	<b>ФАНИМИЗ ФИДОЙЛАРИ</b>
<b>Зулматда зиё излаган юксак салоҳият соҳиби</b> .....	245
<b>Мукаррам инсон ёди</b> .....	248
	<b>БИБЛИОГРАФИЯ</b>
<b>Библиография</b> .....	250

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ ТЕРМИНЛАРИНИНГ ЎЗИГА ХОС ХУСУСИЯТЛАРИ ВА  
УЛАРНИ ЎЗБЕК ТИЛИДА ИФОДАЛАШ МУАММОЛАРИ

ОСОБЕННОСТИ ТЕРМИНОВ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА И ПРОБЛЕМЫ ИХ  
ОТРАЖЕНИЯ В УЗБЕКСКОМ ЯЗЫКЕ

THE PECULIARITIES OF INTERNET MARKETING TERMS AND THE PROBLEMS OF  
THEIR BORROWING INTO UZBEK

Хамдамов Рамзбек<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Хамдамов Рамзбек

– Андижон давлат университети таянч докторанти

**Аннотация**

Мақола интернет-маркетинг терминологиясининг тарихи, бугунги кундаги аҳамияти, маркетинг тушунчасининг пайдо бўлиши ва ривожланишини ёритади. Ундан ташқари, тилшуносликдаги термин тушунчасининг моҳияти, унинг бошқа лексик бирликлардан фарқи ва морфологик тузилиши ўрганилади. Шунингдек, ўзбек тилига жадаллик билан кириб келаётган терминларнинг стандартлаштиришдаги муаммолари ҳақида сўз боради.

**Аннотация**

Статья помогает разобраться в истории терминологии интернет-маркетинга, ее современном значении, возникновении и развитии концепции маркетинга. Кроме того, рассматривается сущность понятия термин в лингвистике, его морфологическая структура и отличия от других лексических единиц. Также говорится о проблемах стандартизации терминов, заимствованных узбекским языком.

**Annotation**

The article helps to understand the history of Internet marketing terminology, its modern meaning, the emergence and development of the concept of marketing. In addition, the essence of the concept of a term in linguistics, its morphological structure and differences from other lexical units are considered. It also presents the information about the problems of standardization of terms that are borrowed into the Uzbek language.

**Таянч сўз ва иборалар:** интернет, термин, терминология, маркетинг, тушунча, ўқув луғати, фан-техника, ўзлашиш.

**Ключевые слова и выражения:** интернет, термин, терминология, маркетинг, понятие, учебный словарь, наука и техника, заимствование.

**Keywords and expressions:** internet, term, terminology, marketing, notion, dictionary, science and technology, borrowing.

Фан-техника ривожини замонавий терминларсиз тасаввур қилиб бўлмайди. Бошқачароқ қилиб айтсак, бирор бир фан соҳаси йўқки, улар терминларсиз чуқур ўрганилса. Бунинг яққол мисоли сифатида соҳалардаги терминларнинг кўламини, уларнинг ўзига хос хусусиятларини таъкидлашни ўзи кифоя қилади.

Ҳозирги кунда ҳеч бир фаолият турини, хоҳ у қишлоқ хўжалиги бўлсин, хоҳ у археология бўлсин, замонавий компьютер технологияларисиз тасаввур қилиш мушкул. Компьютер технологияси билан бир қаторда ҳаётимизга жадаллик билан интернет кириб кела бошлади. Айниқса, охириги йилларда бутун жаҳон халқлари пандемия шароитида яшаркан, интернет ва компьютер технологияларининг аҳамияти яна-да ошди. Жумладан, электрон савдо ҳажми йилдан йилга ошиб бормоқда. Дунё бўйлаб интернет орқали амалга оширилган савдо айланма

ҳажми 2012 йилда 1 триллион доллар бўлган бўлса, 2021 йилга келиб ушбу рақам 4.88 триллион долларга етиши кутилмоқда [1].

Бундай тезлик билан ривожланаётган соҳада, яъни интернет-маркетинг соҳасида, янги термин ва тушунчаларнинг пайдо бўлиши табиий ҳолат саналади. Шундай экан, термин тушунчаси ва терминология соҳаси лингвистиканинг энг долзарб масалаларидан бири бўлиб қолмоқда. Масалани чуқурроқ ўрганишдан олдин интернет маркетинг тарихи борасида қисқа тушунча бериб ўтишни лозим, деб топдик.

Маркет сўзининг тарихи узоқ ўтмишга бориб тақалади. XII асрда инглизча лексик бирлик бўлмиш *market* куйидаги маъноларда ишлатилган: 1) одамларнинг савдо-сотик учун учрашуви (a meeting together of people for the purpose of trade by private purchase and sale); 2) шундай учрашув учун тўпланган одамлар (the people assembled at such a meeting) [3].

1561 йилда инглиз тилида биринчи мартаба “бозорда сотиш ва сотиб олиш ҳаракати ёки жараёни (the act or process of selling or purchasing in a market)” деган маънони берувчи *marketing* сўзи пайдо бўлди. Бу дегани биринчи мартаба *marketing* сўзи воситасида абстракт тушунча пайдо бўлди [3].

Маркетинг атамаси истеъмомга XIX асрнинг 60-йилларида Макковерн томонидан киритилган. Маркетинг назарий концепция ва тижорат фаолиятининг ўзига хос ҳодисаси тарзида XX аср бошларида Америка Қўшма Штатларида илк бор қўлланилди. Ишлаб чиқариш ва капиталнинг юксак даражада тўпланиши, иқтисодиёт тармоқларида монополиялар ҳукмронлигининг, халқаро бозорда кескин рақобатнинг вужудга келиши маҳсулот сотиш муаммосини объектив тарзда биринчи ўринга чиқарди. 1908-йилда АҚШда маркетинг муаммоларини ўрганадиган биринчи ихтисослашган фирма пайдо бўлди. 1911йилда эса ўша даврдаги бир қатор йирик компаниялар тижорат тадқиқотлари билан шуғулланадиган дастлабки бўлимларни очди. Компаниялар ҳузурида бозорни ўрганиш, реклама, харидорларга хизмат кўрсатиш ва бошқаришнинг бошқа вазифалари билан шуғулланадиган маркетинг бўлимлари таъсис этила бошланди. 1931-йилда Америка Маркетинг жамияти, 1937 йилда эса Америка Маркетинг миллий уюшмаси тузилди. XX асрнинг 50–60-йилларида халқаро Маркетинг федерацияси, жамоатчилик фикри ҳамда маркетинг бўйича Европа жамияти ва Европа маркетинг академияси каби халқаро маркетинг ташкилотлари тузилди [2].

Маркетинг ривожланишининг янги босқичи сифатида 1990 йиллардан бошлаб интернетнинг кенг миқёсда тарқалиши билан боғлиқ. 1990 йилгача АҚШда Миллий илмий фонд томонидан интернетдан тижорий мақсадда фойдаланишга тақиқ қўйилган эди. 1990 йилларнинг бошларида тақиқ ечилгач, бу соҳа ривожланиб кетди ва ҳозирда кўплаб янги тушунча ва терминлар кириб келмоқда.

Ҳозирги кунда АҚШ, Британия, Германия ва Россия каби давлатларда интернет-маркетинг анчайин ривожланган бўлишига қарамай, у Ўзбекистонга кириб келаётган янги соҳалардан биридир. Унинг терминологиясини функционал-семантик, структуравий ва лексикографик томондан ўрганиш долзарблигича қолмоқда.

Терминлар ўзбек тили лексикасининг ажралмас қисми бўлиб улгурган. Уларнинг келиб чиқишига кўра, уларни ўзбек тилида икки

катта гуруҳга бўлишимиз мумкин. *Ўз қатлам терминлари*: ўзбек тили имкониятларидан келиб чиққан ҳолда янги тушунчаларни ифода этиш учун ясалган ёки калька усулида таржима қилинган терминлар. Масалан, *сичқонча*, *туғма*, *хотира* ва ҳ.к. *Ўзлашган қатлам терминлари*: бошқа тиллардан тўғридан-тўғри ёки воситачи (кўпинча рус тили) тил орқали кириб келган тушунчаларни ифодаловчи терминлар. Масалан *bitcoin*, *webmarketing* ва ҳ.к.

Терминларнинг функционал вазифалари аниқ бўлиб, у умумистеъмом сўзлардан ўзининг махсус тушунчаларни ифодалаши билан ажралиб туради. Терминларнинг функционал концепциясига таъриф берар экан, И.В.Скутаров шундай дейди: “Термин – бу, содда ёки мураккаб лексик-семантик бирлик ўлароқ, маълум бир соҳага тегишли махсус тушунчаларни билдириб келиш вазифасини бажаради” [4]. Демак, терминнинг энг асосий вазифаси номинатив (аташ) функциясини бажаришдир.

Семантик жиҳатдан терминлар умумистеъмом сўзлардан фарқли ўлароқ, ҳар бир янги термин фақатгина битта тушунчани ифодалайди. Термин тилнинг лексик тизимининг бир қисми ҳисобланади, аммо унга конкрет бўлган терминологик тизим орқали кириб боради ва шу йўсинда терминологик тизимлар ҳосил қилинади.

Шунингдек, терминлар стилистик жиҳатдан нейтрал бўлиб, аксарият ҳолларда ҳиссий бўёқдорликка эга эмас. Терминларнинг коннотацияга эга эмаслиги уларнинг асосан махсус контекстда қўлланилиши билан изоҳлаш мумкин. Аммо В.Н.Прохорованинг таъкидлашича, “терминологик тизимни коннотациядан тозалаш” уни мутлақ услубий нейтралликка олиб бормади. Метафорик усулда ясалган ҳамда терминларгагина хос бўлган коннотациянинг мавжудлиги терминнинг объектига қараб ҳиссий бўёқдорликни ифода этиши мумкин [5]. Бизнинг фикримизча, махсус тушунчаларни ифодалаб келувчи терминларнинг бўёқдорлиги бўлмайди, чунки у фақатгина аниқ бир тушунчани ифодалаб келади, шунингдек, термин синоним, омоним ва антонимлик муносабатларга киришмаганлиги учун умумистеъмом сўзларига хос бўлган коннотациядан ҳоли лексик birlikдир.

Аммо шуни таъкидлаш кераки, бир термин турли соҳаларда ҳар хил тушунчаларни билдириши мумкин. Масалан, компьютернинг клавиатураси ва пианинонинг

клавиатураси умуман бошқа-бошқа тушунчаларни ифодалаб келади ва шунинг учун улар полисемик муносабатга киришадилар.

Ҳозирги кунда инглиз тили халқаро тил сифатида жаҳон илм-фанида энг кўп қўлланиладиган тил бўлиб улгурган. Унинг натижасида янги пайдо бўлаётган тушунчаларнинг терминлари айнан инглиз тилида яратилмоқда, натижада нафақат ўзбек тилида, балки бутун дунёдаги бошқа тилларда пайдо бўлаётган терминологияларнинг асосий қисми инглиз тилидан ўзлашмоқда. Инглиз тилида эса терминлар турли йўллар билан ҳосил қилинади. Уларнинг асосий турлари билан танишиб чиқишни лозим топдик.

Уларнинг ичида энг кенг тарқалгани суффиксал усулда ясалганидир. Энг кенг тарқалгани - **ing** қўшимчаси бўлиб, феълдан от ясашда қўлланилади. Ўзбек тилига ҳам бир неча термин кириб келишга улгурди. Масалан, *marketing, billing*.

Кейинги кенг қўлланиладиган суффикс – **ion (tion, ation)** бўлиб, у ўзбек тилига рус тили орқали кириб келмоқда, шунинг учун ҳам русча характерга эгадир. Масалан: *глобализация, автоматизация, ратификация* ва ҳ.к.

Термин ясалишининг кейинги усули эса префикс орқали ясалгани. Инглиз тилидаги **cyber-** префикси ўзбек тилига рус тили орқали ўзлашгани учун русча талаффузга эгадир. Масалан, *кибернетика, киберўйинлар*. Ундан ташқари **multi-, macro-, micro-, re-, de-, anti-** каби суффикслар ёрдамида ясалган терминлар ҳам фаол тарзда кириб келмоқда.

Терминларнинг навбатдаги ясалиш усули парасинтез ёрдамидадир. Унда ҳам префикс, ҳам суффикс қўлланилади. Масалан, **kovorking, outsorsing**.

Баъзи терминлар полилексемали, яъни икки ва ундан ортиқ сўзлардан иборат бўлади. Бундай терминлар ҳосил булишига кўра қуйидаги уч гуруҳга ажратилади:

1. График терминлар – ўртасида чизиқча билан ёзиладиганлан: **cost-effective**

2. Семантик терминлар – бутун маъно касб этадиган терминлар: **copywriting**

3. Структуравий терминлар – икки сўзнинг бирлашишидан ташкил топган –**smog (smoke+fog)**

Янги терминларнинг шиддат билан ўзбек тилига ўзлашиши уларни луғат таркибидаги ўрнини аниқлаш муаммосини ҳам келтириб чиқармоқда. Ҳозиргача айрим терминлар, айниқса интернет-маркетинг билан боғлиқ бўлган терминлар тартибга солинмаган. Шунинг учун ҳам уларнинг қўлланилишида бир қатор тушунмовчиликлар юзага келмоқда. Уларнинг орфографик қабул қилиниши фонетик усулга ёки морфологик усулда асосланиб қабул қилиниши бўйича ҳалигача аниқ тўхтамга келингани йўқ. Мисол учун, қуйидаги сўзлар ўзбек тилида турли хил кўринишда қўлланилиб келиняпти:

**Online – onlayn**

**Co-working – kovorking**

**Xbet – iksbet**

**Website - vebsayt**

**Handbol – gandbol**

Бундай мисолларни кундалик ҳаётимизда кўплаб учратишимиз мумкин. Натижада, жонли тил адабий тилдан узоқлашиб бораверади. Бундан ташқари, инглиз тилидаги “**c**” ҳамда “**w**” ҳарфларининг ўзбекча эквиваленти мавжуд эмас. Уларни транслитерация қилишда аниқ бир тўхтамга келинган эмас.

Юқоридаги муаммолар ўзбек тилида янгитдан пайдо бўлиб келаётган тушунчаларни ифодаловчи терминларни стандартлаштириш, унификация қилиш нақадар долзарб эканлигини кўрсатиб турибди.

Интернет-маркетинг терминларининг ўқув луғатини тузиш янгитдан пайдо бўлаётган терминларни бир жойга жамлаш тилимизнинг тартибга солишда муҳим омил бўлиб хизмат қилади, деб ўйлаймиз.

#### Адабиётлар:

1. <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/>
2. Ўзбекистон миллий энциклопедияси. Давлат илмий нашриёти. –Т., 2003 й.
3. Беззатеева, Э.Г.Особенности английской терминологии маркетинга и их социолингвистическая обусловленность: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Беззатеева Эвелина Гайковна. – Омск, 2006.
4. Скуратов, И.В.Типологическая характеристика неологизмов в современном разговорном и деловом французском языке: лингвистический и социолингвистический аспекты: дис... д-ра филол. наук: 10.02.19 / Скуратов Игорь Владимирович. – М., 2006.
5. Прохорова, В. Н. Русская терминология (лексико-семантическое образование) / В. Н. Прохорова. – М.: Филологический факультет МГУ, 1996.

(Тақризчи: Ш.Искандарова – филология фанлари доктори, профессор)