



INGLIZ TILI VA IJTIMOYIY TARMOQLAR

O‘razimbetova Lobar

Samarqand davlat chet tillari instituti

Ilmiy rahbar: Zubaydova Nilufar

Anotatsiya: Bu hujjat hozirgi kunda ingliz tili va ijtimoiy tarmoqlar va ijtimoiy rivojlanish o‘rtasidagi bog‘liqliklar haqida malumot berish va ko‘rsatib o‘tishga qaratilgan. Hammaga ma‘lumki hozirgi kunda ijtimoiy tarmoqlar glabellashmoqda va insonlarning hayotlari ularga uzviy tarzda bog‘liq hisoblanadi. Quyidagi maqolada men bu ikki holatning bog‘liqliklar va boshqa malumotlarni berib o‘taman.

Kalit so‘zlar: Ijtimoiy platformalari, instagram, Heshtegtar, ingliz tili global aloqa vositasi, ijtimoiy tarmoqlarda brendlar savdosi va tilning aloqadorligi, foydalanuvchilar, ijtimoiy muloqot.

“Ijtimoiy tarmoqlar va ingliz tili” bu ikkala termini hozirgi kunda deyarli hamma joyda kuzatish mumkin bo‘lib qolgan. Ayni hozirgi paytda ingliz tili bu dunyo bo‘yicha asosiy so‘zlashuv tili bo‘lib hisoblansa, ijtimoiy tarmoqlar bu eng ko‘p foydalanuvchilar ega bo‘lgan asosiy ma‘lumotlar va asosiy baza bo‘lib hisoblanadi. Ta‘kidlash joizki, mazkur ikkala global mavzular ham bir biriga uzviy tarzda bog‘liq hisoblanadi. Hozirda ingliz tili ijtimoiy tarmoqlarda global aloqa vositasi sifatida beqiyos rol o‘ynamoqda. Ijtimoiy platformalar – Twitter, Instagram, TikTok, Facebook va boshqa ko‘plab tarmoqlar – har kuni millionlab foydalanuvchilarni birlashtiradi, ularning aksariyati ingliz tilidan asosiy aloqa tili sifatida foydalanadi. Ingliz tilining xalqaro tarqalishi uni global internet madaniyatining ajralmas qismiga aylantirgan. Quyida siz ingliz tilining ijtimoiy tarmoqlardagi o‘rni va uning madaniy fenomen sifatidagi ta‘sirini o‘rganishni boshlaysiz. Maqola davomida, bu tilning ijtimoiy muloqotda qanday kuchli vosita bo‘lib qolganini va uning global auditoriyalarni birlashtirishda qanday xizmat qilayotganini chuqurroq tahlil qilish mumkin.

Ijtimoiy tarmoqlarda ingliz tilining keng qo‘llanilishi, avvalo, platformalarning Amerika va Britaniya kelib chiqishiga bog‘liq. Ko‘p hollarda bu platformalar dastlab ingliz tilida ishga tushirilgan va keyinchalik boshqa tillarga moslashtirilgan. Shu sababli, ingliz tili onlayn trendlarni yaratishda va virusli kontent tarqatishda muhim omilga aylangan. Hashtaglar, memlar va qisqartmalar

kabi ko‘plab inglizcha so‘zlar va iboralar butun dunyoda ma’no jihatidan tushunarli bo‘lib qoldi, hatto ingliz tilini yaxshi bilmaydigan foydalanuvchilar uchun ham.

Bundan tashqari, ingliz tilining xalqaro tildagi o‘rni ijtimoiy tarmoqlarda global brendlar va yirik kompaniyalar uchun ham foydali bo‘lmoqda. Ular o‘z auditoriyalariga bir xil til orqali murojaat qilib, butun dunyo bo‘ylab mijozlar bilan samarali muloqot qilish imkoniga ega bo‘lmoqda. Shu bilan birga, ijtimoiy tarmoqlarda ingliz tilining rivoji tilga yangi ifodalar, qisqartmalar va slenglarni qo‘shib, uni yanada dinamik qilmoqda.

Ijtimoiy tarmoqlar trendlarni yaratishda va ularni dunyo bo‘ylab tarqatishda muhim rol o‘ynaydi. Ingliz tilidagi hashtaglar, memlar va qisqartmalar xalqaro miqyosda tarqaladi va ko‘pincha boshqa tillarga tarjima qilinmasdan ham tushunarli bo‘ladi. Masalan, #TBT (“Throwback Thursday”) yoki #FOMO (“Fear of Missing Out”) kabi qisqartmalar global onlayn suhbatlarning ajralmas qismiga aylangan. Bu ingliz tilining xalqaro internet madaniyatida muhim o‘rin tutishini ko‘rsatadi.

Katta katta xalqaro kompaniyalar va brendlar ijtimoiy tarmoqlar orqali ingliz tilidan keng foydalanadi, chunki bu til ular uchun keng auditoriyaga chiqish imkonini beradi. Ko‘p millatli korporatsiyalar, masalan, Nike, Coca-Cola yoki Apple, ijtimoiy tarmoqlardagi aksiyalarini ingliz tilida olib boradi va global kompaniyalarini yaratishda asosiy til sifatida uni ishlatadi. Ingliz tilining xalqaro maydonda qabul qilinganligi bu kompaniyalarga mahsulotlarini keng miqyosda tanitishga yordam beradi.

Qolaversa, mavzu zamonaviy aloqa va raqamli madaniyatni o‘rganishda dolzarb yo‘nalishlardan biri bo‘lib, bu tildagi o‘zgarishlarni va ijtimoiy tarmoq muhitidagi uning ta‘sirini chuqurroq tushunishga yordam beradi.

Ingliz tilining ijtimoiy tarmoqlardagi rolga keladigan bo‘lsak bugungi kunda 4,5 milliarddan ortiq ijtimoiy tarmoq foydalanuvchilarining katta qismi, ayniqsa xalqaro muloqotda, ingliz tilidan foydalanadi. Dunyo bo‘ylab, ko‘pgina foydalanuvchilar ingliz tilini ikkinchi til sifatida o‘rganib, onlayn platformalarda muloqot qilishda foydalanmoqda. Xususan, Twitter, Facebook, Instagram, YouTube va TikTok kabi global platformalarda aksariyat kontent ingliz tilida yaratilgan.

Bundan tashqari, ingliz tili ijtimoiy tarmoqlarda muloqot qilish imkoniyatini kengaytiradi va har qanday shaxsga, tilidan qat’i nazar, dunyodagi boshqalar bilan aloqa qilishga imkon beradi. Bu tillararo ko‘prik bo‘lib xizmat qiladi, chunki foydalanuvchilar turli millat va madaniyat vakillari bilan o‘zaro aloqada bo‘lishlari uchun odatda ingliz tilidan foydalanadilar.

Xulosa qilib aytish mumkinki, ingliz tili va ijtimoiy tarmoqlar har ikkalasi ham jamiyat uchun juda har kerakli narsalar hisoblanadi. Ijtimoiy tarmoqlar har jihatdan ham ingliz tili rivoji uchun katta hissa qo‘shmoqda va bir orqali ko‘plab odamlar foyda ko‘rmoqdalar bular, xususan katta katta brendlar hisoblanadi. Bundan tashqari til ham ijtimoiy zonalar ommalashishi uchun o‘z hissasini qo‘shmoqda va davlatlar o‘rtasidagi do‘stona munosabatlarni saqlab turibdi. Bir so‘z bilan aytganda bu ikki mavzu ham bir biriga bog‘liq va bir birini to‘ldirib turadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

1. Crystal, D. English as a Global Language. Cambridge University Press, 1997. 212 pages.
2. Kaplan, A. M., Haenlein, M. Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. Business Horizons, 2010. 59 pages.
3. Boyd, D. M., Ellison, N. B. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication, 2007. 39 pages.
4. N. N Zubaydova "The Role Of Country Studies In Teaching English". Theoretical & Applied Science, 310-312, 2020
5. Thurlow, C., Lengel, L., Tomic, A. Computer Mediated Communication: Social Interaction and the Internet. SAGE Publications, 2004. 312 pages.
6. Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., Silvestre, B. S. Social Media? Get Serious! Understanding the Functional Building Blocks of Social Media. Business Horizons, 2011. 39 pages.
7. Shokhista, R. (2023). The Significance Of Emphasizing Communicative Competence As The Foundation For Teaching Listening And Speaking Skills Rustamova Shokhista Sharifovna. International Journal of Contemporary Scientific and Technical Research, 25-28.
8. Rustamova, S. S. (2023, January). The Importance Of Speaking Activities In Teaching English. In International Conferences (Vol. 1, No. 1, pp. 357-361).
9. Sharifovna, R. S. (2022). Teaching Spoken English To Upper Class Pupils. Confrencea, 6(6), 87-89.
10. Sharifovna, R. S. (2022). Class Size And The Learning-Teaching Process In Upper Classes. Journal of new century innovations, 14(1), 86-98.
11. Sharipovna, R. S. Peculiarities Of Teaching English In Secondary Schools In Uzbekistan. International Journal of Innovations in Engineering Research and Technology, (2), 1-5.



12. Suleymanova, N. M. (2020). On The Nominative Nature Of The Sentence. *Theoretical & Applied Science*, (4), 307-309.
13. Сулейманова, Н. М. (2017). Номинативный аспект речевого процесса. In *Humanities and Social Sciences in Europe: Achievements and Perspectives* (pp. 76-82).
14. Suleymanova, N. M., & Idiyev, A. R. O. G. L. (2021). Gapping Nominativ Aspekti Va Uning Kommunikativ Jarayoni Haqida. *Academic research in educational sciences*, 2(12), 805-809.
15. Сулейманова, Н. М., & Абдуллаева, Л. Т. (2017). Имманентный характер синергетических свойств единиц языковой системы. In *Инновации В Современном Языковом Образовании* (pp. 61-65).
16. Ikrambayevna, S. D. (2024). Classification of Functions of Communicative Strategy and Tactics in Political Communication. *Miasto Przyszłości*, 50, 548-553.
17. Sattarova, D. (2024). Siyosiy Muloqotning Pragmatik Aspektlari. *Tamaddun Nuri Jurnal*, 5(56), 380-383.
18. Axmedova, D., & Zarmaskhonov, S. (2024, February). Exploring Global Perspectives In Language Teaching And Learning. In *Conference Proceedings: Fostering Your Research Spirit* (pp. 205-207).
19. Sattarova, D. (2024, January). Siyosiy Notiqlikning Milliy Madaniy Va Lisoniy Tahlili (O'zbekiston Respublikasi Birinchi Prezidenti Ia Karimov Nutqlari Asosida). In *Международная конференция академических наук* (Vol. 3, No. 1, pp. 5-7).
20. Makhmudova, G. N., & Gulomova, N. F. (2023). Unlocking the potential of the digital econ-omy in the EAEU countries: identifying and overcoming obstacles. *π-Economy*, 16 (4), 7–25. DOI: <https://doi.org/10.18721/JE.16401>.
21. Sattarova, D. (2023). Kommunikativ Diskursning Tadqiqot Ob'yekti. *Молодые ученые*, 1(22), 41-43.
22. Ikramboyevna, A. D., & Ikramboyevna, S. D. (2023). The Ways of Forming Secondary Nomination in Uzbek Language and Its Impact on Linguistics.