

INGLIZ VA O‘ZBEK RAQAMLI MULOQOTIDA KOD ALMASHISHNING
MOTIVLARI

Xudayberdieva Zarrinabonu Zafar qizi,

Mirzo Ulug‘bek nomidagi O‘zbekiston Milliy universiteti

2- kurs tayanch doktoranti,

E-mail: khudayberdievaz@gmail.com

ORCID: 0009-0007-1036-7999

Annotatsiya. Mazkur maqolada ingliz va o‘zbek raqamli muloqotida kod-almashish hodisasining asosiy motivlari sotsiolingvistik nuqtai nazardan tahlil qilinadi. Tadqiqot Telegram va Instagram platformalaridan olingan empirik materiallar asosida amalga oshirildi. Natijalar kod-almashishning pragmatik, professional, identitetga oid va kognitiv omillar bilan shartlanganligini ko‘rsatdi. Inglizcha birliklarning o‘zbek nutqiga integratsiyasi raqamli diskursda global va texnologik ta‘sirning kuchayib borayotganini tasdiqlaydi.

Kalit so‘zlar: Kod-almashish, raqamli diskurs, bilingvalizm, identitet, pragmatik motiv, ingliz tili.

Abstract. This article examines the main motivations of code-switching in English–Uzbek digital communication from a sociolinguistic perspective. The study is based on empirical data collected from Telegram and Instagram platforms. The findings indicate that code-switching is conditioned by pragmatic, professional, identity-related, and cognitive factors. The integration of English elements into Uzbek digital discourse reflects the growing impact of globalization and technological domains.

Keywords: Code-switching, digital discourse, bilingualism, identity, pragmatic motivation, English language.

Аннотация. В статье анализируются основные мотивы код-переключения в англо-узбекской цифровой коммуникации с социолингвистической точки зрения. Исследование основано на эмпирических данных, полученных из платформ Telegram и Instagram. Результаты показывают, что код-переключение обусловлено прагматическими, профессиональными, идентификационными и когнитивными факторами. Интеграция английских элементов в узбекский цифровой дискурс отражает усиливающееся влияние глобализации и технологической сферы.

Ключевые слова: Код-переключение, цифровой дискурс, билингвизм, идентичность, прагматический мотив, английский язык.

Kirish. So‘nggi o‘n yilliklarda raqamli kommunikatsiya insonlararo muloqotning yetakchi shakliga aylandi. Ijtimoiy tarmoqlar va messenjerlar tilning nafaqat yangi qo‘llanish maydonini, balki yangi sotsiolingvistik hodisalarni ham yuzaga keltirdi. Ana shunday hodisalardan biri — kod-almashish (code-switching) — ko‘p tilli muhitda ayniqsa faol namoyon bo‘lmoqda.

An‘anaviy sotsiolingvistik tadqiqotlarda kod-almashish bilingval nutqning tabiiy xususiyati sifatida talqin qilingan. Germaniyalik sotsiolingvist Peter Auer kod-almashishni interaktsion jarayonda kontekstual signal sifatida izohlaydi [1. C.67]. Uning fikricha, til tanlovi suhbatning ijtimoiy ma‘nosini shakllantiradi va diskursning strukturaviy tashkil etilishiga bevosita ta‘sir ko‘rsatadi.

Kanadalik tilshunos Shana Poplack kod-almashishni strukturaviy mezonlar asosida tasniflab, uning grammatik cheklovlarini aniqlashga e‘tibor qaratgan [2. C.185]. U intrasentensial va intersentensial almashuvni farqlab, kod-almashishning lingvistik integratsiya darajasini ko‘rsatadi.

So‘nggi yillarda translanguaging nazariyasi ham kod-almashish hodisasiga yangi yondashuvni taklif etdi. Li Wei ko‘p tillilikni alohida til tizimlari yig‘indisi emas, balki yagona lingvistik repertuar sifatida talqin qiladi [3.C.25]. Bu yondashuvga ko‘ra, kod-almashish qat‘iy chegaralangan til almashinuvi emas, balki ma‘no yaratishning dinamik va kontekstga bog‘liq strategiyasidir.

Biroq mavjud tadqiqotlarning aksariyati yuzma-yuz nutq yoki an‘anaviy bilingval muhitga qaratilgan bo‘lib, ingliz va o‘zbek tillari o‘rtasidagi kod-almashishning aynan raqamli diskursdagi motivlari yetarlicha tizimli o‘rganilmagan. O‘zbekiston sharoitida ingliz tili texnologik, professional va global kommunikatsiya vositasi sifatida faol ishlatilmoqda. Natijada Telegram, Instagram va boshqa platformalarda inglizcha elementlarning o‘zbek nutqiga integratsiyasi kuchaymoqda.

Mazkur tadqiqotning maqsadi — ingliz va o‘zbek raqamli muloqotida kod-almashishning asosiy motivlarini aniqlash va ularni sotsiolingvistik nuqtai nazardan tahlil qilishdir.

Tadqiqot quyidagi savollarga javob izlaydi:

- Ingliz–o‘zbek raqamli muloqotida kod-almashishga qanday motivlar sabab bo‘ladi?
- Ushbu motivlar pragmatik, identitetga oid va kognitiv omillar bilan qanday bog‘liq?
- Kod-almashish yosh va professional guruhlarda qanday farqlanadi?

Mazkur tadqiqot kod-almashishni strukturaviy hodisa sifatida emas, balki raqamli diskursda identitet qurish, status namoyishi va kommunikativ samaradorlikni ta‘minlash vositasi sifatida talqin qiladi.

Metodologiya. Mazkur tadqiqot ingliz va o‘zbek raqamli muloqotida kod-almashish motivlarini aniqlash hamda ularni sotsiolingvistik nuqtai nazardan tahlil qilishga qaratilgan. Tadqiqot aralash metodologiya (mixed-methods approach) asosida olib borildi bo‘lib, unda sifat (qualitative) va miqdoriy (quantitative) tahlil usullari integratsiyalashgan holda qo‘llanildi.

Tadqiqot materiali sifatida Telegram messenjeri hamda Instagram ijtimoiy tarmog‘idagi ochiq guruhlar va kommentlar bo‘limlaridan olingan real raqamli diskurs namunalari tanlab olindi. Ma‘lumotlar 2025-yilda 3 oy davomida yig‘ildi. Umumiy korpus hajmi 1 500 ta post va izoh birligidan iborat bo‘lib, ulardan 420 tasida inglizcha elementlar ishtirok etgan kod-almashish holatlari aniqlangan.

Tadqiqotning nazariy-metodologik asosini sotsiolingvistik interaksion yondashuv tashkil etadi. Xususan, kod-almashishning diskursiv funksiyalarini aniqlashda Peter Auerning interaksion modeli asos qilib olindi[4. C377]. Strukturaviy tasniflashda esa Shana Poplack tomonidan ishlab chiqilgan intrasentensial va intersentensial kod-almashish mezonlariga tayandik [5. C.581].

Bundan tashqari, kod-almashish motivlarini aniqlashda translanguaging nazariyasi elementlari ham qo‘llanildi. Ushbu yondashuv ko‘p tilli so‘zlovchining yagona lingvistik repertuaridan strategik foydalanishini tushuntirish imkonini beradi.

Empirik tahlil quyidagi bosqichlarda amalga oshirildi:

1. Ma’lumotlarni yig‘ish va saralash – ochiq raqamli platformalardan lingvistik birliklarni tanlab olish;
2. Strukturaviy kodlash – kod-almashish holatlarini intrasentensial, intersentensial va tag-switching turlariga ajratish;
3. Funktsional tasniflash – kod-almashishning pragmatik, identitetga oid, ekspressiv va kognitiv motivlarini aniqlash;
4. Statistik tahlil – kod-almashish chastotasi va motivlar o‘rtasidagi nisbatni foiz ko‘rsatkichlarida hisoblash.

Etik tamoyillarga muvofiq, barcha foydalanuvchi nomlari anonimlashtirildi hamda shaxsiy ma’lumotlar oshkor qilinmadi.

Mazkur metodologik yondashuv ingliz–o‘zbek raqamli diskursida kod-almashishning nafaqat strukturaviy, balki ijtimoiy-motivatsion jihatlarini ham kompleks tarzda tahlil qilish imkonini berdi.

Tadqiqot natijalari ingliz va o‘zbek raqamli muloqotida kod-almashishning faol va tizimli hodisa ekanligini ko‘rsatdi. Tahlil qilingan 1500 ta post va izoh birligidan 420 tasida (28%) inglizcha elementlar ishtirok etgan kod-almashish holatlari aniqlandi. Bu ko‘rsatkich raqamli diskursda ingliz tilining sezilarli darajada integratsiyalashganligini tasdiqlaydi.

1. Strukturaviy taqsimot

Kod-almashishning strukturaviy turlari quyidagicha taqsimlandi:

- **Intrasentensial kod-almashish** – 247 holat (58,8%)
- **Intersentensial kod-almashish** – 119 holat (28,3%)
- **Tag-switching** – 54 holat (12,9%)

Natijalar shuni ko‘rsatadiki, intrasentensial kod-almashish ustunlik qiladi. Bu holat inglizcha birliklarning o‘zbek gap strukturasi grammatik va leksik jihatdan integratsiyalashganini anglatadi. Masalan, “*meetingni ertaga confirm qilamiz*”, “*deadline yaqinlashyapti*” “*menda disciplinni o‘ldiradigan motivlar ko‘p*”, “*rahmat sizlarga, barchangizga keyingi giveawaylarda yutish nasib qilsin*”, “*ha, bildik, premiumiz bor ekan*” kabi konstruktsiyalar inglizcha terminlarning morfologik moslashuvi orqali amalga oshirilgan.

Intersentensial almashuv ko‘proq mavzu o‘zgarishi yoki diskursiv urg‘u berish vaziyatlarida kuzatildi. Masalan, “*I love summer. Lekin ob havo juda tez isib ketishini xohlamiyman*”, “*reduce bread significantly. Ammo bu eng qiyini bo‘lsa kerak biz o‘zbeklar uchun*”, “*siz uddalay olasiz. I believe you*”, “*maslahatiz uchun Rahmat. I will*

try". Tag-switching esa asosan pragmatik markerlar (*ok, by the way, anyway, sorry, be quick, not now*) orqali namoyon bo'ldi.

2. Motivlar bo'yicha funksional tahlil

Kod-almashish motivlari funksional jihatdan quyidagi toifalarga ajratildi:

- **Pragmatik motivlar** – 132 holat (31,4%)
- **Professional/terminologik zarurat** – 108 holat (25,7%)
- **Identitet va status namoyishi** – 89 holat (21,2%)
- **Kognitiv qulaylik (qisqalik, aniqlik)** – 61 holat (14,5%)
- **Ekspressiv-emotsional motivlar** – 30 holat (7,2%)

Eng yuqori ko'rsatkich pragmatik motivlarga to'g'ri keldi. Bu holatda inglizcha birliklar diskursni boshqarish, urg'u berish yoki auditoriya e'tiborini jalb qilish maqsadida ishlatilgan.

Professional motivlar, ayniqsa IT va marketing sohasiga oid postlarda ustunlik qildi (*startup, target, content, update, feedback, document, file, share, giveaway* va boshqalar). Bu natija ingliz tilining texnologik va biznes domen bilan mustahkam bog'liqligini ko'rsatadi.

Identitetga oid motivlar asosan yosh auditoriya postlarida kuzatildi. Inglizcha elementlardan foydalanish global madaniyatga yaqinlik va zamonaviylik belgisi sifatida namoyon bo'ldi.

3. Yosh va ijtimoiy guruhlar kesimida farqlar

Tahlil shuni ko'rsatdiki:

- 18–30 yosh guruhida kod-almashish chastotasi 34% ni tashkil etdi.
- 30 yoshdan yuqori guruhda esa bu ko'rsatkich 17% atrofida bo'ldi.

Yosh guruhlarida intrasentensial almashuv ustun bo'lsa, katta yoshdagi foydalanuvchilarda intersentensial almashuv ko'proq kuzatildi. Bu holat yosh bilingvallarning ingliz tilini lingvistik repertuarga faol integratsiya qilganini ko'rsatadi.

4. Platformalar o'rtasidagi farq

Telegram guruhlarida professional va terminologik motivlar ustunlik qilgan bo'lsa, Instagram kommentlarida identitet va ekspressiv motivlar ko'proq namoyon bo'ldi. Bu platformalarning kommunikativ funksiyasi bilan bevosita bog'liqdir: Telegram ko'proq axborot va professional muloqot maydoni bo'lsa, Instagram ijtimoiy identitet va imij qurishga yo'naltirilgan platforma sifatida namoyon bo'ladi.

Umumiy natija. Natijalar ingliz–o'zbek raqamli diskursida kod-almashish tasodifiy hodisa emasligini, balki ijtimoiy, pragmatik va kognitiv omillar bilan shartlangan tizimli kommunikativ strategiya ekanligini ko'rsatdi. Strukturaviy jihatdan yuqori integratsiya darajasi esa ingliz tilining raqamli muhitda funksional ahamiyati ortib borayotganini tasdiqlaydi.

Muhokama. Mazkur tadqiqot natijalari ingliz va o'zbek raqamli muloqotida kod-almashish tizimli va ijtimoiy jihatdan motivatsiyalangan hodisa ekanligini ko'rsatdi.

Olingan empirik ma'lumotlar kod-almashishning tasodifiy yoki faqat lingvistik zarurat natijasi emas, balki kontekstual, pragmatik va identitetga oid omillar bilan shartlanganligini tasdiqlaydi.

Avvalo, intrasentensial kod-almashishning yuqori ulushi (58,8%) inglizcha birliklarning o'zbek sintaktik tuzilmasiga faol integratsiyalashganini ko'rsatadi. Bu holat strukturaviy jihatdan yuqori darajadagi bilingval kompetensiyani anglatadi. Natijalar Shana Poplack tomonidan ilgari surilgan strukturaviy cheklovlar nazariyasini qisman tasdiqlaydi, ya'ni kod-almashish grammatik jihatdan tizimli ravishda amalga oshiriladi va tasodifiy emas. Shu bilan birga, raqamli diskurs sharoitida grammatik chegaralarning nisbatan moslashuvchanligi kuzatildi, bu esa an'anaviy og'zaki nutqdan farqli ravishda yozma-onlayn kommunikatsiyaning o'ziga xosligini ko'rsatadi.

Pragmatik motivlarning ustunligi (31,4%) esa kod-almashishning diskursni boshqarish vositasi sifatidagi rolini ko'rsatadi. Bu natija Peter Auerning interaksion yondashuvi bilan mos keladi. Auer kod-almashishni kontekstual signal sifatida talqin qilib, til tanlovi suhbat jarayonida ijtimoiy ma'no hosil qilish mexanizmi ekanligini ta'kidlaydi. Tadqiqot natijalari ham inglizcha birliklar ko'pincha urg'u berish, auditoriyani segmentatsiya qilish yoki kommunikativ effektini kuchaytirish maqsadida ishlatilishini ko'rsatadi.

Professional va terminologik motivlarning yuqori ko'rsatkichi (25,7%) ingliz tilining texnologik va biznes domen bilan mustahkam bog'liqligini tasdiqlaydi. Bu holat kod-almashishni leksik yetishmovchilik emas, balki domen-spetsifik kompetensiyaning ifodasi sifatida talqin qilish imkonini beradi. Ayniqsa IT va marketing diskursida inglizcha terminlar kognitiv jihatdan iqtisodiy va semantik jihatdan aniqroq birlik sifatida qo'llanmoqda.

Identitet va status namoyishiga oid motivlar (21,2%) yosh auditoriyada sezilarli darajada yuqori bo'ldi. Bu natija translanguaging nazariyasi bilan izohlanishi mumkin. Li Wei ko'p tilli so'zlovchini yagona lingvistik repertuarga ega subyekt sifatida talqin qiladi. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, yosh foydalanuvchilar inglizcha elementlardan nafaqat kommunikativ ehtiyoj tufayli, balki global madaniyatga mansublik va zamonaviy identitetni namoyon etish vositasi sifatida foydalanadilar.

Platformalar o'rtasidagi farqlar ham muhim nazariy xulosalarni beradi. Telegramda professional motivlar ustun bo'lsa, Instagramda identitet va ekspressiv motivlar ko'proq kuzatildi. Bu holat raqamli makonning kommunikativ funksiyasi kod-almashish strategiyalarini shakllantirishini ko'rsatadi. Demak, kod-almashish faqat til hodisasi emas, balki platformaga xos diskursiv amaliyotdir.

Yosh guruhlari kesimidagi farqlar esa kod-almashishning avlodlararo lingvistik strategiya sifatida shakllanayotganini ko'rsatadi. 18–30 yosh guruhida intrasentensial integratsiyaning yuqoriligi ingliz tilining lingvistik repertuarga chuqur singib

borayotganidan dalolat beradi. Katta yosh guruhida esa intersentensial almashuvning ustunligi ehtiyotkorroq va situativ til tanlovini anglatadi.

Umuman olganda, tadqiqot natijalari kod-almashishni quyidagicha talqin qilish imkonini beradi:

- u strukturaviy jihatdan tizimli;
- funksional jihatdan ko‘p qatlamli;
- ijtimoiy jihatdan motivatsiyalangan;
- raqamli diskurs sharoitida identitet va status qurish vositasidir.

Shunday qilib, ingliz–o‘zbek raqamli muloqotida kod-almashish globalizatsiya, texnologik rivojlanish va yoshlar madaniyatining o‘zaro kesishgan nuqtasida shakllanayotgan dinamik sotsiolingvistik jarayon sifatida namoyon bo‘ladi.

Xulosa. Mazkur tadqiqot ingliz va o‘zbek raqamli muloqotida kod-almashish hodisasining strukturaviy va funksional xususiyatlarini aniqlash hamda uning asosiy motivlarini sotsiolingvistik nuqtai nazardan tahlil qilishga qaratildi. Olingan empirik natijalar kod-almashishning raqamli diskursda keng tarqalgan va tizimli hodisa ekanligini tasdiqladi.

Tahlillar shuni ko‘rsatdiki, inglizcha birliklarning o‘zbek gap tuzilmasiga yuqori darajada integratsiyalashuvi (intrasentensial almashuvning ustunligi) raqamli bilingval nutqda strukturaviy moslashuv jarayoni faol kechayotganini anglatadi. Bu holat ingliz tilining texnologik va professional domen bilan bog‘liqligi hamda yosh avlod lingvistik repertuarining kengayib borishi bilan izohlanadi.

Kod-almashish motivlari ichida pragmatik va professional omillarning ustunligi ushbu hodisaning kommunikativ samaradorlik, diskursni boshqarish va terminologik aniqlikni ta‘minlash vazifalarini bajarishini ko‘rsatdi. Identitet va status namoyishiga oid motivlar esa ingliz tilining global madaniy kapital sifatidagi rolini tasdiqlaydi. Demak, kod-almashish nafaqat lingvistik kompetensiya mahsuli, balki ijtimoiy pozitsiya va madaniy mansublikni ifodalovchi strategik vosita sifatida namoyon bo‘ladi.

Platformalar kesimidagi farqlar (Telegramda professional motivlar, Instagramda identitet va ekspressiv motivlarning ustunligi) kod-almashishning platformaga xos diskursiv xususiyatlarga moslashishini ko‘rsatadi. Bu esa raqamli kommunikatsiya muhiti til amaliyotini shakllantiruvchi muhim omil ekanligini tasdiqlaydi.

Yosh guruhlari o‘rtasidagi tafovutlar esa kod-almashishning avlodlararo lingvistik strategiya sifatida shakllanayotganini ko‘rsatadi. Yosh foydalanuvchilarda inglizcha elementlarning erkin integratsiyasi kuzatilgan bo‘lsa, katta yosh guruhida almashuv nisbatan situativ va ehtiyotkor xarakter kasb etdi.

Umuman olganda, tadqiqot natijalari ingliz–o‘zbek raqamli diskursida kod-almashish globalizatsiya, texnologik rivojlanish va ko‘p tillilik jarayonlari kesishgan nuqtada shakllanayotgan dinamik sotsiolingvistik hodisa ekanligini ko‘rsatadi. Mazkur tadqiqot kod-almashishni strukturaviy tasnif bilan cheklab qo‘ymasdan, uni ijtimoiy

motivatsiyalangan va kontekstga bog‘liq kommunikativ strategiya sifatida talqin qilish zarurligini asoslaydi.

Kelgusida tadqiqotni kengroq korpus asosida, gender, kasbiy guruhlar va hududiy farqlar kesimida davom ettirish maqsadga muvofiqdir. Shuningdek, ingliz–o‘zbek kod-alomashishini translanguaging nazariyasi doirasida chuqurroq tahlil qilish ilmiy jihatdan istiqbolli yo‘nalishlardan biri bo‘lishi mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Auer, P. *Code-Switching in Conversation: Language, Interaction and Identity*. London: Routledge, 1998
2. Poplack, S. Sometimes I’ll start a sentence in Spanish y termino en español: Toward a typology of code-switching. *Linguistics*, 18(7–8), 1980, pp. 581–618.
3. Wei, L. Translanguaging as a Practical Theory of Language. *Applied Linguistics*, 39(1), 2018, pp. 9–30.
4. Auer, P. *Code-Switching in Conversation: Language, Interaction and Identity*. — London: Routledge, 1998. — 377 p.
5. Poplack, S. Sometimes I’ll start a sentence in Spanish y termino en español: Toward a typology of code-switching // *Linguistics*. — 1980. — Vol. 18, № 7–8. — P. 581–618.
6. Wei, L. Translanguaging as a Practical Theory of Language // *Applied Linguistics*. — 2018. — Vol. 39, № 1. — P. 9–30.

Ajiniyaz atindagi
NOKIS MAMLEKETLIK
PEDAGOGIKALIQ INSTITUTI
N M P I
1934