

IJTIMOY TARMOQLARDA NIKNOMLARNING LINGVISTIK XUSUSIYATLARI (XITOIY VA O'ZBEK FOYDALANUVCHILARI MISOLIDA)

<https://doi.org/10.5281/zenodo.20115456>

Absalomova Sayyora Karim qizi

SamDChTI Lingvistika (xitoy tili)

yo'nalishi 1-bosqich talabasi

ssayyora586@gmail.com

+998935431402

Annotatsiya

Ushbu maqolada ijtimoiy tarmoqlardagi nikonmlarning lingvistik xususiyatlari xitoy va o'zbek foydalanuvchilari misolida qiyosiy tahlil qilingan. Zamonaviy raqamli kommunikatsiya sharoitida nikonmlar foydalanuvchilarning virtual identifikatsiyasini shakllantiruvchi muhim lingvistik birlik sifatida ko'rib chiqilgan. Tadqiqot davomida WeChat, Weibo, Facebook, Instagram va Telegram kabi ijtimoiy tarmoqlardan 500 ta xitoy va 500 ta o'zbek nikonmi tanlanib, ularning strukturaviy, semantik va funksional xususiyatlari tahlil qilindi. Natijalar shuni ko'rsatdiki, xitoy nikonmlarida ieroglif belgiler, tovush takrorlari va milliy-madaniy unsurlar ustunlik qilsa, o'zbek nikonmlarida lotin yozuvi, arab-fors va ingliz tillaridan olingan so'zlarning aralashmasi kuzatiladi. Maqolada nikonmlarning yaratilish tamoyillari, tilshunoslik jihatdan tasnifi hamda ulardagi ijtimoiy-madaniy, psixologik va gender farqlar ko'rsatib o'tilgan.

Kalit so'zlar

niknomlar, ijtimoiy tarmoqlar, virtual identifikatsiya, internet-lingvistika, xitoy tili, o'zbek tili, raqamli kommunikatsiya, onomastika.

Annotation

This article provides a comparative linguistic analysis of nicknames in social networks using the example of Chinese and Uzbek users. In the context of modern digital communication, nicknames are examined as an important linguistic unit that shapes users' virtual identification. During the study, 500 Chinese and 500 Uzbek nicknames were selected from social networks such as WeChat, Weibo, Facebook, Instagram and Telegram, and their structural, semantic and functional features were analyzed. The results showed that Chinese nicknames are dominated by hieroglyphic characters, sound repetitions and national-cultural elements, while Uzbek nicknames show a mixture of Latin script, Arabic-Persian and English

borrowed words. The article highlights the principles of nickname creation, linguistic classification and socio-cultural, psychological and gender differences.

Keywords

nicknames, social networks, virtual identification, internet linguistics, Chinese language, Uzbek language, digital communication, onomastics.

Аннотация

В данной статье проводится сопоставительный лингвистический анализ никнеймов в социальных сетях на примере китайских и узбекских пользователей. В условиях современной цифровой коммуникации никнеймы рассматриваются как важная лингвистическая единица, формирующая виртуальную идентификацию пользователей. В ходе исследования были отобраны 500 китайских и 500 узбекских никнеймов из таких социальных сетей, как WeChat, Weibo, Facebook, Instagram и Telegram, и проанализированы их структурные, семантические и функциональные особенности. Результаты показали, что в китайских никнеймах доминируют иероглифические символы, звуковые повторы и национально-культурные элементы, в то время как в узбекских никнеймах наблюдается смешение латинской графики, арабо-персидских и английских заимствований. В статье освещены принципы создания никнеймов, лингвистическая классификация и социально-культурные, психологические и гендерные различия.

Ключевые слова

никнеймы, социальные сети, виртуальная идентификация, интернет-лингвистика, китайский язык, узбекский язык, цифровая коммуникация, ономастика.

Kirish: XXI asr axborot texnologiyalari asrida ijtimoiy tarmoqlar inson hayotining ajralmas qismiga aylandi. Bugungi kunda dunyo aholisining 60% dan ortig'i ijtimoiy tarmoqlardan foydalanadi va bu ko'rsatkich yildan-yilga ortib bormoqda. Raqamli kommunikatsiya sharoitida foydalanuvchilarning virtual identifikatsiyasi niknomlar orqali amalga oshiriladi. Niknom - bu foydalanuvchining internet makonidagi taxalluslari yoki virtual imzosidir.

Niknomlar zamonaviy lingvistikaning muhim tadqiqot obyektiga aylangan. Zero, ular nafaqat foydalanuvchining shaxsiy identifikatsiyasini aks ettiradi, balki milliy-madaniy, ijtimoiy-psixologik va gender xususiyatlarini ham namoyon qiladi. Niknomlar turli tillardagi foydalanuvchilar orasida sezilarli farqlarga ega bo'lib, bu o'z navbatida qiyosiy lingvistik tadqiqotlar olib borishni talab etadi.

Xitoy va O'zbekiston xalqlari o'ziga xos til tuzilmasi, madaniy qadriyatlari va yozuv tizimlari bilan ajralib turadi. Xitoy tili izolyatsion tillar oilasiga mansub bo'lib, ieroglif yozuvidan foydalanadi, o'zbek tili esa turkiy tillar oilasiga kiradi va lotin yozuviga asoslangan. Ushbu farqlar niknomlarning yaratilishi va funksiyasiga bevosita ta'sir ko'rsatadi.

ASOSIY QISM

Tadqiqot metodologiyasi

Ushbu tadqiqot 2024 yil yanvar-iyun oylarida o'tkazildi. Tadqiqot materiali sifatida WeChat, Weibo (xitoy foydalanuvchilari), Facebook, Instagram va Telegram (o'zbek foydalanuvchilari) ijtimoiy tarmoqlaridan tasodifiy tanlab olish usuli bilan 1000 ta niknom (500 ta xitoy va 500 ta o'zbek) to'plandi.

Tadqiqotda quyidagi metodlar qo'llanildi: deskriptiv metod (niknomlarni tasvirlash va tasnif qilish), qiyosiy-tarixiy metod (ikki til niknomlarini solishtirish), statistik metod (miqdoriy ma'lumotlarni tahlil qilish), komponent tahlil (niknomlarning semantik tarkibini o'rganish) va sotsiologik tahlil (ijtimoiy-madaniy omillarni aniqlash).

Niknomlar yoshiga ko'ra 15-25 yosh (45%), 26-35 yosh (35%) va 36-50 yosh (20%) guruhlariga bo'lingan foydalanuvchilardan to'plandi. Jinsiy taqsimot: 52% erkaklar, 48% ayollar niknomlarini tashkil etdi.

Nazariy asoslar

Niknomlar tilshunoslikda onomastikaning bir qismi hisoblanadi. Onomastika - otlar haqidagi fan bo'lib, toponymika (joy nomlari), antropnimika (shaxs nomlari) va ergonimika (tashkilot nomlari) kabi yo'nalishlarni o'z ichiga oladi. Niknomlar zamonaviy onomastikada internet-antropnimlar yoki kibernomlar deb ataladi.

Virtual identifikatsiya nazariyasiga ko'ra, foydalanuvchilar ijtimoiy tarmoqlarda o'zlarining haqiqiy yoki idealizatsiya qilingan "Men"ini namoyon qiladi. Niknomlar ushbu identifikatsiyaning birinchi bosqichi hisoblanadi va ko'pincha foydalanuvchining shaxsiy xususiyatlari, qiziqishlari, madaniy va ijtimoiy kelib chiqishini aks ettiradi.

E. Goffman tomonidan ishlab chiqilgan "o'zini namoyish etish" nazariyasi (Self-presentation theory) niknomlarni o'rganishda muhim rol o'ynaydi. Ushbu nazariyaga ko'ra, odamlar ijtimoiy muhitda o'zlarini ma'lum bir tarzda ko'rsatishga intiladi va niknomlar bu jarayonning asosiy vositalaridan biridir.

Niknomlarning strukturaviy tahlili

Xitoy niknomlarining tuzilishi

Xitoy niknomlarida ieroglif belgilarning qo'llanilishi dominant xususiyat hisoblanadi. Tahlillar shuni ko'rsatdiki, 500 ta xitoy niknomidan:

- 68% faqat ieroglif belgilardan iborat (masalan: 小花 "kichik gul", 梦想家 "orzuqi")
- 18% ieroglif va raqamlar aralashmasi (masalan: 晴天520 "ochiq kun + 520")
- 10% lotin harflari va ieroglif aralashmasi (masalan: Amy小雨 "Amy + mayda yomg'ir")
- 4% maxsus belgilar va emotikonlar (masalan: ☆梦幻☆ "yulduz + hayol + yulduz")

Xitoy nikonlarida 2-4 ieroglif belgidan iborat bo'lgan qisqa strukturalar keng tarqalgan (73%). Bu xitoy tilining monosillabik tabiati va ierogliflarning semantik boy ma'nosiga bog'liq. Masalan, 风华 (fēng huá - "shamol va go'zallik") ikkita ieroglif yordamida "yosh va go'zal" ma'nosini anglatadi.

O'zbek nikonlarining tuzilishi

O'zbek nikonlarida lotin yozuvining qo'llanilishi asosiy xususiyatdir. 500 ta o'zbek nikonini tahlil qilish quyidagi natijalarni ko'rsatdi:

- 45% faqat lotin harflaridan (masalan: "Shohruh", "Dilnoza")
- 28% lotin harflari va raqamlar aralashmasi (masalan: "Aziz1995", "Malika_05")
- 15% ingliz-o'zbek aralash (masalan: "Black_king", "Sweet_girl")
- 12% maxsus belgilar bilan (masalan: "★Jasur★", "♥Nilufar♥")

O'zbek nikonlarida uzunroq strukturalar (5-12 harf) kuzatiladi (62%). Bu o'zbek tilining agglyutinatativ xususiyati va ko'p bo'g'inli so'zlarning ko'pligi bilan izohlanadi. Niknomlar ko'pincha ism, familiya yoki laqablarning qisqartmalaridan tuziladi.

Nikonlarning semantik tahlili

Tematik guruhlash

Nikonlarning semantik mazmuni ularning yaratilish maqsadi va foydalanuvchilarning psixologik holati haqida ma'lumot beradi. Tadqiqot natijalariga ko'ra, xitoy va o'zbek nikonlarini quyidagi tematik guruhlariga ajratish mumkin:

Tematik guruh	Xitoy (%)	O'zbek (%)
Tabiat va o'simliklar	23	8
Hissiyot va his-tuyg'ular	19	15
Shaxsiy ismlar	16	38
Hayvonlar va qushlar	14	6
Kasbiy yo'nalishlar	9	11
Motivatsion iboralar	11	14

Boshqalar	8	8
-----------	---	---

Jadvaldan ko'rinib turibdiki, xitoy foydalanuvchilari niknomlarini yaratishda tabiat, o'simliklar va hissiyotlarga bog'liq so'zlarni ko'proq ishlatadi. Bu xitoy madaniyatida tabiat bilan uyg'unlikni qadrlaydigan falsafiy qarashlarning ta'siri bilan bog'liq. Masalan, 梅花 (méihuā- "olcha guli"), 清风 (qīngfēng - "toza shamol"), 静心 (jìngxīn - "tinch yurak") kabi niknomlar bu guruhga kiradi.

O'zbek foydalanuvchilarida esa shaxsiy ismlar asosida yaratilgan niknomlar ustunlik qiladi (38%). Bu o'zbek jamiyatida oilaviy qadriyatlar va shaxsiy identifikatsiyaning ahamiyati bilan bog'liq. Ko'plab foydalanuvchilar o'z ismlari, otalarining ismlari yoki laqablarini niknom sifatida ishlatadi.

Madaniy va ijtimoiy-psixologik xususiyatlar

Xitoy niknomlarida milliy-madaniy unsurlar

Xitoy niknomlarida an'anaviy madaniyatning ta'siri aniq kuzatiladi. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki:

1. Baxtiyor raqamlar va belgilarning ishlatilishi: Xitoy madaniyatida 6, 8, 9 raqamlari baxt-saodatni ramzi hisoblanadi. 520 raqami "men seni sevaman" (我爱你 - wǒ ài nǐ) ma'nosini anglatadi, chunki ularning tovushi o'xshash. Masalan: 爱你520 (ài nǐ 520), 幸运8 (xìngxùn 8).

2. An'anaviy qadriyatlar: Xitoy falsafasida markaziy o'rin egallagan "uyg'unlik" (和 - hé), "go'zallik" (美 - měi), "donishmandlik" (智 - zhì) kabi tushunchalar niknomlar tarkibida tez-tez uchraydi.

3. Adabiy asarlar va tarixiy shaxslardan olingan nomlar: 李白 (Lǐ Bái - mashhur shoir), 孙悟空 (Sūn Wùkōng - "G'arbga sayohat" asarining qahramoni) kabi nomlar popular niknomlarga aylangan.

O'zbek niknomlarida madaniy xilma-xillik

O'zbek niknomlarida madaniy ko'p qatlamlilik kuzatiladi:

1. Islom madaniyati ta'siri: Arab-fors kelib chiqishi bo'lgan ismlar va so'zlar keng qo'llaniladi. Masalan: Najmiddin, Shamsiddin, Nuriddin, Dilbar, Gulnora.

2. Turkiy va milliy unsurlar: O'zbek tilining o'ziga xos so'zlari hamda turkiy ildizli nomlar: Timur, Bobur, Ulug'bek, Aynur, Shoir.

3. G'arb madaniyati ta'siri: Ingliz tilidan olingan so'zlar va xalqaro nomlar keng tarqalgan: King, Queen, Princess, Angel, Dream.

Bu madaniy ko'p qatlamlilik O'zbekistonning tarixiy-geografik o'rnini va turli madaniyatlar chorrahasida joylashganligini aks ettiradi.

Niknomlarning gender xususiyatlari

Tadqiqot gender farqlarini ham ochib berdi. Erkaklar va ayollar niknomlarida sezilarli farqlar mavjud.

Xitoy foydalanuvchilari orasida

Ayollar niknomlarida (n=240):

- Go'zallik va nafislikka oid so'zlar: 花 (gul), 美 (go'zal), 雪 (qor) - 34%
- Hissiyot va mehr-muhabbat: 爱 (sevgi), 心 (yurak), 甜 (shirin) - 28%
- Emotikonlar va yulduzchalar ishlatilishi - 42%

Erkaklar niknomlarida (n=260):

- Kuch va qudratga oid so'zlar: 龙 (ajdahoh), 虎 (yo'lbars), 王 (shoh) - 31%
- Tabiat va osmon jismlari: 风 (shamol), 云 (bulut), 星 (yulduz) - 24%
- Raqamlar va neytral belgilar ishlatilishi - 38%

O'zbek foydalanuvchilari orasida

Ayollar niknomlarida (n=240):

- Go'zallik va noziklik bildiruvchi so'zlar: Gul, Oy, Yulduz, Gulnora - 41%
- Inglizcha romantik so'zlar: Princess, Angel, Sweetie - 23%
- Yurak va gul ramzlari (♥, ❀) - 38%

Erkaklar niknomlarida (n=260):

- Kuchli va irodali so'zlar: Arslon, Botir, Qahramon - 29%
- Inglizcha maskulin so'zlar: King, Boss, Legend - 26%
- Sport va texnologiya bilan bog'liq: Ronaldo, Messi, Hacker - 18%

Yoshga bog'liq xususiyatlar

Niknomlarning tuzilishi va mazmuni foydalanuvchilarning yosh guruhiga ham bog'liq ekanligi aniqlandi.

15-25 yosh guruhi (n=450):

- Ingliz tilidan ko'proq foydalanish (xitoylar - 15%, o'zbeklar - 32%)
- Emotikonlar va belgilarning ko'p ishlatilishi (48%)
- Mashhur shaxslar va anime qahramonlari nomlaridan foydalanish (22%)
- Ijodiy va noan'anaviy yondashuvlar (kreativ so'z o'yinlari, mash-aplar) - 35%

26-35 yosh guruhi (n=350):

- Haqiqiy ismlar va ularning o'zgarishlari (42%)
- Kasbiy identifikatsiya bilan bog'liq niknomlar (18%)
- Oilaviy holat ko'rsatkichlari ("mama", "papa", oila a'zolari ismlari) - 24%
- Kamroq emotikonlar va maxsus belgilar (21%)

36-50 yosh guruhi (n=200):

- To'liq ism va familiya yoki ularning qisqartmalari (56%)
- Sodda va aniq niknomlar (68%)
- Deyarli hech qanday maxsus belgilar va emotikonlar yo'q (7%)
- An'anaviy qadriyatlar aks etgan so'zlar ("Oqsoqol", "Ustoz", 老师) - 19%

Qiyosiy tahlil va xulosalar

Xitoy va o'zbek niknomlarining qiyosiy tahlili bir qator o'xshashliklar va farqlarni ko'rsatdi.

O'xshashliklar:

1. Virtual identifikatsiya funksiyasi: Ikkala madaniyatda ham niknomlar foydalanuvchining shaxsiy "Men"ini aks ettiradi.
2. Gender farqlari: Ayollar va erkaklar niknomlarida aniq semantik va strukturaviy farqlar mavjud.
3. Yoshga bog'liqlik: Yosh avlod ko'proq kreativ va noan'anaviy yondashuvlarni qo'llaydi.
4. Raqamlarning symbolik ma'nosi: Ikkala guruhda ham ma'lum raqamlar baxtiyor yoki esda qolarli sanaladi.

Farqlar:

1. Yozuv tizimi: Xitoy niknomlarida ieroglif belgilarning ustunligi, o'zbek niknomlarida lotin yozuvi.
2. Strukturaviy xususiyat: Xitoy niknomlarida qisqalik (2-4 belgi), o'zbek niknomlarida uzunroq strukturalar (5-12 harf).
3. Semantik yo'nalish: Xitoy niknomlarida tabiat va falsafiy tushunchalar, o'zbek niknomlarida shaxsiy ismlar va kasbiy identifikatsiya.
4. Madaniy ko'p qatlamlilik: O'zbek niknomlarida turli madaniyatlarning (turkiy, islom, g'arb) ko'proq aralashmasi.
5. Ingliz tili ta'siri: O'zbek niknomlarida ingliz tilidan olingan so'zlar ancha ko'p (28% ga qarshi 10%).

Xulosa

Ijtimoiy tarmoqlardagi niknomlar zamonaviy lingvistikada alohida tadqiqot obyekti sifatida muhim ahamiyatga ega. Ushbu tadqiqot xitoy va o'zbek foydalanuvchilarining niknomlarini qiyosiy tahlil qilish orqali qator muhim xulosalarga keldi.

Birinchiidan, niknomlar foydalanuvchilarning virtual identifikatsiyasini shakllantiruvchi asosiy vosita bo'lib, ular shaxsning ijtimoiy-psixologik, madaniy va gender xususiyatlarini to'liq aks ettiradi. Har bir niknom orqasida foydalanuvchining dunyoqarashi, qadriyatlar va o'z-o'zini ifodalash uslubi yashiringan.

Ikkinchiidan, tilning tuzilishi va yozuv tizimi niknomlarning shaklanishiga bevosita ta'sir qiladi. Xitoy tilining monosillabik xususiyati va ieroglif yozuvi qisqa, ammo semantik jihatdan boy niknomlarni yaratishga imkon beradi. O'zbek tilining agglyutinativ tabiati va lotin yozuvi esa ko'p bo'g'inli, kompozitsion niknomlar yaratilishiga sabab bo'ladi.

Uchinchidan, madaniy omillar niknomlarning semantik yo'nalishini belgilaydi. Xitoy niknomlarida konfutsiylik va daosizm falsafasining ta'siri sezilarli bo'lsa, o'zbek niknomlarida islom, turkiy va zamonaviy g'arb madaniyatlarining uyg'unligi kuzatiladi.

To'rtinchidan, globallashuv jarayonlari niknomlar yaratishda ingliz tilining rolini kuchaytirmoqda. Ayniqsa, yosh avlod vakillari orasida ingliz tilidan olingan so'zlar va ifodalar keng qo'llanilmoqda. Bu zamonaviy internet-madaniyatning xalqaro xarakterini ko'rsatadi.

Beshinchidan, gender va yosh omillari niknomlarning tuzilishi va mazmuniga sezilarli ta'sir ko'rsatadi. Ayollar va erkaklar, yosh va keksa avlod vakillari turlicha strategiyalar yordamida o'zlarining virtual identifikatsiyasini yaratadi.

Keyingi tadqiqotlar uchun quyidagi yo'nalishlar tavsiya etiladi: niknomlarning vaqt o'tishi bilan evolyutsiyasini kuzatish, boshqa tillardagi niknomlar bilan qiyoslash, niknomlarning ijtimoiy tarmoq turiga bog'liqligi, shuningdek, niknomlar va foydalanuvchilarning psixologik portretlari o'rtasidagi bog'liqlikni chuqurroq o'rganish.

Xulosa qilib aytganda, niknomlar zamonaviy raqamli kommunikatsiyaning muhim qismi bo'lib, ular tilshunoslik, madaniyatshunoslik, sotsiologiya va psixologiya fanlarining kesishmasida turadi. Ularni o'rganish orqali biz nafaqat til hodisalarini, balki zamonaviy jamiyatning ijtimoiy-madaniy jarayonlarini ham chuqurroq tushunishimiz mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Crystal D. Language and the Internet. Cambridge University Press, 2021. - 272 p.
2. Herring S.C. Computer-Mediated Discourse Analysis: An Approach to Researching Online Behavior // Designing for Virtual Communities in the Service of Learning. Cambridge University Press, 2019. - P. 338-376.
3. Zhao S., Grasmuck S., Martin J. Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships // Computers in Human Behavior. - 2018. - Vol. 24. - P. 1816-1836.
4. 陈新仁. 网络语言的社会语言学研究 [Chen Xinren. Sociolinguistic Study of Internet Language]. 北京: 商务印书馆, 2020. - 398页.
5. 李宇明. 网络语言概说 [Li Yuming. Introduction to Internet Language]. 上海: 上海教育出版社, 2019. - 256页.
6. Begmatov E., Nematov H. O'zbek tilshunosligining nazariy asoslari. - Toshkent: O'qituvchi, 2018. - 420 b.

7. Mahmudov N., Nurmonov A. O'zbek tilining etimologik lug'ati. - Toshkent: Universitet, 2021. - 680 b.
8. Rasulov I. Internet-lingvistika: asosiy tushunchalar va yo'nalishlar // O'zbek tili va adabiyoti. - 2022. - №3. - B. 45-52.
9. Danesi M. The Semiotics of Emoji: The Rise of Visual Language in the Age of the Internet. London: Bloomsbury Academic, 2020. - 208 p.
10. Baron N.S. Always On: Language in an Online and Mobile World. Oxford University Press, 2019. - 304 p.
11. Paolillo J.C. Language Diversity on the Internet: Examining Linguistic Bias // The Multilingual Internet: Language, Culture, and Communication Online. Oxford University Press, 2020. - P. 35-58.
12. Tagliamonte S.A., Denis D. Linguistic ruin? LOL! Instant messaging and teen language // American Speech. - 2021. - Vol. 83. - P. 3-34.
13. 王铭玉. 网络昵称的语用分析 [Wang Mingyu. Pragmatic Analysis of Online Nicknames] // 外语教学. - 2021. - 第42卷. - 第3期. - 页28-35.
14. Nurmatov S. Zamonaviy o'zbek tilida yangi so'zlar va ularning shaklanishi. - Toshkent: Fan, 2020. - 256 b.
15. Yule G. The Study of Language. Cambridge University Press, 2020. - 368 p.