“FASHION BLOG” LEKSEMALARINING ZAMONAVIY DISKURS TIZIMIDAGI O‘RNI

Atajanova Nazokat Mansur qizi,
Urganch innovatsion universiteti,
“O‘zbek va xorijiy filologiya”kafedrasi o‘qituvchisi
E-mail: atajanovanazokat@gmail.com

DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.18698640

Annotatsiya. *Ushbu maqola zamonaviy diskurs tizimida “fashion blog” leksemalarining tutgan o‘rnini lingvistik nuqtai nazardan tahlil qilishga bag‘ishlangan. Tadqiqotda moda bloglari nafaqat ijtimoiy-media hodisasi, balki o‘ziga xos lingvistik va pragmatik xususiyatlarga ega bo‘lgan diskurs turi sifatida o‘rganiladi. Maqolada moda bloglari diskursining janr xususiyatlari, leksik-semantik hamda pragmatik jihatlari yoritilgan. Shuningdek, ushbu leksemalarning tilshunoslikdagi konseptual tahlili va ularning zamonaviy jamiyatdagi kommunikativ vazifalari ko‘rib chiqilgan. Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, “fashion blog” leksemalari gibrid lingvistik janr sifatida shaxsiy hikoya, reklama va hamjamiyat bilan o‘zaro aloqani birlashtirib, zamonaviy ingliz tilining onlayn muhitda shakllanishiga ta’sir ko‘rsatmoqda.*

Kalit so‘zlar: *fashion blog, diskurs tahlili, lingvistik xususiyatlar, pragmatika, moda diskursi, leksemalar, onlayn kommunikatsiya.*

Annotation. *This article is devoted to the linguistic analysis of the role of "fashion blog" lexemes in the modern discourse system. The study examines fashion blogs not only as a social media phenomenon, but also as a type of discourse with specific linguistic and pragmatic features. The article highlights the genre characteristics, lexical-semantic and pragmatic aspects of fashion blog discourse. Additionally, the conceptual analysis of these lexemes in linguistics and their communicative functions in modern society are considered. The research results show that "fashion blog" lexemes, as a hybrid linguistic genre, combine personal narrative, advertising, and community interaction, influencing the formation of modern English in the online environment.*

Keywords: *fashion blog, discourse analysis, linguistic features, pragmatics, fashion discourse, lexemes, online communication.*

Аннотация. *Данная статья посвящена лингвистическому анализу роли лексем "fashion blog" в современной дискурсивной системе. В исследовании модные блоги рассматриваются не только как явление социальных медиа, но и как тип дискурса, обладающий специфическими лингвистическими и прагматическими особенностями. В статье освещаются жанровые характеристики, лексико-семантические и прагматические аспекты дискурса модных блогов. Также рассматривается концептуальный анализ данных лексем в лингвистике и их коммуникативные функции в современном обществе. Результаты исследования показывают, что лексемы "fashion blog" как гибридный лингвистический жанр объединяют личное повествование, рекламу и взаимодействие с сообществом, влияя на формирование современного английского языка в онлайн-среде.*

Ключевые слова: *модный блог, дискурс-анализ, лингвистические особенности, прагматика, модный дискурс, лексемы, онлайн-коммуникация.*

Raqamli kommunikatsiya platformalarining paydo bo‘lishi til va diskursning evolyutsiyasiga, ayniqsa moda kabi o‘ziga xos sohalarda sezilarli ta’sir ko‘rsatdi . Bugungi kunda "fashion blog" leksemalari nafaqat kundalik hayotimizning ajralmas qismiga aylangan, balki tilshunoslik tadqiqotlarining ham muhim ob’ektiga aylandi. Moda bloglari an’anaviy media ierarxiyasini yengib, moda sohasida yangi madaniy vositachilarga aylangan holda, moda jurnalistikasining transformatsiyasiga olib keldi .

Zamonaviy tilshunoslikda "fashion blog" tushunchasi lingvistik nuqtai nazardan o‘rganilayotgan bo‘lib, uning tuzilishi, tildan foydalanish usullari, diskurs amaliyotlari va zamonaviy til o‘zgarishlariga ta’siri tahlil qilinmoqda . Tadqiqotchilarning fikricha, moda bloglari o‘ziga xos lingvistik va pragmatik xususiyatlarga ega bo‘lgan diskurs turi hisoblanadi .

Ushbu maqolaning maqsadi – "fashion blog" leksemalarining zamonaviy diskurs tizimidagi o‘rnini lingvistik nuqtai nazardan tahlil qilish, ularning janr xususiyatlari, leksik-semantik va pragmatik jihatlarini yoritishdir. Tadqiqot doirasida moda bloglari diskursining o‘ziga xos xususiyatlari, ularning boshqa diskurs turlaridan farqli jihatlari va zamonaviy jamiyatdagi kommunikativ vazifalari o‘rganiladi.

“Fashion blog” leksemalarining konseptual tahlili. “Fashion blog” leksemalari murakkab va ko‘p qatlamli konseptual tuzilishga ega. Lingvistik nuqtai nazardan, ushbu leksemalar ikki asosiy komponentdan tashkil topgan: “fashion” (moda) va “blog” (veb-kundalik). “Fashion” komponenti estetik didni ifodalovchi sotsiomadaniy hodisani, “blog” esa raqamli platformadagi shaxsiy yozuvlar majmuasini anglatadi. Bu ikki komponentning qo‘shilishi natijasida yangi, gibrid ma’no hosil bo‘ladi.

Tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, “fashion blog” leksemalari gibrid lingvistik janr sifatida shaxsiy hikoya, reklama va hamjamiyat bilan o‘zaro aloqani birlashtiradi . Ushbu leksemalar zamonaviy ingliz tilining onlayn muhitda shakllanishiga sezilarli ta’sir ko‘rsatmoqda. Xususan, ular orqali yangi leksik birliklar, iboralar va hatto grammatik konstruksiyalar yuzaga kelmoqda.

Bundan tashqari, “fashion blog” leksemalari turli lingvomadaniyatlarda o‘ziga xos xususiyatlarga ega. Ingliz, ispan, rus va fransuz tillaridagi moda bloglari tahlili shuni ko‘rsatadiki, ularni oddiy janr emas, balki institutsional diskursning bir turi sifatida qarash maqsadga muvofiq . Har bir lingvomadaniyatda ushbu leksemalar

milliy-madaniy xususiyatlarni aks ettiruvchi o‘ziga xos ma’no va qo‘llanish xususiyatlariga ega.

Moda bloglari diskursining lingvistik xususiyatlari. Moda bloglari diskursi o‘zining lingvistik xususiyatlari bilan boshqa diskurs turlaridan ajralib turadi. Diskurs tahlili va korpus lingvistikasi usullaridan foydalangan holda olib borilgan tadqiqotlar moda bloglari shaxsiy identiklikni qurish, iste’molchilarni jalb qilish va madaniy almashinuv maskani sifatida qanday faoliyat ko‘rsatishini o‘rganish imkonini beradi .

Moda bloglari diskursining asosiy lingvistik xususiyatlariga quyidagilar kiradi:

Leksik xususiyatlar: Moda bloglarida professional moda terminologiyasi, neologizmlar, o‘zlashma so‘zlar (ayniqsa, fransuz va italyan tillaridan) va sanoat jargonlari keng qo‘llaniladi. Shuningdek, hissiy-baholovchi leksika, metafora va metonimiya kabi tropiklardan ham faol foydalaniladi.

Sintaktik xususiyatlar: Moda bloglari matnlarida sodda va qisqa gaplar, undalmalar, so‘roq va undov gaplar, shuningdek, elliptik konstruksiyalar ko‘p uchraydi. Bu o‘quvchi bilan jonli muloqot effektini yaratishga xizmat qiladi.

Pragmatik xususiyatlar: Moda bloglari diskursida pragmatik strategiyalar muhim o‘rin tutadi. Blogerlar o‘z auditoriyasi bilan samarali muloqot o‘rnatish, ularni jalb qilish va ishontirish uchun turli pragmatik vositalardan foydalanadilar . Bularga imperativ formalar, shaxsiy olmoshlar (ayniqsa, “biz” va “siz”), modal so‘zlar va evfemizmlar kiradi.

Moda bloglari diskursining pragmatik jihatlari ularning kommunikativ vazifalarini tushunishda muhim ahamiyatga ega. Tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, moda blogerlari o‘z ma’nolarini ifodalash, identiklikni shakllantirish va kitobxonlar o‘rtasida hamjamiyat qurish uchun tildan qanday foydalanishlarida o‘ziga xos lingvistik naqshlar va pragmatik strategiyalar mavjud .

Moda bloglari diskursining asosiy pragmatik funksiyalariga quyidagilar kiradi:

Identiklik qurish: Moda bloglari orqali blogerlar o‘zlarining shaxsiy va professional identikliklarini quradilar. Bu jarayonda ular o‘zlarining moda didi, turmush tarzi va qadriyatlarini ifodalovchi til vositalaridan foydalanadilar .

Hamjamiyat yaratish: Moda bloglari o‘xshash qiziqishlarga ega bo‘lgan odamlarni birlashtiruvchi virtual hamjamiyatlar yaratishga xizmat qiladi. Bu jarayonda inklyuziv til vositalari, murojaat shakllari va o‘zaro munosabatni ifodalovchi pragmatik birliklar muhim rol o‘ynaydi.

Ishontirish va ta’sir o‘tkazish: Moda bloglari iste’molchilarning moda mahsulotlariga bo‘lgan munosabatiga ta’sir ko‘rsatish qudratiga ega. Bu jarayonda turli pragmatik strategiyalar – maslahat berish, tavsiya qilish, baholash va maqtash kabi vositalardan foydalaniladi.

Global kontekstda “fashion blog” leksemalari. “Fashion blog” leksemalari global miqyosda ingliz tilining lingua franka sifatidagi rolini namoyon etadi. Kachruning uch doira modeliga asoslangan tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, ingliz tili Fransiya, Braziliya va Yaponiya kabi turli mamlakatlardagi blogerlarni raqamli landshaftda birlashtiruvchi vosita bo‘lib xizmat qilmoqda .

Ingliz tili blogerlarga o‘z identikligi va madaniyati haqida aniq va ta’sirli bayonotlar berish, shuningdek, did masalalari bo‘yicha xalqaro diskursga hissa qo‘shish imkonini beradi . Bu jarayonda ingliz tilining global lingvistik hokimiyat sifatidagi mavqei, shuningdek, madaniy kapital va gegemonlik kabi nazariy tushunchalar muhim rol o‘ynaydi.

Shu bilan birga, moda bloglari diskursida mahalliy tillarning ham o‘ziga xos o‘rni bor. Turli lingvomadaniyatlardagi moda bloglari tahlili shuni ko‘rsatadiki, ular global va mahalliy elementlarning murakkab uyg‘unligidan tashkil topgan . Bu uyg‘unlikda ingliz tilidan o‘zlashgan leksik birliklar mahalliy tilning grammatik va pragmatik normalariga moslashtirilgan holda qo‘llaniladi.

Xulosa qilib aytganda, “fashion blog” leksemalari zamonaviy diskurs tizimida muhim o‘rin tutadi. Ular nafaqat yangi lingvistik birliklar, balki o‘ziga xos diskurs turi sifatida tilning rivojlanishiga, yangi kommunikativ strategiyalarning shakllanishiga va global-mahalliy til munosabatlarining namoyon bo‘lishiga xizmat qilmoqda.

Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, “fashion blog” leksemalari gibrid lingvistik janr sifatida shaxsiy hikoya, reklama va hamjamiyat bilan o‘zaro aloqani birlashtirib, zamonaviy ingliz tilining onlayn muhitda shakllanishiga ta’sir ko‘rsatmoqda. Ushbu leksemalar orqali yangi leksik birliklar, iboralar va pragmatik strategiyalar yuzaga kelmoqda.

Shuningdek, moda bloglari diskursi global ingliz tilining lingua franka sifatidagi rolini namoyon etish bilan birga, turli lingvomadaniyatlarda milliy-madaniy xususiyatlarni aks ettiruvchi o‘ziga xos ma’no va qo‘llanish xususiyatlariga ega. Bu esa “fashion blog” leksemalarining zamonaviy diskurs tizimidagi o‘rnini o‘rganishda lingvomadaniy yondashuvning muhimligini ko‘rsatadi.

Kelajakdagi tadqiqotlar “fashion blog” leksemalarining boshqa tillardagi xususiyatlarini qiyosiy o‘rganishga, ularning yangi media platformalaridagi (TikTok, Instagram Reels) transformatsiyasiga va sun’iy intellekt texnologiyalari bilan bog‘liq holdagi rivojlanishiga qaratilishi mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Androutsopoulos, J. (2008). Potentials and limitations of discourse-centered online ethnography. Language@Internet, 5(8).
2. Boulton, M. (2017). Fashion Discourse: A Linguistic Analysis of Fashion Blogs. Journal of Fashion Studies, 4(2), 231-248.
3. Crystal, D. (2011). Internet Linguistics: A Student Guide. Routledge.
4. Gee, J. P. (2014). An Introduction to Discourse Analysis: Theory and Method (4th ed.). Routledge.
5. Herring, S. C. (2007). A faceted classification scheme for computer-mediated discourse. Language@Internet, 4(1).
6. Kachru, B. (1992). Models for non-native Englishes. In B. Kachru (Ed.), The Other Tongue: English Across Cultures (pp. 48-74). University of Illinois Press.
7. Kress, G., & van Leeuwen, T. (2006). Reading Images: The Grammar of Visual Design (2nd ed.). Routledge.
8. Lenoir, L. D. (2023). What Would Kachru Wear? A Discourse Analysis of Global Englishes in Fashion Weblogs from Expanding Circle Countries. In Fashion Communication in the Digital Age: Springer Proceedings in Business and Economics (pp. 144-149). Springer Nature Switzerland.
9. Rocamora, A. (2012). Hypertextuality and remediation in the fashion blogosphere. Fashion Theory, 16(4), 343-360.