IJTIMOIY TARMOQLARDA NUTQIY ETIKETNING PSIXOLINGVISTIK VA LINGVOMADANIY XUSUSIYATLARI

Xalimbekov Ibrohimjon Tursunovich
Farg‘ona davlat universiteti o‘qituvchisi
DOI : 10.67620/TIPUjournal.330008

ANNOTATSIYA

Maqolada ijtimoiy tarmoqlardagi nutqiy etiketning psixolingvistik va lingvomadaniy xususiyatlari nazariy-tahliliy yondashuv asosida yoritiladi. Raqamli kommunikatsiya sharoitida salomlashuv, murojaat, minnatdorlik, uzr so‘rash, e’tiroz bildirish va fikrni yumshatish kabi nutqiy harakatlarning namoyon bo‘lishi tahlil qilinadi. Shuningdek, emojilar, grafik belgilar, qisqartmalar va boshqa multimodal vositalarning muloqot mazmuni hamda emotsional talqiniga ta’siri ko‘rib chiqiladi. Xorijiy tadqiqotlarda ishlab chiqilgan kompyuter vositasidagi diskurs tahlili, xushmuomalalik nazariyasi haqidagi qarashlar o‘zbek internet-muloqoti xususiyatlarini izohlash uchun nazariy asos sifatida qo‘llanadi. O‘zbek tilidagi namunaviy kommunikativ vaziyatlar orqali milliy nutq odobi, ijtimoiy masofa, hurmat kategoriyasi va raqamli muloqot o‘rtasidagi munosabat ochib beriladi. Tadqiqot natijasida nutqiy etiketni faqat odob qoidalari majmui sifatida emas, balki raqamli muhitda shaxslararo munosabatlarni boshqaruvchi psixologik, pragmatik va madaniy mexanizmlar tizimi sifatida o‘rganish zarurligi asoslanadi.

КАЛИТ СЎЗЛАР

nutqiy etiket, ijtimoiy tarmoq, internet-diskurs, psixolingvistika, lingvomadaniyat, pragmatika, xushmuomalalik, emoji, multimodal kommunikatsiya, o‘zbek tili.

ABSTRACT

This article examines the psycholinguistic and linguocultural features of speech etiquette on social networking platforms

KEY WORDS

speech etiquette, social media, internet discourse,

through a theoretical and analytical approach. It explores greetings, forms of address, expressions of gratitude, apologies, disagreement, and mitigation strategies in digital communication. Particular attention is paid to the role of emojis, graphic signs, abbreviations, and other multimodal resources in shaping meaning and emotional interpretation. The theoretical framework draws on computer-mediated discourse analysis, politeness theory, and research on online disinhibition. Illustrative Uzbek-language communicative scenarios are used to discuss the relationship between culturally established speech norms, social distance, respect, and digital interaction. The analysis suggests that speech etiquette should be understood not merely as a set of conventional rules of politeness but also as a system of psychological, pragmatic, and cultural mechanisms that regulate interpersonal relationships in digital environments.

psycholinguistics, linguoculture, pragmatics, politeness, emoji, multimodal communication, Uzbek language.

KIRISH

XXI asrda raqamli kommunikatsiya insonlarning axborot almashinuvi, ijtimoiy munosabatlarning shakllantirishi va o‘zini namoyon etishida muhim kommunikativ muhitga aylandi. Ijtimoiy tarmoqlar faqat xabar uzatish vositasi bo‘lib qolmay, balki shaxsning munosabati, hissiy holati, ijtimoiy mavqei va madaniy qarashlari ifodalanadigan diskurs maydoni sifatida ham namoyon bo‘lmoqda. Mazkur muhitda yozma nutq og‘zaki muloqotga xos ayrim belgilarni o‘zlashtiradi, shu bilan birga, an’anaviy yuzma-yuz kommunikatsiyada mavjud bo‘lgan intonatsiya, imo-ishora va mimika o‘rnini qisman emoji, stiker, tinish belgilarining takroriy qo‘llanishi hamda grafik vositalar egallaydi.

Raqamli muloqotning o‘ziga xosligi nutqiy etiketning shakllari va vazifalarini ham o‘zgartiradi. An’anaviy kommunikatsiyada salomlashish, murojaat qilish, minnatdorlik bildirish, uzr so‘rash va e’tiroz bildirish muayyan ijtimoiy me’yorlarga tayanadi. Ijtimoiy tarmoqlarda esa mazkur nutqiy harakatlar xabarning qisqaligi, muloqot ishtirokchilarining o‘zaro yaqinligi, kommunikativ vaziyat, platformaning

xususiyatlari va vizual vositalar bilan birgalikda namoyon bo‘ladi. Masalan, “A*ssalomu alaykum, ustoz. Bir masala bo‘yicha fikringizni bilmoqchi edim*” shaklidagi murojaatda salomlashuv, hurmat ifodasi va bilvosita iltimos birlashadi. “*Salom, shu masalani tushuntirib bera olasizmi?*” shaklida esa kommunikativ maqsad saqlangan holda rasmiylik darajasi nisbatan pasayadi. Bu farqni faqat so‘zlar tarkibi bilan izohlash yetarli emas: murojaat qiluvchining suhbatdosh bilan munosabati, kutilayotgan javob va ijtimoiy masofa ham hisobga olinishi lozim.

Nutqiy etiketni o‘rganishning muhim jihatlaridan biri uning psixolingvistik mexanizmlar bilan bog‘liqligidir. Raqamli muhitda xabarni yozish, yuborish, qabul qilish va talqin etish jarayonlari o‘zaro chambarchas aloqador. Qisqa jumla muallif tomonidan oddiy va betaraf ifoda sifatida yaratilishi mumkin, biroq qabul qiluvchi uni sovuqqonlik, norozilik yoki mensimaslik belgisi sifatida talqin qilishi ehtimoli mavjud. Demak, kommunikativ ma’no faqat lisoniy birliklar orqali emas, balki kontekst, kutilmalar va qabul qiluvchining talqin jarayoni orqali ham shakllanadi. Masalan, “*mayli*” javobi ayrim vaziyatlarda rozilikni bildirsa, boshqa vaziyatda suhbatni yakunlash, norozilikni yashirish yoki muhokamani davom ettirishni istamaslik ma’nolarini anglatishi mumkin. Bu yerda bir xil lisoniy birlikning turli pragmatik talqinlari kuzatiladi. Shuning uchun ijtimoiy tarmoqlardagi nutqiy etiketni o‘rganishda so‘zning lug‘aviy ma’nosi bilan bir qatorda uning kommunikativ vazifasi ham tahlil qilinishi zarur. Masalaning lingvomadaniy jihati esa nutqiy odobning milliy qadriyatlar, ijtimoiy munosabatlar va madaniy kutilmalar bilan aloqasida namoyon bo‘ladi. O‘zbek muloqotida “*siz*” shakli, “*ustoz*”, “*aka*”, “*opa*” kabi murojaat birliklari, salomlashuv va duo mazmunidagi iboralar muayyan vaziyatlarda hurmat, yaqinlik yoki ehtiromni ifodalashi mumkin. Biroq bu birliklarning ma’nosi doim bir xil emas: ularning vazifasi suhbatdoshlarning yoshi, mavqei, qarindoshlik yoki tanishlik darajasi hamda muloqot sharoitiga bog‘liq.

Raqamli kommunikatsiya milliy nutqiy me’yorlarni avtomatik ravishda yo‘qotmaydi. Aksincha, ayrim an’anaviy shakllar internet muhitida ham saqlanib qoladi, boshqalari esa qisqaradi, yangi vositalar bilan birlashadi yoki vaziyatga qarab o‘zgaradi. Shu sababli global internet madaniyati bilan milliy nutq odobi o‘rtasidagi munosabatni qarama-qarshilik sifatida emas, balki o‘zaro ta’sir va moslashuv jarayoni sifatida o‘rganish maqsadga muvofiq.

ADABIYOTLAR SHARHI

Kompyuter vositasidagi kommunikatsiyani lingvistik jihatdan o‘rganish XX asr oxiri va XXI asr boshlarida mustaqil tadqiqot yo‘nalishlaridan biriga aylandi. S.C.Herringning “Computer-mediated discourse analysis: an approach to researching online behavior” (“Kompyuter vositasidagi diskurs tahlili: internetdagi xulq-atvorni tadqiq etish yondashuvi”) mavzusidagi tadqiqoti internetdagi

muloqotni tizimli tahlil qilish metodologiyasiga muhim hissa qo‘shgan[1]. Muallif raqamli muhitda yuzaga keladigan matnli izlarni kommunikativ xulqni o‘rganish uchun tahlil qilish mumkinligini ko‘rsatadi. Ushbu yondashuv xabarlarning mazmuni, tuzilishi, o‘zaro ketma-ketligi va kommunikativ vazifalarini hisobga olishga imkon beradi.

B.Danet va S.C.Herring muharrirligidagi “The multilingual internet: language, culture, and communication online” (“Ko‘p tilli internet: onlayn makonda til, madaniyat va kommunikatsiya”) to‘plamida internet-kommunikatsiyaning turli tillar va madaniy muhitlardagi ko‘rinishlari yoritilgan. Asar internet tilini faqat ingliz tilidagi hodisalar bilan cheklamasdan, turli tillarning yozuv tizimlari, madaniy me’yorlari, kod almashinuvi va mahalliy kommunikativ xususiyatlari bilan birgalikda o‘rganish zarurligini ko‘rsatadi[2]. Bu yondashuv o‘zbek internet-muloqotini milliy nutq odobi va global raqamli kommunikatsiya o‘zaro ta’sirida tahlil qilish uchun metodologik ahamiyatga ega.

Nutqiy xushmuomalalik masalasining nazariy asoslari P.Braun va S.C.Levinsonning “Politeness: Some Universals in Language Usage” (“Muloyimlik: tildan foydalanishdagi ayrim universal xususiyatlar”) asarida tizimlashtirilgan. Mualliflar muloqot ishtirokchilarining ijtimoiy masofasi, mavqei va nutqiy harakatning ta’sir darajasi xushmuomalalik strategiyalarini tanlashda muhim omillar ekanini asoslaydilar[3]. Ushbu qarashlar ijtimoiy tarmoqlarda iltimos, e’tiroz, tanqid va rad etish shakllarini tahlil qilishda qo‘l keladi.

J.Sulerning “The online disinhibition effect” (“Onlayn muloqotda o‘zini tiyishning susayishi hodisasi”) maqolasida raqamli muhitda ayrim shaxslarning yuzma-yuz muloqotdagiga nisbatan ochiqroq yoki keskinroq xulq ko‘rsatishiga ta’sir etuvchi omillar ko‘rib chiqiladi. Muallif anonimlik, ko‘rinmaslik, muloqotning vaqt jihatidan nomuvofiqligi va hokimiyat ta’sirining susayishi kabi omillarni muhokama qiladi[4]. Mazkur nazariya internet foydalanuvchilarining ayrim kommunikativ sharoitlarda nutqiy tormozlanish susayishi mumkinligini tushuntiradi.

---

[1] Herring S.C. Computer-mediated discourse analysis: an approach to researching online behavior. In S.A.Barab, R.Kling, J.H.Gray (Eds.), Designing for virtual communities in the service of learning (pp. 338–376). – Cambridge: Cambridge University Press, 2004. https://doi.org/10.1017/CBO9780511805080.016 (murojaat nasi: 15.10.2026).

[2] Danet B., Herring S.C. The multilingual internet: language, culture and communication online. – Oxford: Oxford University Press, 2007. https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195304794.001.0001 (murojaat sanasi: 15.10.2026).

[3] Brown P., Levinson S.C. Politeness: some universals in language usage. – Cambridge: Cambridge University Press, 1987. https://doi.org/10.1017/CBO9780511813085 (murojaat sanasi: 15.10.2026).

[4] Suler J. The online disinhibition effect. cyberpsychology and behavior, 2004. 7(3), 321–326. https://doi.org/10.1089/1094931041291295 (murojaat sanasi: 16.10.2026).

Emojilarning pragmatik funksiyalari Li Li va Yue Yangning “Pragmatic functions of emoji in internet-based communication – a corpus-based study” (“Internet orqali amalga oshiriladigan muloqotda emojilarning pragmatik vazifalari: korpusga asoslangan tadqiqot”) maqolasida korpus asosida o‘rganilgan. Mualliflar 34 047 so‘zdan iborat WeChat muloqoti materialida emojilarning munosabat va hissiy holatni bildirish, ta’sir kuchini oshirish, nutqiy harakatni yumshatish, hazil va kinoya yaratish, muloqot navbatini boshqarish kabi funksiyalarini ajratadilar[5]. Bu natijalar emoji oddiy bezak emas, balki matnning talqiniga ta’sir ko‘rsatuvchi pragmatik vosita bo‘lishi mumkinligini ko‘rsatadi.

Shunday qilib, xorijiy tadqiqotlarda internet-diskursni tahlil qilish metodologiyasi, xushmuomalalik strategiyalari, raqamli muhitning psixologik ta’siri va emojilarning kommunikativ vazifalari turli yo‘nalishlarda o‘rganilgan. Ushbu nazariy qarashlar o‘zbek internet-muloqotidagi nutqiy etiket birliklarini tahlil qilish uchun ham asos yaratadi. Biroq xorijiy tillarda olingan natijalarni o‘zbek tiliga o‘zgartirmasdan tatbiq etish to‘g‘ri bo‘lmaydi: milliy murojaat shakllari, hurmat ifodalari va muloqot kutilmalari alohida hisobga olinishi lozim.

O‘zbek tilshunosligida nutq madaniyati, muomala odobi, pragmatika va nutqiy birliklarning kommunikativ vazifalariga oid masalalar raqamli kommunikatsiya ommalashishidan avval ham o‘rganilgan. Biroq an’anaviy muloqotga oid qarashlarni internet muhitiga tatbiq etishda kommunikativ kanalning xususiyatlarini, xabarlarning ommaviy yoki shaxsiy tusini va multimodal vositalarning ishtirokini hisobga olish talab etiladi.

So‘nggi yillarda o‘zbek internet-diskursi va ijtimoiy tarmoqlar tiliga oid tadqiqotlar ham e’lon qilinmoqda. Xususan, M.Abdullazodaning “O‘zbek ijtimoiy tarmoqlaridagi muloqotda xushmuomalalikning sotsiolingvistik xususiyatlari” (“Sociolinguistic Features of Politeness in Uzbek Social Media Discourse”) maqolasida o‘zbek ijtimoiy tarmoqlarida xushmuomalalikning sotsiolingvistik jihatlari, murojaat shakllari, hurmat ifodalari, emoji va bilvosita nutqiy strategiyalar muhokama qilinadi[6]. Ushbu ish mavzuga bevosita aloqador bo‘lgani sababli maqolamizda milliy internet-muloqotning o‘rganilganlik darajasini belgilashda muhim manba hisoblanadi.

H.Ismoilovning “O‘zbek internet diskursini o‘rganish masalalari” nomli maqolasi o‘zbek internet-diskursining terminologik va lingvistik muammolarini,

[5] 7. Li L., Yang Y. Pragmatic functions of emoji in internet-based communication – a corpus-based study. Asian-pacific journal of second and foreign language education, 2018. 3, Article 16. https://doi.org/10.1186/s40862-018-0057-z (murojaat sanasi: 16.10.2026).

[6] Abdullazoda M. Sociolinguistic features of politeness in Uzbek social media discourse. American journal of philological sciences, 5(5), 21–23. 2025. https://doi.org/10.37547/ajps/Volume05Issue05-07 (murojaat sanasi: 15.10.2026).

jumladan, internet-diskurs, yozma so‘zlashuv nutqi va internet-diskurs sintaksisi kabi tushunchalarning qo‘llanishini muhokama qiladi[7]. Muallifning yondashuvi raqamli kommunikatsiyani o‘zbek tilshunosligining alohida tadqiqot obyekti sifatida izchil tavsiflash zarurligiga e’tibor qaratadi.

Z.Xudayberdiyevaning “Ingliz va o‘zbek raqamli diskurslarida gender tafovutlari: sotsiolingvistik nuqtayi nazar” maqolasida ingliz va o‘zbek raqamli muloqotidagi genderga bog‘liq sotsiolingvistik xususiyatlar, jumladan, xushmuomalalik strategiyalari va emotsional ifoda shakllari qiyosiy yo‘nalishda ko‘rib chiqiladi[8]. Bu yo‘nalish nutqiy etiketni ijtimoiy omillardan ajratib bo‘lmasligini ko‘rsatadi. Mazkur ishlar o‘zbek internet-diskursi, xushmuomalalik va raqamli nutqning ayrim jihatlari allaqachon ilmiy muhokamaga kiritilganini ko‘rsatadi.

Nutqiy etiket birliklarining psixologik talqini, madaniy kutilmalar va pragmatik vazifalar bilan o‘zaro aloqasini birgalikda izohlash maqolamizning asosiy tahliliy yo‘nalishi sifatida belgilanadi.

METODOLOGIYA

Maqolada ilmiy adabiyotlarni tahlil qilish, qiyosiy tahlil, pragmatik talqin va lingvomadaniy izohlash usullaridan foydalaniladi. Asosiy nazariy manbalar sifatida kompyuter vositasidagi diskurs tahlili, xushmuomalalik nazariyasi, onlayn tormozlanishning susayishi va emojilarning pragmatik funksiyalariga oid tadqiqotlar tanlandi.

Tahlilning markaziy obyekti ijtimoiy tarmoqlarda uchrashi mumkin bo‘lgan nutqiy etiket shakllari bo‘lib, ular quyidagi mezonlar asosida ko‘rib chiqiladi:

- kommunikativ vazifa: salomlashish, murojaat, minnatdorlik, uzr so‘rash, iltimos, e’tiroz va rad etish;
- psixolingvistik omil: xabarning emotsional talqini, kommunikativ niyatni anglash, kinoya va noaniqlik ehtimoli;
- lingvomadaniy omil: hurmat kategoriyasi, ijtimoiy masofa, murojaat shakllari va madaniy kutilmalar;
- multimodal vositalar: emoji, grafik belgilar, takroriy tinish belgilari va qisqartmalarning matn talqiniga ta’siri;
- kontekst: suhbatdoshlar o‘rtasidagi munosabat, muloqot maqsadi va kommunikativ vaziyat.

[7] Ismoilov Kh. On the issues of studying Uzbek internet discourse. Oriental journal of philology, 2025. 5(4), – P. 145–152. https://doi.org/10.37547/supsci-ojp-05-04-19 (murojaat sanasi: 16.10.2026).

[8] Khudayberdiyeva Z. Gender differences in English and Uzbek digital discourse: a sociolinguistic perspective. Uzbekistan: language and culture. Linguistic, 2025. 1(1). https://www.linguistics.tsuull.uz/index.php/uzlangcult/article/view/238 (murojaat sanasi: 16.10.2026).

Maqoladagi o‘zbek tilidagi jumlalar nazariy tushunchalarni izohlash uchun muallif tomonidan tuzilgan namunaviy kommunikativ misollardir. Ular muayyan ijtimoiy tarmoqdan yig‘ilgan real xabarlar, kuzatuv natijalari yoki statistik korpus sifatida taqdim etilmaydi. Shu sababli tadqiqot doirasida foydalanuvchilar soni, xabarlar chastotasi yoki foiz ko‘rsatkichlari hisoblanmagan. Mazkur cheklov tadqiqot natijalarini talqin qilishda muhimdir. Maqola internet-muloqotdagi nutqiy etiketni nazariy manbalar va namunaviy vaziyatlar asosida tushuntiradi. Keyingi bosqichda ochiq ijtimoiy tarmoq materiallaridan etik talablarga rioya qilgan holda korpus tuzish va ularni miqdoriy hamda sifat jihatidan tahlil qilish ushbu yo‘nalishni empirik jihatdan kengaytirishi mumkin.

MUHOKAMA VA NATIJALAR

Nazariy manbalar va namunaviy vaziyatlar tahlili nutqiy etiketning raqamli muhitda bir nechta o‘zaro bog‘liq vazifalarni bajarishini ko‘rsatadi. Birinchidan, u suhbatni boshlash va davom ettirishga xizmat qiladi. Ikkinchidan, muloqot ishtirokchilari o‘rtasidagi munosabat darajasini ifodalaydi. Uchinchidan, iltimos, tanqid yoki e’tirozning qabul qilinishiga ta’sir ko‘rsatishi mumkin. To‘rtinchidan, noaniqlik va ehtimoliy kommunikativ ziddiyatlarni kamaytirishga yordam beradi.

Masalan, “*Hujjatni bugun yuboring*” jumlasi buyruq shaklida ifodalangan. “*Iltimos, hujjatni bugun yubora olasizmi?*” shaklida esa so‘rov va hurmat ifodasi birlashadi. “*Imkoningiz bo‘lsa, hujjatni bugun yuborib qo‘ysangiz*” jumlasi iltimosni yanada bilvosita ifodalaydi. Uchala shakl ham muayyan harakatni bajarishga undaydi, biroq ularning pragmatik ohangi va suhbatdoshga qoldiradigan tanlov imkoniyati bir xil emas. Bunday farqni psixolingvistik jihatdan izohlashda xabarni qabul qiluvchi shaxsning kommunikativ niyatni anglash jarayoni hisobga olinadi. Buyruq sifatida tuzilgan xabar vaziyatga qarab qat’iylik, shoshilinchlik yoki qo‘pollik sifatida talqin qilinishi mumkin. Bilvosita iltimos esa suhbatdoshning imkoniyatlarini e’tirof etuvchi ifoda sifatida qabul qilinishi ehtimoli yuqori. Biroq bu natija barcha vaziyatlarda bir xil bo‘lmaydi: yaqin tanishlar o‘rtasida qisqa buyruq odatiy, rasmiy munosabatda esa noo‘rin tuyulishi mumkin. Shu jihatdan nutqiy etiketni alohida so‘z yoki iboralar ro‘yxati sifatida emas, balki kommunikativ vaziyatga mos vositani tanlash jarayoni sifatida tushunish lozim.

O‘zbek tilidagi murojaat shakllari ijtimoiy munosabatlar, hurmat va yaqinlikni ifodalashda muhim o‘rin tutadi. “*Siz*”, “*ustoz*”, “*aka*”, “*opa*” kabi birliklarning vazifasi faqat grammatik yoki lug‘aviy ma’no bilan cheklanmaydi. Ular muayyan vaziyatda suhbatdoshning mavqei, yoshi, tanishlik darajasi va muloqot maqsadiga oid ma’lumotlarni ham ifodalashi mumkin. Masalan, “*ustoz, maqolangizdagi fikrga bir savolim bor edi*” murojaatida ehtirom va bilvosita savol berish strategiyasi birlashadi. “*Maqolangizdagi shu fikrni izohlab bera olasizmi?*”

shaklida murojaat birligi ishlatilmagan bo‘lsa-da, xushmuomalalik grammatik va pragmatik vositalar orqali saqlanishi mumkin. Demak, hurmat faqat maxsus murojaat birliklari orqali emas, balki gapning sintaktik qurilishi, so‘z tanlovi va nutqiy strategiya orqali ham ifodalanadi.

Ijtimoiy tarmoqlarda “*aka*”, “*opa*” kabi murojaatlar tanish bo‘lmagan shaxsga nisbatan ham ishlatilishi mumkin. Bunday qo‘llanishni avtomatik ravishda qarindoshlik belgisi sifatida tushunish to‘g‘ri emas. U ayrim vaziyatlarda samimiylik, hurmat yoki ijtimoiy yaqinlikni ifodalovchi murojaat strategiyasi bo‘lishi mumkin. Shu bilan birga, uning maqbulligi muloqot ishtirokchilari va vaziyatga bog‘liq.

Psixolingvistik nuqtayi nazardan murojaat shakli suhbatdoshning xabarni qanday qabul qilishiga ta’sir etuvchi signallardan biri hisoblanadi. Lingvomadaniy jihatdan esa bu shakllar muayyan jamiyatda shakllangan muomala an’analari va hurmat kutilmalarini aks ettiradi.

Yozma raqamli muloqotda yuz ifodasi, ovoz ohangi va imo-ishoralar ko‘pincha bevosita kuzatilmaydi. Shu sababli emoji va boshqa grafik vositalar xabarning emotsional talqinini yo‘naltirishda ishtirok etishi mumkin. Li va Yangning korpus tadqiqoti emojilarning munosabatni bildirish, hissiy ta’sirni kuchaytirish, hazil va kinoya yaratish hamda muloqot navbatini boshqarish kabi vazifalarini ko‘rsatadi. Masalan, “*rahmat*” va “*rahmat (tabassum emojisi)*” shakllari mazmun jihatidan yaqin bo‘lsa-da, ikkinchi variantda tabassum emojisi ijobiy munosabatni vizual tarzda kuchaytirishi mumkin. “*Xo‘p (yurakcha emojisi)*” javobi esa kontekstga qarab samimiy rozilik yoki suhbatni muloyim yakunlash belgisi sifatida talqin qilinishi mumkin. Biroq emojilarning ma’nosi universal va o‘zgarmas emas: bir xil belgi turli foydalanuvchilar, yosh guruhlari yoki kommunikativ vaziyatlarda turlicha anglanishi mumkin.

Emoji matnning o‘rnini to‘liq egallamaydi. Ko‘pincha u so‘z bilan ifodalangan mazmunni to‘ldiradi, uning ohangini aniqlashtiradi yoki qo‘shimcha ma’no hosil qiladi. Masalan, “*juda yaxshi*” jumlasi betaraf maqtov bo‘lishi mumkin, “*Juda yaxshi! (olqish emojisi)*” esa olqish va qo‘llab-quvvatlash ma’nosini kuchaytiradi. Ayni paytda, “*Juda yaxshi (yengil tabassum emojisi)*” jumlasi ayrim kontekstlarda chinakam ijobiy munosabatni, boshqasida esa kinoyani anglatishi ehtimoldan xoli emas.

Demak, emojilarning pragmatik funksiyasini aniqlash uchun ularni alohida emas, balki matn, kontekst, muloqot ishtirokchilari va kommunikativ maqsad bilan birgalikda tahlil qilish zarur.

Ijtimoiy tarmoqlarda fikr bildirish tezligi va xabarlarning ommaviy ko‘rinishi e’tiroz hamda tanqidning ifodalanishiga ta’sir qilishi mumkin. Tanqidning qanday

shaklda bayon etilishi uning mazmuni bilan bir qatorda, suhbatdosh tomonidan qanday qabul qilinishini ham belgilaydi. Masalan, "*siz noto'g'ri aytyapsiz*" jumlasi to'g'ridan-to'g'ri e'tiroz bildiradi. "*Bu masalaga boshqa nuqtayi nazardan ham qarash mumkin*" shaklida esa qarama-qarshi fikr bilvosita ifodalanadi. Ikkinchi variant suhbatdoshning shaxsiy qadr-qimmatini saqlashga yo'naltirilgan yumshatish strategiyasi sifatida talqin qilinishi mumkin.

Broun va Levinsonning xushmuomalalik nazariyasi nuqtayi nazaridan bunday farqni suhbatdoshning ijtimoiy mavqei, masofa va nutqiy harakatning ta'sir darajasi bilan bog'lab tushuntirish mumkin. Biroq bilvosita ifoda har doim ham samarali bo'lavermaydi. Haddan tashqari noaniq xabar kommunikativ maqsadning anglanmasligiga olib kelishi mumkin. Shuning uchun xushmuomalalik va aniqlik o'rtasidagi muvozanat muhim ahamiyatga ega.

Onlayn muloqotda kinoya ham alohida e'tibor talab qiladi. Masalan, "*Juda puxta javob bo'ldi-da (yengil tabassum emojisi)*" ifodasi muayyan vaziyatda maqtov sifatida, boshqa vaziyatda esa tanqidiy kinoya sifatida anglanishi mumkin. Bu holat matnning o'zida mavjud bo'lmagan yoki to'liq ochilmagan ma'noni qabul qiluvchining kontekstga tayangan holda tiklashiga bog'liq. Shunday ekan, raqamli muhitda kommunikativ ziddiyatni kamaytirish uchun fikrni aniq ifodalash, e'tirozni shaxsga emas, masalaga yo'naltirish va kinoyadan foydalanishda kontekstni hisobga olish muhimdir.

O'zbek internet-muloqotida an'anaviy nutq odobi shakllari bilan raqamli kommunikatsiyaga xos qisqa va norasmiy ifodalar yonma-yon qo'llanishi mumkin. Masalan, "*Assalomu alaykum, yaxshimisiz?*" shaklidagi salomlashuvdan keyin "*Iltimos, faylni yuborib qo'ysangiz*" kabi hurmat ifodalovchi iltimos kelishi mumkin. Boshqa vaziyatda esa yaqin tanishlar "*Salom, faylni tashlab yubor*" kabi qisqa va norasmiy shakldan foydalanadi.

Ushbu farqni milliy odob me'yorlarining yo'qolishi sifatida talqin qilish biryoqlama yondashuv bo'ladi. Muloqot shaklining tanlanishi suhbatdoshlarning o'zaro munosabati, vaziyatning rasmiylik darajasi va kommunikativ maqsad bilan belgilanadi. Shu bois qisqa ifoda o'z-o'zidan odobsizlikni, uzun va rasmiy ifoda esa har doim samimiy hurmatni anglatmaydi.

Tahlil natijalari nutqiy etiketning ijtimoiy tarmoqlarda bir vaqtning o'zida bir necha vazifani bajarishini ko'rsatadi. U muloqotni boshlash va davom ettirishga yordam beradi, suhbatdoshlar o'rtasidagi munosabatni belgilaydi, hissiy munosabatni ifodalaydi hamda e'tiroz va iltimoslarning pragmatik shaklini tartibga soladi. Ushbu vazifalar alohida-alohida emas, balki o'zaro bog'liq holda namoyon bo'ladi.

Global internet-madaniyat emoji, qisqartma, mem va norasmiy yozishmalarning keng tarqalishiga yordam beradi. Biroq ularning mahalliy nutq amaliyotida qanday vazifa bajarishi madaniy kontekst bilan belgilanadi. O‘zbek tilidagi murojaat birliklari, salomlashuv formulalari va hurmat ifodalari raqamli muhitda yangi vositalar bilan birga ishlatilishi mumkin. Natijada nutqiy etiketning an’anaviy shakllari va zamonaviy kommunikativ amaliyotlar o‘rtasida moslashuv yuz beradi.

Shunday qilib, milliy va global nutqiy modellarni o‘zaro mutlaq qarama-qarshi hodisalar sifatida emas, balki bir kommunikativ makonda o‘zaro ta’sirlashuvchi vositalar tizimi sifatida o‘rganish maqsadga muvofiq.

XULOSA

Ijtimoiy tarmoqlardagi nutqiy etiket raqamli kommunikatsiyaning lisoniy, psixologik va madaniy omillari ta’sirida namoyon bo‘ladigan murakkab hodisadir. Uning vazifasi faqat salomlashish, minnatdorlik bildirish yoki uzr so‘rash kabi odatiy nutqiy harakatlarni amalga oshirish bilan cheklanmaydi. Nutqiy etiket muloqot ishtirokchilari o‘rtasidagi ijtimoiy masofani ifodalash, kommunikativ niyatni anglatish, hissiy munosabatni yetkazish va ehtimoliy ziddiyatlarni kamaytirishda ham muhim o‘rin tutadi.

Nazariy tahlil raqamli muhitda nutqiy etiket shakllari kommunikativ vaziyatga mos ravishda tanlanishini ko‘rsatadi. Qisqa va norasmiy ifodalar har doim odobsizlikni anglatmaydi, xuddi shuningdek, rasmiy murojaatning o‘zi ham kommunikativ maqsadning muvaffaqiyatli amalga oshishini kafolatlamaydi. Nutqiy birliklarning vazifasi suhbatdoshlar o‘rtasidagi munosabat, muloqot maqsadi, xabarning konteksti va qabul qiluvchining talqini bilan belgilanadi.

Emoji va grafik vositalar raqamli muloqotda hissiy munosabatni ifodalash, xabar ohangini yumshatish yoki kuchaytirish, hazil va kinoya yaratish kabi vazifalarni bajarishi mumkin. Biroq ularning talqini kontekstga bog‘liq bo‘lib, bir xil belgi turli kommunikativ vaziyatlarda turlicha ma’no kasb etishi ehtimoli mavjud. Shu sababli multimodal vositalarni alohida belgilar sifatida emas, balki matn va kommunikativ vaziyat bilan birgalikda o‘rganish lozim.

O‘zbek internet-muloqotida an’anaviy nutq odobi shakllari bilan global raqamli kommunikatsiyaga xos vositalar birga qo‘llanishi mumkin. “*Siz*”, “*ustoz*”, “*aka*”, “*opa*” kabi murojaat birliklari va hurmat ifodalari raqamli muhitda ham kommunikativ vazifasini saqlab qolishi, ayrim vaziyatlarda esa yangi pragmatik ma’nolar bilan namoyon bo‘lishi mumkin. Bu jarayonni milliy nutq me’yorlarining oddiy yo‘qolishi emas, balki kommunikativ sharoitga moslashuv sifatida talqin qilish maqsadga muvofiq.

Umuman olganda, nutqiy etiketni psixolingvistik va lingvomadaniy jihatdan birgalikda o‘rganish raqamli kommunikatsiyada ma’no hosil bo‘lishi, hissiy munosabatning ifodalanishi va madaniy me’yorlarning namoyon bo‘lish mexanizmlarini chuqurroq tushuntirish imkonini beradi. Mazkur maqolada qo‘llangan nazariy-tahliliy yondashuv kelgusida o‘zbek internet-diskursidan real materiallar to‘plash, ularni pragmatik mezonlar asosida tasniflash va miqdoriy-sifat tahlilini amalga oshirish uchun dastlabki metodologik asos bo‘lib xizmat qilishi mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Abdullazoda M. Sociolinguistic features of politeness in Uzbek social media discourse. American journal of philological sciences, 5(5), 21–23. 2025. https://doi.org/10.37547/ajps/Volume05Issue05-07 (murojaat sanasi: 15.10.2026).
2. Brown P., Levinson S.C. Politeness: some universals in language usage. – Cambridge: Cambridge University Press, 1987. https://doi.org/10.1017/CBO9780511813085 (murojaat sanasi: 15.10.2026).
3. Danet B., Herring S.C. The multilingual internet: language, culture and communication online. – Oxford: Oxford University Press, 2007. https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195304794.001.0001 (murojaat sanasi: 15.10.2026).
4. Herring S.C. Computer-mediated discourse analysis: an approach to researching online behavior. In S.A.Barab, R.Kling, J.H.Gray (Eds.), Designing for virtual communities in the service of learning (pp. 338–376). – Cambridge: Cambridge University Press, 2004. https://doi.org/10.1017/CBO9780511805080.016 (murojaat nasi: 15.10.2026).
5. Ismoilov Kh. On the issues of studying Uzbek internet discourse. Oriental journal of philology, 2025. 5(4), – P. 145–152. https://doi.org/10.37547/supsci-ojp-05-04-19 (murojaat sanasi: 16.10.2026).
6. Khudayberdiyeva Z. Gender differences in English and Uzbek digital discourse: a sociolinguistic perspective. Uzbekistan: language and culture. Linguistic, 2025. 1(1). https://www.linguistics.tsuull.uz/index.php/uzlangcult/article/view/238 (murojaat sanasi: 16.10.2026).
7. Li L., Yang Y. Pragmatic functions of emoji in internet-based communication – a corpus-based study. Asian-pacific journal of second and foreign language

education, 2018. 3, Article 16. https://doi.org/10.1186/s40862-018-0057-z (murojaat sanasi: 16.10.2026).
8. Suler J. The online disinhibition effect. cyberpsychology and behavior, 2004. 7(3), 321–326. https://doi.org/10.1089/1094931041291295 (murojaat sanasi: 16.10.2026).