UO`K: 811.111`276

IJTIMOIY MEDIA DISKURSIDA PRAGMATIK STRATEGIYALAR VA ULARNING LINGVOMADANIY XUSUSIYATLARI

Mo‘minova Maftuna Alijonovna,
Nizomiy nomidagi O‘zMPU Xorijiy tillar fakulteti, v.b dotsenti, PhD.
mmaftun0709@mail.com

DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.19839404

Annotatsiya. *Ushbu maqolada ijtimoiy media diskursida qo‘llaniladigan pragmatik strategiyalar va ularning lingvomadaniy xususiyatlari tahlil qilinadi. Tadqiqot ijtimoiy tarmoqlarda muloqot jarayonida qo‘llaniladigan muloyimlik strategiyalari, implikatura va kontekstual belgilarni o‘rganishga qaratilgan. Shuningdek, turli madaniy muhitlarning til qo‘llanishiga ta’siri ham ko‘rib chiqiladi. Tadqiqot natijalari raqamli kommunikatsiyada pragmatik kompetensiyaning ahamiyatini ochib beradi hamda samarali onlayn muloqotni tashkil etish bo‘yicha tavsiyalarni ilgari suradi.*

Kalit so‘zlar: *pragmatika, ijtimoiy media, diskurs, implikatura, muloyimlik strategiyalari, lingvomadaniyat, kontekst, raqamli kommunikatsiya.*

Abstract. *This article analyzes the pragmatic strategies used in social media discourse and their linguocultural characteristics. The study focuses on politeness strategies, implicature, and contextual cues employed in communication on social networking platforms. It also examines the influence of different cultural environments on language use. The findings highlight the importance of pragmatic competence in digital communication and propose recommendations for organizing effective online interaction.*

Keywords: *pragmatics, social media, discourse, implicature, politeness strategies, linguoculture, context, digital communication.*

Аннотация. *В данной статье анализируются прагматические стратегии, используемые в дискурсе социальных медиа, а также их лингвокультурные особенности. Исследование сосредоточено на стратегиях вежливости, импликатуре и контекстуальных признаках, применяемых в процессе коммуникации на платформах социальных сетей. Также рассматривается влияние различных культурных сред на использование языка. Результаты исследования подчеркивают важность прагматической компетенции в цифровой коммуникации и предлагают рекомендации по организации эффективного онлайн-взаимодействия.*

Ключевые слова: *прагматика, социальные медиа, дискурс, импликатура, стратегии вежливости, лингвокультура, контекст, цифровая коммуникация.*

Kirish. So‘nggi yillarda texnologiyalarning jadal rivojlanishi hamda ijtimoiy media platformalarining keng tarqalishi kommunikatsiya manzarasini sezilarli darajada o‘zgartirdi. Shaxslar tobora ko‘proq raqamli muloqotga kirishar ekan, tilning nozik jihatlari va muloqotda qo‘llaniladigan strategiyalar ham rivojlanib, ifoda va o‘zaro ta’sirning yangi shakllarini yuzaga keltirmoqda. Ijtimoiy media tezkor muloqotni ta’minlab, an’anaviy lingvistik me’yorlar qayta ko‘rib chiqiladigan va yangicha shakllanadigan o‘ziga xos muhitlarni yaratdi.

Pragmatika tilshunoslikning bir sohasi sifatida kontekstning so‘zlarning bevosita lug‘aviy ma’nosidan tashqari talqiniga qanday ta’sir qilishini o‘rganadi. Ijtimoiy media muhitida esa, qisqalik va tezkorlik ustuvor bo‘lganligi sababli, pragmatikaning ahamiyati yanada kuchayadi. Foydalanuvchilar o‘z niyatlarini samarali yetkazish va boshqalarning fikrlarini to‘g‘ri talqin qilish uchun turli lingvistik strategiyalarga — jumladan, muloyimlik (politeness), implikatura (yashirin ma’no), va kontekstual belgilar — tayanadilar.

Mazkur tadqiqotning asosiy maqsadi ijtimoiy media diskursida qo‘llaniladigan pragmatik strategiyalarni aniqlash va ularning lingvomadaniy xususiyatlarini tahlil qilishdan iborat.

Pragmatika nutq ma’nosining kontekst bilan bog‘liqligini o‘rganadi. Tilshunoslar pragmatikani so‘zlovchi niyati va tinglovchi talqini o‘rtasidagi munosabat sifatida izohlaydi. Media esa axborotni uzatish vositasi sifatida jamiyatdagi til qo‘llanishiga bevosita ta’sir ko‘rsatadi. Media diskursi esa ommaviy auditoriyaga yo‘naltirilgan, oldindan ishlab chiqilgan va ijtimoiy ta’sirga ega kommunikatsiya shaklidir. Ijtimoiy media paydo bo‘lishi bilan bu diskurs yanada interaktiv tus oldi. Bundan tashqari tadqiqot davomida tilning faqat pragmatik jihatlari emas, balki muloqot jarayonini shakllantiruvchi madaniy omillar ham chuqur tahlil qilindi. Turli madaniy kontekstlarga mansub foydalanuvchilarning ijtimoiy media platformalaridagi kommunikativ xatti-harakatlari o‘rganilib, raqamli muloqotda yuzaga keladigan murakkab va ko‘p qatlamli ma’nolar yoritiladi. Mazkur yondashuv zamonaviy kommunikatsiya doirasida pragmatika haqidagi ilmiy qarashlarni kengaytiradi hamda ko‘p madaniyatli raqamli muhitda samarali va moslashuvchan muloqot strategiyalarini ishlab chiqishga imkon yaratadi.

Adabiyotlar taxlili. Multimodal diskursni tahlil qilish uchun vizual savodxonlik, ya'ni tasvirlarning shakli va mazmunini tahlil eta olish ko'nikmasi talab etiladi”[9]. Shu bilan birga, vizual belgilarning ma'nosi madaniy konnotatsiyaga ega bo'lishi mumkin. “Fransuz semiotigi R.Bart "tasvir ritorikasi" maqolasida fotosuratlardagi obrazlarning konnotativ (ramziy) ma'nosini tushunish tomoshabinning jahon haqidagi bilimlariga, milliy va estetik donaligiga bog'liq ekanini ko'rsatib bergan”[3]. Ya'ni, biror tasvir bir kishiga ma'lum bir emotsiya yoki g'oyani anglatishi, boshqa madaniyat vakilini esa befarq qoldirishi mumkin – chunki tasvirning yashirin ma'nosini anglash uchun madaniy kodni bilmoq zarur. Shu nuqtai nazardan, lingvomadaniy komponent tushunchasi til birligi (so'z, ibora, tasviriy belgi va boshqalar) tarkibida mujassam topgan madaniy mazmunga ishora qiladi. Shuningdek, lingvomadaniy komponentlarni to'g'ri talqin etish uchun konmatn va bekgraund bilim hal qiluvchi ahamiyatga ega. Misol tariqasida keltiradigan bo’lsak,

“N. Opritsh (2023) zamonaviy ingliz reklamalarini tahlil qilib, autdor reklama matnidagi madaniy xususiyatlarni tavsiflaydi va xulosa qiladiki, qabul qiluvchi zarur fon bilimlariga ega bo'lsagina reklamaviy xabarni to'g'ri anglay oladi. Demak, lingvomadaniy belgilar multimodal matnning to'g'ri "o'qilishi"da asosiy kalit vazifasini bajaradi. Bart ta'biri bilan aytganda, vizual belgilar "kod" asosida ma'no beradi va bu kod ko'p hollarda madaniyat tomonidan belgilangan bo’ladi”[13]. Ishontirish va manipulyatsiyaning pragmatik jihatlari multimodal diskurs orqali yetkaziladigan xabar muayyan kommunikativ niyatga ega bo'ladi. Gap shundaki, gapiruvchi yoki yozuvchi o'z maqsadiga yetish uchun turli usullardan foydalanadi va bu usullar ham til, ham tasvir orqali amalga oshishi mumkin.

Tadqiqot metodologiyasi. Diskurs tahlili nafaqat onlayn muloqotlarning lingvistik mazmunini, balki ma’no shakllanishiga ta’sir etuvchi ijtimoiy va madaniy kontekstlarni ham tahlil qilish uchun keng qamrovli metodologik asosni taqdim etadi. Ushbu yondashuv tadqiqotchiga foydalanuvchilarning muloyimlik strategiyalari, implikatura va kontekstual belgilar kabi pragmatik vositalardan qanday foydalanishini, ayniqsa dinamik va ko‘pincha noaniq kommunikativ muhitda maqsadli ma’noni samarali yetkazish jarayonini chuqur tahlil qilish imkonini beradi.

Mazkur tadqiqot uchun ma’lumotlar bir nechta ijtimoiy media platformalaridan, jumladan Twitter, Instagram va Facebook’dan yig‘ildi. Ushbu platformalar foydalanuvchilarning demografik xilma-xilligi hamda turli kommunikatsiya uslublariga egaligi sababli tanlangan bo‘lib, ular tahlil uchun boy va reprezentativ ma’lumotlar bazasini taqdim etadi. Tanlab olishda maqsadli tanlash (purposive sampling) usuli qo‘llanilib, pragmatik strategiyalar qo‘llanilgan real kommunikativ kontekstlarni aks ettiruvchi postlar, izohlar va muloqot zanjirlari saralab olindi.

Taxlillar va natijalar.

1. Muloyimlik strategiyalari. Muloyimlik samarali muloqotning muhim tarkibiy qismi hisoblanadi, ayniqsa ohang va niyat oson noto‘g‘ri talqin qilinishi mumkin bo‘lgan raqamli muhitda. Foydalanuvchilar ko‘pincha ijtimoiy uyg‘unlikni saqlash va ehtimoliy nizolarning oldini olish maqsadida muloyimlik strategiyalaridan foydalanadilar[2]. Masalan, foydalanuvchi “Menga bu loyiha bo‘yicha yordam bera olsangiz, juda minnatdor bo‘lardim” deb aytishi mumkin, bu esa “Menga bu loyihada yordam bering” kabi to‘g‘ridan-to‘g‘ri talabdan farq qiladi. Bunday bilvosita yondashuv so‘rovni yumshatadi va boshqa shaxsning mustaqilligiga hurmatni namoyon etadi.

Tadqiqot shuni ko‘rsatdiki, masalan, Facebook izohlar bo‘limida kimdir jamoat arbobi haqidagi tanqidiy postga quyidagicha javob berishi mumkin: “Sizning

fikringizni tushunaman, lekin siz shuni ko‘rib chiqdingizmi…?” Ushbu ifoda nafaqat boshqa inson fikrini tan oladi, balki qarama-qarshiliksiz muhokamani davom ettirishga ham undaydi.

2. Implikatura. Implikatura foydalanuvchilarga ochiq-oydin ifoda etilmagan ma’nolarni yetkazish imkonini beradi, bunda umumiy bilim va kontekstga tayaniladi. Ijtimoiy media muloqotida foydalanuvchilar samarali aloqa qilish uchun ko‘pincha implikaturadan foydalanadilar. Masalan, foydalanuvchi “Yomg‘ir yog‘ayotganga o‘xshaydi” deb yozishi mumkin, bu esa bevosita aytilmagan holda boshqalarga soyabon olish kerakligini anglatadi.

3. Kontekstual belgilar. Kontekstual belgilar raqamli muloqotda muhim ahamiyat kasb etadi, chunki ular aks holda noaniq bo‘lishi mumkin bo‘lgan xabarlarni talqin qilishga yordam beradi[5]. Ijtimoiy media platformalari emoji, hashtag va yozilish vaqti kabi turli kontekstual vositalarni taqdim etadi, ular talqinga sezilarli ta’sir ko‘rsatadi. Masalan, kinoyaviy (sarkastik) izoh bilan birga kulayotgan emoji qo‘llanishi foydalanuvchining hazillashayotganini bildiradi, aksincha jiddiy ohang haqiqiy tashvishni anglatishi mumkin.

Ijtimoiy media’da til qo‘llanishidagi madaniy farqlar bo‘yicha tahliliy xulosalar. Ushbu tadqiqotning muhim natijalaridan biri ijtimoiy media kontekstida til qo‘llanishiga madaniy omillarning ta’sirini aniqlashdan iboratdir. Turli madaniy muhitlarga mansub foydalanuvchilar o‘rtasidagi muloqotlarni tahlil qilish orqali tadqiqot kommunikatsiya uslublari, me’yorlar va amaliyotlarda mavjud farqlarni yoritishga qaratilgan. Ushbu natijalar madaniy kontekstlarning foydalanuvchilarning pragmatik yondashuvlariga, jumladan to‘g‘ridan-to‘g‘rilik, hazil, hamda muloyimlik strategiyalariga qanday ta’sir ko‘rsatishini ko‘rsatadi. Ushbu farqlarni tushunish raqamli makonda samarali madaniyatlararo muloqotni rivojlantirish uchun muhim ahamiyatga ega.

Kommunikatsiya uslublaridagi farqlar. Kommunikatsiya uslublari madaniy kontekstga bevosita bog‘liq bo‘lib, ular xabarlarning qanday shakllanishi va talqin qilinishiga sezilarli darajada ta’sir ko‘rsatadi. Kollektivistik jamiyatlarda muloqot ijtimoiy uyg‘unlikni saqlashga qaratilgan bo‘lib, nutq odatda bilvosita, ehtiyotkor va yumshatilgan shaklda ifodalanadi. Bunday yondashuv suhbatdoshlar o‘rtasida ziddiyatni kamaytirish va ijtimoiy munosabatlarni muvozanatda ushlab turishga xizmat qiladi.

Aksincha, individualistik madaniyatlarda kommunikatsiya ochiqlik, aniqlik va shaxsiy fikrni bevosita ifodalashga asoslanadi. Bu madaniyatlarda to‘g‘ridan-to‘g‘ri nutq samaradorlik va shaffoflik belgisi sifatida qaraladi. Masalan, onlayn loyiha muhokamasida:

Kollektivistik madaniyat vakili:

“*Ehtimol, bu yondashuvni yana bir bor ko‘rib chiqish foydali bo‘lishi mumkin…*”

Individualistik madaniyat vakili:

“*Bu yondashuv samarali emas, uni o‘zgartirish kerak.*”

Birinchi ifoda mitigatsiya (yumshatish) va bilvositalik orqali ijtimoiy uyg‘unlikni saqlashga xizmat qiladi. Ikkinchi ifoda esa direktiv va to‘g‘ridan-to‘g‘ri nutq akti bo‘lib, tezkor va aniq qaror qabul qilishga yo‘naltirilgan.

Muloyimlik me’yorlari. Muloyimlikka oid me’yorlar ham madaniyatlar kesimida farq qiladi va bu foydalanuvchilarning iltimos, minnatdorchilik yoki norozilikni qanday ifodalashiga ta’sir ko‘rsatadi. Ba’zi madaniyatlarda rasmiy murojaat shakllari va hurmat ifodalari muhim ahamiyatga ega bo‘lsa, boshqalarida yanada erkin va tenglikka asoslangan muloqot uslubi ustunlik qiladi. Masalan, Facebook platformasida rasmiy muloyimlikni qadrlaydigan madaniyat vakili quyidagicha yozishi mumkin:

“*Agar imkoningiz bo‘lsa, ushbu hujjatni ko‘rib chiqib, fikr bildirishingizni so‘rayman*.”

Boshqa madaniyat vakili esa shu fikrni qisqa va to‘g‘ridan-to‘g‘ri tarzda ifodalaydi: “*Hujjatni ko‘rib chiqib fikr ayting*.”

Birinchi misolda bilvosita va yumshatilgan (mitigated) nutq strategiyasi qo‘llanilgan bo‘lib, u ijtimoiy masofani saqlash va hurmatni ifodalashga xizmat qiladi. Ikkinchi misolda esa to‘g‘ridan-to‘g‘ri direktiv nutq akti qo‘llanilib, kommunikatsiya tezligi va samaradorligi ustuvor hisoblanadi.

Emoji va vizual belgilar qo‘llanilishi. Madaniy farqlar raqamli kommunikatsiyada emoji va boshqa vizual vositalardan foydalanishda ham namoyon bo‘ladi. Ayrim emojilar turli madaniyatlarda turlicha ma’noga ega bo‘lib, bu xabarlarning talqiniga bevosita ta’sir qiladi.

Masalan, (qo‘llarni birlashtirish emojisi) ko‘plab Osiyo madaniyatlarida minnatdorchilik yoki hurmat ifodasi sifatida qabul qilinadi. Biroq, ayrim G‘arb foydalanuvchilari uni “ibodat qilish” yoki hatto ba’zida “iltimos qilish” ma’nosida tushunishlari mumkin. Bu esa muloqotda ma’no tafovutlariga olib keladi.

Yoki (kulib yig‘lash emojisi) ko‘pchilik madaniyatlarda kulgili holatni bildirsa-da, ba’zi kontekstlarda u masxara yoki istehzo sifatida talqin qilinishi mumkin.Shu sababli, madaniy tafovutlarni anglash madaniyatlararo muloqotda tushunmovchiliklarning oldini olish uchun muhimdir.

Natijalar shuni ko‘rsatadiki, ijtimoiy media muloqotida pragmatik strategiyalar muhim rol o‘ynaydi. Ular nafaqat ma’noni aniqlashtiradi, balki ijtimoiy

munosabatlarni ham boshqaradi. Madaniy farqlar esa kommunikatsiya samaradorligiga bevosita ta’sir qiladi.

Xulosa. Ushbu tadqiqot ijtimoiy media diskursida pragmatik strategiyalarning muhimligini ko‘rsatdi. Muloyimlik, implikatura va kontekstual belgilar samarali kommunikatsiyani ta’minlaydi. Madaniy farqlarni anglash esa madaniyatlararo muloqotni rivojlantirishda muhim omil hisoblanadi.

Kelgusida raqamli kommunikatsiya pragmatikasini yanada chuqurroq o‘rganish zarur, chunki global muloqot dinamikasi doimiy ravishda o‘zgarib bormoqda.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Ametova, Y. T. (2025). Expressiveness in English and Uzbek advertising texts: A comparative analysis of linguistic and cultural aspects. The Lingua Spectrum, 3(1), 16–22. (Linguistic Spectrum Journal, Uzbekistan State World Languages University)
2. Birdsell, D. S., & Groarke, L. (1996). Toward a theory of visual argument. Argumentation and Advocacy, 33(1), 1–10.
3. Barthes, R. (1964). La rhétorique de l’image. Communications, 4(1), 40–51. (Reprinted in Image – Music – Text. New York: Hill and Wang, 1977)5.Baldry, A & Thibault, P. J. (2006) Multimodal Transcription and Text Analysis. London: Equinox.
4. Duncum, P. (2004). Visual culture isn‘t just visual: Multiliteracy, multimodality and meaning. Studies in Art Education: A Journal of Issues and Research in Art Education, 45(3), 252–264.
5. Forceville, C. (1996). Pictorial Metaphor in Advertising. London: Routledge.
6. Jewitt, C. (Ed.). (2009). The Routledge Handbook of Multimodal Analysis. London: Routledge.
7. Kress, G., & van Leeuwen, T. (2001). Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication. London: Arnold.
8. Kravchenko N., Yudenko O. (2023). Multimodal advertising: Semiotic and cognitive pragmatic aspects. International Journal of Philology, 8(4), 6-15.
9. Machin, D., & Mayr, A. (2012). How to Do Critical Discourse Analysis: A Multimodal Introduction. London
10. Mo‘minova M.A. Linguocultural classificationof visual and verbal signs in English and Uzbek language. // Actual problems of modern science, education and training Journal. Khorezm science.uz October, 2025-10.ISSN: 2181-9750
11. Mo‘minova M. Pragmatic functions of linguacultural components in multimodal discourse. //Multidisciplinary and Multidimensional Journal. Vol.4 No.8 (2025) ISSN: 2775-5118
12. Norris, Sigrid (2004) – Analyzing Multimodal Interaction: A Methodological Framework
13. Oprishch, N. (2023). Linguocultural Peculiarities in the Multimodal Text of English Outdoor Advertisingpapers.ssrn.compapers.ssrn.com. SSRN Electronic Journal. http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4688363
14. Scollon, R., & Scollon, S. W. (2003). Discourses in Place: Language in the Material World.
15. Thibault P.J. Multimodal Transcription of a Television Advertisement: Theory and Practice // Baldry A. (Ed.) Multimodal Transcription an d Text Analysis. — London: Equinox, 2006. — P. 311–385.