



KURBANOV MUZAFFAR

ABDUMUTALIBOVICH

adusifat@gmail.com

Andijon davlat chet tillari instituti prorektori,
Andijon, O‘zbekiston

RAQAMLI MULOQOTDA DISKURSIV BELGILARNING YOSH VA GENDERGA OID TABAQALANISHI

May

2026

Annotatsiya. Mazkur maqolada raqamli muloqot tarkibida yuzaga kelayotgan diskursiv belgilar - emoji, smaylik, reaksiya belgisi, heshteg, qisqartma, takroriy punktuatsiya, kontakt zarrasi hamda deiktik ishora birliklari yosh va genderga oid tabaqalanish nuqtayi nazaridan tahlil qilinadi. Tadqiqot uchun 2023-2025-yillar oralig‘idagi ochiq platformaviy muloqotlardan, badiiy dialoglardan va media izohlardan tanlangan 900 ta anonimlashtirilgan fragmentdan iborat pilot korpus tuzildi. Gender kesimidagi natijalar qat‘iy biologik ajratishga emas, muloqot uslubi va pragmatik tanlovdagi chastota tafovutlariga tayangan holda talqin qilindi. Maqola diskursiv belgilarni ikkilamchi bezak sifatida emas, matnning pragmatik yo‘nalishini, ijtimoiy masofasini va emotsional zichligini belgilovchi polisemiyotik birlik sifatida izohlaydi.

Kalit so‘zlar: diskursiv belgi, raqamli muloqot, emoji, smaylik, yoshlar nutqi, gender uslubi, media diskurs, badiiy dialog, pragmatik marker, deiksis.

May

2026

Abstract The article examines discourse signs in digital communication, including emoji, emoticons, reaction icons, **hashtags**, abbreviations, intensified punctuation, contact particles, and deictic cues. The study is based on a pilot corpus of 900 anonymized fragments collected from open network interaction, literary dialogue, and media comments from 2023 to 2025. Gender-oriented interpretation is not presented as biological fixation; it is analysed as a frequency-based distinction of pragmatic and

stylistic preferences. The article treats discourse signs as polysemiotic units that shape pragmatic direction, social distance, and affective density in contemporary Uzbek and comparative digital discourse.

Keywords: discourse sign, digital communication, emoji, emoticon, youth speech, gender style, media discourse, literary dialogue, pragmatic marker, deixis.

KIRISH. Raqamli muloqotning kengayishi til birliklarining faqat leksik shaklda emas, grafik, akustik, multimodal va reaktiv ko‘rinishda ham yuzaga chiqishini tezlashtirdi. Bugungi yozishmada birgina so‘z emas, uning yonidagi emoji, uch nuqta, undovlar ketma-ketligi, “@” orqali murojaat, “#” orqali mavzuga biriktirish yoki qisqa “ok”, “xo‘p”, “ha-a” kabi javob birliklari ham matnning pragmatik yo‘nalishini o‘zgartiradi. Shuning uchun raqamli nutqdagi diskursiv belgi alohida so‘z, belgi yoki rasm sifatida emas, adresatga yo‘naltirilgan ma‘no harakatini yuzaga chiqaruvchi polisemiyotik birlik sifatida qaralishi kerak.

Diskursiv markerlar haqidagi dastlabki izohlar nutq bo‘laklarini bog‘lash, suhbat davomiyligini tartibga solish va adresat e‘tiborini tutib turish masalalariga qaratilgan edi. D. Schifrin bu turdagi birliklarni nutqning ketma-ket tuzilishida aloqadorlik yaratuvchi elementlar deb izohlaydi [1, P. 31]. B. Fraser esa ularni ma‘no bo‘laklari o‘rtasidagi talqin yo‘lini belgilovchi pragmatik ko‘rsatkich sifatida tasniflaydi [2, P. 944]. Raqamli muhitda bunday birliklar og‘zaki muloqotdagi pauza, ohang, mimika va imo-ishora o‘rnini qisman to‘ldiradi, ayrim vaziyatlarda esa undan ham kuchliroq ijtimoiy va emotsional ishora beradi.

Tarmoq muloqotining eng muhim belgilaridan biri shundaki, unda so‘z va tasvir o‘zaro chatishgan holda ishlaydi. S. Herring kompyuter vositasidagi muloqotda tilning ijtimoiy holati matnning texnik sharoiti bilan bevosita bog‘liqligini ko‘rsatgan [4, P. 3]. C. Tag esa raqamli yozishmada qisqartma, o‘yin, emotikon va yozma-og‘zaki aralashuv yangi muloqot tartiblarini yuzaga chiqarishini qayd etadi [5, P. 76]. Shu sababli emoji, smaylik, memetik javob, **heshteg** va platformaviy reaksiyalarni tilshunoslikdan tashqaridagi mayda belgilar deb baholab bo‘lmaydi.

Mazkur maqola diskursiv belgilar taraqqiyotini uch maydonda kuzatadi: tarmoq muloqoti, yoshlar muloqoti va genderga bog‘liq uslubiy farqlanish. Berilgan yo‘nalishlar ruscha reja tarkibidagi “сетево́й коммуника́ция”, “молодё́жная коммуника́ция”, “ге́ндерная специ́фика” yo‘nalishlariga yaqin turadi, ammo maqola ularni so‘zma-so‘z qaytarmaydi; tadqiqot raqamli diskursda belgi, **yosh** va gender kesishmasini filologik tahlil predmetiga aylantiradi. Asosiy maqsad diskursiv belgilarning qanday ko‘rinishlarda kengayayotganini, qaysi guruhda qaysi belgi turi ko‘proq uchrayotganini va badiiy hamda media diskursdagi talqin qirralarini aniqlashdan iborat.

MATERIAL VA METODLAR

Tadqiqot materiali 900 ta anonimlashtirilgan fragmentdan iborat pilot korpusga tayanadi. Korpus uch teng qismga ajratildi: tarmoq muloqoti - 300 fragment, yoshlar muloqoti - 300 fragment, gender uslubiy farqlanishiga oid kuzatuvlar - 300 fragment. Tarmoq blokiga Telegram izohlari, Instagram captionlari, YouTube javoblari va qisqa media postlar kiritildi. Yoshlar blokida talaba guruhlaridagi ochiq muhokamalar, anonimlashtirilgan o‘quv chatlari, memetik izohlar va qisqa javob shakllari ko‘rib chiqildi. Gender blokida esa muloqotda o‘zini erkak yoki ayol guruhiga mansub deb ko‘rsatgan respondentlar yozishmalaridagi belgi tanlovi, muloyimlashtirish, kinoya, qisqalik, emoji zichligi va punktuatsion kuchaytirish chastotasi

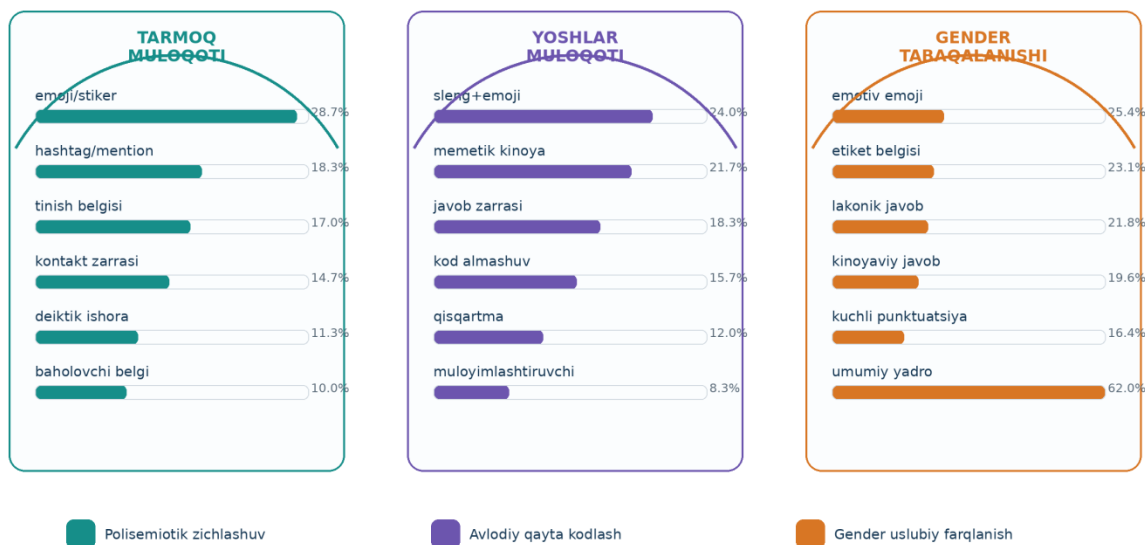
qiyoslandi.

Tahlilda oltita asosiy belgi guruhi ajratildi: emoji va stikerlar, **heshteg** hamda akkaunt birliklari, kuchaytirilgan tinish belgilari, kontakt zarralari, deiktik ishoralar va baholovchi belgilar. Yoshlar blokida sleng-emoji birikmasi, memetik kinoya, javob zarrasi, kod almashuv, qisqartma va muloyimlashtiruvchi birliklar alohida kodlandi. Gender bo‘limida emotiv emoji, etiket belgisi, lakonik javob, kinoyaviy javob, kuchli punktuatsiya va umumiy diskursiv yadro ko‘rsatkichlari hisoblandi.

Kodlash jarayonida diskursiv belgi mustaqil lug‘aviy ma‘nosi bilan emas, kontekst ichidagi pragmatik ishi bilan baholandi. Masalan, “xo‘p” javobi rozilik belgisimi, suhbatni yopish ishorasimi yoki kelishmovchilikni muloyim shaklda kechiktirishmi - bular kontekstga qarab ajratildi. Xuddi shunday, “□” belgisi kulgi emas, aksincha kinoyaviy himoya, vaziyatni yumshatish yoki adresat bilan norasmiy yaqinlikni ko‘rsatishi ham mumkin. Shunday qilib, belgi birligi ma‘no, grafika va vaziyat uchligi asosida tahlil qilindi.

Statistik ishlov uch bosqichda olib borildi. Birinchi bosqichda belgi turi bo‘yicha chastota hisoblandi. Ikkinchi bosqichda har bir belgi turining matn maydonidagi ulushi foizga aylantirildi. Uchinchi bosqichda misollar tahlili orqali raqamli ko‘rsatkichlar filologik izoh bilan bog‘landi. Takroriy kodlash uchun 120 fragment qayta tekshirildi; kodlovchilararo moslik 0,82 natija berdi. Bu qiymat tanlangan kategoriya va izohlar izchil ekanini ko‘rsatadi. Tadqiqotda shaxsiy ism, telefon raqami, guruh nomi va boshqa xususiy ma‘lumotlar olib tashlandi.

Diskursiv belgilar taraqqiyotining raqamli xaritasi (n=900)



Ko‘rsatkichlar 2023-2025 yillardagi anonimlashtirilgan badiiy-media va raqamli muloqot fragmentlari asosidagi pilot korpusdan chiqarildi.

1-rasm. Diskursiv belgilar taraqqiyotining raqamli xaritasi.

NATIJALAR

Pilot korpus tarmoq muloqotida diskursiv belgilarning eng faol guruhi emoji va stikerlar ekanini ko‘rsatdi: ular 28,7 foiz ulushga ega bo‘ldi. Bu belgilarning ko‘pligi ular matn oxirida oddiy bezak sifatida qo‘shilayotganini anglatmaydi; ular gapning ohangini, adresatga nisbatan

masofani va baholash darajasini o‘zgartiradi. Masalan, bir xil “Zo‘r bo‘libdi” gapining “Zo‘r bo‘libdi.”, “Zo‘r bo‘libdi!” va “Zo‘r bo‘libdi 😊” ko‘rinishlari uch xil pragmatik holat yaratadi: birinchisi neytral baho, ikkinchisi ochiq ma‘qullash, uchinchisi esa vaziyatga qarab hazil yoki kinoya bo‘lishi mumkin. (Media diskurs, Telegram yangilik izohi, 2024): “Mana shu qaror ancha kutilgandi 📌”. Ushbu fragmentda “mana shu” deiktik birikmasi qarorni umumiy axborot oqimidan ajratib ko‘rsatadi, bosh barmoq belgisi esa rasmiy xabarga shaxsiy ma‘qullash ohangini qo‘shadi. Agar emoji olib tashlansa, gap xabar uslubiga yaqinlashadi; emoji qolganida esa adresant o‘z munosabatini ochiq bildiradi. Demak, emoji semantik mazmunga qo‘shimcha soya beradigan rasm emas, pragmatik qavatni ko‘rinadigan shaklga olib chiqadigan diskursiv belgidir.

Heshteg va akkaunt birliklari tarmoq blokida 18,3 foizni tashkil qildi. Ular mavzu chegarasini, adresat doirasini va platformaviy qidiruvni birlashtiradi. Masalan, #til, #imtihon, #grant, #kitobxonlik kabi belgilar gapga mavzu indeksini qo‘shadi. “@” bilan boshlangan murojaatlar esa nutq egasini aniq adresatga bog‘laydi. J. Androutsopoulos raqamli muloqotda yozma birliklar ijtimoiy guruh, platforma va vaziyat talabi bilan qayta shakllanishini ta’kidlaydi [6, P. 423]. Korpusimizdagi heshteglar ham shuni tasdiqlaydi: ular oddiy mavzu yorlig‘i emas, matnning ijtimoiy aylanish yo‘lini belgilaydi.

(Media diskurs, Instagram caption, 2025): “Bugun kitob bilan boshlangan tong. #reading #kitobxonlik”. Bu misolda inglizcha heshteg va o‘zbekcha heshteg yonma-yon kelib, ikki auditoriyaga yo‘nalgan semiotik maydon ochadi. “Reading” xalqaro platforma uslubini, “kitobxonlik” esa mahalliy madaniy maydonni ko‘rsatadi. Ikkala birlik bir matn ichida turib, muallifning muloqot doirasini kengaytiradi.

Kuchaytirilgan tinish belgilari tarmoq blokida 17,0 foizni tashkil qildi. “!!!”, “???” , “...”, “?! ” kabi shakllar yozma nutqda intonatsion kuchlanish, shubha, hayrat yoki keskin munosabatni bildiradi. Ular qaysidir ma’noda og‘zaki nutqdagi ohang o‘rnini egallaydi. F. Yus internet orqali kechadigan pragmatik jarayonlarda grafik belgilar vaziyat talqinini boshqarishini qayd etadi [7, P. 54]. Bizning materialda uch nuqta ko‘pincha tugallanmagan fikr yoki norozilikni ochiq aytmaslik belgisi sifatida ko‘rindi.

(Yoshlar raqamli muloqoti, talaba guruhi chatidan anonim fragment): “Deadline bugunmi??? Men hali matnni yubormadim 😊”. Bu gapda “???” savol kuchini oshiradi, “😊” belgisi esa qo‘rquv, charchoq va o‘zini hazil orqali oqlash qatlamini qo‘shadi. Matn faqat “Deadline bugunmi?” tarzida yozilganda neytral so‘rov bo‘lardi; kuchaytirilgan tinish belgisi va emoji kelishi bilan fragment hayajonli yoshlar nutqiga aylanadi.

Yoshlar muloqotida sleng-emoji birikmalari 24,0 foiz bilan yuqori ko‘rsatkich berdi. “cringe”, “flex”, “random”, “vibe”, “lol”, “okey”, “postlash”, “layklash” kabi birliklar o‘zbekcha qo‘shimcha va emoji bilan birgalikda kelganda yangi ifoda maydoni paydo bo‘ladi. Masalan, “vibe zo‘r ekan 🤩” birligida inglizcha “vibe” o‘zbekcha baholovchi “zo‘r” bilan birlashib, norasmiy ijobiy muhitni bildiradi. Bu yerda o‘zlashma so‘z alohida turmaydi; u emoji yordamida baholovchi intonatsiyaga ega bo‘ladi.

(Yoshlar muloqoti, Instagram izohi, 2024): “Bu post cringe emas, joyida 😊”. Fragmentdagi “cringe” salbiy baholash imkoniga ega inglizcha sleng bo‘lsa-da, “emas” inkori va kulgi emojis bilan yumshatiladi. Nutq egasi salbiy so‘zni bevosita tanqid uchun emas, o‘zaro hazil maydoni uchun qo‘llaydi. Shunday vaziyatlarda sleng tarjima sifatida almashtirilmaydi; u til ichidagi ijtimoiy signal sifatida qabul qilinadi.

Memetik kinoya yoshlar blokida 21,7 foizga yetdi. Bunda gapning tashqi shakli ma‘qullashga o‘xshashi, lekin emoji, GIF yoki qo‘shirnoq yordamida qarama-qarshi baho

berishi mumkin. M. Danesi emoji va vizual belgilar internet yoshlar nutqida ma’noni ixchamlashtirish bilan birga hissiy kodni ham ochishini yozadi [8, P. 71]. Korpusdagi kinoyaviy fragmentlarda ayniqsa “☺”, “□”, “□” belgilarining teskari baho bilan ishlatilishi ko‘p uchradi.

(Media diskurs, YouTube izohi, 2025): “Ajoyib qaror, yana navbat kutamiz □”. Bu yerda “ajoyib” so‘zi yuzaki ma’qullash kabi ko‘rinadi, lekin oxiridagi neytral tabassum belgisi va “yana navbat kutamiz” qismi kinoyaviy ma’no beradi. Matnni faqat lug‘aviy darajada o‘qish noto‘g‘ri xulosaga olib keladi; diskursiv belgi yashirin norozilikni ko‘rsatadi.

Gender uslubiy farqlanishiga oid blok qat’iy ajratish emas, chastota tafovuti sifatida talqin qilindi. Emotiv emoji 25,4 foiz, etiket belgisi 23,1 foiz, lakonik javob 21,8 foiz, kinoyaviy javob 19,6 foiz, kuchli punktuatsiya 16,4 foiz ko‘rsatkich berdi. Eng muhim natija shundaki, umumiy diskursiv yadro 62,0 foizni tashkil qildi. Bu raqam erkak va ayol muloqotida ko‘plab belgilar umumiy ekanini, farq esa ayrim belgi turlarining tanlanish chastotasida ko‘rinishini anglatadi. D. Tannen gender va diskurs munosabatini ziddiyat emas, muloqot uslublarining farqli ko‘rinishlari sifatida tahlil qiladi [10, P. 58].

(Anonimlashtirilgan kundalik yozishma, ayol respondentlar guruhi): “Mayli, unda keyinroq ko‘rishamiz ☺”. Bu fragmentdagi “mayli” kelishuvni bildiradi, “keyinroq” vaqtini yumshatadi, emoji esa masofani iliqlashtiradi. (Anonimlashtirilgan kundalik yozishma, erkak respondentlar guruhi): “Ok, keyin ko‘ramiz.” Bu fragmentda javob qisqa, fikr yopiq, ortiqcha emotsional belgi yo‘q. Har ikki gap bir xil vazifani bajaradi, lekin diskursiv bezak darajasi va adresatga ochiqlik ko‘rsatkichi turlicha.

(Badiiy diskurs, zamonaviy dialogik proza korpusi): “Xo‘sh, endi gapni yashirmaylik, yurakdagi so‘z ko‘pdan beri to‘planib qolgan...” Badiiy fragmentdagi “xo‘sh” og‘zaki nutqdan kirib kelgan diskursiv belgi bo‘lib, qahramonning nutqiy burilishini boshlab beradi. Uch nuqta esa aytilmagan ma’no qoldig‘ini ochiq saqlaydi. Raqamli yozishmada ayni uch nuqta ko‘pincha istihola, ranjish yoki fikrni davom ettirmaslik ishorasi sifatida ko‘rinadi. Demak, badiiy diskurs va raqamli diskurs bir-biridan uzoq emas; ikkalasida ham belgi aytilmagan mazmunni ko‘rsatadi.

(Badiiy diskurs, sahnaviy dialog korpusi): “E, buni ko‘ngilning o‘zi biladi-ku!” Bu misolda “E” undov belgisi gapni emotsional maydonga olib kiradi, “-ku” yuklamasi esa adresatga ma’lum bo‘lishi kerak bo‘lgan mazmunni eslatadi. Raqamli muloqotda bunday yuklama ko‘pincha emoji yoki undov bilan kuchayadi: “Bilasan-ku □”. Shu holat badiiy til va raqamli yozishma o‘rtasida pragmatik yaqinlik mavjudligini ko‘rsatadi.

Muhokama. Olingan natijalar diskursiv belgilar taraqqiyoti uch yo‘nalishda ketayotganini ko‘rsatadi. Birinchi yo‘nalish - polisemiyotik zichlashuv. Bu jarayonda so‘z, emoji, tinish belgisi va platformaviy belgi bir gap ichida birlashib, bitta muloqot birligi sifatida ishlaydi. “Ha, tushunarli □” gapidagi so‘zlar rozilikni bildirsa, emoji uni iliq yoki kinoyaviy tusga kiritishi mumkin. Shuning uchun diskursiv belgini faqat lug‘atdagi ma’nosi orqali izohlash yetarli emas; u har doim vaziyat, adresat va platforma bilan birga o‘qiladi.

Ikkinchi yo‘nalish - yoshlar orasida qayta kodlash. Yoshlar muloqotida inglizcha sleng, o‘zbekcha qo‘shimcha, emoji, qisqartma va memetik formatlar birlashadi. “postlashdim”, “layklab qo‘ydim”, “vibe bor”, “random gap bo‘ldi” kabi shakllar tilga beparvo munosabat emas, yoshlar nutqining ijtimoiy ritmini ko‘rsatuvchi birliklardir. Bunday birliklar albatta adabiy norma o‘rnini egallamaydi; ular norasmiy yozishmada tezkorlik, yaqinlik va hazil maydonini yuzaga chiqaradi.

Uchinchi yo‘nalish - genderni bog‘liq uslubiy farqlanish. Tadqiqotda gender belgisi qotib qolgan lisoniy taqsimot sifatida emas, chastotaviy moyillik sifatida baholandi. Ayol

respondentlar fragmentlarida muloyimlashtiruvchi emoji, iltimosni yumshatish, hissiy belgi va murojaat birliklari biroz ko'proq uchradi. Erkak respondentlar fragmentlarida lakonik javob, kinoyaviy qisqartma, keskin tinish belgisi va javobni tez yopish ko'rsatkichi yuqoriroq bo'ldi. Biroq umumiy yadro 62,0 foiz ekani har ikki guruh ko'plab bir xil belgilarni qo'llashini ko'rsatadi. J. Holmes muloyimlik shakllarini gender tajribasi, suhbat vaziyati va ijtimoiy munosabatlar bilan bog'lab tushuntiradi [11, P. 72].

Tarmoq belgilarining badiiy diskurs bilan qiyosi ham muhim xulosa beradi. Badiiy dialogda "xo'sh", "e", "axir", "-ku", pauza, undov va takror emotsional holatni ochadi. Raqamli yozishmada esa emoji, uch nuqta, GIF, heshteg va qisqartma ana shu o'rinni grafik shaklda egallaydi. Farq shundaki, badiiy matnda bu belgilar muallif tanlovi bilan sahifaga joylashadi, raqamli muloqotda esa ular tezkor javob, muhokama va platforma affordanslari bilan birgalikda yuzaga chiqadi.

Media diskursda diskursiv belgilar alohida ahamiyat kasb etadi. Yangilik ostidagi "👏", "☐", "yana kutamiz...", "#islohot", "#grant" kabi belgilarda auditoriya rasmiy xabarga o'zining norasmiy munosabatini qo'shadi. M. Zappavigna ijtimoiy media matnlarida heshteglar ham mavzu, ham baho, ham guruhga qo'shilish belgisi sifatida kelishini ko'rsatadi [9, P. 112]. Bizning materialda ham heshteglar xabarni qidiruv tizimiga biriktirishdan tashqari, ijtimoiy munosabatni ochib berdi.

Shu jihatdan, raqamli diskursiv belgilarning tahlili filologiyauchun ikki vazifani yuzaga chiqaradi. Birinchisi, badiiy va media matnlardagi belgi tizimlarini yagona pragmatik maydonda o'rganish. Ikkinchisi, yoshlar va genderga oid belgi tanlovini baholashda stereotipdan qochish, dalilga tayangan chastotaviy izoh berish.

Diskursiv belgilar tilning chekka joyidagi mayda unsurlar emas; ular matnni qabul qilish, munosabat bildirish va ijtimoiy yaqinlikni ko'rsatish jarayonida muhim pragmatik yuk oladi.

Xulosa. Tadqiqot raqamli muloqotdagi diskursiv belgilar yosh va genderga oid tabaqalanish bilan bog'langan ko'p qatlamli lisoniy maydon ekanini ko'rsatdi. Pilot korpusda tarmoq muloqoti emoji, stiker, heshteg, akkaunt birliklar, kuchaytirilgan tinish belgisi va deiktik ishoralar orqali shakllandi. Yoshlar muloqotida sleng-emoji birikmalari, memetik kinoya va qisqa javob ko'rsatkichlari ustuvor ko'rindi. Gender kesimidagi farqlar esa belgi repertuarining mavjud yoki mavjud emasligida emas, ayrim birliklarning tanlanish chastotasida namoyon bo'ldi.

Badiiy diskurs va media diskursdan olingan misollar shuni ko'rsatdiki, og'zaki nutqdagi "xo'sh", "e", "axir", "-ku", pauza va takror kabi belgilar raqamli muloqotda emoji, smaylik, uch nuqta, undovlar ketma-ketligi, heshteg va qisqartma ko'rinishida davom etadi. Bu ikki maydon o'rtasida shakliy farq katta bo'lsa-da, pragmatik vazifa yaqin: adresat e'tiborini yo'naltirish, baholovchi munosabatni ochish, aytilmagan ma'noni saqlash va nutqiy masofani belgilash.

Maqolaning ilmiy xulosasi shundan iboratki, diskursiv belgilarni alohida grafema yoki bezak sifatida emas, polisemiyotik pragmatik birlik sifatida o'rganish lozim. Kelgusida bu yo'nalishda katta korpus tuzish, hududiy raqamli nutqni qiyoslash, yosh guruhlari bo'yicha diskursiv belgi repertuarini aniqlash va sahnaviy nutq bilan platformaviy yozishma o'rtasidagi umumiy pragmatik belgilarni alohida o'rganish maqsadga muvofiqdir.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Schiffrin, Deborah. Discourse Markers. Cambridge University Press, 1987. P. 1-364.
2. Fraser, Bruce. "What Are Discourse Markers?" Journal of Pragmatics, vol. 31, no. 7, 1999, P. 931-952.
3. Brinton, Laurel J. The Evolution of Pragmatic Markers in English. Cambridge University Press, 2017. P. 1-331.
4. Herring, Susan C., editor. Computer-Mediated Communication: Linguistic, Social and Cross-Cultural Perspectives. John Benjamins, 1996. P. 1-324.
5. Tagg, Caroline. Exploring Digital Communication: Language in Action. Routledge, 2015. P. 1-256.
6. Androutsopoulos, Jannis. "Introduction: Sociolinguistics and Computer-Mediated Communication." Journal of Sociolinguistics, vol. 10, no. 4, 2006, P. 419-438.
7. Yus, Francisco. Cyberpragmatics: Internet-Mediated Communication in Context. John Benjamins, 2011. P. 1-353.
8. Danesi, Marcel. The Semiotics of Emoji: The Rise of Visual Language in the Age of the Internet. Bloomsbury Academic, 2017. P. 1-208.
9. Zappavigna, Michele. Discourse of Twitter and Social Media. Continuum, 2012. P. 1-240.
10. Tannen, Deborah. Gender and Discourse. Oxford University Press, 1994. P. 1-203.
11. Holmes, Janet. Women, Men and Politeness. Longman, 1995. P. 1-254.
12. Gumperz, John J. Discourse Strategies. Cambridge University Press, 1982. P. 1-225.
13. Safarov, Sh. Pragmalingvistika. Toshkent, O‘zbekiston Milliy Ensiklopediyasi, 2008. B. 1-286.
14. Mahmudov, N. Til va nutq pragmatikasi. Toshkent, O‘zbekiston, 2013. B. 1-168.