

***Nodirov Farhod Amirovich***

*O'zbekiston davlat jahon tillari universiteti*  
*Axborot xizmati va jamoatchilik bilan aloqalar*  
*yo'nalishi ikkinchi bosqich magistranti*

***Annotatsiya:*** *ushbu maqolada ijtimoiy tarmoq tili va uslublari, ularning mazmuni va xususiyatlari xususidagi fikrlar ifodalangan.*

***Kalit so'zlar:*** *tarmoq tili, uslub, ijtimoiy tarmoq elementlari, ommaviy axborot vositalari.*

***Abstract:*** *This article discusses social networking language and styles, their content, and features.*

***Keywords:*** *network language, style, elements of social networking, and media.*

## **KIRISH**

Umuman olganda, samarali tahlil va tasniflash ijtimoiy xulq-atvor haqida qimmatli tushunchalarni berishi mumkin, bu esa turli sohalarda yaxshiroq qaror qabul qilish va strategiyani shakllantirish imkonini beradi. Bugungi kunda mamlakatimizda ommaviy axborot vositalari eng samarali axborot uzatish va muloqot vositasi, zamonaviy jamiyatning muhim ijtimoiy-siyosiy institutlaridan biriga aylandi. Aynan uning zimmasiga ijtimoiy ong shakllanishi va taraqqiyotiga oid eng muhim vazifalar yuklatildiki, ularni amalga oshirishda muttasil takomillashuv jarayoni alohida o'rin tutadi. Jumladan, tarmoqlarga joylangan axborot-ma'lumotlar ayni bir tilda ixcham yozilishi hamda o'zida publisistik uslub andozalarini aks ettirishi kerak. Bunda joylangan xabarlarda shevaga aloqador so'zlar uchramasligi, axborot mazmuniga ko'ra tantanavorlik yoki aksincha bo'lishi kerak. Shu o'rinda ijtimoiy tarmoqning o'ziga xos xususiyatlaridan biri bo'lgan qisqalik va lo'ndalik bevosita onlayn OAVda faoliyat yuritayotgan jurnalist ijodiga o'z ta'sirini o'tkazmay qolmaydi. Chunki

Ijtimoiy tarmoq jurnalisti axborotlarni bir necha ko‘rinishda taqdim etar ekan, unda qo‘llanilgan uslub vositalari foydalanuvchiga o‘ziga xos ta’sir o‘tkazadi. Ijtimoiy tarmoqda axborot matn shaklida uzatilsa, u bimalol boshqa elementlardan(sxemalar, ovozlar va boshqalar)dan foydalanish imkoniga ega bo‘ladi. Matnga qo‘yilgan foto, ya’ni vaqtga muhrlangan voqealar aksi uzatilayotgan axborotning ta’sirchanligini yanada oshiradi. Matnga qo‘yilgan ovoz foydalanuvchiga hissiy ta’sir qiladi, uzatilayotgan axborot samaradorligini oshiradi va uning ta’sirini kuchaytiradi, videosyujetlar, animatsiya axborotni kengaytirilgan, to‘liq shaklda aks ettiradi.

### **ASOSIY QISM**

Albatta, jurnalistikadagi konvergensiya jarayoni materialning yanada o‘qishli, axborotning esa keng ko‘lamli bo‘lishini ta’minlaydi. Ammo shu o‘rinda bir savol yuzaga keladi. Internet materialining tili o‘quvchilar va foydalanuvchilar auditoriyasini o‘ylantirishi, unga hissiy ta’sir o‘tkazishi qay darajada bo‘lishi kerak?

Ijtimoiy tarmoq tili raqamli platformalar tufayli paydo bo‘lgan aniq lug‘at, muloqot uslublarini anglatadi. U qisqalik, publitsistik va o‘zaro aloqalarni kuchaytirish uchun multimediyadan foydalanish bilan ajralib turadi. Ijtimoiy tarmoq tilining asosiy elementlari:

**Hashtaglar (#)** : Hashtaglar post qo‘yish jarayonida tashkil qilinadi va o‘sha ma’lumotni Twitter, Instagram va TikTok kabi platformalarda tasniflaydi. Masalan, jahonda #FYP (Siz uchun sahifa) TikTok-da kontentni kengroq auditoriyaga etkazish uchun keng tarqalgan hashtag bo‘lsa, bu O‘zbekistondagi ijtimoiy tarmoq ma’lumotlarida rasmiy tarzda uchramaydi. Ma’lumot uchun aytish joizki, bu kabi hashtaglar foydalanuvchilarga global suhbatlarda qo‘shilish imkonini beradi.

#ovoqli\_chat #tayyorgalik

☰ Yaqinlashib kelayotgan 2024/2025 o‘quv yili oldidan talabalarni turar joy bilan ta’minlash bo‘yicha amalga oshirilayotgan ishlar, ijara xonadonlari topish, talabalar turar joyiga joylashtirish bo‘yicha maxsus ovoqli chat tashkil etiladi.

👍 72 💬 41 📌 68

izohsizku #izohsiz\_kulamiz 😊 pt-1

... more

View all comments

**Eslatmalar (@).** Ushbu belgidan soʻng foydalanuvchi nomidan foydalanish postda shu shaxsni eslatib, uning eʼtiborini tortadi. Bu boshqa foydalanuvchilar yoki taʼsir oʻtkazuvchilar bilan toʻgʻridan toʻgʻri aloqa qilishning bir usuli.” *Misol uchun:*

➤ Suhbatda ishtirok etish uchun belgilangan vaqtda @grantlar\_namuna kanalini kuzatsangiz kifoya.

➤ Yuqorida ismi keltirilgan talabalar zudlik bilan @Dilnavoz\_Najimova profiliga ism-familiyangiz va qaysi yoʻnalishga qiziqishingiz haqida maʼlumot yuboring.

**Emojilar** – hissiyotlar va tushunchalarning vizual tasviri boʻlib, matnga qoʻshimcha maʼno yuklaydi yoki toʻldiradi. Masalan,

❤️ – sevgi yoki minnatdorchilik uchun;

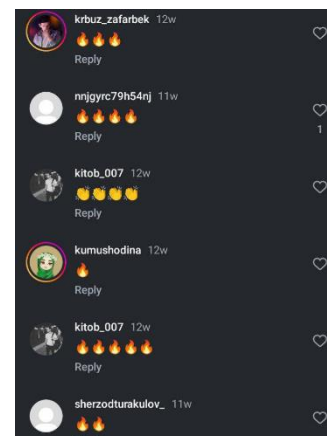
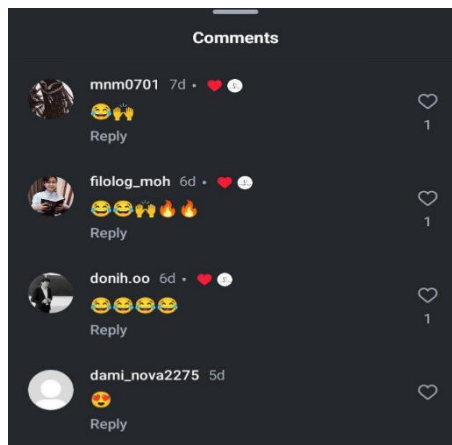
😄 – xursandchilik yoki oʻyin-kulgi uchun;

🔥 – qiziqarli yoki ommabop narsa uchun;

👏 – tabriklash uchun;

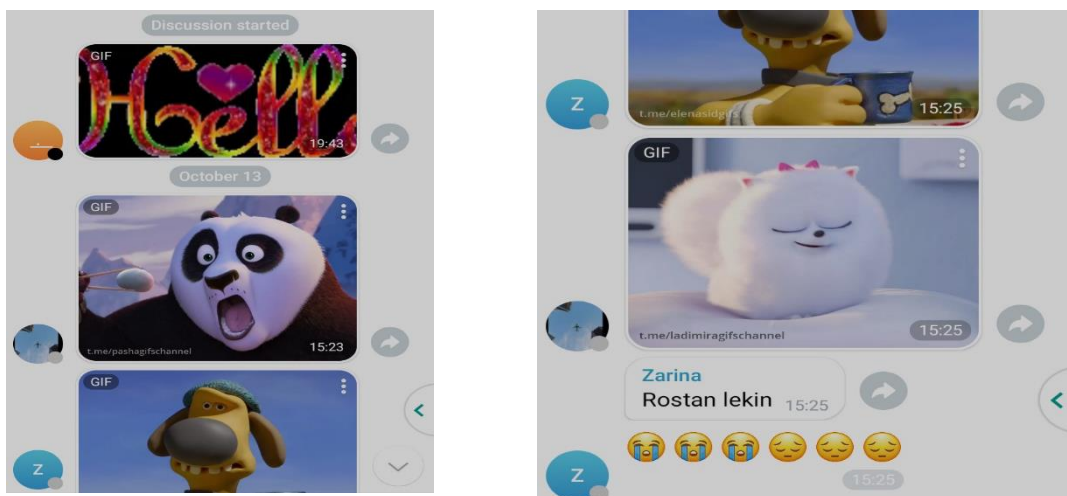
👉 – olqish, maqtoʻv uchun;

Emojilar onlayn suhbatlarga ohang qoʻshadi, ayniqsa, his-tuygʻularni oson yetkazishda.



1. *GIF* – hissiyotlar yoki reaksiyalarni ifodalovchi qisqa, aylanma animatsiyalar yoki videolar (ko‘pincha jim). *GIF* – ko‘pincha vizual javob sifatida ishlatiladi.

Masalan, foydalanuvchi ma'qullash yoki tabriklash uchun qarsak chalayotgan *GIF*-dan foydalanishi mumkin.



***Harakatga chaqiruv (CTA) tilidan*** ko‘pgina postlar, ayniqsa biznes yoki ta'sir o‘tkazuvchi vositalardan, foydalanuvchilarni jalb qilishga undaydigan so‘zlardan foydalaniladi:

*“Like bosing, do‘stlaringizga ulashing va obuna bo‘ling!”*

*“Postga izoh qoldiring!”*

*“Biodagi havolani bosing hamda obuna bo‘ling.”*

***Hikoyalar.*** Instagram, Snapchat va Facebook kabi platformalarda vaqti cheklangan postlar, stories – hikoyalardan foydalaniladi. Ushbu xabarlarning tili ko‘pincha norasmiy bo‘lib, vaqtinchalik yangiliklarga urg‘u beriladi.

***Mavzuli suhbatlar va javoblar.***

Twitter kabi ijtimoiy tarmoqlar uzviy suhbatlardan foydalanadi, bunda foydalanuvchilar alohida xabarlarga javob berib, doimiy muhokamalarni yaratadilar. Ushbu o‘zaro ta’sirlarni tavsiflash uchun "mavzu" (bir qator bog‘langan tvitlar/postlar) kabi atamalar paydo bo‘ldi.

*“Quyida iqlim o‘zgarishi haqidagi mavzumni o‘qing👉.”*

**XULOSA**

Ijtimoiy tarmoq tili jadal rivojlanishda davom etmoqda, bu madaniy tendentsiyalar va platformalardagi texnologik yutuqlarni aks ettiradi. Ijtimoiy tarmoqlarni ularning uslubi, funktsionalligi va foydalanuvchi tajribasiga ko'ra tasniflash mumkin.

#### **ADABIYOTLAR**

1. „Профессиональные социальные сети обеспечивают работой каждого третьего пользователя“. Открытые системы (2013-йil 12-mart). Qaraldi: 2023-йil 26-fevral.
2. „Корпоративная социальная сеть“. Журнал IT-Manager: № 03/2014. 2014-йil 21-mayda asl nusxadan arxivlangan. Qaraldi: 2022.
3. Internet i blogi predskazal Vladimir Odоеvskiy v 1837 godu — Лента.ру, 3.10.2021.
4. J.Ya.Yaxshilikov, N.E.Muhammadiyev “texnika information texnologiyalar falsafasi. Samarqand. 2019, 145 – b.”
5. Nazarov R.N. “Ijtimoiy tarmoqlar mohiyati, tasnifi va funktsiyalari”. International Journal of Education, social science & Humanities. 2023-y 243 b.
6. Mirsaidovich, M. M. (2023). RELIGIOUS-IDEOLOGICAL STRUGGLE DURING AMIR TIMUR. Miasto Przyszłości, 43, 589-593.
7. Yosh olimlar jamiyati telegram rasmiy kanali.