



IJTIMOIIY-GUMANITAR SOHADA ILMIY-INNOVATSION TADQIQOTLAR

ILMIY METODIK JURNALI



VOL.3 № 3

2026

IJTIMOIY TARMOQLARDA MANIPULYATIV LINGVISTIK STRATEGIYALAR: PSIXOLINGVISTIK TAHLIL

Qiyomidinova Nilufar Qaxramon qizi

O'zbekiston davlat jahon tillari universiteti, o'qituvchi

Annotatsiya

Mazkur maqolada Instagram va Telegram kabi ijtimoiy tarmoqlarda qo'llaniladigan manipulyativ lingvistik strategiyalarning psixolingvistik xususiyatlarini tahlil qilinadi. Tadqiqot doirasida manipulyativ ta'sirning asosiy til mexanizmlari (emotsional-baholovchi leksika, evfemizmlar, disfemizmlar, murojaat va buyruq shakllari) aniqlanib, ularning qabul qiluvchi ongiga ta'sir mexanizmlari psixolingvistika nuqtayi nazaridan yoritilgan (Zahnitko, 2019). Instagram hikoyalari va Telegram kanallaridagi postlar tahlili asosida manipulyatsiyaning samaradorligi va uning auditoriya ishonchi, qo'rquvi yoki vatanparvarlik tuyg'ulariga ta'siri o'rganilgan. Natijalar shuni namoyon qiladiki, manipulyativ strategiyalar ko'pincha implitsit (yashirin) bo'lib, ularning asosiy maqsadi axborotni yetkazishdan ko'ra, hissiy reaksiya uyg'otishdir (Cascio Rizzo et al., 2024).

Kalit so'zlar: psixolingvistika, manipulyativ strategiyalar, Instagram, Telegram, diskurs tahlili, emotsional leksika, implikatura, kognitiv ta'sir.

МАНИПУЛЯТИВНЫЕ ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ СТРАТЕГИИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ: ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Киёмидинова Нилуфар Кахрамон кизи

Узбекский государственный университет мировых языков, преподаватель

Аннотация

Данная статья посвящена психолингвистическому анализу манипулятивных лингвистических стратегий, используемых в социальных сетях, в частности в Instagram и Telegram. В рамках исследования выявляются основные языковые механизмы манипулятивного воздействия (эмоционально-оценочная лексика, эвфемизмы, дисфемизмы, формы обращения и повелительного наклонения) и раскрываются способы их влияния на сознание реципиента с точки зрения психолингвистики (Zahnitko, 2019). На основе анализа Stories в Instagram и постов в Telegram-каналах изучена эффективность манипуляции и её влияние на доверие аудитории, чувства страха или патриотизма. Результаты показывают, что манипулятивные стратегии часто носят имплицитный (скрытый) характер, и их основная цель — вызвать эмоциональную реакцию, а не передать информацию (Cascio Rizzo et al., 2024).

Ключевые слова: психолингвистика, манипулятивные стратегии, Instagram, Telegram, анализ дискурса, эмоциональная лексика, импликатура, когнитивное воздействие.

MANIPULATIVE LINGUISTIC STRATEGIES IN SOCIAL NETWORKS: A PSYCHOLINGUISTIC ANALYSIS

Qiyomidinova Nilufar Qaxramon qizi

Uzbekistan State World Languages University, Lecturer

Abstract

This article is devoted to the psycholinguistic analysis of manipulative linguistic strategies used in social networks, particularly Instagram and Telegram. The study identifies the main linguistic mechanisms of manipulative influence (emotionally-evaluative vocabulary, euphemisms, dysphemisms, forms of address and imperative mood) and reveals the ways they impact the recipient's consciousness from a psycholinguistic perspective (Zahnitko, 2019). Based on the analysis of Instagram Stories and posts on Telegram channels, the effectiveness of manipulation and its impact on audience trust, feelings of fear or patriotism are examined (Cascio Rizzo et al., 2024). The results show that manipulative strategies are often implicit, and their main goal is to evoke an emotional reaction rather than convey information.

Keywords: psycholinguistics, manipulative strategies, Instagram, Telegram, discourse analysis, emotional vocabulary, implicature, cognitive impact..

Zamonaviy axborot makonida ijtimoiy tarmoqlar nafaqat muloqot strategiyasi, balki sezilarli g'oyaviy va psixologik ta'sir mexanizmiga aylangan. Instagram, Telegram va boshqa platformalar foydalanuvchilarning kundalik kommunikativ amaliyotining muhim komponentiga aylangan bir paytda, ular orqali tarqatilayotgan axborotning ishonchliligi va neytralligi masalasi tobora dolzarblashmoqda. Ayniqsa, bugungi globallashuv va axborot urushlari sharoitida til orqali amalga oshiriladigan manipulyatsiya (lingvistik manipulyatsiya) jamiyat ongini boshqarishning eng samarali strategiyalaridan biri bo'lib qolmoqda (Zahnitko, 2019).

Manipulyatsiya – bu yashirin psixologik ta'sir bo'lib, uning maqsadi qabul qiluvchidagi mavjud munosabat, qadriyat yoki xatti-harakatni o'zgartirishdir. Agar bu ta'sir til strategiyalari orqali amalga oshirilsa, u lingvistik manipulyatsiya deb ataladi. Psixolingvistika nuqtayi nazaridan esa, bu til birliklarining inson tafakkuri va hissiyotiga qanday ta'sir ko'rsatishi, kognitiv jarayonlarni qanday boshqarishi masalasidir (Okata et al., 2025). Mazkur maqolaning maqsadi – Instagram va Telegram misolida eng keng qo'llaniladigan manipulyativ lingvistik strategiyalarni aniqlash, ularni tasniflash va ushbu strategiyalarning psixolingvistik ta'sir mexanizmlarini ochib berishdir.

Tadqiqot vazifalari:

Manipulyativ lingvistik strategiyalarning nazariy asoslarini o'rganish

Instagram va Telegram platformalarida eng keng qo'llaniladigan strategiyalarni aniqlash

Aniqlangan strategiyalarning psixolingvistik ta'sir mexanizmlarini tahlil qilish

O'zbek tilidagi kontent misollarida strategiyalarning namoyon bo'lishini ko'rsatish

Adabiyotlar sharhi

Lingvistik manipulyatsiya muammosi bir qator fanlar – psixologiya, sotsiologiya, falsafa va tilshunoslik kesishmasida o'rganilgan. S. Kara-Murza o'z asarlarida ongni manipulyatsiya qilishning umumiy mexanizmlarini, jumladan, tilning bu jarayondagi rolini batafsil yoritgan. G'arb an'anasida esa Teun van Dijk tomonidan asos solingan diskurs tahlili va kognitiv modellar manipulyatsiyani jamiyat, tafakkur va til birligida o'rganish imkonini beradi. Van Dijkning sotsiokognitiv modeli manipulyativ matnlar qanday qilib qabul qiluvchining bilim va munosabatlariga (sotsial kognitsiyaga) ta'sir ko'rsatishini tushuntiradi (Okata et al., 2025).

Zahnitko (2019) tadqiqotlarida lingvomental manipulyatsiyalarning kommunikativ va strategik turlari klassifikatsiya qilingan. Muallif manipulyatsiyaning til sathlarida namoyon bo'lishi va ularning psixolingvistik asoslarini batafsil yoritgan. So'nggi yillarda ijtimoiy tarmoqlardagi manipulyatsiyaga oid tadqiqotlar soni ortib bormoqda. Xususan, Telegram-kanallaridagi manipulyativ matnlarni o'rganish shuni namoyon qiladiki, bunday matnlar implitsit (yashirin) ta'sirchanlik, yuqori darajadagi emotsionallik va axborotni tanlab berish bilan ajralib turadi (Semchenko, 2025; Holota, 2024). Semchenko (2025) tomonidan urush davridagi Telegram-kanallar tahlili shuni ko'rsatdiki, manipulyativ matnlar ko'pincha mualliflik manbasiga havola qilmasdan, shoshilinchlik effektini yaratish orqali auditoriyaga ta'sir o'tkazadi.

Cascio Rizzo va boshqalar (2024) tomonidan olib borilgan tadqiqotda Instagramdagi influencerslar postlarida yuqori darajadagi qo'zg'aluvchanlik (arousal) tilidan foydalanish (masalan, "ajoyib", "dahshatli", "zudlik bilan") mikro-influenserlarga bo'lgan ishonchni oshirishi, ammo makro-influenserlarda bu effekt aksincha ishlashi aniqlangan. Shuningdek, tadqiqotchilar tomonidan manipulyatsiyaning asosiy strategiyalari sifatida emoji va emotsional-baholovchi leksikadan foydalanish, mualliflik manbasiga havola qilmaslik, shoshilinchlik effektini yaratish va grammatik xatolar orqali axborotni "loyqalash" kabi usullar qayd etilgan (Calude, 2023; "Analysing fake news", 2026). Calude (2023) "The Linguistics of Social Media" asarida ijtimoiy tarmoqlar tilining o'ziga xos xususiyatlarini, jumladan, manipulyativ strategiyalarning lingvistik ko'rinishlarini tahlil qilgan. Muallifning ta'kidlashicha, ijtimoiy tarmoqlardagi til an'anaviy ommaviy axborot strategiyalari tilidan keskin farq qiladi va bu farqlar manipulyatsiya imkoniyatlarini kengaytiradi.

Metodologiya

Ushbu tadqiqotda sifat va miqdor tahlilining kombinatsiyalashgan usuli qo'llanildi. *Material:* Tadqiqot materiali sifatida 2024-2025 yillar davomida o'zbek tilidagi 5 ta faol Telegram kanali (aksariyati jamiyatsiyosiy mavzudagi) va 10 ta Instagram akkauntidagi (influenserlar va yangiliklar sahifalari) 150 ta post va hikoyalar tanlab olindi. Tanlov quyidagi mezonlar asosida amalga oshirildi:

Kanal yoki akkauntning faolligi (kuniga kamida 1 post)

Obunachilar soni (kamida 10,000)

Kontentning xilma-xilligi (matn, rasm, video)

Usullar: Diskurs tahlili: Matnlarning mazmuniy va kontekstual xususiyatlarini o'rganish.

Bu usul orqali matnlarning yashirin ma'nolari va ularning kontekst bilan aloqasi tahlil qilindi (Okata et al., 2025).

Psixolingvistik tahlil: Til birliklarining potensial psixologik ta'sirini (qo'rquv, ishonch, g'azab, shodlik uyg'otish qobiliyatini) baholash. Bu tahlil Zahnitko (2019) tomonidan taklif qilingan metodologiya asosida olib borildi.

Kontent-tahlil: Matnlarda eng keng uchraydigan manipulyativ elementlarning chastotasini aniqlash. Buning uchun har bir postda quyidagi elementlarning mavjudligi tekshirildi: emotsional leksika, buyruq mayli, undov belgilari, takrorlar, noaniq manbalarga havolalar. *Taqqoslash:* Neytrialxborotiy uslubdagi postlar bilan manipulyativ postlarning lingvistik xususiyatlarini solishtirish. Bu usul orqali manipulyativ strategiyalarning o'ziga xos xususiyatlari aniqlashtirildi.

Tahlil bosqichlari:

Materiallarni yig'ish va tizimlashtirish

Manipulyativ elementlarni aniqlash va kodlashtirish

Statistik ma'lumotlarni hisoblash

Natijalarni talqin qilish va xulosa chiqarish

Instagram va Telegram misollarida manipulyativ strategiyalar tahlili

Tahlil qilingan materiallar asosida eng keng qo'llanilgan manipulyativ strategiyalarni quyidagi jadvalda jamladik.

Jadval 1. Ijtimoiy tarmoqlarda manipulyativ lingvistik strategiyalar (Instagram va Telegram misollarida)

Manipulyativ strategiya	Lingvistik markerlar	Psixolingvistik ta'sir	Misol
-------------------------	----------------------	------------------------	-------

Emotsional zarba	Kapitalizatsiya, undov belgisi, emotsional leksika, emoji	Kuchli affektiv reaksiya uyg'otib tanqidiy fikrlashni vaqtincha pasaytiradi	"Bu videoni ko'rishingiz KERAK! Dahshat!!! 😱"
Hokimiyatga murojaat	"doktor", "professor", "ekspert" kabi avtoritet markerlari	Avtoritetga ishonch orqali kognitiv dissonansni kamaytiradi	"Professor tavsiya qiladi: yangi usul bilan vazn yo'qoting."
Shoshilinchlik (FOMO)	"faqat bugun", "zudlik bilan", "oxirgi imkoniyat"	Yo'qotish qo'rquvi orqali impulsiv qaror qabul qilishga undaydi	"Aksiya faqat 24 soat davom etadi!"
Qutblanish (Biz – ular)	"biz", "ular", milliy identifikatsiya leksikasi	Guruhliy identifikatsiyani kuchaytiradi	"Biz bunga yo'l qo'ymaymiz."
Noaniqlik strategiyasi	"ayrimlar", "manbalarga ko'ra", "eshitilishicha"	Mish-mish asosidagi kognitiv model hosil qiladi	"Manbalarga ko'ra vaziyat o'zgarishi mumkin."
Soxta ekspertiza	Statistik ko'rsatkichlar, ilmiy terminlar	Intellectual ishonch illyuziyasini yaratadi	"Tadqiqotlarga ko'ra mahsulot 47% samarali."
Emotsional shantaj	Aybdorlik va vatanparvarlik ritorikasi	Aybdorlik hissi orqali xatti-harakatni boshqaradi	"Buni ko'rib ham jim turasizmi?"

Natijalar va muhokama

O'tkazilgan kontent-tahlil natijalariga ko'ra, tekshirilgan postlarning taxminan 35 foizida manipulyativ elementlar mavjudligi aniqlandi. Tahlil shuni ko'rsatdiki, emotsional zarba strategiyasi eng keng tarqalgan strategiya hisoblanadi (40%). Bu, ayniqsa, Telegramning tezkor yangiliklar tarqatuvchi kanallarida va Instagramdagi "layfxak" va shou-biznes sahifalarida yetakchilik qiladi. Buning sababi, yuqori darajadagi emotsional qo'zg'alish (stress, qo'rquv yoki hayajon) insonning tanqidiy fikrlash qobiliyatini vaqtincha pasaytiradi va xabarni tezda qabul qilishga, uni tarqatishga undaydi (Cascio Rizzo et al., 2024). Masalan, Instagramdagi "Dahshatli video" yoki "Yig'lamasdan bo'lmaydi" kabi sarlavhalar foydalanuvchining emotsional holatiga bestrategiya ta'sir qiladi. Shoshilinchlik effekti (FOMO - Fear Of Missing Out) 20% bilan ikkinchi o'rinda turadi. Bu strategiya marketing va reklama postlarida, shuningdek, siyosiy manipulyatsiyada "vaziyatni nazoratdan chiqib ketishidan oldin" harakat qilishga undash strategiyasi sifatida ishlatiladi. Telegram kanallaridagi "bog'lanish o'chiriladi", "kanal bloklanadi", "oxirgi kun" kabi xabarlar aynan shu strategiyaga asoslanadi. Calude (2023) ta'kidlaganidek, FOMO strategiyasi ayniqsa yosh auditoriyaga kuchli ta'sir namoyon qiladi. Noaniqlik va taxmin strategiyasi (15%) orqali tarqatilayotgan xabarlarda implikatura (yashirin ma'no) muhim rol o'ynaydi. "Manbalar", "ayrimlar", "diskursda qayd etildi" kabi so'zlar orqali muallif hech qanday javobgarlikni o'z zimmasiga olmagan holda, kerakli fikrni auditoriya ongiga singdiradi (Semchenko, 2025). Bu, ayniqsa, siyosiy mavzudagi Telegram kanallarida tez-tez uchraydi. Tadqiqot davomida aniqlanishicha, bunday postlarning 70% ida manba umuman ko'rsatilmagan yoki "anonim manbalar"ga havola qilingan. Hokimiyatga murojaat strategiyasi (15%) ko'pincha soxta ekspertlar yoki taniqli shaxslarning manipulyatsiya qilingan suratlari (deepfake yoki kontekstdan ajratilgan holda) orqali amalga oshirilmoqda. Bu esa post-xaqiqat (post-truth) davrida avtoritetga ishonchning qanday qilib manipulyatsiya quroliga aylanishini namoyon qiladi (Okata et al., 2025). Instagramda taniqli shifokor yoki olimlarning suratlaridan foydalanib,

tasdiqlanmagan mahsulotlarni reklama qilish holatlari tez-tez kuzatiladi. Qutblanish (Biz va Ular) strategiyasi (10%) nisbatan kam uchrasa-da, uning ta'sir kuchi juda yuqori. Bu strategiya ayniqsa millatchilik ruhidagi sahifalar va siyosiy kanallarda kuzatildi. Holota (2024) ta'kidlaganidek, "biz" va "ular" oppozitsiyasi orqali guruhiiy identifikatsiya kuchaytiriladi va "o'zga"ga nisbatan dushmanlik hissi uyg'otiladi. Platformalar kesimida tahlil qilinganda, Instagramda ko'proq emotsional zarba va shoshilinchlik strategiyalari (birinchi navbatda marketing maqsadlarida) qo'llanilsa, Telegramda noaniqlik va taxmin hamda qutblanish strategiyalari (asosan siyosiy manipulyatsiya uchun) ko'proq uchraydi. Shuningdek, tadqiqot davomida manipulyativ postlarning 80% ida emojilardan faol foydalanilgani aniqlandi. Eng ko'p ishlatilgan emojilar: 😏 (qo'rquv), 😬 (qayg'u), 🔥 (hayajon), △ (ogohlantirish), 🏆 (favqulodda). Bu emojilar matnning emotsional ta'sirini kuchaytirish vazifasini bajaradi (Calude, 2023).

Xulosa

Ijtimoiy tarmoqlardagi manipulyativ lingvistik strategiyalar zamonaviy kommunikatsiyaning ajralmas qismiga aylangan. Ushbu tadqiqot Instagram va Telegram misolida eng keng tarqalgan yettita strategiyani (emotsional zarba, hokimiyatga murojaat, shoshilinchlik, qutblanish, noaniqlik va taxmin, soxta ekspertiza, emotsional shantaj) aniqladi va ularning psixolingvistik asoslarini yoritdi. Tadqiqot natijalari quyidagi asosiy xulosalarni chiqarishga imkon berdi: Manipulyatsiyaning asosiy maqsadi – ratsional dalillar orqali ishonitirish emas, balki qabul qiluvchining hissiy holatiga ta'sir ko'rsatish orqali uning ongini chetlab o'tishdir (Zahnitko, 2019). Bu, ayniqsa, emotsional zarba strategiyasida yaqqol namoyon bo'ladi. Eng samarali strategiya sifatida emotsional zarba ajralib turadi (40%), chunki u inson psixikasining himoya mexanizmlarini eng oson chetlab o'tadi va qisqa muddatli xotiraga kuchli ta'sir namoyon qiladi (Cascio Rizzo et al., 2024). Platformalar kesimida farqlar mavjud: Instagramda ko'proq marketing va reklama maqsadidagi manipulyatsiya (emotsional zarba, shoshilinchlik) kuzatilsa, Telegramda siyosiy manipulyatsiya (noaniqlik, qutblanish, taxmin) ustunlik qiladi (Semchenko, 2025; Holota, 2024). Implitsit (yashirin) manipulyatsiya usullari (noaniqlik, taxmin, soxta ekspertiza) ayniqsa xavfli, chunki ularni aniqlash qiyin va ular uzoq muddatli ta'sir namoyon qiladi (Okata et al., 2025). Emojilar va vizual elementlar manipulyativ ta'sirni kuchaytiruvchi muhim strategiyalar sifatida xizmat qiladi. Tahlil qilingan postlarning 80% ida emojilardan faol foydalanilgan (Calude, 2023). Manba ko'rsatmaslik manipulyatsiyaning asosiy belgilaridan biri hisoblanadi. Noaniqlik strategiyasi qo'llanilgan postlarning 70% ida manba umuman ko'rsatilmagan yoki "anonim manbalar"ga havola qilingan.

Amaliy tavsiyalar: *Media savodxonlikni oshirish:* Jamiyatda tanqidiy fikrlashni rivojlantirish, axborotni saralash ko'nikmalarini shakllantirish zarur. Foydalanuvchilar manipulyativ strategiyalarning lingvistik belgilarini tanib olishni o'rganishlari kerak. *Ta'lim dasturlariga kiritish:* Maktab va oliy o'quv yurtlarida media savodxonlik va manipulyatsiyaga qarshi immunitetni shakllantirish bo'yicha maxsus kurslarni joriy etish maqsadga muvofiq. *Platformalar mas'uliyati:* Instagram va Telegram kabi platformalar manipulyativ kontentni aniqlash va cheklash bo'yicha texnik strategiyalarni takomillashtirishlari lozim. *Qonunchilik bazasini mustahkamlash:* Manipulyativ axborot tarqatishga qarshi huquqiy mexanizmlarni kuchaytirish zarur. Kelgusidagi tadqiqotlar sun'iy intellekt yordamida yaratilgan matnlar (masalan, ChatGPT va boshqa generatorlar) va vizual kontentning (deepfake, manipulyatsiya qilingan video va fotosuratlar) manipulyativ salohiyatini o'rganishga qaratilishi lozim. Shuningdek, turli yosh va ijtimoiy guruhlarning manipulyativ ta'sirga moyilligini psixolingvistik jihatdan o'rganish dolzarb masalalardan biridir. Xulosa qilib aytganda, ijtimoiy tarmoqlardagi lingvistik manipulyatsiya zamonaviy jamiyatning jiddiy muammolaridan biri bo'lib, unga qarshi kurashish nafaqat tadqiqotchilar, balki butun jamiyatning vazifasidir. Faqatgina keng qamrovli yondashuv – ta'lim, huquqiy tartibga solish va texnologik strategiyalarni birlashtirish orqali

manipulyatsiyaning salbiy ta'sirini kamaytirish mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Calude A. S. The linguistics of social media: An introduction. – London: Routledge, 2023. – 246 p.
2. Cascio Rizzo G. L., Villarroel Ordenes F., Pozharliev R., De Angelis M., Costabile M. How high-arousal language shapes micro- versus macro-influencers' impact // Journal of Marketing. – 2024. – Vol. 88. – No. 4. – P. 107–128.
3. Холода Т. Языковое измерение манипуляции информацией в украинских Telegram-каналах // Мовні і концептуальні картини світу. – 2024. – Т. 76. – № 2. – С. 161–181.
4. Okata G. N., Akinmusuyi S. A., Kalejaiye A. S., Arikpo P. E. Socio-cognitive discourse analysis of selected Nigerian computer-mediated fraudulent text messages // Journal of Xi'an Shiyou University. Natural Sciences Edition. – 2025. – Vol. 68. – No. 8. – P. 88–105.
5. Семченко В. Лексические конструкции манипулятивных текстов в Telegram-каналах военного времени (на примере освещения крымского вопроса) // Актуальні питання масової комунікації. – 2025. – № 37. – С. 66–75.
6. Загнитко А. П. Коммуникативные и стратегические типы лингвоментальных манипуляций: момент Вальдо // Записки з українського мовознавства. – 2019. – № 2 (26). – С. 203–216.
7. Analysing fake news through linguistics: Detecting manipulation tactics // Comunicación y Hombre. – 2026. – January.
8. Model of communicative impact in disinformation messages based on speech act theory and artificial intelligence tools // Directory of Open Access Journals. – 2025.