

RAQAMLI DISKURSDA ISHONTIRISH VA MANIPULYATSIYANING LINGVOPRAGMATIK CHEGARALARI

Tulanbayeva Shaxnozaxon Shavkatbekovna

Andijon davlat chet tillari instituti, dotsent, (PhD).

e-mail: charostulanbayeva@gmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0901-1879>

Annotatsiya.

Maqolada raqamli diskursda ishontirish va manipulyatsiyani farqlashning lingvopragmatik mezonlari ishlab chiqiladi. Tahlil kommunikativ maqsadning oshkorligi, dalillarning tekshiriluvchanligi, adresatning tanlov erkinligi, inferensial bosim va platformaviy kuchaytirish belgilariga asoslanadi. O'zbek tilidagi raqamli diskursdan olingan hujjatlashtirilgan misollar ushbu hodisalarni talqin qilishda kontekstni hisobga olish zarurligini ko'rsatadi.

Kalit so'zlar: raqamli diskurs, ishontirish, manipulyatsiya, pragmatika, inferensiya, adresat tanlovi, platformaviy vositachilik, kontekst.

ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЕ ГРАНИЦЫ УБЕЖДЕНИЯ И МАНИПУЛЯЦИИ В ЦИФРОВОМ ДИСКУРСЕ

Туланбаева Шахнозaxon Шавкатбековна

Андижанский государственный институт иностранных языков, доцент, (PhD).

Аннотация.

В статье разрабатываются лингвопрагматические критерии разграничения убеждения и манипуляции в цифровом дискурсе. Анализ основывается на таких признаках, как открытость коммуникативной цели, проверяемость аргументов, свобода выбора адресата, инференциальное давление и платформенное усиление воздействия. Документально зафиксированные примеры из узбекоязычного цифрового дискурса демонстрируют необходимость учёта контекста при интерпретации данных явлений.

Ключевые слова: цифровой дискурс, убеждение, манипуляция, прагматика, инференция, выбор адресата, платформенное посредничество, контекст.

LINGUOPRAGMATIC BOUNDARIES BETWEEN PERSUASION AND MANIPULATION IN DIGITAL DISCOURSE

Tulanbayeva Shaxnozaxon Shavkatbekovna

Andijan State Institute of Foreign Languages, Associate Professor, (PhD).

Abstract.

This article develops linguopragmatic criteria for distinguishing persuasion from manipulation in digital discourse. The analysis is based on the transparency of communicative intentions, the verifiability of arguments, the addressee's freedom of choice, inferential pressure, and indicators of platform-based amplification. Documented examples from Uzbek-language digital discourse demonstrate the importance of context-sensitive interpretation in distinguishing between these phenomena.

Keywords: digital discourse, persuasion, manipulation, pragmatics, inference, addressee choice, platform mediation, context.

Kirish. Raqamli muloqotning asosiy xususiyati xabar uzatiladigan kanal bilan cheklanmaydi. Platforma arxitekturasini, sharhlar zanjiri, ulashish amaliyoti, ko'rinishlilik darajasi va multimodal belgilar ma'noning qanday qabul qilinishiga bevosita aralashadi. S. Herring kompyuter vositasidagi diskursni empirik kuzatiladigan til hodisasi sifatida tahlil qilish zarurligini ko'rsatib, onlayn muloqotni bitta uslub yoki yagona janr sifatida talqin qilishdan ogohlantiradi [1; 338–376-b.]. Shu nuqtayi nazar raqamli nutqda ta'sirni o'rganishda alohida ahamiyatga ega: bir xil jumla turli platforma, auditoriya va muloqot vaziyatida boshqa pragmatik kuch kasb etishi mumkin.

Ishontirish va manipulyatsiya ko'pincha bir-biriga yaqin hodisalar sifatida tilga olinadi, ammo ularni tenglashtirish tahlil aniqligini pasaytiradi. Ishontirishda adresatga ma'lum pozitsiyani qabul qilish uchun dalillar taklif etiladi va qaror chiqarish imkoniyati ochiq qoladi. Manipulyativ holatda esa kommunikativ maqsadning bir qismi niqoblanishi, muqobil talqinlar toraytirilishi yoki adresatning zaif nuqtalari ta'sir manbaiga aylanishi mumkin. D. Maillat va S. Oswald manipulyativ diskursni adresatning kontekst tanlash jarayonini cheklash bilan bog'laydi: ta'sirning kuchi yolg'on ma'lumot bilangina emas, ayrim kontekstual taxminlarni faol holatga keltirib, boshqa variantlarni fon ortiga surish bilan ham yuzaga chiqadi [2; 348–370-b.].

Terminologik tafovut ham muhim. A. Ashrapova va hammualliflar manipulyatsiya, persuaziya, suggestiya, informativ ta'sir va lingvistik demagogiya o'rtasidagi chegaralar ilmiy adabiyotda bir xil belgilab olinmaganini qayd etadi [3; 2771–2778-b.]. R. Agadzhanian esa so'nggi yarim asrda manipulyatsiya turli diskurslarda tadqiq etilganiga qaramay, yagona tasnif va umumiy diagnostik mezon masalasi ochiq qolayotganini ko'rsatadi [4; 765–772-b.]. Raqamli muhit

mazkur muammoni yanada keskinlashtiradi: algoritmik ko'rinishlilik, ko'p martalik ulashish, izohlar orqali jamoaviy baho va qisqa formatdagi ifoda xabar ta'sirini matnning o'zidan tashqariga olib chiqadi.

O'zbek tilshunosligida manipulyativ nutqiy ta'sirning yashirin maqsad, adresat erkinligini cheklash va diskursga bog'liq xususiyatlari alohida tadqiq etilgan. Sh. Sh. Tulanbayeva ishonitirish bilan manipulyatsiyani farqlashda ta'sir maqsadining oshkoraligi, adresat qarorining mustaqilligi va bilvosita yo'naltirish belgilariga e'tibor qaratadi [7; 17–25-b.]. Mazkur qarash raqamli diskurs uchun ham muhim, biroq platformaviy vositachilikni hisobga olmagan holda tayyor shaklda ko'chirilishi mumkin emas.

Maqolaning maqsadi raqamli diskursda ishonitirish va manipulyatsiyani ajratishga imkon beradigan lingvopragmatik mezonlarni aniqlash hamda ularni kontekst, inferensiya va platformaviy vositachilik bilan bog'langan yagona diagnostik modelga birlashtirishdan iborat. Tadqiqot statistik representativlik da'vosini ilgari surmaydi. Asosiy natija — alohida til birligini avtomatik ravishda “manipulyativ” deb belgilash o'rniga, kommunikativ vaziyatni bosqichma-bosqich tekshirishga mo'ljallangan mezonlar tizimidir.

ADABIYOTLAR TAHLILI VA METODOLOGIYA

Raqamli diskursga doir tadqiqotlarda uch yo'nalish ayniqsa muhim ko'rinadi. Birinchi yo'nalish onlayn muloqotning diskursiv tabiatini tavsiflaydi. Herring yondashuvida til shakli texnik kanal, ishtirokchilar tarkibi va muloqot maqsadidan ajratilmaydi [1; 338–376-b.]. Mazkur tamoyil raqamli ta'sirni o'rganishda “bir birlik — bir ma'no” qarashidan voz kechishni talab etadi. Hashtag, savol, emotsional baho yoki takror ayrim vaziyatlarda ishonitirishga, boshqa vaziyatda bosimga, yana boshqa holatda hazil yoki guruh ichidagi identifikatsiyaga aloqador bo'lishi mumkin.

Ikkinchi yo'nalish ishonitirishning ishonch va tekshirish bilan bog'liq tomonlarini o'rganadi. M. Diez-Arroyo onlayn marketing matnlarida ishonch manba va mazmunni tekshirish bilan bog'liq ekanini ko'rsatadi; auditoriya ma'lumotni qabul qilishdan oldin uning kelib chiqishi hamda ichki asoslanganligini baholaydi [5; 101–112-b.]. Shunday kuzatuv raqamli persuazyani faqat emotsional jalb etish bilan cheklamaslik kerakligini anglatadi. Dalil manbasi ko'rsatilgan, tekshirish yo'li ochiq va muqobil qarashlar mavjud bo'lgan xabar kuchli ishonitiruvchi bo'lishi mumkin, lekin shuning o'zi manipulyatsiya belgisi emas.

Uchinchi yo'nalish raqamli manipulyatsiyaning pragmatik ifodasiga qaratilgan. P. I. Brown va M. Molette Facebook siyosiy guruhidagi nutqni tahlil qilib, manipulyativ ta'sirning yuklangan savollar, chalg'ituvchi axborot va nutqiy harakatlar bilan bog'lanishini qayd etadi [6; 63–72-b.]. Mazkur tadqiqotning qimmatli tomoni manipulyatsiyani “ijtimoiy tarmoqdagi keskin gap” bilan tenglashtirmasligidadir; mualliflar yozuvchi, o'quvchi va siyosiy vaziyat o'rtasidagi pragmatik munosabatni hisobga oladi.

O'zbek va ingliz materiallariga oid mahalliy tadqiqotlar ham kontekst ustuvorligini ko'rsatadi. N. Sh. Ergasheva ijtimoiy tarmoqlardan yig'ilgan real izohlar asosida frazeologizm yoki maqolning bosimga oid vazifasi lug'aviy ma'no bilan emas, konkret qo'llanish bilan belgilanayotganini qayd etadi [8; 103–119-b.]. Tadqiqotda bir xil shakl turli vaziyatlarda bosim, oqlash, qo'llab-quvvatlash yoki qarshilik ma'nosida kelishi mumkinligi ko'rsatilgan. Mazkur natija raqamli manipulyatsiyani lingvopragmatik tashxislash uchun tayanch qoidadir.

Metodologik jihatdan maqola konseptual tahlil, qiyosiy sharhlash va kontekstual pragmatik tahlilga tayanadi. Manbalar uch mezon asosida tanlandi: raqamli diskursga bevosita aloqadorlik, ishonitirish/manipulyatsiya chegarasini yoritish imkoniyati va ochiq tekshiriladigan bibliografik ma'lumotning mavjudligi. Tahlilda ommaviy korpus bo'yicha foiz yoki statistik umumlashtirish qo'llanmaydi. Ilmiy adabiyotlardan chiqarilgan mezonlar ikki hujjatlashtirilgan o'zbekcha raqamli misol bilan sinovdan o'tkaziladi. Misollar Xushnadbek.uz va “Xushnadbek — o'ta shaxsiy” Telegram kanallaridagi ochiq postlardan olingan [10], [11]. Ular mustaqil korpus sifatida emas, bir xil leksik shaklning turli kontekstda boshqa pragmatik qiymat kasb etishini ko'rsatadigan tekshiruv materialidir.

Tahlil ikki bosqichda olib borildi. Dastlab ishonitirish va manipulyatsiyani ajratishga oid nazariy belgilar umumlashtirildi. Keyin har bir belgi raqamli kommunikatsiyaga moslashtirildi: kommunikativ maqsadning oshkoraligi, dalilning tekshiriluvchanligi, adresat tanlovining saqlanishi, inferensial bosim, emotsional yoki ijtimoiy zaiflikdan foydalanish va platformaviy kuchaytirish alohida parametr sifatida olindi. Birorta yordamchi belgi yakka holda manipulyatsiyani isbotlovchi mezon deb qabul qilinmadi.

1-jadval. Raqamli diskursda ishonitirish va manipulyatsiyani ajratish mezonlari

Mezon	Ishonitirishda	Manipulyatsiyada	Raqamli diskursdagi kuzatuv belgisi
Maqsadning oshkoraligi	Pozitsiya va ta'sir maqsadi asosan ochiq	Asosiy maqsad yashirilishi yoki boshqa maqsad ko'rinishida berilishi mumkin	Sarlavha, post matni va chaqiriq o'rtasidagi nomuvofiqlik; reklama yoki siyosiy manfaatning niqoblanishi
Dalilning tekshiriluvchanligi	Manba va asoslarni tekshirish yo'li saqlanadi	Selektiv fakt, manbasiz qat'iy hukm yoki kontekstdan uzilgan dalil ustun kelishi mumkin	Havolasiz raqam, noma'lum “mutaxassislar”, kesilgan iqtibos, bir tomonlama kontekst
Adresat tanlovi	Muqobil qarash va rad etish imkoniyati ochiq	Muqobil variant oldindan salbiy baholanadi yoki tanlov ramkasi toraytiriladi	“Faqat shunday odam...”, “aks holda...”, uyat/obro'/guruh bosimiga murojaat
Inferensial bosim	Xulosa dalildan	Adresat tayyor	Yuklangan savol, presuppozitsiya,

	chiqarilishi mumkin va tekshiriladi	presuppozitsiya yoki yashirin xulosaga yo'naltiriladi	implikatura, fakt bilan xulosa o'rtasidagi uzilish
Emotsional va ijtimoiy zaiflik	Hissiy ta'sir dalilni almashtirmaydi	Qo'rquv, uyat, aybdorlik, obro' yoki guruhga mansublik tanlovni boshqarishga yo'naltiriladi	Shaming, "odamlar nima deydi", jamoaviy sanksiya, kamsituvchi yorliq
Platformaviy kuchaytirish	Ko'rinishlilik xabar mazmuniga qo'shimcha kanal beradi	Takror, tavsiya tizimi va jamoaviy reaksiya bosimni kuchaytirishi mumkin	Repost zanjiri, viral takror, layk/reaksiya ko'pligi, yuqori ko'rinishlilik

Izoh: jadval muallif tomonidan yuqoridagi nazariy manbalar sintezi asosida tuzilgan. Yordamchi indikatorlardan bittasining mavjudligi o'z-o'zidan manipulyatsiya hukmini bermaydi.

MUHOKAMA

Taklif etilgan mezonlar ichida ikkita belgi markaziy o'rin egallaydi. Birinchisi — ta'sir maqsadining qisman yashirilishi yoki ochiq maqsad bilan pragmatik yo'nalish o'rtasidagi nomuvofiqlik. Ikkinchisi — adresatning talqin yoki qaror maydonini bir tomonlama toraytirish. Qolgan belgilar mazkur ikki holatni aniqlashtiradi. Masalan, qo'rquvga murojaat qilgan har qanday xabar manipulyativ emas; real xavf ochiq ko'rsatilsa, dalil tekshirilsa va adresatga muqobil qaror qoldirilsa, bunday nutq ogohlantirish yoki ishontirish doirasida qolishi mumkin. Xuddi shunday, muloyim shakl ham ta'sirni avtomatik ravishda etik yoki nomanipulyativ qilmaydi.

Maillat va Oswaldning kontekst tanlashga oid qarashi raqamli muhitda ayniqsa qulay tushuntirish beradi [2; 348–370-b.]. Qisqa post yoki sarlavha barcha tafsilotni sig'dira olmaydi; muammo ayrim ma'lumotning tushirib qoldirilishida emas, qaysi kontekst muntazam faol holatga keltirilayotganida. Agar xabar bir fakti qayta-qayta oldinga surib, muqobil izohlarni ko'rinmas holga keltirsa, adresatning xulosa chiqarish yo'li torayadi. Platforma tavsiyasi, repost va jamoaviy reaksiya mazkur torayishni kuchaytirishi mumkin, ammo algoritmik tarqalishning o'zi muallif manipulyativ niyatda ekanini isbotlamaydi.

O'zbek raqamli nutqidan hujjatlashtirilgan ikki parcha kontekstning hal qiluvchi o'rnini ko'rsatadi. Xushnudbek.uz kanalidagi "Odamlar nima deydi?", "Uyat bo'ladi" mazmunidagi parcha haj ziyoratidan keyingi marosimni jamoatchilik bahosi bilan bog'laydi [10]. Mazkur vaziyatda uyat, obro' va umumiy hukm adresatning ijtimoiy tanloviga bosim beradigan pragmatik fon yaratadi. N. Sh. Ergasheva ushbu misolni jamoatchilik fikri orqali ijtimoiy bosimning real ko'rinishi sifatida sharhlaydi [8; 106–107-b.].

Ayni "uyat bo'lar" shakli boshqa postda hazilga yaqin yumshoq baho sifatida keladi: "Xorazmga kelib, Jahongir Otajonovni ko'rmas ketsak uyat bo'lar 😊" [11]. Emoji va vaziyat mazmuni jiddiy sanksiyani zaiflashtiradi. Shunday qiyos bir xil leksik birlikni tayyor "manipulyatsiya markeri" deb belgilash xato ekanini ko'rsatadi. Pragmatik baho birlikning lug'aviy shakliga emas, kommunikativ maqsad, adresatga berilgan tanlov, oldingi va keyingi kontekst hamda multimodal signallarga tayangan holda chiqarilishi kerak.

Tulanbayeva tadqiqotida ham manipulyatsiyani ochiq ishontirishdan ajratishda yashirinlik va adresat erkinligining cheklanishi asosiy belgilardan biri sifatida ko'rsatilgan [7; 150–151-b.]. Raqamli diskurs uchun mazkur chegara platforma darajasidagi qo'shimcha savollar bilan to'ldiriladi: xabar kimga ko'rinmoqda, kim tomonidan qayta tarqatilmogda, jamoaviy reaksiya qanday ko'rinadi, dastlabki kontekst saqlanganmi, foydalanuvchi manbani tekshira oladimi? Shu savollar matndan tashqaridagi sharoitni tahlilga kiritadi.

Raqamli persuziada ishonch alohida o'rin tutadi. Diez-Arroyo onlayn reklamada manba va mazmunning ishonchligi auditoriyaning epistemik hushyorligi bilan bog'liqligini ko'rsatadi [5; 101–112-b.]. Shunday ekan, persuziya kuchli bo'lishi mumkin, lekin uning dalili tekshiriladigan va maqsadi ochiq bo'lsa, manipulyatsiya degan hukm ehtiyotkorlik bilan qo'yiladi. Aksincha, tashqi ko'rinishda "xolis" jumla selektiv kontekst, yuklangan presuppozitsiya yoki muqobil variantni yashirish orqali manipulyativ kuch kasb etishi mumkin.

Ingliz tilidagi Facebook siyosiy guruhlar ustida olib borilgan tadqiqotlar loaded question, misinformation va pragmatik nutqiy harakatlar manipulyativ muhit yaratishi mumkinligini ko'rsatadi [6; 63–72-b.]. O'zbek materialida esa uyat, obro' va jamoatchilik bahosiga murojaat qiluvchi formulalarning real raqamli qo'llanishlari qayd etilgan [8; 106–119-b.]. Mazkur ikki yo'nalishni oddiy "G'arb — individual, Sharq — jamoaviy" qarama-qarshiligiga keltirish ilmiy jihatdan yetarli emas. Qiyoslash uchun bir xil janr, mavzu, platforma va vaqt oralig'ida muvozanatlangan korpus zarur. Ushbu maqola bunday korpus mavjud degan da'vo qilmaydi; uning vazifasi kelgusidagi chog'ishtirma tahlil uchun tekshiriladigan mezonlarni aniqlashtirishdir.

NATIJALAR

Nazariy va kontekstual tahlil natijasida raqamli diskursda ishontirish va manipulyatsiyani ajratish uchun ikki darajali diagnostika taklif etildi. Birinchi daraja yadro mezonlardan iborat: kommunikativ maqsadning qisman yashirilishi hamda adresatning talqin yoki qaror maydonini bir tomonlama toraytirish. Ikkinchi daraja yordamchi indikatorlarni qamrab oladi: dalilning tekshirilmasligi, selektiv kontekst, presuppozitsion bosim, emotsional yoki ijtimoiy zaiflikdan foydalanish va platformaviy kuchaytirish. Mazkur tuzilish bitta til birligi yoki bitta stilistik belgiga asoslanib shoshilinch hukm chiqarishni cheklaydi.

Ikkinchi natija kontekstning majburiy tekshiruv bosqichi sifatida ajratilishidir. "Uyat bo'ladi" singari ifoda ayrim

raqamli vaziyatda jamoatchilik sanksiyasini faollashtirishi, boshqa holatda esa hazil yoki yumshoq baho sifatida kelishi mumkin [10], [11]. Demak, manipulyativ ma'no tayyor lug'aviy xususiyat emas; u adresant maqsadi, adresat erkinligi, inferensial yo'naltirish va vaziyatdagi ijtimoiy kutilmalar kesishgan nuqtada yuzaga chiqadi.

Uchinchi natija platformaviy vositachilikni alohida analitik parametr sifatida kiritish bilan bog'liq. Ko'rinishlilik, qayta ulashish, reaksiya soni yoki algoritmik tavsiya xabarining pragmatik kuchini o'zgartirishi mumkin, lekin mazkur omillar manipulyativ niyatga to'g'ridan-to'g'ri dalil emas. Shuning uchun "ko'p tarqalgan xabar = manipulyativ xabar" tenglamasi qabul qilinmaydi. Platformaviy kuchaytirish faqat matndagi boshqa pragmatik belgilar bilan birgalikda talqin qilinadi.

To'rtinchi natija kelgusi ingliz-o'zbek qiyosiy tadqiqotiga metodik talablarni aniqlashtiradi. Korpus bir xil janr va mavzu doirasida tuzilishi, manba va vaqt oralig'i qayd etilishi, tahlil birligi aniq belgilanishi, har bir misolda kontekst saqlanishi va kodlash kamida ikki baholovchi tomonidan tekshirilishi lozim. Aks holda tilga xos deb ko'rsatilgan farq platforma, mavzu yoki tanlanma tarkibining ta'siri bo'lishi mumkin.

Taklif etilgan modelning ilmiy yangiligi manipulyatsiyani alohida leksik-stilistik vositalar ro'yxati orqali emas, maqsad oshkoraligi, adresat avtonomiyasi, inferensial yo'naltirish va platformaviy vositachilikning o'zaro nisbatida baholashidir. Mazkur yondashuv raqamli diskursdagi persuaziya, ijtimoiy bosim va manipulyatsiya o'rtasidagi chegarani aniqroq tekshirish imkonini beradi.

XULOSA

Raqamli diskursda ishlantirish va manipulyatsiya o'rtasidagi chegara alohida so'z, metafora, savol shakli yoki emotsional birlik bilan belgilanmaydi. Lingvopragmatik tashxis kommunikativ maqsad, dalilning tekshiriluvchanligi, adresatga qoldirilgan tanlov, yashirin inferensiya va raqamli platformadagi tarqalish sharoitini birgalikda ko'rishni talab etadi.

Tahlil ikki yadro mezonni ajratdi: maqsadning qisman niqoblanishi va adresatning talqin yoki qaror maydonini bir tomonlama toraytirish. Selektiv fakt, presuppozitsiya, uyat yoki obro'ga murojaat, emotsional bosim va platformaviy ko'rinishlilik ushbu yadro belgilarni kuchaytiruvchi indikatorlar sifatida qaraladi. Ularning bittasi yakka holda manipulyatsiya hukmini bermaydi.

Hujjatlashtirilgan o'zbekcha raqamli misollar bir xil ifoda turli vaziyatda turlicha pragmatik qiymat kasb etishini ko'rsatdi. Shuning uchun kelgusi korpus tadqiqotlarida kontekstni kesib tashlamaslik, manba pasportini yuritish va tahlilchilar kelishuvini tekshirish zarur. Ayniqsa, ingliz va o'zbek materiallarini qiyoslashda madaniy xulosani tayyor stereotipdan emas, muvozanatlangan korpus va bir xil kodlash mezonlaridan chiqarish maqsadga muvofiq.

Maqolada ishlab chiqilgan diagnostik model keyingi tadqiqotda raqamli yangiliklar, ijtimoiy tarmoq postlari va sharhlarda manipulyativ potentsialni kodlash uchun boshlang'ich sxema sifatida qo'llanishi mumkin. Keng empirik sinov, muvozanatlangan ikki tilli korpus va mustaqil kodlash natijalari modelning qaysi bandlari barqaror ekanini aniqlashga imkon beradi.

Izoh. Maqola konsepsiyasini shakllantirish, manbalarni tartibga solish va matnni tahrirlash jarayonida generativ sun'iy intellekt yordamchi vosita sifatida qo'llandi. Muallif barcha manbalar, havolalar, misollar va ilmiy xulosalarni qayta tekshirgan; nashrga taqdim etiladigan matn uchun javobgarlik muallif zimmasida.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Herring S. C. Computer-Mediated Discourse Analysis: An Approach to Researching Online Behavior // Designing for Virtual Communities in the Service of Learning / ed. by S. A. Barab, R. Kling, J. H. Gray. – New York: Cambridge University Press, 2004. – P. 338–376. – DOI: [10.1017/CBO9780511805080.016](https://doi.org/10.1017/CBO9780511805080.016). – URL: <https://homes.luddy.indiana.edu/herring/cmda.pdf>
2. Maillat D., Oswald S. Defining Manipulative Discourse: The Pragmatics of Cognitive Illusions // International Review of Pragmatics. – 2009. – Vol. 1, No. 2. – P. 348–370. – DOI: [10.1163/187730909X12535267111651](https://doi.org/10.1163/187730909X12535267111651).
3. Ashrapova A. K., Yilmaz E. R., Mavlyautdinov I. S., Mankova L. I. Linguistic Manipulation in the Works of Domestic and Foreign Scientists: Theoretical Issues of Terminology // Philology. Theory & Practice. – 2022. – Vol. 15, No. 9. – P. 2771–2778. – DOI: [10.30853/phil20220493](https://doi.org/10.30853/phil20220493).
4. Agadzhanian R. V. Linguistic Manipulative Influence: A Theoretical Review // Philology. Theory & Practice. – 2023. – Vol. 16, No. 3. – P. 765–772. – DOI: [10.30853/phil20230151](https://doi.org/10.30853/phil20230151).
5. Diez-Arroyo M. Epistemic Vigilance and Persuasion: The Construction of Trust in Online Marketing // Journal of Pragmatics. – 2023. – Vol. 215. – P. 101–112. – DOI: [10.1016/j.pragma.2023.07.007](https://doi.org/10.1016/j.pragma.2023.07.007).
6. Brown P. I., Molette M. A Pragmatic Analysis of Linguistic Manipulative Statements Displayed on Facebook Political Group Page // Journal of Applied Studies in Language. – 2024. – Vol. 8, No. 2. – P. 63–72. – DOI: [10.31940/jasl.v8i2.63-72](https://doi.org/10.31940/jasl.v8i2.63-72).
7. Tulanbayeva Sh. Sh. Manipulyativ nutqiy ta'sirning semantik-pragmatik va funksional jihatlarini tadqiqi : filologiya fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi. – Andijon, 2026. – URL: <https://library.ziynet.uz/book/145465>; <https://oak.uz/pages/29070>
8. Ergasheva N. Sh. Ingliz va o'zbek frazeologizmlari va maqollarida ijtimoiy bosim, yashirin manipulyativ ma'nolarning lingvopragmatik tadqiqi : filologiya fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi. – Andijon, 2026. – Qo'lyozma.
9. Snezhko Z. Hashtags as Pragmatic Devices of Cultural Reproduction in Digital Discourse // Training, Language and Culture. – 2025. – Vol. 9, No. 2. – P. 104–113. – DOI: [10.22363/2521-442X-2025-9-2-104-113](https://doi.org/10.22363/2521-442X-2025-9-2-104-113).
10. Xushnadbek.uz. «Odamlar nima deydi?», «Uyat bo'ladi» mazmunidagi «Hoji to'y» haqidagi post [Telegram kanali]. – URL: <https://t.me/xushnadbek/24281>
11. Xushnadbek — o'ta shaxsiy. «Xorazmga kelib, Jahongir Otajonovni ko'rmay ketsak uyat bo'lar 😊» [Telegram kanali]. – URL: <https://t.me/xushnadbekuz/3819>