

baholash bo‘yicha tizimli yondashuv ishlab chiqish zarur. Bu esa klassik va zamonaviy o‘zbek badiiy matnlarida intertekstual aloqaning estetik ta’sirini aniq ko‘rsatish imkonini beradi. Shu bilan birga o‘quvchi idrokini murakkablashtiruvchi va matnga yangi ma’no qo‘shuvchi jarayonlarni tushuntirish ilmiy maqolalarga sifatli kontent qo‘shadi. Umuman olganda, intertekstual aloqa o‘zbek badiiy matnlarida nafaqat matnning semantik qatlamlarini boyitadi, balki uning estetik kuchini oshiradi, o‘quvchi idrokini kengaytiradi va badiiy tafakkurni rivojlantiradi. Shu sababli bu hodisani chuqur ilmiy tahlil qilish, nazariy va metodologik asoslarini aniqlash, shuningdek klassik va zamonaviy asarlardan misollar keltirib tahlil qilish dolzarb vazifa hisoblanadi.

Xulosa qilib aytganda, intertekstual aloqa o‘zbek badiiy matnlarini yanada boy, murakkab va o‘quvchiga ta’sirchan qiladi. Bu esa o‘z navbatida adabiyotshunoslik va o‘qituvchilik faoliyatida yangi ilmiy yondashuvlar va tahlil usullarini qo‘llash imkoniyatini beradi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Kristeva, J. *Desire in Language: A Semiotic Approach to Literature and Art*. New York: Columbia University Press. ISBN-13 (2024 Edition): 978-0231214551. ISBN-10 (2024 Edition): 0231214553
2. Bakhtin, M. *The Dialogic Imagination*. Austin: University of Texas Press
3. Barthes, R. *Image–Music–Text*. London: Fontana Press ISBN 978-0006861355
4. Genette, G. *Palimpsests: Literature in the Second Degree*. Lincoln: University of Nebraska Press ISBN **9780803270299**
5. Qo‘ng‘urov, R. *O‘zbek tilining stilistikasi*. Toshkent: «O‘qituvchi», 1983.15
6. Shomaqsudov, A., Rasulov, I. *O‘zbek tili stilistikasi*. Toshkent: O‘zbek *tili stilistikasi*. — T.: «O‘qituvchi», 1983. 15

EMOJI, STICKER VA GIFLARNING QO‘LLANILISHIDA GENDER OMILI: O‘ZBEK VA INGLIZ IJTIMOIIY TARMOQ FOYDALANUVCHILARI MISOLIDA

Mavlanova Nargiza Turayevna

Qarshi davlat universiteti, Xorijiy tillar fakulteti o‘qituvchisi

E-mail: mavlanova515@gmail.com

Annotatsiya: Mazkur maqolada zamonaviy raqamli kommunikatsiyada keng qo‘llanilayotgan emoji, sticker va GIFlarning genderga bog‘liq xususiyatlari o‘zbek va ingliz ijtimoiy tarmoq foydalanuvchilari misolida tahlil qilinadi. Tadqiqotning asosiy maqsadi ushbu vizual-paralingvistik birliklarning pragmatik funksiyalarini

aniqlash hamda ularning erkak va ayol foydalanuvchilar tomonidan qo‘llanishidagi farqlarni ko‘rsatishdan iborat. Tahlil jarayonida Telegram, Instagram va Twitter kabi ijtimoiy tarmoqlarda uchraydigan real kommunikativ misollar ko‘rib chiqildi. Natijalar shuni ko‘rsatadiki, ayol foydalanuvchilar emoji va stikerlardan ko‘proq emotsional va qo‘llab-quvvatlovchi kommunikatsiya uchun foydalanadi, erkaklar esa ularni ko‘proq reaksiya yoki humoristik maqsadlarda ishlatadi. Tadqiqot natijalari raqamli diskursda gender omili muhim sotsiolingvistik faktor ekanligini tasdiqlaydi.

Kalit so‘zlar: emoji, sticker, GIF, gender, pragmatika, raqamli kommunikatsiya, ijtimoiy tarmoqlar, sotsiolingvistika.

Аннотация: В данной статье анализируются гендерные особенности использования эмодзи, стикеров и GIF в современной цифровой коммуникации на примере узбекских и англоязычных пользователей социальных сетей. Основная цель исследования — выявить прагматические функции этих визуально-паралингвистических средств и определить различия в их использовании мужчинами и женщинами. Материалом исследования послужили примеры коммуникации из социальных сетей Telegram, Instagram и Twitter. Результаты показывают, что женщины чаще используют эмодзи и стикеры для выражения эмоций и поддержки, тогда как мужчины применяют их преимущественно в реактивных или юмористических целях. Исследование подтверждает значительную роль гендерного фактора в цифровом дискурсе.

Ключевые слова: эмодзи, стикеры, GIF, гендер, прагматика, цифровая коммуникация, социальные сети, социолингвистика.

Abstract: This article examines gender-related patterns in the use of emojis, stickers, and GIFs in digital communication among Uzbek and English-speaking social media users. The main objective of the study is to identify the pragmatic functions of these visual paralinguistic elements and to analyze differences in their usage by male and female users. The research is based on communicative examples collected from social media platforms such as Telegram, Instagram, and Twitter. The findings reveal that female users tend to employ emojis and stickers more frequently to express emotions and social support, whereas male users often use them for reactional or humorous purposes. The results demonstrate that gender remains a significant sociolinguistic factor in contemporary digital discourse.

Keywords: emoji, stickers, GIFs, gender, pragmatics, digital communication, social media, sociolinguistics.

Kirish. So‘nggi o‘n yilliklarda internet va ijtimoiy tarmoqlarning rivojlanishi natijasida insonlar o‘rtasidagi muloqot shakllari sezilarli

darajada o‘zgardi. Yozma kommunikatsiya endilikda nafaqat matn orqali, balki emoji, sticker va GIF kabi vizual elementlar yordamida ham amalga oshirilmoqda. Ushbu birliklar yozma nutqda yuz ifodasi, imo-ishora va ohang kabi noverbal signallarni qisman kompensatsiya qiluvchi **paralingvistik vositalar** sifatida qaraladi. Zamonaviy lingvistika va sotsiolingvistika tadqiqotlarida raqamli kommunikatsiya jarayonida emoji va boshqa vizual elementlarning pragmatik vazifalari keng o‘rganilmoqda. Ayniqsa, ushbu vositalarning qo‘llanishida **gender omili** muhim rol o‘ynashi aniqlangan.

Tadqiqot metodologiyasi. Mazkur tadqiqotda qiyosiy hamda diskursiv tahlil metodlaridan foydalanildi. Material sifatida Telegram, Instagram va Twitter platformalarida uchraydigan ingliz va o‘zbek tilidagi real muloqot namunalaridan foydalanildi. Misollar anonim tarzda umumlashtirilgan holda tahlil qilindi.

Tahlil va muhokama. Raqamli kommunikatsiyada emoji, sticker va GIFlarning qo‘llanish darajasi turli ijtimoiy omillar, jumladan gender bilan bog‘liq ekanligi ko‘plab tadqiqotlarda ta’kidlangan [1][2]. Ayniqsa, ijtimoiy tarmoqlarda emotsional kommunikatsiyani ifodalashda emoji muhim pragmatik vosita sifatida qaraladi [3].

Tadqiqot doirasida Telegram, Instagram va Twitter platformalarida uchraydigan 100 ta kommunikativ misol tahlil qilindi. Ushbu misollar erkak va ayol foydalanuvchilarning emoji ishlatish chastotasini qiyosiy ko‘rsatish imkonini berdi. Tadqiqot natijalari quyidagi jadvalda aks ettirilgan.

Foydalanuvchi turi	Emoji ishlatilgan xabarlar (%)	Sticker (%)	GIF (%)
Ayol foydalanuvchilar	68 %	20 %	12 %
Erkak foydalanuvchilar	45 %	15 %	40 %

Jadval natijalari shuni ko‘rsatadiki, ayol foydalanuvchilar emoji va stikerlardan erkaklarga nisbatan ko‘proq foydalanadi. Bu holat ularning muloqot jarayonida emotsional ifodaga ko‘proq e’tibor berishi bilan izohlanadi [4]. Erkak foydalanuvchilar esa ko‘proq reaksiya yoki kulgili mazmundagi GIFlardan foydalanishga moyil bo‘ladi [5].

Masalan, ingliz tilidagi Instagram izohlarida quyidagi kommunikativ misollar uchraydi:

“You look amazing 🥰❤️” “So proud of you 😊”

Bu misollarda emoji ijobiy emotsiyalarni kuchaytiruvchi pragmatik vosita sifatida xizmat qiladi [6].

O‘zbek ijtimoiy tarmoqlarida ham shunga o‘xshash holat kuzatiladi:

“Juda zo‘r chiqibdi 😊” “Rahmat katta 😊”

Bunday misollarda emoji suhbatdoshga nisbatan ijobiy munosabatni ifodalovchi semantik signal vazifasini bajaradi [7].

Erkak foydalanuvchilar muloqotida esa emoji ko‘proq qisqa reaksiyani ifodalash uchun ishlatiladi. Masalan:

“Good game 👍” “That was funny 😂”

O‘zbek tilidagi muloqotlarda ham shunga o‘xshash tendensiya kuzatiladi:

“Zo‘r o‘yin bo‘ldi 😂” “Gap yo‘q 👍”

Bunday hollarda emoji diskursiv marker sifatida ishlaydi va nutqning pragmatik ma‘nosini aniqlashtiradi [8].

Tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, emoji, sticker va GIFlar yozma kommunikatsiyada noverbal signal vazifasini bajaradi hamda suhbat ohangini aniqlashtirishga yordam beradi [9]. Shu sababli ular zamonaviy raqamli diskursning ajralmas qismi hisoblanadi [10]. Shuningdek, madaniy omillar ham emoji ishlatilishiga ta‘sir ko‘rsatadi. O‘zbek ijtimoiy tarmoqlarida Telegram platformasida stickerlar juda keng qo‘llaniladi, ingliz tilidagi kommunikatsiyada esa GIFlardan foydalanish ko‘proq kuzatiladi [11]. Bu farq platforma madaniyati va kommunikativ odatlar bilan bog‘liq bo‘lishi mumkin [12].

Xulosa. Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, emoji, sticker va GIFlar zamonaviy raqamli kommunikatsiyaning muhim paralingvistik elementlari hisoblanadi. Ular nutqning emotsional va pragmatik jihatlarini boyitadi hamda muloqot samaradorligini oshiradi. Gender omili ushbu vizual birliklarning qo‘llanishida sezilarli ta‘sir ko‘rsatadi. Ayol foydalanuvchilar ularni ko‘proq emotsional va qo‘llab-quvvatlovchi kommunikatsiya uchun ishlatib, erkak foydalanuvchilar asosan reaksiya yoki humoristik maqsadlarda qo‘llaydi. O‘zbek va ingliz ijtimoiy tarmoqlarini qiyosiy tahlil qilish madaniy omillar ham ushbu jarayonga ta‘sir qilishini ko‘rsatadi.

Kelajakdagi tadqiqotlar emoji, sticker va GIFlarning yosh, kasb yoki madaniy kontekst kabi boshqa sotsiolingvistik omillar bilan bog‘liq xususiyatlarini ham o‘rganishga qaratilishi mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Bai Q., Dan Q., Mu Z. A Systematic Review of Emoji. *IEEE Access*, 2019
2. Crystal D. Language and the Internet. Cambridge: Cambridge University Press, 2011.
3. Danesi M. The Semiotics of Emoji. London: Bloomsbury Publishing, 2017.

4. Dresner E., Herring S. Functions of the Nonverbal in Computer-Mediated Communication. *Communication Theory*, 2010.
5. Evans V. The Emoji Code. London: Picador, 2017.
6. Herring S. Gender and Power in Online Communication. Oxford: Blackwell Publishing, 2003.
7. Kelly R., Watts L. Characterising the Inventive Appropriation of Emoji. *First Monday*, 2015.
8. Kaye L., Wall H., Malone S. Turn That Frown Upside-Down: Emoji and Emotional Expression. *Computers in Human Behavior*, 2016
9. McCulloch G. Because Internet: Understanding the New Rules of Language. New York: Riverhead Books, 2019.
10. Novak P., Smailović J. Sentiment of Emojis. *PLoS ONE*, 2015.
11. Pavalanathan U., Eisenstein J. Emoticons vs Emojis on Twitter. *ICWSM Conference Proceedings*, 2016
12. Riordan M. Emojis as Tools for Emotion Work. *Computers in Human Behavior*, 2017.

INTEGRATING NEUROEDUCATION INTO ENGLISH LANGUAGE TEACHING

Author: Mamadaliyeva Sarvinoz Azamat qizi

Student, Group XTA-AR-22

Namangan State Pedagogical Institute

ORCID: 0009-0004-9599-9933

E-mail: sarvinoz.mamadaliyeva04@gmail.com

Supervisor: Umarxanova Nigora Umarjon qizi

Ph.D. in Philological Sciences, Lecturer

Namangan State Pedagogical Institute

Annotation: This research investigates the scientific and practical significance of integrating neuro-pedagogical principles into the English Language Teaching (ELT) process. Based on an experiment involving 10th-grade students at School No. 30 in the Yozyovon district, Fergana region, theories of neuroplasticity, memory consolidation, and the affective filter are analyzed. The results demonstrate a significant increase in students' language acquisition coefficients and cognitive engagement through brain-compatible instruction.

Key words: Neuroeducation, ELT, Cognitive Load, Neuroplasticity, Affective Filter, Memory Consolidation.

Annotatsiya: Mazkur tadqiqot ingliz tilini o‘qitish jarayoniga neyropedagogik tamoyillarni integratsiya qilishning ilmiy va amaliy ahamiyatini o‘rganishga qaratilgan. Tadqiqot Farg‘ona viloyati Yozyovon tumani 30-maktabning 10-sinf o‘quvchilari ishtirokida o‘tkazilgan