

## KOREYS VA O'ZBEK TILLARIDA MUROJAAT SHAKLLARINING ZAMONAVIY TALQINI: IJTIMOY TARMOQLAR MISOLIDA

**Xo'jayeva O'g'iloy Tagoymurotovna**

*O'zbekiston davlat jahon tillari universiteti Koreys filologiyasi kafedrası o'qituvchisi  
Toshkent, O'zbekiston*

**Annotatsiya:** Ushbu maqolada koreys va o'zbek tillarida murojaat shakllarining ijtimoiy tarmoqlar muhitidagi zamonaviy talqini lingvopragmatik va lingvomadaniy nuqtayi nazardan tahlil qilinadi. Tadqiqotda Instagram, YouTube, TikTok va Telegram kabi platformalarda kuzatiladigan post matnlari, izohlar, video murojaatlar, jonli efir nutqi va obunachilarga qaratilgan kommunikativ formulalarda qo'llanadigan murojaat birliklari asosiy tahlil materialisi sifatida olinadi. Koreys tilidagi **님** (hurmat qo'shimchasi), **여러분** (azizlar, hammangiz), **구독자님들** (hurmatli obunachilar), **팬분들** (muxlislar), **선생님** (ustoz), **작가님** (muallif/ijodkor), **언니** (opa), **오빠** (aka), **형** (aka), **누나** (opa) kabi birliklar hamda o'zbek tilidagi aka, opa, ustoz, azizlar, qadrli kuzatuvchilar, hurmatli obunachilar, do'stlar, jigarlar, bro, admin aka kabi shakllarning ijtimoiy tarmoqlardagi semantik-pragmatik vazifalari tahlil qilinadi. Maqolada an'anaviy murojaat birliklarining raqamli muhitda yangi kommunikativ vazifalar kasb etishi, xususan, auditoriyani jalb qilish, psixologik masofani qisqartirish, hurmat yoki samimiylikni bildirish, kuzatuvchilarni yagona raqamli hamjamiyat sifatida birlashtirish, blogger yoki kontent yaratuvchining raqamli identitetini shakllantirishdagi o'rni yoritiladi. Tahlil natijalari shuni ko'rsatadiki, koreys tilida ijtimoiy tarmoq murojaatlari ko'proq **님** qo'shimchasi, **존댓말** tizimi va qarindoshlik terminlari orqali ifodalansa, o'zbek tilida ular aka, opa, ustoz, azizlar, hurmatli obunachilar kabi leksik birliklar, siz/sen qarama-qarshiligi hamda og'zaki nutqqa xos emotsional murojaatlar orqali yuzaga chiqadi. Har ikki tilda qarindoshlik terminlarining biologik qarindoshlik doirasidan chiqib, raqamli yaqinlik, samimiylik va auditoriya bilan bevosita aloqa o'rnatish vositasiga aylangani aniqlanadi.

**Kalit so'zlar:** murojaat shakllari, koreys tili, o'zbek tili, ijtimoiy tarmoqlar, raqamli kommunikatsiya, lingvopragmatika, lingvomadaniyat, nutq etiketi, **님**, **존댓말**, aka, opa, auditoriya, raqamli identitet.

### KIRISH

So'nggi yillarda ijtimoiy tarmoqlar insonlar o'rtasidagi muloqotning eng faol maydonlaridan biriga aylandi. Avvallari murojaat shakllari asosan yuzma-yuz muloqot, rasmiy nutq, oilaviy suhbat, ta'lim jarayoni yoki badiiy matnlar doirasida o'rganilgan bo'lsa, bugungi kunda ular raqamli kommunikatsiya muhitida ham yangi mazmun va vazifalarga ega bo'lmoqda. Instagram, YouTube, TikTok, Telegram kabi platformalarda foydalanuvchilar bir-biriga murojaat qilishda an'anaviy til birliklaridan tashqari

internet nutqiga xos qisqa, emotsional, aralash va auditoriyaga yo'naltirilgan shakllardan ham foydalanadilar.

Murojaat shakllari ijtimoiy tarmoqlarda faqat suhbatdoshni chaqirish yoki nomlash vositasi bo'lib qolmaydi. Ular auditoriyani jalb qilish, kuzatuvchilar bilan yaqinlik hosil qilish, hurmat bildirish, reklama matnini ishonchli ko'rsatish, obunachilarni muloqotga undash va shaxsiy brend yaratish vazifalarini ham bajaradi. Masalan, koreys tilidagi 여러분 (azizlar, hammangiz), 구독자님들 (hurmatli obunachilar), 팬분들 (muxlislar), 언니들 (opalar), 오빠들 (akalar) kabi birliklar blogger va auditoriya o'rtasida iliqlik va yaqinlikni yuzaga keltiradi. O'zbek tilida esa azizlar, hurmatli obunachilar, qadrli kuzatuvchilar, do'stlar, aka-ukalar, opa-singillar, jigarlar kabi shakllar ijtimoiy tarmoq nutqida faol qo'llanib, ommaviy auditoriyani bevosita suhbatdoshga aylantiradi.

Koreys va o'zbek tillarida murojaat birliklari qadimdan nutq etiketi, hurmat, yosh farqi, ijtimoiy maqom va yaqinlik bilan bog'liq bo'lib kelgan. Biroq raqamli muhitda bu birliklarning vazifasi sezilarli darajada kengaymoqda. Endilikda murojaat shakllari faqat individual suhbatdoshga emas, balki keng, ko'pincha noma'lum auditoriyaga qaratiladi. Shu sababli ijtimoiy tarmoqlardagi murojaat shakllarini o'rganish zamonaviy lingvopragmatika, sotsiolingvistika va lingvomadaniyatshunoslik uchun dolzarb masalalardan biridir.

Mazkur maqolaning maqsadi koreys va o'zbek tillarida ijtimoiy tarmoqlarda qo'llanadigan murojaat shakllarining zamonaviy talqinini tahlil qilish, ularning semantik-pragmatik vazifalarini aniqlash hamda ikki til o'rtasidagi umumiy va farqli jihatlarni ko'rsatishdan iborat.

Murojaat shakllarining nazariy asoslari

Murojaat shakllari so'zlovchi tomonidan tinglovchiga bevosita yoki bilvosita murojaat qilish uchun ishlatiladigan til birliklaridir. Ular ism, familiya, unvon, lavozim nomi, qarindoshlik termini, hurmat qo'shimchasi, guruh nomi, emotsional ifoda yoki internet nutqiga xos qisqartma orqali namoyon bo'lishi mumkin. An'anaviy muloqotda murojaat shaklining tanlanishi odatda so'zlovchi va tinglovchi o'rtasidagi yosh farqi, ijtimoiy mavqe, jins, yaqinlik darajasi, rasmiylik yoki norasmiylik bilan belgilanadi.

Ijtimoiy tarmoqlarda esa murojaat shakllari yangi sharoitda ishlaydi. Bu yerda suhbatdosh ko'pincha aniq bir shaxs emas, balki keng auditoriya, obunachilar, kuzatuvchilar, mijozlar, muxlislar yoki onlayn hamjamiyat bo'lishi mumkin. Shu sababli raqamli muhitda murojaat shakli individual muloqot vositasidan ommaviy kommunikatsiya strategiyasiga aylanadi.

Masalan, koreys tilidagi 여러분 (azizlar, hammangiz) shakli an'anaviy nutqda ko'plikdagi tinglovchilarga murojaat qilish uchun ishlatilsa, ijtimoiy tarmoqlarda u video, post yoki jonli efir boshida auditoriyani jalb qiluvchi kommunikativ formula sifatida xizmat qiladi. O'zbek tilidagi azizlar yoki hurmatli obunachilar shakllari ham shunga o'xshash vazifani bajaradi. Bunday birliklar matn yoki videoning kirish qismida auditoriyani umumiy muloqot maydoniga tortadi.

Raqamli muloqotda murojaat shakllari ko'pincha emoji, undov belgisi, hashtag, @belgilash, nikneymlar va vizual elementlar bilan birga ishlatiladi. Masalan, koreys tilidagi 여러분 😊 오늘도 함께해요 (Azizlar, bugun ham birga bo'laylik) yoki o'zbek tilidagi Azizlar 😊 bugun sizlar uchun foydali ma'lumot tayyorladim shakllarida murojaat birligi emotsional yaqinlik va interaktivlikni kuchaytiradi.

Koreys tilida ijtimoiy tarmoqlardagi murojaat shakllari

Koreys tilida ijtimoiy tarmoqlarda eng faol uchraydigan murojaat shakllaridan biri 님 qo'shimchasidir. 님 an'anaviy koreys tilida hurmatni bildiruvchi qo'shimcha bo'lib, ijtimoiy tarmoqlarda ham juda faol ishlatiladi. U ism, kasb, lavozim, ijtimoiy rol yoki auditoriya nomiga qo'shilib, hurmat va muloyimlik ma'nosini beradi. Masalan, 민지님 (Minji xonim/janob), 작가님 (muallif, ijodkor), 선생님 (ustoz), 고객님 (mijoz), 구독자님들 (hurmatli obunachilar), 팔로워님들 (hurmatli kuzatuvchilar) kabi shakllar ijtimoiy tarmoq muloqotida keng uchraydi.

Masalan, izohlarda 작가님, 글 잘 읽었습니다 (Muallif, yozganlaringizni yaxshi o'qidim), 선생님, 설명 감사합니다 (Ustoz, tushuntirganingiz uchun rahmat), 구독자님들, 오늘 영상도 봐 주세요 (Hurmatli obunachilar, bugungi videoni ham tomosha qiling) kabi shakllar uchraydi. Bu misollarda 님 qo'shimchasi murojaatning hurmat darajasini oshiradi va so'zlovchi bilan tinglovchi o'rtasida odobli masofa saqlaydi.

Koreys tilida ijtimoiy tarmoqlarda qarindoshlik terminlari ham faol ishlatiladi. 언니 (opa), 오빠 (aka), 형 (aka), 누나 (opa) birliklari dastlab oilaviy yoki yoshga asoslangan munosabatlarni bildiradi. Biroq raqamli muhitda ular biologik qarindoshlikni emas, balki muxlislik, yaqinlik, samimiylilik va ijtimoiy iliqlikni ifodalashga xizmat qiladi. Masalan, 언니 너무 예뻐요 (Opa, juda chiroylisiz), 오빠 오늘 라이브 해요? (Aka, bugun jonli efir qilasizmi?), 형 진짜 멋있어요 (Aka, juda zo'rsiz), 누나 목소리 너무 좋아요 (Opa, ovozingiz juda yoqimli) kabi izohlarda bu birliklar yaqinlik va ijobiy emotsiyani bildiradi.

Bu yerda muhim jihat shundaki, koreys tilida 언니, 오빠, 형, 누나 birliklarining qo'llanishi so'zlovchining jinsi va murojaat qilinayotgan shaxsning yoshiga bog'liq. Ayol kishi o'zidan katta ayolga 언니, o'zidan katta erkakka 오빠 deb murojaat qiladi; erkak kishi esa o'zidan katta erkakka 형, o'zidan katta ayolga 누나 deb murojaat qiladi. Ijtimoiy tarmoqlarda bu tizim ba'zan soddalashsa-da, uning madaniy asosi saqlanib qoladi.

Koreys tilida 여러분 (azizlar, hammangiz) shakli ham keng auditoriyaga murojaat qilishda faol qo'llanadi. Masalan, 여러분, 오늘은 한국어 표현을 배워 볼게요 (Azizlar, bugun koreyscha ifodani o'rganamiz), 여러분의 생각은 어때요? (Sizlarning fikringiz qanday?), 여러분, 댓글로 알려 주세요 (Azizlar, izohda yozib qoldiring) kabi gaplarda 여러분 auditoriyani faollikka chaqiradi.

Shuningdek, koreys ijtimoiy tarmoqlarida 팬분들 (muxlislar), 구독자 여러분 (aziz obunachilar), 팔로워분들 (kuzatuvchilar), 친구들 (do'stlar) kabi kollektiv murojaatlar ham keng qo'llanadi. Bu birliklar kontent yaratuvchi va auditoriya o'rtasida raqamli hamjamiyat hissini kuchaytiradi. So'zlovchi o'z auditoriyasini oddiy tomoshabin sifatida emas, balki yaqin doira, muxlislar yoki do'stlar sifatida ko'rsatadi.

O'zbek tilida ijtimoiy tarmoqlardagi murojaat shakllari

O'zbek tilida ijtimoiy tarmoqlarda murojaat shakllari juda rang-barangdir. Aka, opa, ustoz, domla, xonim, janob, azizlar, qadrli kuzatuvchilar, hurmatli obunachilar, do'stlar, jigarlar, admin aka kabi birliklar raqamli muloqotda faol ishlatiladi. Bu shakllarning ayrimlari an'anaviy nutq etiketidan olingan bo'lsa, ayrimlari internet nutqi va yoshlar muloqoti ta'sirida kengaygan.

Aka va opa birliklari o'zbek ijtimoiy tarmoqlarida eng faol murojaat shakllaridan hisoblanadi. Masalan, Admin aka, javob bering, Opa, bu mahsulot narxi qancha?, Aka, juda foydali video bo'libdi, Opa, maslahat bering kabi gaplarda aka va opa so'zlari biologik qarindoshlikni bildirmaydi. Ular hurmat, samimiylik, yosh jihatdan nisbiy katta deb qabul qilish yoki odobli murojaat vazifasini bajaradi. Bunda murojaat shakli suhbatdosh bilan ijtimoiy masofani yumshatadi va muloqotni iliqroq qiladi.

Ustoz murojaati ham ijtimoiy tarmoqlarda keng semantik kengayishga ega bo'lgan birliklardan biridir. An'anaviy nutqda ustoz asosan ta'lim beruvchi yoki hunar o'rgatuvchi shaxsga nisbatan ishlatilgan bo'lsa, ijtimoiy tarmoqlarda u bilimli, maslahat beruvchi, tajribali yoki kontent orqali o'rgatuvchi shaxsga nisbatan ishlatiladi. Masalan, Ustoz, savolim bor, Ustoz, shu mavzuni tushuntirib bering, Rahmat, ustoz kabi izohlarda ustoz so'zi hurmat va bilimga ehtiromni bildiradi.

O'zbek ijtimoiy tarmoqlarida azizlar, hurmatli obunachilar, qadrli kuzatuvchilar, do'stlar, opa-singillar, aka-ukalar kabi kollektiv murojaatlar ham keng tarqalgan. Masalan, Azizlar, bugun sizlar uchun foydali ma'lumot tayyorladik, Hurmatli obunachilar, fikrlaringizni yozib qoldiring, Do'stlar, bu videoni oxirigacha ko'ring kabi shakllarda murojaat auditoriyani faollashtirish va muloqotga chaqirish vazifasini bajaradi.

Norasmiy raqamli nutqda jigar, bro, brat, dugonajon, opajon, akajon kabi shakllar ham uchraydi. Masalan, Jigar, gap yo'q, Bro, bu zo'r chiqibdi, Opajon, qayerdan oldingiz?, Akajon, narxini yozing kabi murojaatlar internet nutqida samimiylik, yoshlar uslubi va emotsional yaqinlikni bildiradi. Bunday birliklar adabiy-rsmiy uslubga emas, balki og'zaki va internet muloqotiga xosdir.

### Rasmiylik va norasmiylik darajalari

Koreys va o'zbek tillarida ijtimoiy tarmoqlardagi murojaat shakllari rasmiylik va norasmiylik darajalari bo'yicha turlicha namoyon bo'ladi. Koreys tilida bu farq ko'pincha leksik birliklar bilan birga grammatik hurmat tizimi orqali ham ifodalanadi. **님** qo'shimchasi, **존댓말** shakllari, **선생님**, **고객님**, **구독자님들** kabi birliklar rasmiy yoki hurmatli munosabatni bildiradi. **언니**, **오빠**, **형**, **누나**, **친구들** kabi birliklar esa ko'proq norasmiylik va yaqinlikni ifodalaydi.

O'zbek tilida rasmiylik ko'proq hurmatli, qadrli, aziz, janob, xonim, ustoz kabi leksik birliklar orqali ifodalanadi. Norasmiylik esa aka, opa, jigar, bro, do'stlar, obunachilarim kabi shakllar orqali yuzaga chiqadi. O'zbek tilida siz va sen olmoshlari ham murojaat madaniyatining muhim ko'rsatkichidir. Rasmiy sahifalar, ta'limiy kanallar va brendlar odatda siz shaklidan foydalanadi: Siz uchun foydali ma'lumot tayyorladik. Norasmiy blogerlik nutqida esa sizlar, senlar, do'stlar kabi shakllar aralash holda qo'llanishi mumkin: Bugun sizlarga zo'r yangilik aytaman, Sen ham shunday o'ylaysanmi?

Koreys tilida shunga o'xshash farq **존댓말** va **반말** tizimi orqali ko'rinadi. Masalan, **여러분, 오늘은 중요한 표현을 배워 보겠습니다** (Azizlar, bugun muhim ifodani o'rganamiz) shakli rasmiy va ta'limiy ohangga ega bo'lsa, **애들아, 이거 봤어?** (Bolalar/do'stlar, buni ko'rdilaringmi?) shakli norasmiy va yaqin muloqotga xosdir.

### Ijtimoiy tarmoqlarda murojaat shakllarining pragmatik vazifalari

Ijtimoiy tarmoqlarda murojaat shakllari bir nechta muhim pragmatik vazifani bajaradi. Birinchidan, ular auditoriyani jalb qiladi. Post yoki video boshida **여러분**, **azizlar**, **do'stlar**, hurmatli obunachilar kabi shakllarning ishlatilishi tinglovchining e'tiborini tortadi va uni muloqotga tayyorlaydi.

Ikkinchidan, murojaat shakllari psixologik masofani qisqartiradi. Koreys tilida **언니**, **오빠**, **형**, **누나** kabi birliklar muxlis va kontent yaratuvchi o'rtasidagi munosabatni iliqlashtiradi. O'zbek tilida aka, opa, jigar, opajon, akajon kabi birliklar xuddi shunday vazifani bajaradi.

Uchinchidan, murojaat shakllari hurmatni bildiradi. Koreys tilida **님** qo'shimchasi, **선생님**, **작가님**, **고객님** birliklari orqali, o'zbek tilida esa ustoz, hurmatli, qadrli, janob, xonim kabi birliklar orqali hurmat ifodalanadi.

To'rtinchidan, murojaat shakllari raqamli hamjamiyat yaratadi. Masalan, koreys blogerlari o'z kuzatuvchilariga **팬분들** (muxlislar), **구독자님들** (obunachilar) deb murojaat qiladi. O'zbek ijtimoiy tarmoqlarida ham aziz obunachilar, qadrdonlar, jamoamiz, bizning oila kabi shakllar uchraydi. Bu birliklar oddiy kuzatuvchini muayyan guruh a'zosiga aylantiradi.

Beshinchidan, murojaat shakllari reklama va marketing matnlarida ishonch uyg'otadi. Masalan, koreys tilida 고객을 위한 특별 이벤트 (Mijozlar uchun maxsus tadbir), o'zbek tilida Hurmatli mijozlar, sizlar uchun maxsus chegirma kabi gaplarda murojaat shakli mahsulot yoki xizmatni samimiy va ishonchli ko'rsatishga xizmat qiladi.

Koreys va o'zbek tillaridagi umumiyliklar

Koreys va o'zbek tillarida ijtimoiy tarmoqlardagi murojaat shakllari bir necha jihatdan o'xshashdir. Avvalo, har ikki tilda qarindoshlik terminlari raqamli muloqotda faol qo'llanadi. Koreys tilida 언니, 오빠, 형, 누나, o'zbek tilida esa aka, opa, opajon, akajon kabi birliklar biologik qarindoshlikdan tashqari ijtimoiy yaqinlik va samimiylkni ham bildiradi.

Ikkinchidan, har ikki tilda hurmatni bildiruvchi maxsus shakllar mavjud. Koreys tilida 님 qo'shimchasi va 선생님, 작가님, 고객님 kabi birliklar, o'zbek tilida esa ustoz, hurmatli, qadrlı, janob, xonim kabi birliklar hurmat vazifasini bajaradi.

Uchinchidan, har ikki tilda kollektiv murojaatlar auditoriyani birlashtirish vazifasini bajaradi. Koreys tilida 여러분, 구독자님들, 팬분들, o'zbek tilida esa azizlar, obunachilar, do'stlar, hurmatli kuzatuvchilar kabi birliklar keng auditoriyaga qaratiladi.

To'rtinchidan, ikki tilda ham murojaat shakllari muloqotni shaxsiylashtirishga xizmat qiladi. Blogger yoki kontent yaratuvchi o'z auditoriyasiga bevosita murojaat qilganda, kuzatuvchi o'zini umumiy ommaning emas, balki suhbatdoshning bir qismi sifatida his qiladi.

Farqli jihatlar

Koreys va o'zbek tillaridagi murojaat shakllari o'rtasida farqli jihatlar ham mavjud. Koreys tilida murojaat shakllari grammatik hurmat tizimi bilan chambarchas bog'liq. 님 qo'shimchasi, 존댓말 shakllari va kasbiy-hurmatli birliklar ijtimoiy tarmoq muloqotida ham saqlanib qoladi. O'zbek tilida esa murojaat shakllari ko'proq leksik birliklar va siz/sen qarama-qarshiligi orqali ifodalanadi.

Koreys tilida 님 qo'shimchasi juda mahsuldor. U ism, kasb, lavozim, foydalanuvchi nomi yoki auditoriya nomiga qo'shilib, hurmat ma'nosini bildiradi: 민지님, 작가님, 고객님, 팔로워님들. O'zbek tilida bunday universal hurmat qo'shimchasi mavjud emas. Buning o'rniga aka, opa, ustoz, janob, xonim, hurmatli kabi alohida so'zlar ishlatiladi.

O'zbek ijtimoiy tarmoqlarida aka va opa birliklari juda kengaygan. Ular ko'pincha yosh, hurmat, samimiylk va odobni birgalikda bildiradi. Koreys tilida esa 언니, 오빠, 형, 누나 birliklarining ishlatilishi so'zlovchining jinsi va tinglovchining yoshiga ko'proq bog'liq.

Yana bir farq shundaki, o'zbek ijtimoiy tarmoqlarida ruscha va inglizcha ta'sir kuchli seziladi: bro, brat, admin, like bosing, komment yozing kabi aralash birliklar ko'p

uchraydi. Koreys tilida ham inglizcha ta'sir mavjud, masalan 팬, 팔로워, 라이브, 댓글 kabi birliklar faol, ammo ular koreys morfologik tizimiga moslashgan holda ishlatiladi: 팬분들 (muxlislar), 팔로워님들 (kuzatuvchilar), 댓글 남겨 주세요 (izoh qoldiring).

#### Murojaat shakllari va raqamli identitet

Ijtimoiy tarmoqlarda murojaat shakllari raqamli identitet yaratishda muhim vosita hisoblanadi. Kontent yaratuvchi o'z auditoriyasiga qanday murojaat qilishi orqali o'zining muloqot uslubi, ijtimoiy pozitsiyasi va imijini shakllantiradi. Masalan, koreys tilida ta'limiy kontent yaratuvchi shaxs 여러분, 오늘은 문법을 배워 보겠습니다 (Azizlar, bugun grammatikani o'rganamiz) desa, u o'zini o'qituvchi yoki yo'l ko'rsatuvchi sifatida ko'rsatadi. Agar u 애들아, 이 표현 알아? (Bolalar/do'stlar, bu ifodani bilasizmi?) desa, auditoriyaga yaqin, norasmiy va yoshlar uslubida murojaat qilayotgan bo'ladi.

O'zbek tilida ham Hurmatli obunachilar, Azizlar, Do'stlar, Opa-singillar, Jigarlar kabi shakllar turli raqamli identitet yaratadi. Hurmatli obunachilar shakli rasmiy va ishonchli ohang beradi. Azizlar iliq va umumiy murojaat hisoblanadi. Jigarlar esa norasmiy, yoshlar nutqiga yaqin va emotsional samimiylikni bildiradi.

Demak, ijtimoiy tarmoqlarda murojaat shakli oddiy til tanlovi emas, balki kommunikativ strategiyadir. U kontent yaratuvchining auditoriya bilan munosabatini, imijini va muloqot uslubini belgilaydi.

#### Emoji va grafik vositalarning ta'siri

Ijtimoiy tarmoqlarda murojaat shakllari ko'pincha emoji, undov belgisi, hashtag va vizual elementlar bilan birga ishlatiladi. Masalan, 여러분 😊 오늘도 감사합니다 (Azizlar, bugun ham rahmat), Azizlar 😊 bugun sizlar uchun foydali ma'lumot bor kabi gaplarda emoji murojaatning emotsional ohangini yumshatadi va samimiylikni kuchaytiradi.

Undov belgisi ham murojaatning ta'sirchanligini oshiradi: 여러분!, Do'stlar!, Azizlar!, Opa-singillar! kabi shakllar auditoriyani tezda jalb qiladi. Hashtaglar esa murojaatni mavzu yoki hamjamiyat bilan bog'laydi: #구독자님들, #azizlar, #ustozlar, #koreystili kabi birliklar raqamli muloqotda identifikatsiya vazifasini bajaradi.

Bu jihatdan ijtimoiy tarmoqlardagi murojaat shakllari yozma va og'zaki nutq xususiyatlarini birlashtiradi. Ular yozma shaklda berilsa-da, og'zaki nutqqa xos jonlilik, emotsionallik va bevositalikni saqlab qoladi.

#### Xulosa

Koreys va o'zbek tillarida murojaat shakllarining ijtimoiy tarmoqlardagi zamonaviy talqini shuni ko'rsatadiki, ular an'anaviy nutq etiketi doirasidan chiqib, yangi raqamli-pragmatik vazifalarni bajarmoqda. Koreys tilida 님, 선생님, 작가님, 언니, 오빠, 형, 누나, 여러분, 구독자님들, 팬분들 kabi shakllar hurmat, yaqinlik, muxlislik, guruhiiy mansublik va auditoriyani jalb qilish vazifalarini bajaradi. O'zbek tilida esa aka, opa, ustoz, azizlar, hurmatli obunachilar, do'stlar, jigar, bro, admin aka kabi shakllar samimiylik, hurmat, norasmiylik va kommunikativ ta'sirni ifodalaydi.

Qiyosiy tahlil shuni ko'rsatadiki, har ikki tilda qarindoshlik terminlari biologik ma'nodan kengayib, ijtimoiy yaqinlik va auditoriya bilan bevosita aloqa o'rnatish vositasiga aylangan. Har ikki tilda kollektiv murojaatlar auditoriyani birlashtirish va raqamli hamjamiyat yaratish vazifasini bajaradi. Farqli jihat shundaki, koreys tilida murojaat shakllari grammatik hurmat tizimi va 님 qo'shimchasi bilan kuchli bog'liq bo'lsa, o'zbek tilida ular ko'proq leksik birliklar, siz/sen qarama-qarshiligi va aka/opa kabi madaniy murojaatlar orqali ifodalanadi.

Xulosa qilib aytganda, ijtimoiy tarmoqlardagi murojaat shakllari zamonaviy koreys va o'zbek nutq madaniyatining muhim ko'rsatkichidir. Ular nafaqat til birliklari, balki raqamli identitet, auditoriya bilan yaqinlik, hurmat va kommunikativ strategiyani shakllantiruvchi lingvomadaniy vositalar sifatida namoyon bo'ladi.

Shu sababli koreys va o'zbek tillaridagi murojaat shakllarini ijtimoiy tarmoqlar misolida o'rganish zamonaviy lingvopragmatika, sotsiolingvistika va raqamli kommunikatsiya tadqiqotlari uchun dolzarb ahamiyatga ega.

#### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:**

1. Brown R., Gilman A. The Pronouns of Power and Solidarity. Cambridge: MIT Press, 1960.
2. Brown P., Levinson S. C. Politeness: Some Universals in Language Usage. Cambridge: Cambridge University Press, 1987.
3. Herring S. C. Computer-Mediated Communication: Linguistic, Social and Cross-Cultural Perspectives. Amsterdam: John Benjamins, 1996.
4. Lee I., Ramsey S. R. The Korean Language. Albany: State University of New York Press, 2000.
5. 김혜숙. 한국어 호칭어와 지칭어 연구. 서울: 역락, 2005.
6. 이익섭. 사회언어학. 서울: 민음사, 1994.
7. 박영순. 한국어 화용론. 서울: 박이정, 2007.
8. Қўнғуров Р., Бегматов Э., Тожиев Ё. Нутқ маданияти ва услубият асослари. Тошкент: Ўқитувчи, 1992.