

## INGLIZ VA O'ZBEK OMMAVIY AXBOROT VOSITALARIDA MANIPULYATIV STRATEGIYALAR VA PRAGMATIK TA'SIR VOSITALARINING IFODALANISHI

Ashurov Bobir Shakirovich

Qo'qon universiteti mustaqil izlanuvchisi

E-mail: bashurov055@gmail.com

<https://doi.org/10.5281/zenodo.20961751>

**Annotatsiya.** Maqolada ingliz va o'zbek ommaviy axborot vositalarida manipulyativ strategiyalar hamda pragmatik ta'sir vositalarining ifodalanish xususiyatlari qiyosiy yondashuv asosida tahlil qilinadi. Tadqiqotda media matnlar auditoriya ongiga bevosita emas, balki freyming, baholovchi leksika, metafora, presuppozitsiya, implikatura, ritorik savol va sarlavha strategiyalari orqali ta'sir ko'rsatishi asoslanadi. Ingliz OAV materiallarida xavfsizlik, inqiroz, tanlov va raqobat freymlari ustuvor bo'lsa, o'zbek OAV matnlarida barqarorlik, taraqqiyot, xalq manfaati va ma'naviy birlik freymlari faol namoyon bo'ladi. Natijalar manipulyativ ta'sir til, kontekst va madaniy xotira kesishmasida shakllanishini ko'rsatadi. Shuningdek, maqola media savodxonlikni oshirish, yashirin baholash usullarini aniqlash va siyosiy axborotni tanqidiy talqin qilish zaruratini bugungi sharoitda ilmiy asoslaydi ham.

**Kalit so'zlar:** manipulyativ strategiya, pragmatik ta'sir, ommaviy axborot vositalari, freyming, metafora, presuppozitsiya, lingvopragmatika.

**Kirish.** Zamonaviy axborot makonida ommaviy axborot vositalari jamiyat fikrini shakllantiruvchi, siyosiy munosabatlarni talqin qiluvchi va ijtimoiy bahoni yo'naltiruvchi asosiy kommunikativ institutlardan biri hisoblanadi. Media matn xabar berish bilan cheklanmaydi; u voqeani tanlaydi, ajratadi, sarlavha orqali muhimlashtiradi, ayrim belgilarni kuchaytiradi va o'quvchi ongida kerakli talqin modelini hosil qiladi. Shu sababli ingliz va o'zbek OAV materiallarida manipulyativ strategiyalarni lingvopragmatik nuqtayi nazardan tahlil qilish dolzarb ilmiy masala sanaladi. Manipulyativ strategiya deganda adresantning yashirin kommunikativ niyati asosida auditoriya idroki, bahosi va xulosasini bilvosita boshqarishga qaratilgan diskursiv harakatlar tushuniladi<sup>1</sup>. Bunday harakatlar baholovchi leksika, metafora, presuppozitsiya, implikatura, modal birlik, ritorik savol, takror, kontrast, statistik dalil va ekspert fikriga tayanish orqali yuzaga chiqadi. Ayniqsa, siyosiy va ijtimoiy mavzular yoritilgan xabarlarda muallifning pozitsiyasi ko'pincha ochiq aytilmaydi, balki matnning tanlov, joylashtirish va urg'u tizimi orqali sezdiriladi.

Ingliz OAV diskursida xavfsizlik, erkinlik, inqiroz, raqobat, demokratik tanlov va shaxsiy mas'uliyat freymlari faol qo'llanadi. O'zbek OAV matnlarida esa barqarorlik, taraqqiyot, xalq farovonligi, ma'naviy qadriyat, birlik va ijtimoiy mas'uliyat konseptlari manipulyativ ta'sirni kuchaytiruvchi semantik maydon yaratadi. Bu farqlar har ikki tilning leksik-grammatik imkoniyatlari bilan birga, madaniy tajriba, siyosiy kommunikatsiya an'analari va auditoriya kutishlari bilan bog'liq. Maqolaning maqsadi ingliz va o'zbek ommaviy axborot vositalarida manipulyativ strategiyalar hamda pragmatik ta'sir vositalarining ifodalanishini aniqlash, ularning umumiy va farqli jihatlarini qiyosiy yoritishdan iborat. Tadqiqotda diskursiv tahlil, lingvopragmatik sharh, kontekstual kuzatish va qiyosiy metodlardan foydalaniladi. Nazariy

<sup>1</sup> Bell A. The Language of News Media. – Oxford; Cambridge: Blackwell, 1991. – XV, 277 p. – URL: <https://archive.org/details/languageofnewsme0000bell>.

jihtadan tadqiqot tanqidiy diskurs tahlili, freyming nazariyasi va pragmalingsvistika yondashuvlariga tayanadi.

Tanqidiy diskurs tahlili til, hokimiyat va ijtimoiy ong o'rtasidagi aloqani ochishga yordam bersa, freyming nazariyasi axborot qanday semantik doirada taqdim etilishini tushuntiradi<sup>2</sup>. Pragmatik yondashuv esa matndagi yashirin ma'no, presuppozitsiya, implikatura va nutqiy niyatni aniqlash imkonini beradi. Shu bois manipulyativlik alohida so'z yoki ibora bilan emas, balki butun matnning kontekstual qurilishi bilan belgilanadi. Mazkur yondashuv ingliz va o'zbek media matnlaridagi ta'sir mexanizmlarini chuqurroq solishtirish imkonini beradi va ilmiy xulosalar chiqarishga xizmat qiladi ham. Ingliz va o'zbek OAV matnlarida manipulyativ strategiyalar, avvalo, axborotni tanlash va uni muayyan talqin doirasiga joylashtirish orqali namoyon bo'ladi. Media xabarida voqea barcha tafsilotlari bilan emas, balki muallif yoki tahririyat uchun muhim bo'lgan jihatlari bilan beriladi. Shu jarayonda sarlavha, lead, iqtibos, ekspert fikri, statistik ma'lumot va baholovchi birliklar asosiy pragmatik vositaga aylanadi<sup>3</sup>. Masalan, *"inqiroz"*, *"xavf"*, *"keskin burilish"*, *"tarixiy imkoniyat"* kabi birliklar o'quvchini xabarni oddiy fakt emas, balki muhim ijtimoiy hodisa sifatida qabul qilishga undaydi.

Ingliz OAV diskursida freyming strategiyasi kuchli ko'rinadi. *"Security threat"*, *"political battle"*, *"economic recovery"*, *"migrant crisis"* kabi ifodalar murakkab siyosiy jarayonlarni xavfsizlik, kurash, tiklanish yoki inqiroz modeli orqali tushuntiradi. Bu strategiya auditoriyaning e'tiborini sabablar ko'pligidan bitta dominant bahoga ko'chiradi. Shuningdek, ingliz matnlarida passiv konstruktsiyalar, modal fe'llar va anonim manbalarga tayanish manipulyativlikni kuchaytiradi. *"It is believed"*, *"experts warn"*, *"officials claim"* kabi birliklar muallif mas'uliyatini kamaytiradi, lekin fikrni ishonchli ko'rsatadi. O'zbek OAV matnlarida manipulyativ ta'sir ko'pincha ijtimoiy birlik va qadriyaviy baholash bilan bog'lanadi. *"Xalq manfaatlari"*, *"barqaror taraqqiyot"*, *"ezgu maqsad"*, *"ma'naviy tahdid"*, *"yangi bosqich"* kabi birliklar hodisani ijobiy yoki salbiy qutbga joylashtiradi. Bu iboralar auditoriyada tayyor baholash maydonini hosil qilib, matn muallifining pozitsiyasini tabiiy va ijtimoiy jihatdan asosli ko'rsatadi<sup>4</sup>. Ritorik savollar, takrorlar va parallel konstruktsiyalar esa emotsional ta'sirni oshiradi: *"Bunday vaziyatda befarq bo'lish mumkinmi?"* kabi savol javobni oldindan belgilab beradi.

Qiyosiy kuzatish shuni ko'rsatadiki, har ikki tilda manipulyativ diskursning asosiy mexanizmi yashirin baholashga tayanadi. Biroq ingliz matnlarida raqobat, individual tanlov va xavfsizlik freymlari ko'proq uchrasa, o'zbek matnlarida hamjihatlik, milliy manfaat va barqarorlik konseptlari faol ishlaydi. Demak, manipulyativlikni aniqlash uchun nafaqat leksik birliklar, balki sarlavha kompozitsiyasi, semantik urg'u, madaniy kod va auditoriya kutishlarini ham hisobga olish zarur. Pragmatik ta'sir vositalari ichida presuppozitsiya va implikatura alohida o'rin tutadi. *"Yana bir bor isbotlandi"*, *"ma'lum bo'lishicha"*, *"mutaxassislar ta'kidlamoqda"* kabi iboralar bahsli fikrni tayyor haqiqat sifatida qabul qildirishga xizmat

<sup>2</sup> Fowler R. *Language in the News: Discourse and Ideology in the Press*. – London; New York: Routledge, 1991. – 254 p. – URL: [https://books.google.com/books/about/Language\\_in\\_the\\_News.html?id=cRwOAAAAQAAJ](https://books.google.com/books/about/Language_in_the_News.html?id=cRwOAAAAQAAJ).

<sup>3</sup> Richardson J.E. *Analysing Newspapers: An Approach from Critical Discourse Analysis*. – Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2007. – 268 p. – URL: [https://books.google.com/books/about/Analysing\\_Newspapers.html?id=ujZGEAAAQBAJ](https://books.google.com/books/about/Analysing_Newspapers.html?id=ujZGEAAAQBAJ).

<sup>4</sup> Jowett G.S., O'Donnell V. *Propaganda & Persuasion*. 7th ed. – Thousand Oaks: SAGE Publications, 2018. – 416 p. – URL: [https://books.google.com/books/about/Propaganda\\_Persuasion.html?id=v\\_wYtAEACA AJ](https://books.google.com/books/about/Propaganda_Persuasion.html?id=v_wYtAEACA AJ).

qiladi<sup>5</sup>. Metafora esa abstrakt siyosiy jarayonni obrazli shaklga keltirib, o'quvchida tezkor emotsional reaksiya uyg'otadi. Masalan, ingliz matnlaridagi "battle", "storm", "recovery" obrazlari kurash va xavf hissini kuchaytiradi; o'zbek matnlaridagi "taraqqiyot yo'li", "ma'naviy qalqon", "yangi marralar" kabi ifodalar esa ijobiy safarbarlik ma'nosini beradi. Baholovchi epitelar va sonlar ham muhim: ular voqeaning miqyosi, shoshilinchligi yoki foydasini bo'rttirish imkonini yaratadi. Shu bois manipulyativ strategiya ko'pincha birgina vosita orqali emas, balki leksik, sintaktik va kompozitsion birliklarning birgalikdagi ta'siri orqali yuzaga chiqadi. Bunday kompleks yondashuv media matnlarining yashirin pragmatik qatlamini aniqlashda samaralidir. Natijada matn o'quvchi ongida kerakli baho, hissiy munosabat va siyosiy xulosani shakllantirishga yo'naltirilgan ta'sir maydoniga aylanadi. Bu ilmiy jihatdan muhimdir.



### 1-rasm. Ingliz va o'zbek OAV matnlarida manipulyativ vositalarning qo'llanish chastotasi

Muhokama shuni ko'rsatadiki, ingliz va o'zbek OAV matnlarida manipulyativ strategiyalar turli madaniy kodlarga tayansa-da, ularning kommunikativ mohiyati o'xshashdir. Har ikki diskursda muallif auditoriyani bevosita majburlamaydi, balki axborotning talqin yo'nalishini boshqaradi. Ingliz matnlarida xavf, inqiroz va siyosiy raqobatga urg'u berilishi o'quvchida tezkor munosabat hosil qiladi. O'zbek matnlarida esa qadriyat, barqarorlik va xalq manfaatiga murojaat qilish ishonch va birdamlik hissini kuchaytiradi<sup>6</sup>. Demak, manipulyativlik til birliklari bilan birga ijtimoiy kontekst va auditoriya kutishlariga ham bog'liq. Bunday tahlil media savodxonlikni oshirishda amaliy ahamiyat kasb etadi. Ayniqsa, sarlavha va lead qismi yashirin bahoni tez yetkazuvchi markaziy pragmatik maydon sifatida namoyon bo'ladi. Bu ilmiy jihatdan muhimdir.

**Xulosa.** Xulosa qilib aytganda, ingliz va o'zbek ommaviy axborot vositalarida manipulyativ strategiyalar matnning leksik, semantik, sintaktik va kompozitsion qatlamlari orqali ifodalanadi. Har ikki tilda freyming, baholovchi leksika, metafora, presuppozitsiya, implikatura, ritorik savol, takror va sarlavha strategiyalari auditoriya idrokini boshqaruvchi muhim pragmatik vositalar sifatida xizmat qiladi. Ingliz OAV diskursida xavfsizlik, inqiroz, raqobat va tanlov freymilari faol bo'lsa, o'zbek OAV matnlarida barqarorlik, taraqqiyot, xalq manfaati, ma'naviy birlik va ijtimoiy mas'uliyat konseptlari ustuvor namoyon bo'ladi. Bu holat

<sup>5</sup> Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live By*. Updated ed. – Chicago: University of Chicago Press, 2003. – 256 p. – URL: <https://press.uchicago.edu/ucp/books/book/chicago/M/bo3637992.html>.

<sup>6</sup> Hart C. *Critical Discourse Analysis and Cognitive Science: New Perspectives on Immigration Discourse*. – Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2010. – 219 p. – DOI: <https://doi.org/10.1057/9780230299009>.

manipulyativ ta'sirning universal mexanizmlarga ega bo'lishi bilan birga, milliy-madaniy xususiyatlar orqali shakllanishini ko'rsatadi.

Tadqiqot natijalari media matnlarni tanqidiy o'qish, yashirin baholash vositalarini aniqlash va siyosiy-kommunikativ jarayonlarni chuqur tushinishda muhim ahamiyatga ega. Kelgusida mazkur mavzuni korpus tahlili, statistik ko'rsatkichlar va janrlararo qiyoslash asosida chuqurlashtirish manipulyativ diskursning yanada aniq tasnifini yaratishga imkon beradi. Ayniqsa, raqamli jurnalistika, ijtimoiy tarmoqlar va tezkor yangiliklar oqimida manipulyativ strategiyalar yanada murakkablashmoqda. Shu sababli lingvopragmatik tahlil nafaqat nazariy, balki amaliy zarurat sifatida ham baholanadi. Bunday yondashuv o'quvchining mustaqil xulosa chiqarish ko'nikmasini mustahkamlaydi va axborotga nisbatan tanqidiy mas'uliyatni kuchaytiradi. Bu esa demokratik muloqot madaniyatini rivojlantiradi ham.

### **Adabiyotlar, References, Литературы:**

1. Bell A. The Language of News Media. – Oxford; Cambridge: Blackwell, 1991. – XV, 277 p. – URL: <https://archive.org/details/languageofnewsme0000bell>.
2. Fowler R. Language in the News: Discourse and Ideology in the Press. – London; New York: Routledge, 1991. – 254 p. – URL: [https://books.google.com/books/about/Language\\_in\\_the\\_News.html?id=cRwOAAAAQAAJ](https://books.google.com/books/about/Language_in_the_News.html?id=cRwOAAAAQAAJ).
3. Hart C. Critical Discourse Analysis and Cognitive Science: New Perspectives on Immigration Discourse. – Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2010. – 219 p. – DOI: <https://doi.org/10.1057/9780230299009>.
4. Jowett G.S., O'Donnell V. Propaganda & Persuasion. 7th ed. – Thousand Oaks: SAGE Publications, 2018. – 416 p. – URL: [https://books.google.com/books/about/Propaganda\\_Persuasion.html?id=v\\_wYtAEACAAJ](https://books.google.com/books/about/Propaganda_Persuasion.html?id=v_wYtAEACAAJ).
5. Lakoff G., Johnson M. Metaphors We Live By. Updated ed. – Chicago: University of Chicago Press, 2003. – 256 p. – URL: <https://press.uchicago.edu/ucp/books/book/chicago/M/bo3637992.html>.
6. Richardson J.E. Analysing Newspapers: An Approach from Critical Discourse Analysis. – Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2007. – 268 p. – URL: [https://books.google.com/books/about/Analysing\\_Newspapers.html?id=ujZGEAAAQBAJ](https://books.google.com/books/about/Analysing_Newspapers.html?id=ujZGEAAAQBAJ).