



"ZAMONAVIY TA'LIM VA TILSHUNOSLIK RIVOJI"

nomli respublika ilmiy-amaliy masofaviy konferensiyasi

VOLUME-1, ISSUE-4, 2026

Pragmatic Impact Methods in English and Uzbek Media Headlines

Turg'unova Irodaxon Xayrulla qizi

E-mail: Yoldoshevairoda001@gmail.com

Uzbekistan State World Language University, 2nd-year Master's Student

Abstract

This article examines the pragmatic impact methods of headlines used in modern English and Uzbek media discourse, along with their theoretical and conceptual foundations. The study highlights the essence of media headlines as a linguistic and cognitive phenomenon, as well as theoretical models of strategies that influence reader perception. Furthermore, the pragmalinguistic principles of headline formulation in the mass media of English and Uzbek—languages belonging to different typological and cultural systems—are theoretically and comparatively substantiated.

Keywords

pragmalinguistics, media discourse, media headlines, pragmatic impact, cognitive framing, expressiveness, comparative linguistics.

Ingliz va o'zbek OAV sarlavhalarida pragmatik ta'sir usullari

Turg'unova Irodaxon Xayrulla qizi

Elektron pochta: Yoldoshevairoda001@gmail.com

O'zbekiston davlat jahon tillari universiteti, 2-kurs magistranti

Annotatsiya: Ushbu maqolada zamonaviy ingliz va o'zbek media-diskursida qo'llaniladigan sarlavhalarining pragmatik ta'sir ko'rsatish usullari va ularning nazariy-konseptual asoslari tadqiq etiladi. Ishda OAV sarlavhalarining lisoniy va kognitiv hodisa sifatidagi mohiyati hamda o'quvchi idrokiga ta'sir o'tkazuvchi strategiyalarning nazariy modellari yoritilgan. Shuningdek, turli tipologik hamda madaniy tizimga mansub bo'lgan ingliz va o'zbek tillari ommaviy axborot vositalarida sarlavha tuzishning pragmalingvistik prinsiplari qiyosiy-nazariy jihatdan asoslab beriladi.





“ZAMONAVIY TA’LIM VA TILSHUNOSLIK RIVOJI”

nomli respublika ilmiy-amaliy masofaviy konferensiyasi

VOLUME-1, ISSUE-4, 2026

Kalit so‘zlar: pragmlingvistika, media-diskurs, OAV sarlavhalari, pragmatik ta’sir, kognitiv freymlash, ekspressivlik, qiyosiy tilshunoslik.

XXI asr axborot jamiyati sharoitida ommaviy axborot vositalari (OAV) nafaqat voqea-hodisalar haqida xabar beruvchi, balki jamoatchilik shuurini shakllantiruvchi, muayyan qadriyatlar va munosabatlarni qaror toptiruvchi qudratli ijtimoiy-pragmatik institutga aylandi. Global axborot oqimining miqdoran va tezlik jihatdan ortib borishi media-diskursda “axborotning haddan tashqari ko‘pligi” va o‘quvchilar diqqat resursining cheklanganligi kabi muammolarni keltirib chiqardi. Natijada mediamatn strukturasida, xususan, sarlavhalar yozish amaliyotida tub uslubiy va funksional o‘zgarishlar yuz berdi.

An’anaviy tilshunoslikda sarlavha faqat matnning qisqartirilgan va ixcham mazmuni sifatida talqin qilingan bo‘lsa, zamonaviy pragmlingvistika hamda media-lingvistika doirasida u mustaqil pragmatik akt va maqsadli ta’sir ko‘rsatuvchi lisoniy instrument sifatida e’tirof etilmoqda. Bugungi media-makonda o‘quvchi ko‘pincha butun matnni o‘qib chiqishga vaqt ajratmaydi; u axborotni aynan sarlavha orqali qabul qiladi, baholaydi va keyingi harakatini, ya’ni matnni o‘qish yoki o‘tkazib yuborishni belgilaydi.

Ushbu jarayonda sarlavhaning pragmatik potentsiali — ya’ni o‘quvchi e’tiborini jalb qilish, unda emotsional yoki kognitiv reaksiyani uyg‘otish va axborotni muayyan maqsadga muvofiq ramkalash imkoniyati hal qiluvchi o‘rin tutadi. Ushbu lisoniy-kognitiv hodisani strukturaviy hamda madaniy jihatdan turlicha bo‘lgan analitik ingliz tili hamda agglyutinativ o‘zbek tili OAV materiallari misolida nazariy jihatdan tadqiq etish pragmlingvistika, diskurs tahlili va qiyosiy tilshunoslik uchun o‘ta dolzarb masalalardan biridir.

Pragmlingvistik nuqtai nazardan sarlavha — muallif hamda o‘quvchi o‘rtasidagi muloqotni yo‘lga qo‘yuvchi dastlabki va eng muhim kommunikativ tugun hisoblanadi.





“ZAMONAVIY TA’LIM VA TILSHUNOSLIK RIVOJI”
nomli respublika ilmiy-amaliy masofaviy konferensiyasi
VOLUME-1, ISSUE-4, 2026

OAV sarlavhalarining pragmatik tabiati matn diskursida bir qancha uzviy bog‘liq funksiyalarning birgalikda namoyon bo‘lishi orqali shakllanadi.

Avvalo, zamonaviy axborot ko‘pligi va shiddatli media-maydonda sarlavhaning o‘ziga jalb qilish funksiyasi birinchi o‘ringa chiqib, u o‘quvchi diqqatini tezkorlik bilan ushlab qolish vazifasini bajaradi. Shu bilan birga, sarlavha informativ-kognitiv xarakterga ega bo‘lib, voqelik haqida o‘quvchiga birlamchi tushuncha beradi hamda ushbu yangi axborotni o‘quvchi xotirasida mavjud bo‘lgan bilimlar va kognitiv sxemalar bilan bog‘laydi. OAV sarlavhasining yana bir muhim pragmatik qirrasini uning ishonitirish imkoniyatida ko‘rinadi; ya’ni sarlavha orqali muallif o‘quvchida muayyan voqea-hodisaga nisbatan oldindan belgilangan pozitiv yoki negativ munosabatni va ijtimoiy bahoni shakllantirishga erishadi. Ushbu maqsadni amalga oshirishda sarlavhaning ekspressiv-emotsional jihati hal qiluvchi rol o‘ynaydi — unda qo‘llanilgan turli lisoniy hamda uslubiy vositalar o‘quvchida qiziqish, taajjub, xavotir yoki xayrixohlik kabi aniq his-tuyg‘ularni uyg‘otish orqali pragmatik ta’sir samaradorligini ta’minlaydi.

OAV sarlavhalarida pragmatik ta’sir ko‘rsatish usullari har bir tilning tipologik qurilishiga hamda milliy-madaniy diskurs xususiyatlariga bevosita bog‘liq ravishda namoyon bo‘ladi. Ommaviy axborot vositalari sarlavhalarida pragmatik ta’sir o‘tkazish mexanizmlari muayyan tilning tipologik tuzilishi hamda milliy-madaniy muloqot an’analari bilan chambarchas bog‘liq holda, asosan, sintaktik va leksik-semantik qismlarida amalga oshiriladi.

Sintaktik qismda qo‘llaniladigan vositalar sarlavhada axborotning qaysi qismini birinchi o‘ringa olib chiqishni, ya’ni tema va rema munosabatini belgilaydi hamda voqea subyekting mas’uliyat darajasini ko‘rsatishga xizmat qiladi. Bu o‘rinda passiv va elliptik, ya’ni fe‘lsiz konstruksiyalardan foydalanish harakat bajaruvchisini yashirish yoki e’tiborni bevosita voqening o‘ziga qaratish orqali pinhona pragmatik ta’sir yoki neytrallik illuziyasini yaratadi. Shuningdek, savol va ritorik shakllar o‘quvchiga



“ZAMONAVIY TA’LIM VA TILSHUNOSLIK RIVOJI”
nomli respublika ilmiy-amaliy masofaviy konferensiyasi
VOLUME-1, ISSUE-4, 2026

to‘g‘ridan-to‘g‘ri murojaat qilish orqali uni muloqotga tortsa, inversiya hamda sintaktik parallelizm sarlavhaga alohida ritm, ekspressivlik va emotsional ustunlik bag‘ishlab, o‘quvchi idrokiga kuchliroq ta’sir o‘tkazadi.

Leksik-semantik qismdagi birliklar esa pragmatik ta’sirning eng ochiq, ko‘zga tashlanadigan va ta’sirchan manbai hisoblanadi. Bu jarayonda voqea-hodisalarni o‘quvchi shuurida muayyan uslubiy va emotsional bo‘yoq orqali gavdalandiruvchi emotsional-baholovchi leksika, ya’ni sifat hamda ravishlar faol qo‘llaniladi. Metaforalar va stilistik ko‘chimlar yoritilayotgan obyektни o‘quvchi shuurida aniq va ta’sirchan obrazlar orqali aks ettirishga xizmat qilsa, ekspressiv va bo‘rttirma so‘zlar, sensatsiya hamda shov-shuv darajasini oshirib, o‘quvchining qiziqishini maksimum darajaga ko‘taradi.

Ingliz va o‘zbek tillaridagi media-sarlavhalarni pragmlingvistik taqqoslash har ikki jamiyatning muloqot madaniyati hamda diskursiv an‘analari o‘rtasidagi farqlarni yaqqol ko‘rsatadi. Tahlillar shuni ko‘rsatadiki, ingliz tili media-diskursida pragmatik ta’sir ko‘proq pinhona, mantiqiy qolipga solish hamda sintaktik qisqartmalar orqali beriladi. O‘zbek tili media-diskursida esa emotsional-ekspressivlik, ochiq baholash va milliy-lingvokulturologik birliklar orqali ta’sir o‘tkazish tendensiyasi yetakchilik qiladi.

OAV sarlavhalarining pragmlingvistik va kognitiv tahlili sarlavha zamonaviy media-diskursda shunchaki matn nomi emas, balki yozuvchining muayyan kommunikativ va pragmatik maqsadlariga xizmat qiluvchi, o‘quvchi idroki va his-tuyg‘ularini boshqaruvchi faol lisoniy instrumentligini ko‘rsatadi.

Ingliz va o‘zbek tillari misolida sarlavha yozishni nazariy-konseptual asoslarini o‘rganish har ikkala tilda ham ta’sir ko‘rsatishning sintaktik, leksik va diskursiv usullari mavjudligini, biroq ularning namoyon bo‘lish shakllari tilning tipologik xususiyatlari hamda milliy-madaniy muloqot me’yorlariga bog‘liq holda farqlanishini asoslaydi.



“ZAMONAVIY TA’LIM VA TILSHUNOSLIK RIVOJI”
nomli respublika ilmiy-amaliy masofaviy konferensiyasi
VOLUME-1, ISSUE-4, 2026

Mazkur nazariy qarashlar keyingi amaliy va kontent-tahlillar uchun uslubiy va konseptual baza bo‘lib xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

1. **Entman, R. M.** (1993). Framing: Toward clarification of a shattered paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58.
2. **Fairclough, N.** (1995). *Media discourse*. Edward Arnold.
3. **Hakimov, M.** (2001). O‘zbek tilida matnning pragmatik talqini. *Fan*.
4. **Van Dijk, T. A.** (1988). *News as discourse*. Lawrence Erlbaum Associates.
5. **Yo‘ldoshev, B.** (2016). O‘zbek ommaviy axborot vositalari tili va pragmalolingvistikasi. *Akademnashr*.