

QO‘QON DAVLAT
PEDAGOGIKA INSTITUTI
ILMIY XABARLARI
(2025-yil 3-son)



FILOLOGIYA
PHILOLOGY

UO‘K:81.11.112

QIYOSLANAYOTGAN TILLARDA YANGILIKLARNING KOMMUNIKATIV-PRAGMATIK TAHLILI VA ASSERTIV NUTQIY AKT TARJIMASIDA IZOMORFIK-ALLOMORFIK JIHATLAR

Kayumova Nilufar Xotam-qizi

Andijon Davlat Tibbiyot Instituti

Mustaqil izlanuvchi (PhD), Xorijiy tillar kafedrası o‘qituvchisi

nilufarxonkayumova@gmail.com

Annotatsiya. Maqolada ingliz va o‘zbek tillari doirasida yangiliklar diskursining kommunikativ-pragmatik jihatlari batafsil yoritiladi. Yangiliklarning pragmatik jihatdan turli nutq aktlarida ifodalanishi, xususan, assertiv nutqiy akt tarjimasida izomorfik-allomorfik jihatlar o‘rganiladi. Tadqiqotning asosiy maqsadi, yangiliklar mediadiskursida pragmatikaning ahamiyatini, chog‘ishtirilayotgan tillarning tarjimalarida tilning grammatik va semantik tuzilishlarining o‘zgaruvchanliklarini tushuntirish hamda nutqiy strategiyalar (assertivlik) tarjimasining ijtimoiy, siyosiy, madaniy tushunchalaridagi mushtarak va farqli jihatlarni aniqlashdan iborat. Mazkur ishimizda tahlillar, mashxur pragmatiklar J.L.Ostin va J.Serlning nazariyasiga asosan tahlil qilinadi hamda ikki tilning autentik materiallaridan olingan misollar yordamida qiyosiy-chog‘ishtirma aspektida asoslab beriladi.

Kalit so‘zlar: kommunikativ-pragmatika, nutqiy aktlar, assertiv, illokutsiya, perlokutsiya, ritorik argumentatsiya, izomorfik, allomorfik, janr konvensiyalari.

COMMUNICATIVE-PRAGMATIC ANALYSIS OF NEWS IN COMPARED LANGUAGES AND ISOMORPHIC-ALLOMORPHIC ASPECTS IN THE TRANSLATION OF ASSERTIVE SPEECH ACT

Abstract: The article elaborates on the communicative-pragmatic aspects of news discourse in English and Uzbek. It explores the pragmatic representation of news in various speech acts, particularly investigating isomorphic-allomorphic aspects in the translation of assertive speech acts. The main purpose of the research is to highlight the significance of pragmatics in news media discourse, elucidate the variability in grammatical and semantic structures across compared translated texts, and identify common and distinct social, political and cultural concepts in the translation of speech strategies (assertiveness). The study draws upon analyses primarily rooted in the theories of prominent pragmatists such as J.L.Austin and

J.Searle and employs comparative-contrastive approaches using authentic materials from both languages.

Keywords: communicative-pragmatics, speech acts, assertive, illocution, perlocution, rhetorical argumentation, isomorphic, allomorphic, genre conventions.

КОММУНИКАТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ НОВОСТЕЙ В СРАВНИВАЕМЫХ ЯЗЫКАХ И ИЗОМОРФНО-АЛЛОМОРФНЫЕ АСПЕКТЫ В ПЕРЕВОДЕ АССЕРТИВНОГО РЕЧЕВОГО АКТА

Аннотация: В статье подробно рассматриваются коммуникативно-прагматические аспекты новостного дискурса на английском и узбекском языках. Освещается прагматическое использование различных речевых актов в новостях, особенно изучаются изоморфные и алломорфные аспекты в переводе утвердительных речевых актов. Основная цель исследования заключается в выявлении значения прагматики в новостном медийном дискурсе, раскрытии вариативности грамматических и семантических структур в переводе сопоставляемых текстов, а также аспекты общих и различных социальных, политических и культурных импликаций в переводе речевых стратегий (ассертивности). В данной работе проводятся анализы, основанные на теориях известных прагматистов, таких как Дж.Л. Остин и Дж. Серл, а также сравнительно-контрастивные подходы с использованием примеров, взятых из аутентичных материалов на обоих языках.

Ключевые слова: коммуникативно-прагматика, речевые акты, ассертивность, иллокуция, перлокуция, риторическая аргументация, изоморфный, алломорфный, жанровые конвенции.

KIRISH

Kommunikativ-pragmatika, asosan, nutq jarayonida *gapiruvchi* (yozuvchi) va *tinglovchi* (o‘quvchi) o‘rtasidagi o‘zaro munosabatni tadqiq etadi. Bu yondashuvda lingvistik hodisa kontekst, kommunikativ maqsad, munosabatlar tarzi va ishlov berilayotgan ma’lumot asosida ko‘rib chiqiladi. Masalan, G.Kasper chet tilini o‘rganishda kommunikativ niyat va milliy-madaniy omillar dolzarb ekanini ko‘rsatib bergan [7, 146]. Kommunikativ-pragmatik tahlilda gapiruvchining interaktiv maqsadlari, muloqot strategiyalar va tinglovchining kutgan natijalari kabi aspektlarni ham inobatga oladi.

ADABIYOTLAR TAHLILI VA METODLAR

Muloqot faqat grammatik jihatdan to‘g‘ri gaplarni talab qilmaydi, balki ularning maqsadga muvofiqligi va samara keltirishi muhim. Buning uchun esa gapiruvchi va tinglovchi pragmatik qoidalarni bilishi lozim. Masalan, muloqotda xushmuomalalik strategiyalari (P.Braun va S.Levinson nazariyasi) yoki nutq uslubini vaziyatga moslash (rasmiy va norasmiy uslub) pragmatik bilimga bog‘liq. Tilshunoslar kommunikativ kompetentsiya tarkibida pragmatik kompetentsiyani ajratib ko‘rsatadilar – ya’ni, qaysi vaziyatda qanday so‘zlashni

bilish muloqotning muvaffaqiyatini ta'minlaydi. Aynan pragmatik ongli yondashuv bilangina ma'lumot tinglovchi xohlagan tarzda qabul qilinishiga erishish mumkin. Aksincha, pragmatik xatolar (masalan, begona madaniyat vakili bilan muloqotda nojo'ya so'z ishlatish yoki kontekstga mos kelmagan ohang) kommunikatsiyada tushunmovchilik va muvaffaqiyatsizlikka olib kelishi mumkin. Shu sababli, bugungi kunda turli sohalarda – pedagogika, til o'rgatish, media, siyosiy nutqlar tahlilida – pragmatika tamoyillaridan foydalangan holda muloqot strategiyalari ishlab chiqilmoqda.

Shuningdek, yangiliklar mediadiskursining kommunikativ-pragmatik jihatlarini tadqiq qilish ham pragmatikaning dolzarb yo'nalishlaridan biridir. Zero, matbuot materiallari, internet nashrlari va televideniye reportajlarida muallif (yoki jurnalist) o'z nuqtayi nazarini ommaga yetkazish barobarida, ma'lumotni kontekstda qayta shakllantiradi. Bu jarayonda pragmatik omillar – muallifning kommunikativ niyati, auditoriyaning taxmin qilingan bilimlari va kutayotgan natijalari, shuningdek, axborotning taqdimot uslubi – ahamiyatlidir [4, 158]. Tadqiqotchilar fikriga ko'ra, yangilik matnlarining pragmatik jihatlarini o'rganishda matnning ko'zlangan auditoriya tomonidan qabul qilinishi va uning ijtimoiy, madaniy hamda siyosiy kontekstdagi ahamiyati alohida e'tiborga olinishi kerak [5, 79].

Demak, yangiliklar diskursini kommunikativ-pragmatik jihatlarini yoritishda, gapiruvchi va tinglovchi kabi ikki tomon mavjud bo'lishi kerak, bunda yangiliklarni gapiruvchi muxbir, jurnalist va tinglovchi omma hisoblanadi. Ya'ni, jurnalist axborot uzatuvchi (gapiruvchi) sifatida keng ommaga murojaat qilib, uzluksiz matn orqali o'z xabarini yetkazadi, auditoriya esa qabul qiluvchi (tinglovchi) sifatida qiyofalanadi. Tadqiqotchilar bunday muloqotni *ritorik argumentatsiya* turiga kiritadi – bu holatda bir tomon (jurnalist) uzluksiz bayonotlar berib, auditoriya e'tiqodi va qarashlariga ta'sir o'tkazishga urinadi, auditoriya esa passiv qabul qiluvchi rolida bo'ladi. Xususan, Voltn (2007) yangiliklar xabarini dialogik emas, balki auditoriyani ishontirishga qaratilgan beryoqlama monologik nutq sifatida ko'radi; bunda jurnalist dalillar yordamida o'z yangilikni ommaga ulashadi va auditoriyani uni qabul qilishga undaydi [10, 273]. Tadqiqotlarga ko'ra, yangilik reportajlari nafaqat axborot yetkazish, balki muayyan nuqtayi nazarni singdirishga ham qaratilgan bo'lishi mumkin: jurnalistlar axborotni tanlash va taqdim etish orqali auditoriya qarashlarini shakllantirishga harakat qiladi.

M.Montgomeri ta'kidlaydiki, har bir voqea yoki axborotni bevosita yangilik sifatida talqin qilish mumkin emas. Yangilik sifatida baholanishi uchun voqea yoki axborot ma'lum belgilangan *saralash prinsiplari, dolzarblik paradigmalari va axborotni saralash mezonlari* yoki *chetlatish qoidalariga* javob berishi kerak [8, 6]. Ushbu mezonlar ilmiy terminologiyada umumlashtirilib, "*yangilikning qiymat mezonlari*" (news values) deb ataladi. Ko'p hollarda, bunday mezonlar turli madaniyatlarda o'zaro umumiyliklarga ega bo'ladi, chunki omma odatda kuchli ta'sir kuchiga ega, ziddiyatli, mahalliy ahamiyatga molik, taniqli shaxslar ishtirok etuvchi yoki kundalik voqelikdan farqli bo'lgan holatlarga e'tibor qaratishga moyildir.

Norman Feyrklot fikriga ko'ra, har qanday diskurs kommunikativ texnologiyalar jihatidan ikki muhim mezon asosida – *bir* yoki *ikki tomonlama* hamda *vositali* yoki *bevosita*

muloqot shakliga qarab ajratilishi mumkin. Bu ikki asosiy prinsipning birlashuvi kommunikatsiya jarayonining to‘rt turdagi shaklini yuzaga keltiradi:

1. *Bir tomonlama vositali kommunikatsiya*, bunda axborot vositalari (matbuot, radio, televideniye, internet) orqali auditoriyaga yetkaziladi;

2. *Bir tomonlama bevosita kommunikatsiya*, bunda axborot to‘g‘ridan-to‘g‘ri, vositasiz shaklda uzatiladi (masalan, auditoriya oldidagi *ma’ruza* shaklida);

3. *Ikki tomonlama vositali kommunikatsiya*, bunda tomonlar o‘rtasidagi muloqot texnik vositalar (telefon, elektron pochta, videokonferensiya) yordamida amalga oshadi;

4. *Ikki tomonlama bevosita kommunikatsiya*, bunda tomonlar yuzma-yuz shaklda, vositasiz tarzda o‘zaro muloqotga kirishadilar [5, 77].

N.Feyrklot tomonidan ilgari surilgan ushbu konseptual tasnifga ko‘ra, *yangilik matnlari* kommunikativ xususiyatlariga ko‘ra bir tomonlama va texnik vositalar orqali amalga oshiriluvchi diskurs turi hisoblanadi.

NATIJALAR VA MUHOKAMA

J.Katting va D.Archer hamda uning izdoshlari pragmatik tadqiqotlarning nazariy asoslaridan biri sifatida nutq aktlari nazariyasini ko‘rsatib o‘tishadi [3, 36]. E’tirof etilgan nazariya, tilning faqatgina kommunikatsiya vositasi emas, balki kishilar tomonidan amaliy harakatlarni bajarish maqsadida ham faol qo‘llanilishini ilgari suradi. J.L.Ostin tomonidan asos solingan ushbu nazariya [2, 167], keyinchalik Serl tomonidan rivojlantirilib, nutqiy harakatlarni tasniflash uchun muayyan mezonlar ishlab chiqilgan. Jon Serl o‘zining tasnifida nutq aktlarining *illokutiv* (gapiruvchining nutqiy niyati) va *perlokutiv* (tinglovchiga ko‘rsatilgan ta’sir) jihatlariga urg‘u beradi [9, 66]. Masalan, *Men sizga yordam berishga va’da beraman* degan gap illokutiv jihatdan va’dani ifodalasa, perlokutiv jihatdan tinglovchini tinchlantirishi mumkin. Nutq aktlarining muvaffaqiyatli amalga oshishi uchun gapiruvchining niyati, tinglovchining bu niyatni tushunishi va umumiy kontekstning mavjudligi muhim hisoblanadi.

Jon Serl nutq aktlarini quyidagi *besh* asosiy guruhga bo‘ladi:

1. *Assertivlar* (Reprezentativlar) – gapiruvchi tomonidan haqiqat deb qabul qilingan fakt yoki voqealarni ifodalovchi nutq aktlari.

2. *Direktivlar* – tinglovchini muayyan harakatga undash yoki ko‘rsatma berish uchun ishlatiladigan nutq aktlari.

3. *Komissivlar* – gapiruvchining kelajakdagi ma’lum bir harakatni bajarishga o‘zini majburlashini ifodalovchi nutq aktlari.

4. *Ekspressivlar* – gapiruvchining his-tuyg‘ularini yoki munosabatini ifodalovchi nutq aktlari.

5. *Deklarativlar* – aytilishi bilan tashqi voqelikni yoki ijtimoiy vaziyatni o‘zgartirishga xizmat qiluvchi nutq aktlari.

Jon Serlning nutq aktlarini asosiy guruhlariga bo‘lgan tasnifi bo‘yicha, biz ham yangiliklar diskursini quyidagi besh asosiy nutqiy aktlarda ifodalanishini tadqiq va tahlil etdik:

1. Yangiliklarda **assertivlar** (xabar beruvchi) 2. Yangiliklarda **direktivlar** (buyruq va chaqiriq)

3. Yangiliklarda **komissivlar** (va‘da va majburiyat) 4. Yangiliklarda **ekspressivlar** (his-tuyg‘u ifodasi) 5. Yangiliklarda **deklarativlar** (his-tuyg‘u ifodasi)

Yangiliklar matnlarida asosan *assertiv* nutq aktlari eng ko‘p uchraydi, chunki xabarlar asosan faktlar va ma‘lumotlarni tasdiqlash hamda axborot yetkazishga qaratilgan bo‘ladi. Biroq, yangiliklar sarlavhasida yoki matn ichida ayrim paremiologik so‘z va iboralar orqali *direktiv* va *komissiv aktlar* ham ishlatilishi mumkin. Shuningdek, *ekspressiv aktlar* ko‘pincha reaksiya yoki hissiyotlarni yetkazishda, *deklarativ aktlar* esa rasmiy e‘lonlar va qarorlar orqali namoyon bo‘ladi. Misol uchun, yangiliklarda **assertivlar** (xabar beruvchi):

Ingliz tilida – (Iqtisodiy yangilik): *Gross domestic product increased at a 2.3% annualized rate last quarter, the Commerce Department’s Bureau of Economic Analysis (BEA) said [11].* Berilgan misolda AQSh iqtisodiyoti o‘sishi haqidagi fakt bayon etilgan – hukumat hisobotiga ko‘ra YaIM (yalpi ichki mahsulot) oxirgi chorakda 2,3% ga o‘sgan. Xabarni yozgan muxbir ma‘lumot rostligini davlat manbasiga tayangan holda tasdiqlamoqda, ya‘ni ... *BEA said* tarzida, ishonch manbai keltirilgan.

O‘zbek tilida – ... *Jahon sog‘liqni saqlash tashkiloti (JSST) bosh direktori Tedros Adanom Gebreyesusga tayanib, “TASS” xabar berdi. 2023-yilda dunyoning 30 ta davlatida 708,2 mingdan ortiq vabo kasalligi qayd etilgan, 4,3 mingdan ortiq odam vafot etgan [12].* (Sog‘liq va ijtimoiy hayotga oid halqaro yangilik)

Yuqoridagi yangilik JSST (Jahon sog‘liqni saqlash tashkiloti) ma‘lumotlariga tayangan holda berilgan axborot bo‘lib, vabo kasalligi tarqalishi statistikasini tasdiqlovchi ohangida bayon qilinmoqda. Shuningdek, bu xabarda gapiruvchi ma‘lumotni aniq raqamlar bilan *assertiv* tarzda tasdiqlaydi (ko‘rsatkichlar keltirilgan).

Ingliz va o‘zbek tillaridagi *assertiv* misollar mazmunan o‘xshash – ikkisida ham aniq faktlar bildirilib, xabar tinglovchiga ishonchli manba asosida yetkazilmoqda. Ingliz tilidagi yangilikda rasmiy manbaga *BEA said* deya unga bevosita havola bor, bu ishonchli manba ko‘rsatkichi bo‘lib, xabar rostligini bildiradi. O‘zbekcha matnda esa manba matn avvalida ... *JSST bosh direktori ... tayanib, TASS xabar berdi* deyilgan kontekst keltirilgan, keyingi jumla esa shu ma‘lumotni davom ettiradi. Har ikki tilda *assertiv* nutq aktlari odatda xabar shaklida, deklarativ gap tuzilmasida ifodalanadi. Grammatik jihatdan farqi shundaki, o‘zbekcha misolda *passiv* konstruktsiya ...*qayd etilgan, ... vafot etgan* qo‘llanib, faktlar begona so‘zlovchi tomonidan qayd qilinganini bildiradi; inglizchada esa faol tarzda *increased* va *said* kabi fe‘llar bilan berilgan. Biroq, bu farqlar semantik ma‘noga ta‘sir qilmaydi – har ikkisi haqiqatni tasdiqlash funksiyasini bajaradi.

Assertiv nutq aktlarini tarjima qilishda odatda izomorfik ekvivalentlikni saqlash oson, chunki fakt va axborot ifodasi ko‘pincha to‘g‘ridan-to‘g‘ri mos keladi. Masalan, yuqoridagi inglizcha jumlaning o‘zbekchaga tarjima qilsak, *AQSh yalpi ichki mahsuloti o‘tgan chorakda yillik hisobda 2,3 %ga o‘sdi, deb xabar bermoqda AQSh Savdo vazirligi qoshidagi Iqtisodiy tahlil byurosi*, – mazmun va illokutiv kuch saqlanadi. Bu to‘g‘ri (izomorfik) tarjima bo‘ladi, chunki har ikkisi ham xuddi shu *assertiv* funksiyani bajaradi. Ba‘zan tarjimada allomorfik o‘zgarishlar

bo‘lishi mumkin: masalan, inglizchada *said* bilan keltirilgan manba o‘zbek tilida ... *deb xabar berdi* tarzida beriladi – strukturada farq bo‘lsa-da, bu ham funksional ekvivalentdir. Muhimi, tarjimada assertivning illokutiv maqsadi – ya’ni ma’lumotni ishonarli qilib yetkazish – o‘zgarmay qolishi lozim.

Assertiv nutq aktining illokutiv kuchi xabar berish va haqiqatni tasdiqlashdan iborat bo‘lgani bois, yuqoridagi misollarda gapiruvchilar o‘z so‘zlariga ishonch bildirishmoqda – biri iqtisodiy ko‘rsatkichlarni tasdiqlamoqda, ikkinchisi epidemiologik holatni tasdiqlamoqda. Bunday aktlarning perlokutiv ta’siri odatda auditoriyani xabardor qilish va ishontirishdir. Masalan, iqtisodiy yangilik o‘quvchilarda mamlakat iqtisodiy holati haqida tushuncha hosil qiladi (ular bu raqamlarga asoslanib xulosa chiqarishi mumkin), shuningdek, vabo haqidagi xabar esa jamoatchilikda kasallik tarqalishining jiddiyligini anglashi va ehtiyot choralarini ko‘rishiga undashi mumkin. Anglashiladiki, assertiv nutq aktlari pragmatik jihatdan yangiliklar diskursida informativ funksiyani bajaradi – ularning muvaffaqiyati gapning rostligi va auditoriya tomonidan qabul qilinishiga bog‘liq.

Quyida mahalliy yangiliklar misolida assertivlarni kuzatamiz:

1-misol iqtisodiy yangilik. 2023-yil 19-oktabr kungi axborotda mamlakat iqtisodiyoti yutuqlari haqida quyidagicha faktlar e’lon qilindi: “Joriy yilning 9 oyida mamlakatimiz iqtisodiyoti 5,8 foizga o’sdi. Jumladan, sanoat 5,7 foiz, qishloq xo’jaligi 4,1 foiz, xizmatlar 12,1 foizga oshgan. (MTRK “O‘zbekiston 24” yangiliklar axborot dasturi).

2-misol ijtimoiy yangilik. 2024-yil 15-fevral kuni soat 12:00 dagi yangiliklar blokida Qoraqalpog‘istondagi ijtimoiy loyiha haqida quyidagi xabar berildi: “Probatsiya nazoratidagi shaxslarga ijtimoiy yordam ko‘rsatilmoqda. (“Sevimli” telekanali, “Zamon” informatsion dasturi, muxbir Tamara Jumaniyazova).

3-misol iqtisodiy-ijtimoiy yangilik. 2024-yil oxirida efirga uzatilgan iqtisodiy xabarda energiya importi bo‘yicha ma’lumot quyidagicha bayon qilindi: “Yil boshidan buyon O‘zbekistonga gaz importi 1,36 mlrd dollarni tashkil etdi. Bu 2023-yil 10 oyidagi ko‘rsatkichdan 2,4 baravar ko‘p. (UzReport TV yangiliklar dasturi)

Yuqoridagi assertiv xabarlarining illokutiv maqsadi – tinglovchiga haqiqat deb qabul qilinadigan ma’lumotni tasdiqlash va xabar qilishdir. Boshqacha aytganda, har bir misolda diktator yoki muxbir voqelikni aks ettiruvchi faktlarni tasdiqlangan tarzda bayon etgan. Masalan, 1-misolda iqtisodiy o‘sish ko‘rsatkichlarini aytish orqali yangilik haqiqatni bildiradi – mamlakat iqtisodiyoti 9 oyda 5,8% ga o‘sgani rost fakt sifatida taqdim etilmoqda. 2-misolda probatsiya nazoratidagi shaxslarga yordam berilayotgani haqida gapirib, jamiyatdagi ijtimoiy tashabbus amalda borligini tasdiqlaydi. 3-misolda esa gaz importi hajmi aniq raqamlar bilan bo‘lib o‘tgan holatni tasdiqlovchi axborotdir (yil boshidan beri import miqdori 1,36 mlrd dollarga yetgani fakt sifatida aytilgan).

Taqdim etilgan assertiv nutq aktlarining perlokutiv ta’siri – auditoriyada ma’lum bir tasavvur va munosabat shakllantirishdir. Yangiliklarni tinglagan tomoshabin bu faktlarni eshitib, muayyan fikrga keladi yoki hissiy munosabat bildiradi. Jumladan: 1-misol (iqtisodiy

o‘shish xabari), auditoriyada ishonch va xotirjamlik hissini uyg‘otishi mumkin. Raqamlar bilan ifodalangan o‘shish sur‘atlari eshituvchilarga mamlakat taraqqiy etayotgani haqidagi tasavvurni mustahkamlab, ijtimoiy optimizmni oshiradi. Bunday xabarlar odatda davlat siyosati samaradorligini ko‘rsatib, aholining ertangi kunga ishonchini kuchaytiradi. 2-misol (ijtimoiy loyiha xabari) orqali tomoshabinlar davlatning ijtimoiy siyosati haqida xulosa chiqara boshlaydi. Probatsiya nazoratidagilarga yordam berilayotgani haqidagi ma‘lumot rahbarlar aholi taqdiriga befarq emasligini ko‘rsatadi. Auditoriyada hukumatning insonparvarlik siyosatiga ijobiy munosabat shakllanadi yoki kamida mazkur ijtimoiy muammo borligi va unga e‘tibor qaratilayotganidan xabardorlik oshadi. Anglashiladiki, assertiv xabar jamiyatda ma‘lum bir masalaga ongli munosabat uyg‘otishga ko‘maklashadi. 3-misol (gaz importi haqidagi xabar) esa ogohlantiruvchi yoki xulosa chiqaruvchi ta‘sir ko‘rsatishi mumkin. Tomoshabinlar gaz importining keskin oshgani haqidagi fakti eshitib, energetika holati haqida o‘ylaydi. Kimdir buni iqtisodiy o‘shish natijasida energiyaga talab oshgani, deb ijobiy qabul qilishi mumkin; boshqalar esa ichki gaz ta‘minoti muammolari bois import ko‘payganidan tashvishlanishi mumkin. Har holda, xabar auditoriyani mamlakat iqtisodiyoti va energetika ehtiyojlari borasida xabardor qiladi hamda bu borada jiddiy fikr yuritishga undaydi. Demak, har uchala misolda ham illokutsiya – axborot berish va tasdiqlash, perllokutsiya – auditoriyaga ta‘sir etib, ularda muayyan kayfiyat yoki fikr uyg‘otishdan iborat. Assertiv nutq akti sifatida yangilik gaplari tinglovchilarni real voqelik bilan tanishtirib, ma‘lumot va ishonch hosil qilish maqsadiga yordam beradi.

O‘zbek tilidagi ushbu nutq aktlarini ingliz tiliga tarjima qilish jarayonida semantik va uslubiy o‘zgarishlar yuzaga kelishi mumkin. Garchi mazmunan ayni faktlar tarjima qilinsa-da, til qurilishi va pragmatik ohang biroz boshqacha ko‘rinish oladi. O‘zbek xabarlarda ko‘pincha rasmiy uslubda, uyg‘unlashgan (egasiz) gaplar ko‘rinishida ma‘lumot beriladi. Masalan, o‘zbek matnida *mamlakatimiz iqtisodiyoti 5,8 foizga o‘ydi* deb aniq kesim bilan aytiladi. Ingliz tilida esa buni aniq ega va fe‘l bilan *Uzbekistan’s economy grew by 5.8%* tarzida tarjima qilish zarur. Semantik jihatdan mazmun saqlansa-da, inglizcha gap strukturasi aniqroq (ega-fe‘l-obyekt tartibida) bo‘ladi. Bu illokutiv ma‘noni – haqiqatni tasdiqlashni – o‘zgartirmaydi, lekin tinglovchi uchun tushunarlilik va urg‘u nuqtasi biroz farq qiladi.

O‘zbek yangiliklarida raqamlar *mlrd*, *foiz* kabi qisqartmalar bilan beriladi (masalan, *1,36 mlrd dollar, 13,6 %*). Ingliz tilida tarjimada bu ko‘rsatkichlar *1.36 billion dollars, 13.6%* tarzida yoziladi. Yozuv formatidagi o‘zgarish (*vergul* va *nuqta* ishlatilishi, *milliard* so‘zining qo‘llanishi) semantik ma‘no va assertiv xulosa (miqdor tasdiqlanishi)ga ta‘sir qilmaydi, lekin uslubiy jihatdan o‘quvchi/tinglovchi/tomoshabin (O‘TT) ga yanada qulay shaklda taqdim etiladi.

O‘zbek tilida rasmiy yangilik matnlari odatda kitobiy va rasmiy ohangda bo‘ladi – *tashkil etdi, oshdi, ko‘rsatildi* kabi so‘zlar bilan yakunlanadi. Ingliz tilida bu fe‘llarni bevosita so‘zma-so‘z tarjima qilinganda *constituted, increased, was provided* ohang biroz rasmiyroq yoki odatiy bo‘lishi mumkin. Tajribali tarjimonlar ko‘pincha pragmatik moslashma qilib, eng tabiiy ifodani

tanlashadi: masalan, *1,36 mlrd dollarni tashkil etdi jumlası amounted to 1.36 billion USD* yoki *reached 1.36 billion USD* tarzida aytilishi mumkin. Bunda semantik ma‘no saqlanadi, biroq uslub ingliz tomoshabini uchun yanada ravon va tushunarli bo‘ladi. Shuningdek, assertiv aktning samimiyligi va ishonarliligi tarjimada ham ta‘minlanadi – auditoriya xabarni xuddi o‘z tilidagidek aniq fakt sifatida qabul qiladi. O‘zbek yangiliklarida tez-tez uchraydigan ... *deya xabar berdi, qayd etildi* kabi iboralar axborot manbasini ko‘rsatish va xabarni rasmiylashtirish uchun qo‘llanadi. Ingliz tilida buni *according to [manba]* yoki *it was reported that ...* deb tarjima qilish mumkin. Ba‘zan tarjimada bunday uslub tushib qolib, gap to‘g‘ridan-to‘g‘ri fakt sifatida aytilishi ham mumkin. Masalan, yuqoridagi gaz importi haqidagi xabar o‘zbek tilida ... *deya xabar berdi (mas‘ul idora)* tarzida tugagan bo‘lsa, ingliz tilida ... , *the Ministry of Economy reported* yoki *oddiygina ... , official data show* tarzida yangrash ehtimoli bor. Bu holatda pragmatik tafovut shundan iboratki, o‘zbek tili matnida tinglovchi xabar manbasini eshitib, ruxsat etilgan axborot ekanini anglashi mumkin; ingliz tili variantida esa manbani qisqa keltirishi yoki tushirishi evaziga xabarni bevosita haqiqat sifatida urg‘ulashi mumkin. Biroq har ikki holda ham gapning assertiv (tasdiqlovchi) mohiyati saqlanadi.

XULOSA

Tadqiqotimiz yakunida qayd etish joizki, yangiliklar matnlarida assertiv nutq aktlari dominant bo‘lib, ular faktlar va axborotni tasdiqlashga yo‘naltiriladi. Ingliz va o‘zbek tillarida bunday assertivlar odatda xabar shaklidagi deklarativ gaplar orqali ifodalanib, rasmiy manbaning ko‘rsatilishi esa illokutiv kuchni mustahkamlovchi muhim pragmatik vosita bo‘lib xizmat qiladi. Shuningdek, o‘zbek tilidagi xabar matnlarida passiv konstruksiyalar va egasiz gaplar keng qo‘llanilsa, ingliz tilida esa, aksincha, asosan faol fe‘l shakllari va aniq ega qo‘llanadi. Tarjima jarayonida semantik hamda illokutiv darajadagi izomorfiklik ko‘pincha saqlansa-da, grammatik tuzilish (masalan, faol va passiv gaplardan foydalanish, raqamlar va qisqartmalarni qo‘llash) yoki uslubiy ohangda ayrim allomorfik tafovutlar yuzaga kelishi mumkin, shu bois tarjimada pragmatik ekvivalentlikni ta‘minlash uchun semantik moslikka qo‘shimcha ravishda uslubiy moslashuv ham talab etiladi. Umuman olganda, har ikkala tilda assertiv aktlarning perlokutiv ta‘siri auditoriyani xabardor qilish, haqiqatga ishonch uyg‘otish va muayyan ijtimoiy qarashlarni shakllantirishdan iboratdir.

ADABIYOTLAR RO‘YXATI:

1. Archer D., Aijmer K., and Wichmann A. *Pragmatics: An Advanced Resource Book for Students*. – London and New York: Routledge, Taylor and Francis Group, 2012. – 325 p.
2. Austin J. L. *How to Do Things with Words*. – Oxford: Harvard University Press, 1962. – 167 p.
3. Cutting J. *Pragmatics and Discourse: A resource book for students*. 2 nd edition. – London: Routledge, 2002. – 187 p.
4. Bell A. *The Language of News Media*. – Oxford: Blackwell. *Language in Society*, 1991. – 277 p.

5. Fairclough N. Media Discourse. – London: Edward Arnold, 1995. – 214 p.
6. Fairclough N. Analyzing Discourse: Textual Analysis for Social Research. – London: Taylor and Francis. Routledge, 2003. – 270.
7. Kasper G. Interlanguage Pragmatics in SLA // Studies in Second Language Acquisition. Volume 18, no.2, 1996. – P.145–148.
8. Montgomery M. The Discourse of Broadcast News: A linguistic Approach. – London and New York: Routledge, Taylor and Francis Group. 2007. – 246 p.
9. Searle J. R. Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language. – United Kingdom: Cambridge University Press, 1969. – 203 p.
10. Walton D. Media Argumentation: Dialectics, Persuasion, and Rhetoric. Cambridge University Press, 2007. – 404 p.
11. Reuters.com, Reporting by Lucia Mutikani. February 25, 2025. <https://www.reuters.com/markets/us/us-economic-growth-slows-fourth-quarter-2025-02-27/%20Thursday> (Date of access: 27.02.2025)
12. Daryo.uz, 22-fevral, 2024. <https://daryo.uz/2024/02/22/dunyoning-15-ta-davlatida-vabo-tez-tarqalmoqda> (Murojaat sanasi: 02.12.2024)