



KOMMUNIKATIV-PRAGMATIK TA'SIRNI PUBLITSISTIK MATNLARDA IFODALANISHI

Gafurova Gulrux Baxtiyarovna

Jizzax davlat pedagogika universiteti katta o'qituvchisi

gafurovagulruh85@gmail.com

Annotatsiya: Ushbu maqolada kommunikativ-pragmatik ta'sirning publitsistik matnlarda ifodalanishi o'rganiladi. Kommunikativ-pragmatika, tilning insonlar o'rtasidagi muloqotdagi amaliy funksiyalarini o'rganadigan soha sifatida, matn va uning auditoriyasi o'rtasidagi munosabatlarni chuqur tahlil qiladi. Publitsistik matnlar esa ommaviy axborot vositalarida va jamoat fikrini shakllantirishda muhim rol o'ynaydi. Ushbu turdagi matnlarda kommunikativ-pragmatik ta'sirning aniq ifodalanishi, avvalo, adabiyotda ishlatilgan til vositalari, stilistik elementlar va maqolalarda ilgari surilgan g'oyalarni qanday qilib samarali tarzda auditoriyaga yetkazish orqali amalga oshiriladi. Maqolada, shuningdek, matnning maqsadi, auditoriyasiga qaratilgan kommunikativ strategiyalar, til va uslubning o'zaro aloqasi, shuningdek, pragmatik kontekstda qanday natijalarga erishish mumkinligi haqida mulohazalar yuritiladi.

Kalit so'zlar: Kommunikativ-pragmatika, publitsistik matnlar, ta'sir, til va uslub, muloqot, auditoriya, pragmatik kontekst, stilistik elementlar, ommaviy axborot vositalari, jamoat fikri, g'oya ifodalanishi.

Аннотация: В данной статье исследуется выражение коммуникативно-прагматического воздействия в публицистических текстах. Коммуникативная прагматика как область, изучающая практические функции языка в межличностном общении, глубоко анализирует отношения между текстом и его аудиторией. Публицистические тексты играют важную роль в средствах массовой информации и формировании общественного мнения. Выражение коммуникативно-прагматического воздействия в таких текстах осуществляется, прежде всего, через языковые средства, стилистические элементы и эффективное донесение идей, представленных в статьях, до аудитории. В статье также рассматриваются цель текста, коммуникативные стратегии, направленные на аудиторию, взаимосвязь языка и стиля, а также возможные результаты в прагматическом контексте.

Ключевые слова: коммуникативная прагматика, публицистические тексты, воздействие, язык и стиль, общение, аудитория, прагматический контекст, стилистические элементы, средства массовой информации, общественное мнение, выражение идеи.

Abstract: This article examines the expression of communicative-pragmatic influence in journalistic texts. Communicative pragmatics, as a field studying the practical functions of language in interpersonal communication, deeply analyzes the relationship between the text and its audience. Journalistic texts play an important role in mass media and the formation of public opinion. The expression of communicative-pragmatic influence in such texts is primarily realized through linguistic tools, stylistic elements, and the effective conveyance of ideas presented in the articles to the audience. The article also explores the purpose of the text, communicative strategies directed at the audience, the interconnection of language and style, as well as possible outcomes in the pragmatic context.

Keywords: communicative pragmatics, journalistic texts, influence, language and style, communication, audience, pragmatic context, stylistic elements, mass media, public opinion, expression of ideas.

Kirish

Har bir muloqot jarayonida tilning nafaqat ma'lumot uzatish, balki auditoriyani ta'sirlantirish, uning fikrini o'zgartirish yoki shakllantirish kabi kommunikativ maqsadlarni amalga oshirishdagi roli katta. Kommunikativ-pragmatika bu jarayonda tilning pragmatik funksiyalarini, ya'ni ma'lumotni qanday taqdim etish, qaysi strategiyalar orqali muloqot o'rnatish va auditoriyaning qanday reaksiyalarini kutilishini o'rganadi. Aynan shu jihatdan publitsistik matnlar, ommaviy axborot vositalarida ko'plab jamoat fikrlarini shakllantirishda, jamiyatdagi muhim masalalar bo'yicha xabardorlikni oshirishda va hissiy reaksiyalarni yuzaga keltirishda samarali vosita bo'lib xizmat qiladi. Publitsistik matnlarda kommunikativ-pragmatik ta'sirning qanday amalga oshirilishi, ayniqsa, til va uslubning o'ziga xos xususiyatlaridan kelib chiqadi. Bu matnlarda mualliflar o'z g'oyalarini yetkazish uchun turli xil pragmatik strategiyalarni, til vositalarini va stilistik elementlarni qo'llaydilar. O'z navbatida, auditoriya bilan muloqotda bo'lish, uni tushunish va unga ta'sir o'tkazish maqsadida matnning pragmatik konteksti juda muhim ahamiyatga ega.

Ushbu maqolada publitsistik matnlarda kommunikativ-pragmatik ta'sirning qanday ifodalanganligi, uning auditoriyaga qanday ta'sir o'tkazishi, shuningdek, til va uslubning o'zaro aloqasi tahlil qilinadi. Maqola matnlar orqali amalga oshirilgan kommunikativ strategiyalarni va ularning samaradorligini o'rganishni maqsad qilgan.

Adabiyotlar tahlili

Kommunikativ-pragmatika va uning publitsistik matnlardagi ifodalanishi bo'yicha olib borilgan tadqiqotlar til va muloqotning amaliy jihatlarini, ya'ni til orqali qanday ta'sir ko'rsatish va auditoriyani qanday yo'naltirish mumkinligini chuqur o'rganadi. Kommunikativ-pragmatik ta'sirni o'rganishda asosiy e'tibor tilning ijtimoiy va muloqotdagi funktsiyalariga qaratiladi. Ushbu tahlilga ko'ra, publitsistik matnlar o'z auditoriyasiga samarali ta'sir ko'rsatish uchun turli xil til vositalari va strategiyalarni qo'llaydi.

J.R. Searle [3] tomonidan taqdim etilgan *Speech Acts* konsepsiyasi kommunikativ-pragmatikaning asosiy tamoyillaridan biri hisoblanadi. Searle, so'zlarning faqatgina ma'lumot

uzatish vositasi emas, balki ularning pragmatik ta'siri orqali o'quvchi yoki tinglovchiga qanday ta'sir qilishini ko'rsatadi. Publitsistik matnlarda bu g'oya juda muhim, chunki mualliflar o'z g'oyalarini ma'lum bir maqsadga erishish uchun ishlatadilar. **H.P. Grice** [2] tomonidan ishlab chiqilgan *Cooperative Principle* (Hamkorlik prinsipi) ham kommunikativ ta'sirni o'rganishda muhim rol o'ynaydi. Grice nazariyasiga ko'ra, muloqotda tomonlar o'rtasida hamkorlik o'rnatish, ya'ni bir-birini tushunish va o'zaro kelishish prinsiplari asosida muloqot samarali bo'ladi. Publitsistik matnlarda bu prinsiplarga amal qilish auditoriyaning g'oyani to'liq qabul qilishini va muallifning maqsadiga erishishini ta'minlaydi. **J.L. Austin** (1962) tomonidan ilgari surilgan *How to Do Things with Words* asari tilning pragmatik tomonlarini o'rganishga katta hissa qo'shgan. Austin so'zlarning nafaqat ma'lumot berish, balki auditoriyani qabul qilishga, tasavvur qilishga yoki muayyan javoblarni shakllantirishga ham ta'sir ko'rsatishini ta'kidlagan. Publitsistik matnlarda bu nazariya, ayniqsa, mualliflar tomonidan ishlab chiqilgan takliflar, iltimoslar, chaqiriqlar va boshqa pragmatik elementlar orqali amalga oshiriladi. **Grice** va **Searle** nazariyalariga qo'shimcha ravishda, **E. Goffman** (1959) tomonidan ishlab chiqilgan *Face-Work* nazariyasi kommunikativ-pragmatik ta'sirni o'rganishda muhim ahamiyatga ega. Goffman o'z asarlarida, muloqotda "yuz" (face) tushunchasini, ya'ni muloqotdagi shaxsning ijtimoiy imidji va unga bo'lgan hurmatni ko'rsatgan. Publitsistik matnlarda ham mualliflar o'z uslublarini va til vositalarini tanlab, auditoriyaga o'z fikrlarini ifodalashda ehtiyotkorlik bilan yondashadilar.

Tadqiqot metodologiyasi

Publitsistik matnlarda kommunikativ-pragmatik ta'sirni aniqlash uchun kontent-tahlil usuli qo'llanadi. Ushbu metod orqali matnlarda ishlatilgan til vositalari, stilistik elementlar va pragmatik strategiyalar tahlil qilinadi. Kontent-tahlil matnlarning strukturasi va uslubi, shuningdek, ularning auditoriyaga qanday ta'sir ko'rsatishi borasida chuqur tahlilni amalga oshirish imkonini beradi. O'zaro muloqotda kommunikativ ta'sirning qanday ko'rinishlarda ifodalanishi (masalan, takliflar, chaqiriqlar, iltimoslar) va qanday til vositalari orqali auditoriyaga yetkazilishi tahlil qilinadi.

Tadqiqotning yana bir metodologik yondashuvi komparativ tahlildir. Bu usul orqali turli publitsistik matnlar o'rtasida kommunikativ-pragmatik ta'sirning o'zgarishini solishtirish mumkin. Masalan, maqolalar, xabarlar, intervyular va boshqa jurnalistik asarlar o'rtasidagi til va uslub farqlari tahlil qilinadi. Shu orqali qanday pragmatik strategiyalar bir matnda ishlatilgan bo'lsa, boshqasida qanday qo'llanayotganini taqqoslash mumkin. Tadqiqotda publitsistik matnlarni tanlashda ma'lum mezonlar asosida namunaviy tanlov amalga oshiriladi. Bu mezonlar quyidagilarni o'z ichiga oladi: matnning mavzusi, auditoriya bilan bog'lanishi, uslub va tilning turli xususiyatlari. Maqolalar tanlanib, har biri alohida tahlil qilinadi va kommunikativ-pragmatik ta'sirning qanday ifodalanganligi aniqlanadi.

Tahlil va Natijalar

Ushbu tadqiqotda kommunikativ-pragmatik ta'sirning publitsistik matnlarda qanday ifodalanganligi tahlil qilindi. Kommunikativ-pragmatik ta'sir auditoriyaga qanday qilib samarali tarzda yetkazilishi, til vositalari va uslubning roli, shuningdek, pragmatik kontekst va stilistik

elementlarning ta'siri o'rganildi. Tadqiqotda ingliz va o'zbek tilidagi publitsistik matnlar tahlil qilindi va quyidagi natijalar olingan.

"We must take immediate action to address climate change before it's too late."

Bu matnda "must" (majburiyat) so'zi ishlatilgan, bu esa auditoriyani shoshilinch harakatga chaqiradi. "Immediate action" (tezkor harakat) iborasi, muallifning pragmatik niyatini va auditoriyani harakatga keltirish maqsadini aniq ko'rsatadi. Bu yerda kommunikativ-pragmatik ta'sir to'g'ridan-to'g'ri auditoriyaga qaratilgan va uni tezda harakat qilishga undaydi.

Pragmatik kontekst matnning o'ziga xos maqsadlarini va auditoriyaning shu maqsadlarga qanday javob berishini belgilaydi. Mualliflar turli til vositalaridan foydalanib, auditoriyani o'z maqsadlariga erishishga yo'naltiradilar.

"We can no longer ignore the rising sea levels. It's time to act for the future of our children."

Ushbu misolda pragmatik kontekst aniq ko'rsatilgan. "It's time to act" iborasi auditoriyani amaliy harakatga chaqiradi, bu jumla muallifning asosiy maqsadi – ijtimoiy mas'uliyatni oshirishga qaratilgan. "Our children" degan ifoda esa hissiy va moral jihatdan o'quvchini javobgarlikka undaydi. Bu yerda auditoriyaning o'ziga xos javobi, ya'ni, ekologik muammolarni hal qilishda o'z hissasini qo'shishga tayyorlik, muallifning pragmatik niyatini amalga oshirish uchun zarur bo'lgan reaksiya hisoblanadi. Bunday ifodalardan foydalanish muallifga o'z g'oyasini nafaqat mantiqiy, balki hissiy nuqtai nazardan ham ta'sirli tarzda yetkazishga imkon beradi.

Pragmatik kontekst, matnning maqsadini tushunish va auditoriyaning ushbu maqsadga qanday javob berishini shakllantirishda muhim rol o'ynaydi. Shuningdek, muallif til vositalari yordamida auditoriyani harakatga chaqiradi va uni ijtimoiy mas'uliyatni o'z zimmasiga olishga undaydi. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, publitsistik matnlarda kommunikativ-pragmatik ta'sirning amalga oshirilishi tilning pragmatik imkoniyatlaridan, stilistik vositalardan, pragmatik kontekstdan va auditoriyaga yo'naltirilgan muloqot strategiyalaridan kelib chiqadi. Ingliz va o'zbek tillaridagi matnlar misollari orqali, kommunikativ ta'sirning turli shakllari va usullari aniq ko'rsatilgan. Matnlarda chaqiriqlar, iltimoslar, ta'riflar va takliflar kabi pragmatik vositalar auditoriyaga ta'sir qilishda samarali ishlatilgan.

Publitsistik matnlarda stilistik vositalar ham kommunikativ-pragmatik ta'sirni oshirishda muhimdir. Kres va van Leeuwen (1996) tomonidan ishlab chiqilgan Reading Images asarida stilistik elementlarning ahamiyati ta'kidlanadi.

"It's not just a problem for the government, it's a problem for every single one of us."

Bu yerda "it's a problem for every single one of us" iborasi jamoatni umumiy mas'uliyatga undashda ishlatilgan. Stilistik elementlar auditoriyaga his-tuyg'ularni yetkazish uchun ishlatiladi, bu esa matnning samaradorligini oshiradi.

"Har birimiz o'z hissamizni qo'shishimiz kerak, faqat shunda biz umumiy yutuqlarga erishamiz."

Bu jumla stilistik jihatdan “faqat shunda” kabi so‘zlar orqali maqsadni ta’kidlaydi. Bu yerda auditoriya to‘g‘ridan-to‘g‘ri harakatga chaqirilgan bo‘lib, ishtirok etish zarurligi ko‘rsatilgan. Bu stilistik yondashuv o‘quvchiga hamohanglik va birdamlikni his qilishga yordam beradi. O‘zbek olimlarining bir qator tadqiqotlarida, publitsistik matnlarning kommunikativ maqsadga xizmat qilishi talqin qilinadi. Publitsistika ko‘pincha jamoatchilik fikrini shakllantirish, odamlarni ma’lum bir qarorga kelishga undash yoki yangi bilimlar bilan tanishtirishga qaratilgan bo‘ladi. Shu munosabat bilan, tilning kommunikativ maqsadlarni amalga oshirishdagi roli o‘zbek ilmiy adabiyotida o‘rganilgan. Masalan, Mahmudov [6] va To‘raqulov [7] kabi olimlar, jurnalistik matnlarda tilning ishonchni shakllantirish va auditoriyani undirishdagi rolini tahlil qilishgan. Ular tilning xabar berish, ishontirish, xulosalash kabi vazifalarini amalga oshirishi haqida fikr yuritadilar.

Xulosa

Ushbu tadqiqotda kommunikativ-pragmatik ta’sirning publitsistik matnlarda ifodalanishi tahlil qilindi. Maqolada kommunikativ-pragmatik ta’sirning matn va auditoriya o‘rtasidagi o‘zaro muloqotdagi rolini va turli til vositalari yordamida auditoriyaga qanday ta’sir ko‘rsatilishini o‘rganish asosiy maqsad edi. Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatdiki, publitsistik matnlarda kommunikativ ta’sir, asosan, tilning pragmatik imkoniyatlari, stilistik vositalar va pragmatik kontekstga asoslanadi.

Matnlarda ishlatilgan til vositalari, jumladan, so‘zlar, frazalar, imperativ shakllar va hissiy ta’sirchan ifodalar auditoriyani faol ishtirok etishga, ijtimoiy mas’uliyatni o‘z zimmasiga olishga chaqiradi. Pragmatik kontekst matnning maqsadini aniq belgilaydi va o‘quvchini maqsadga erishish uchun kerakli reaksiyalarni ko‘rsatishga undaydi. Misollar orqali ko‘rsatilganidek, publitsistik matnlar ijtimoiy masalalarga nisbatan auditoriyadagi ongini o‘zgartirish va jamoat fikrini shakllantirishda samarali vosita hisoblanadi. Shu bilan birga, stilistik elementlar va tilning pragmatik imkoniyatlari matnning ta’sirini kuchaytiradi. Bularning barchasi o‘quvchi bilan samarali muloqot o‘rnatishga yordam beradi, bu esa publitsistik matnlarning maqsadiga erishishdagi muhim omil bo‘lib xizmat qiladi.

ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Austin, J. L. (1962). *How to Do Things with Words*. Harvard University Press.
2. Grice, H. P. (1975). *Logic and Conversation*. In P. Cole & J. Morgan (Eds.), *Syntax and Semantics* (Vol. 3, pp. 41-58). Academic Press.
3. Searle, J. R. (1969). *Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language*. Cambridge University Press.
4. Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Doubleday.
5. Kress, G., & van Leeuwen, T. (1996). *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. Routledge.
6. Mahmudov, T. (2018). "Jurnalistika va kommunikatsiya: tilning pragmatik funksiyalari." *O‘zbekiston jurnalistikasi* 12(3), 45-52.
7. To‘raqulov, S. (2020). "Publitsistik matnlarda kommunikativ maqsadlar va til vositalari." *O‘zbekiston tilshunosligi va jurnalistika* 14(5), 123-135.