O‘ZBEK VA INGLIZ TILLARIDAGI SOXTA XABARLAR SARLAVHALARINING LINGVISTIK VA PRAGMATIK XUSUSIYATLARI

HAYITOVA XURSHIDA IBODULLAYEVNA

Annotatsiya: Ushbu maqolada o‘zbek va ingliz tillaridagi soxta xabarlar sarlavhalarining lingvistik va pragmatik xususiyatlari qiyosiy jihatdan o‘rganiladi. Tadqiqotda sarlavhalarda qo‘llaniladigan leksik birliklar, hissiy-ekspressiv ifodalar, bo‘rttirish, ritorik savollar va baholovchi vositalarning o‘ziga xos jihatlari tahlil qilinadi. Shuningdek, soxta xabar sarlavhalarining o‘quvchi e’tiborini jalb qilish, muayyan munosabatni shakllantirish, ishonch uyg‘otish va axborotni muayyan yo‘nalishda talqin qilishga undashdagi pragmatik vazifalari yoritiladi. O‘zbek va ingliz tillaridagi misollarni qiyoslash orqali sarlavhalarning umumiy va milliy-madaniy xususiyatlarini aniqlashga e’tibor qaratiladi. Tadqiqot natijalari soxta xabarlarning til vositalari orqali qanday ta’sir ko‘rsatishini tushunish hamda media savodxonligini rivojlantirishga xizmat qilishi mumkin.

Kalit so‘zlar: soxta xabar, sarlavha, lingvistik xususiyatlar, pragmatika, manipulyatsiya, hissiy-ekspressiv vositalar, bo‘rttirish.

Zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining rivojlanishi, internet va ijtimoiy tarmoqlarning keng tarqalishi natijasida axborot almashinuvi tezlashdi. Bugungi kunda odamlar yangiliklarni an’anaviy gazeta va televideniye bilan bir qatorda internet nashrlari, Telegram kanallari, Facebook, Instagram, YouTube va boshqa raqamli platformalar orqali ham olmoqda. Ushbu jarayon axborotdan foydalanish imkoniyatlarini kengaytirish bilan birga, yolg‘on, chalg‘ituvchi yoki yetarli darajada tekshirilmagan ma’lumotlarning tarqalishiga ham sharoit yaratmoqda. Shu sababli soxta xabarlarni faqat jurnalistika yoki axborot texnologiyalari nuqtayi nazaridan emas, balki tilshunoslik va pragmatika nuqtayi nazaridan ham o‘rganish muhim ilmiy vazifalardan biri hisoblanadi.

Soxta xabarlar, ayniqsa, sarlavhalar orqali o‘quvchining e’tiborini jalb qilishga intiladi. Chunki sarlavha ko‘pincha o‘quvchi duch keladigan birinchi matniy birlik bo‘lib, uning xabarni o‘qish, unga ishonish, uni boshqalar bilan bo‘lishish yoki rad etish haqidagi qaroriga ta’sir ko‘rsatishi mumkin. Ayrim hollarda foydalanuvchi xabarning asosiy matnini o‘qimasdan, faqat sarlavhaga asoslanib xulosa chiqaradi. Natijada sarlavhadagi bitta hissiy so‘z, bo‘rttirilgan ifoda, savol shakli yoki muayyan manbaga ishora qiluvchi birlik o‘quvchining axborotni qabul qilishiga sezilarli ta’sir ko‘rsatishi mumkin.

O‘zbek va ingliz tillaridagi soxta xabar sarlavhalarini qiyosiy o‘rganish ushbu hodisaning umumiy lingvistik mexanizmlarini hamda har ikki tilning o‘ziga xos xususiyatlarini aniqlash imkonini beradi. Har ikki tilda qo‘rquv, hayrat, shoshilinchlik, ishonch va shubha uyg‘otuvchi vositalardan foydalanish mumkin. Biroq bunday vositalarning leksik ifodalanishi, grammatik qurilishi, madaniy mazmuni va pragmatik vazifalari muayyan til hamda ijtimoiy kontekstga qarab farqlanishi mumkin.

Mazkur mavzuning asosiy maqsadi — o‘zbek va ingliz tillaridagi soxta xabar sarlavhalarining leksik, semantik, morfologik, sintaktik va pragmatik xususiyatlarini aniqlash, ularning o‘quvchiga ta’sir ko‘rsatish mexanizmlarini tahlil qilish hamda ikki tilda kuzatiladigan o‘xshashlik va farqlarni belgilashdan iborat.

Tadqiqotda quyidagi masalalar muhim o‘rin tutadi:

- soxta xabar va chalg‘ituvchi axborot tushunchalarining mazmunini aniqlashtirish;
- sarlavhalarning tuzilishi va asosiy lingvistik xususiyatlarini o‘rganish;
- hissiy-ekspressiv birliklar, bo‘rttirish va baholovchi so‘zlarning vazifalarini aniqlash;
- sintaktik shakllar va grammatik vositalarning ta’sirini tahlil qilish;
- pragmatik maqsadlar, yashirin ma’nolar va manipulyativ strategiyalarni o‘rganish;
- o‘zbek va ingliz tillaridagi misollarni qiyoslash;
- soxta xabarlarni aniqlashda media savodxonligining ahamiyatini yoritish.

2. Soxta xabar tushunchasi va uning asosiy xususiyatlari

Soxta xabar ingliz tilida odatda fake news atamasi bilan ifodalanadi. Ushbu tushuncha ataylab yolg‘on ma’lumot tarqatish, voqeani buzib ko‘rsatish, kontekstdan uzilgan axborot orqali noto‘g‘ri tasavvur hosil qilish yoki ishonchsiz ma’lumotni haqiqat sifatida taqdim etish bilan bog‘liq bo‘lishi mumkin. Biroq har qanday xato ma’lumotni avtomatik ravishda soxta xabar deb hisoblash to‘g‘ri emas. Masalan, jurnalistning beixtiyor xato qilishi, eski xabarning sanasi ko‘rsatilmasdan qayta tarqatilishi yoki hazil tariqasida yaratilgan satirik material soxta xabar bilan bir xil hodisa emas.

Ushbu tadqiqotda uchta tushunchani farqlash maqsadga muvofiq:

Misinformation — noto‘g‘ri ma’lumotning ataylab aldash maqsadisiz tarqatilishi.

Disinformation — odamlarni chalg‘itish yoki aldash maqsadida ataylab tarqatiladigan yolg‘on yoki buzib ko‘rsatilgan ma’lumot.

Malinformation — asl yoki haqiqiy ma’lumotdan zarar yetkazish maqsadida foydalanish, masalan, shaxsiy axborotni zararli kontekstda oshkor qilish.

Ushbu farqlash muhim, chunki sarlavhaning lingvistik shakli uning muallifi qanday niyatda harakat qilganini har doim ham ko‘rsatib bermaydi. Muallifning niyatini aniqlash uchun xabarning manbasi, tarqalish sharoiti, mazmuni va boshqa dalillar ham tekshirilishi kerak.

Soxta xabarlar sarlavhalarining asosiy xususiyatlaridan biri — o‘quvchi e’tiborini tezda jalb qilishdir. Raqamli muhitda ko‘plab axborot manbalari o‘quvchi e’tibori uchun raqobatlashadi. Shuning uchun ayrim sarlavhalarda hissiy ifodalar, keskin qarama-qarshiliklar, kutilmagan voqealar yoki shoshilinchlikni bildiruvchi birliklar ishlatiladi.

Masalan, quyidagi sarlavhani ko‘rib chiqamiz:

- Ingliz tilida: “Shocking Discovery Changes Everything!”
- O‘zbek tilida: “Dahshatli kashfiyot hamma narsani o‘zgartiradi!”

Bu misollar tahlil uchun yaratilgan bo‘lib, real yangiliklar emas. Ingliz tilidagi shocking va o‘zbek tilidagi “dahshatli” so‘zlari kuchli hissiy munosabatni ifodalaydi. Changes everything va “hamma narsani o‘zgartiradi” birikmalari esa voqeaning ahamiyatini umumlashtirib, bo‘rttirib ko‘rsatishi mumkin. Biroq sarlavhaning soxta ekanini faqat shu so‘zlarga qarab aniqlab bo‘lmaydi. Bunday xulosa uchun uning faktik mazmunini tekshirish zarur.

Demak, lingvistik tahlil sarlavhada qanday vositalar ishlatilganini aniqlaydi, pragmatik tahlil esa ushbu vositalar muayyan kommunikativ vaziyatda qanday maqsadga xizmat qilishi mumkinligini izohlaydi.

3. Soxta xabar sarlavhalarining lingvistik xususiyatlari

Lingvistika tilning lug‘aviy tarkibi, grammatik qurilishi, ma’no ifodalash imkoniyatlari va nutqiy birliklarning o‘zaro munosabatlarini o‘rganadi. Soxta xabar sarlavhalarining lingvistik tahlili ularning qanday so‘zlardan tuzilgani, qanday ma’noni anglatishi, qanday grammatik shakllardan foydalanishi va axborotning qaysi jihatlarini oldinga chiqarishini aniqlashga yordam beradi.

3.1. Leksik xususiyatlar

Leksik tahlil sarlavhalarda qo‘llanadigan so‘zlar, iboralar va ularning ma’no xususiyatlarini o‘rganadi. Soxta yoki chalg‘ituvchi xabar sarlavhalarida o‘quvchining hissiyotlariga ta’sir ko‘rsatadigan, voqeaning ahamiyatini oshirib ko‘rsatadigan yoki ma’lumotni muayyan nuqtayi nazardan taqdim etadigan leksik birliklar uchrashi mumkin.

Ingliz tilida quyidagi so‘zlar shunday vazifalarda ishlatilishi mumkin:

- shocking — hayratga soluvchi;
- terrifying — dahshatli;
- breaking — tezkor, shoshilinch;

- secret — sirli yoki yashirin;
- unbelievable — ishonib bo‘lmaydigan;
- exposed — fosh etilgan;
- miracle — mo‘jiza;
- disaster — falokat.

O‘zbek tilida esa “dahshatli”, “shov-shuvli”, “sirli”, “sensatsion”, “fosh etildi”, “mo‘jiza”, “falokat” va “shoshilinch” kabi birliklar o‘xshash kommunikativ vazifalarni bajarishi mumkin.

Masalan:

- Inglizcha: “Secret Behind the New Policy Revealed!”
- O‘zbekcha: “Yangi qarorning ortidagi sir fosh etildi!”

Bu yerda secret va “sir” birliklari o‘quvchida yashirin ma’lumot mavjudligi haqidagi tasavvurni shakllantiradi. Revealed va “fosh etildi” esa avval yashiringan narsa endi ma’lum bo‘lganini bildiradi. Agar xabarda aslida hech qanday yashirilgan ma’lumot bo‘lmasa, bunday sarlavha o‘quvchida noto‘g‘ri tasavvur hosil qilishi mumkin.

Leksik tahlilda so‘zlarning faqat lug‘aviy ma’nosi emas, balki konnotativ ma’nosi ham hisobga olinadi. Konnotatsiya — so‘zning asosiy ma’nosiga qo‘shimcha ravishda yuzaga keladigan hissiy, baholovchi yoki madaniy mazmunidir. Masalan, radical change va “keskin o‘zgarish” birikmalari kontekstga qarab ijobiy yoki salbiy munosabatni yuzaga keltirishi mumkin.

Shuningdek, ayrim sarlavhalarda noaniq referensiyadan foydalaniladi. Ingliz tilidagi “They Don’t Want You to Know This!” va o‘zbek tilidagi “Ular buni bilishingizni istashmaydi!” jumlalaridagi they va “ular” olmoshlari kimga tegishli ekanini aniq ko‘rsatmaydi. Natijada o‘quvchi noma’lum guruhni o‘zi tasavvur qilishi mumkin. Bunday usul shubha uyg‘otish yoki yashirin qarama-qarshilikni yaratish uchun ishlatilishi mumkin.

3.2. Semantik xususiyatlar

Semantika til birliklarining ma’nosini o‘rganadi. Soxta xabar sarlavhalarini semantik jihatdan tahlil qilishda so‘zlarning bevosita ma’nosi, yashirin mazmuni, ma’no ko‘chishi, umumlashtirish va axborotning buzib talqin qilinishiga e’tibor qaratiladi.

Soxta xabar sarlavhalarida uchrashi mumkin bo‘lgan semantik hodisalardan biri — bo‘rttirishdir. Bo‘rttirish ingliz tilida hyperbole deb ataladi. U voqea yoki hodisaning ko‘lami, ta’siri yoxud ahamiyatini haqiqatdagidan kattaroq qilib ko‘rsatadi.

Masalan:

- Inglizcha: “Everyone Is Talking About This Discovery!”
- O‘zbekcha: “Bu kashfiyot haqida hamma gapirmoqda!”

Ushbu misollarda everyone va “hamma” so‘zlari juda keng doirani anglatadi. Agar kashfiyot haqida faqat ayrim foydalanuvchilar fikr bildirgan bo‘lsa, umumlashtirish voqeaning ommaviyligini noto‘g‘ri ko‘rsatishi mumkin.

Ikkinchi hodisa — semantik noaniqlik. Bunda sarlavha bir necha xil talqinga imkon beradi yoki muhim tafsilotlarni ochiq qoldiradi. Masalan, “A New Decision Shocks the Public” — “Yangi qaror jamoatchilikni larzaga soldi” jumlasida qanday qaror haqida gap ketayotgani va jamoatchilikning qaysi qismi bunga qanday munosabat bildirgani noma’lum.

Uchinchi hodisa — ma’no doirasini o‘zgartirish. Ayrim sarlavhalarda cheklangan hodisa keng ijtimoiy muammo sifatida ko‘rsatiladi. Masalan, bitta shaxsning xatti-harakatidan butun kasb egalari yoki ijtimoiy guruh haqida xulosa chiqarish semantik umumlashtirish hisoblanadi.

To‘rtinchi hodisa — kontekstdan uzish. Haqiqiy bayonotning faqat bir qismini sarlavhaga chiqarish orqali uning asl mazmuni o‘zgarishi mumkin. Masalan, mutaxassisning “Bu usul ayrim sharoitlarda samarali bo‘lishi mumkin” degan fikrini “Mutaxassis bu usul samarali ekanini tasdiqladi” tarzida berish ehtimoliy va cheklangan fikrni qat’iy xulosaga aylantiradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO’YXATI

1. Austin, J. L. (1962). How to Do Things with Words. Oxford University Press.
2. Grice, H. P. (1975). Logic and conversation. In P. Cole & J. L. Morgan (Eds.), Syntax and Semantics, Volume 3: Speech Acts (pp. 41–58). Academic Press.
3. Levinson, S. C. (1983). Pragmatics. Cambridge University Press.
4. van Dijk, T. A. (1998). Ideology: A Multidisciplinary Approach. SAGE Publications.
5. Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. Journal of Communication, 43(4), 51–58.
6. Tandoc, E. C., Jr., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining “fake news”: A typology of scholarly definitions. Digital Journalism, 6(2), 137–153.
7. Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. Journal of Economic Perspectives, 31(2), 211–236.
8. Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making. Council of Europe.