

Pragmatic impact of rhetoric question headlines in English and Uzbek online publications

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 and cognitive impact of rhetorical question headlines in modern English and Uzbek online media. The study highlights the linguistic mechanisms used in question-based headlines to capture reader attention, induce cognitive dissonance, and engage the audience in dialogue. Furthermore, application tendencies of these headlines in English and Uzbek online media discourse are theoretically and comparatively substantiated.

Keywords

media discourse, online publications, rhetorical question headlines, pragmatic impact, cognitive dissonance, addressee, comparative linguistics.

Ingliz va O'zbek internet nashrlarida ritorik so'roq sarlavhalarning pragmatik ta'siri

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 internet OAV sarlavhalaridagi ritorik so'roq grammatik shakllarining pragmatik va kognitiv ta'sir imkoniyatlari tadqiq etiladi. Maqolada so'roq sarlavhalarning o'quvchi e'tiborini jalb qilish va kitobxonni muloqotga tortish mexanizmlari yoritilgan. Shuningdek, analitik ingliz va agglyutinativ o'zbek tillari internet diskursida ushbu sarlavhalarning qo'llanish tendensiyalari qiyosiy-nazariy jihatdan asoslanadi.

Kalit so‘zlar: media-diskurs, internet nashrlari, ritorik so‘roq sarlavhalar, pragmatik ta’sir, qiyosiy tilshunoslik.

Internet va raqamli media rivojlangan hozirgi davrda axborot makonidagi keskin raqobat mediamatnlarning, xususan, sarlavhalar yozish amaliyotining shaklan va mazmunan o‘zgarishiga olib keldi. Zamonaviy o‘quvchi matnni to‘liq o‘qib chiqishdan ko‘ra, o‘z diqqatini sarlavhalarga qaratish orqali saralashga odatlanmoqda. Ushbu jarayonda internet nashrlari mualliflari o‘quvchini diqqat-e’tiborini birinchi soniyalardan oq jalb qilish hamda uning kognitiv faolligini oshirish uchun turli sintaktik va pragmatik usullardan unumli foydalanmoqdalar. Shunday ta’sirchan lisoniy vositalardan biri ritorik so‘roq sarlavhalar hisoblanadi.

An’anaviy grammatikada so‘roq gaplar faqat axborot olish yoki ma’lumot so‘rash vazifasini bajarsa, media-diskurs doirasida va pragmalinglevistik talqinda ritorik so‘roq sarlavhalar mutlaqo boshqa funksiyani bajaradi. Ritorik so‘roq o‘quvchidan to‘g‘ridan-to‘g‘ri javob kutmaydi, aksincha, javobi sarlavhaning o‘zida yashiringan yoki javobni bilish uchun matn ichiga kirishga majbur qiluvchi kuchli pragmatik da’vat xarakteriga ega bo‘ladi. Ushbu lisoniy hodisani ingliz va o‘zbek internet media-diskursi misolida o‘rganish pragmalinglevistika hamda media-lingvistikaning eng dolzarb masalalaridan biri hisoblanadi.

Pragmalinglevistik nuqtai nazardan ritorik so‘roq sarlavhalar o‘quvchi hamda yozuvchi o‘rtasida bilvosita dialogik muhitni hosil qiluvchi asosiy vositadir. Oddiy darak gap ko‘rinishidagi sarlavhalar voqelikni tayyor va tugallangan fakt sifatida taqdim etsa, so‘roq shaklidagi sarlavhalar o‘quvchiga axborot yetishmovchiligi hissiyotini uyg‘otadi. O‘quvchi o‘zining mavjud bilimlari bilan sarlavhadagi savolga darhol aniq javob topa olmagach, ushbu mantiqiy bo‘shliqni to‘ldirish va kognitiv muvozanatni tiklash uchun matnni o‘qishga majbur bo‘ladi.

Ritorik so‘roq sarlavhalarning pragmatik ta’sir mexanizmi, shuningdek, o‘quvchini voqelikka nisbatan hissiy va intellektual jihatdan jalb qilish imkoniyatida ko‘rinadi. Bunday sarlavhalar orqali muallif o‘quvchini passiv kuzatuvchidan faol subyektga aylantiradi. Muallif o‘ziga kerakli bo‘lgan g‘oya yoki bahoni bevosita aytmaydi, balki uni so‘roq shakliga o‘rab taqdim etadi. Natijada o‘quvchi muallif tomonidan belgilangan mantiqiy qolip ichida fikrlashni boshlaydi va o‘zi sezmaganda holda kerakli xulosaga keladi.

Ingliz va o‘zbek internet nashrlarida ritorik so‘roq sarlavhalarning qo‘llanish xususiyatlari har ikki tilning tipologik tuzilishi hamda milliy-madaniy muloqot an’analariga mos ravishda farqlanadi.

Ingliz tili internet media-diskursida ritorik so‘roq sarlavhalar ko‘proq mantiqiy-analitik hamda pinhona pragmatik ta’sirga yo‘naltirilgan bo‘ladi. Bu o‘rinda ko‘pincha yordamchi fe‘llar va so‘roq so‘zlari yordamida yasalgan murakkab sintaktik qurilmalardan foydalaniladi. Ingliz tili sarlavhalarida so‘roq shakli orqali xolislik hamda betaraf shakllantirilgan baho illuziyasi yaratiladi; ya’ni muallif voqelikka o‘z munosabatini ochiq bildirmaydi, balki savol qo‘yish orqali xulosani o‘quvchining hukmiga havola etadi.

O‘zbek tili internet media-diskursida esa ritorik so‘roq sarlavhalar ko‘proq emotsional-ekspressiv va ochiq pragmatik yo‘nalganlikka ega bo‘ladi. O‘zbek ommaviy axborot vositalarida so‘roq yuklamalari (-mi, -chi), kishilik va ko‘rsatish olmoshlari hamda taklif-undash xarakteridagi so‘roq yaproqlari faol ishlatiladi. O‘zbekcha sarlavhalarda ritorik so‘roq ko‘pincha o‘quvchining milliy-madaniy qadriyatlarini, jamiyatdagi dolzarb muammolar va hissiyotlariga bevosita murojaat qilish orqali kuchli ta’sir o‘tkazishga xizmat qiladi.

Internet nashrlarida ritorik so‘roq sarlavhalarning pragmatik tahlili bunday sintaktik qurilmalar shunchaki grammatik shakl emas, balki o‘quvchi idrokini

boshqaruvchi va uning e'tiborini manipulyatsiya qiluvchi kuchli pragmatik instrumentligini ko'rsatadi. Ingliz va o'zbek tillaridagi internet media-diskursini qiyosiy o'rganish har ikkala tilda ham so'roq sarlavhalar o'quvchi faolligini oshirishga xizmat qilishini, biroq ingliz tilida pinhona va mantiqiy-analitik, o'zbek tilida esa emotsional hamda ochiq baholovchi usullarning ustunlik qilishini isbotlaydi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. **Bell, A.** (1991). The language of news media. Blackwell.
2. **Lakoff, G., & Johnson, M.** (2003). Metaphors we live by. University of Chicago Press.
3. **Mahmudov, N.** (2012). O'zbek tili pragmatolingvistika asoslari. O'zbekiston milliy ensiklopediyasi.
4. **Sperber, D., & Wilson, D.** (1995). Relevance: Communication and cognition (2nd ed.). Blackwell.
5. **Yuldashev, M.** (2018). Badiiy va mediamatnning lingvopoetik va pragmatik tahlili. Fan va texnologiya.