O‘ZBEK INTERNET OAV DISKURSIDA MANIPULYATIV TA’SIRNING LEKSIK-SEMANTIK VA PRAGMATIK VOSITALARI

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ И ПРАГМАТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА МАНИПУЛЯТИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В УЗБЕКСКОМ ИНТЕРНЕТ-МЕДИАДИСКУРСЕ

LEXICAL-SEMANTIC AND PRAGMATIC MEANS OF MANIPULATIVE INFLUENCE IN UZBEK INTERNET MEDIA DISCOURSE

Eshqulova Nilufar O'ktamqul qizi
10.00.01 – O‘zbek tili ixtisosligi
bo‘yicha tayanch doktoranturaga talabgor
Tel: 93 350 3968
DOI:https://doi.org/10.5281/zenodo.22854180

Annotatsiya. Tezis o‘zbek internet OAV diskursida manipulyativ ta’sirni kuchaytiradigan leksik-semantik va pragmatik vositalarni tizimlashtiradi. Emotsional-baholovchi leksika, evfemizm va disfemizm, freyming, presuppozitsiya, sarlavha modeli, noaniq atributsiya va takrorning kommunikativ funksiyasi ilmiy manbalar asosida yoritiladi. Tahlilda fakt, baho va talqinni ajratish manipulyativlikni aniqlashning asosiy metodik sharti sifatida qaraladi.

Kalit so‘zlar: internet OAV, media matn, leksik-semantika, pragmatika, freyming, evfemizm, manipulyativ ta’sir.

Аннотация. В тезисе систематизируются лексико-семантические и прагматические средства, усиливающие манипулятивное воздействие в узбекском интернет-медиадискурсе. Рассматриваются эмоционально-оценочная лексика, эвфемизм и дисфемизм, фреймирование, пресуппозиция, модели заголовков, неопределённая атрибуция и повтор. Разграничение факта, оценки и интерпретации предлагается как ключевой методический принцип анализа.

Ключевые слова: интернет-СМИ, медиатекст, лексико-семантика, прагматика, фреймирование, эвфемизм, манипулятивное воздействие.

Abstract. The thesis systematizes lexical-semantic and pragmatic devices that may intensify manipulative influence in Uzbek Internet media discourse. It considers emotive-evaluative vocabulary, euphemism and dysphemism, framing, presupposition, headline patterns, vague attribution and repetition. Separating factual information from evaluation and interpretation is treated as a key methodological principle for identifying manipulation.

Keywords: Internet media, media text, lexical semantics, pragmatics, framing, euphemism, manipulative influence.

© Ushbu material Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) litsenziyasi asosida tarqatiladi.

KIRISH

Internet OAVda xabar sarlavha, lid, asosiy matn, vizual element va havolalar orqali ko‘p qatlamli shaklda beriladi. Bunday tuzilma auditoriyaning e’tiborini boshqarish va hodisani muayyan rakursda ko‘rsatish imkonini oshiradi. Media manipulyatsiyasini lingvistik jihatdan o‘rganishda leksik tanlov va pragmatik kontekst birgalikda ko‘rilishi kerak. S. Gasparyan va R. Harutyunyan media-siyosiy diskursda aynan leksik tanlov va so‘zlarni joylashtirish xabar talqiniga ta’sir etishini ko‘rsatadi [4]. Van Dijk esa manipulyatsiyani diskurs orqali ijtimoiy va kognitiv nazorat bilan bog‘liq murakkab hodisa sifatida izohlaydi [6].

O‘zbek internet media muhitida ham manipulyativ ta’sirni faqat “yolg‘on xabar” bilan tenglashtirib bo‘lmaydi. Axborot faktik jihatdan to‘g‘ri bo‘lishi mumkin, biroq sarlavha, kontekst, baholovchi so‘z, manba tanlovi yoki muhim tafsilotning tushirib qoldirilishi auditoriyada biryoqlama tasavvur hosil qilishi mumkin. Shu bois tezisning maqsadi o‘zbek internet OAV diskursida manipulyativ ta’sirning leksik-semantik va pragmatik mexanizmlarini ilmiy adabiyotlar asosida tartibga solishdir.

ASOSIY QISM

Birinchi vosita - emotsional-baholovchi leksika. A. Abatova propaganda va PR tilini o‘rganar ekan, leksik tanlov, semantika va stilistik vositalar jamoatchilik fikriga ta’sir ko‘rsatishini, evfemizm va disfemizm esa hodisani yumshatish yoki keskinlashtirishda ishlatilishini qayd etadi [1]. Masalan, neytral atama o‘rniga kuchli salbiy yoki ijobiy konnotatsiyali birlik tanlash hodisaning faktik mazmunini o‘zgartirmasdan uning bahosini o‘zgartiradi. Shu sababli media tahlilida denotativ mazmun bilan konnotativ yuklama alohida ko‘riladi.

Ikkinchi mexanizm - freyming. Robert Entman freymingni voqelikning ayrim jihatlarini tanlab, ularni kommunikativ matnda ko‘proq ko‘zga tashlanadigan holga keltirish jarayoni sifatida nazariylashtiradi [3]. Internet OAVda sarlavha, birinchi paragraf, tanlangan iqtibos va izohlar aynan qaysi jihat “asosiy” deb qabul qilinishiga ta’sir etadi. Freymingning o‘zi jurnalistikaning tabiiy qismi; manipulyativlik esa muqobil ahamiyatli kontekst tizimli ravishda yashirilganda yoki fakt va talqin chegarasi buzilganda kuchayadi.

Uchinchi vosita - presuppozitsiya va yashirin xulosa. Bobir Ashurov o‘zbek va ingliz materiallari asosida presuppozitsiya, leksik tanlov va sintaktik qurilmalarni manipulyativ nutqning aniqlanishi mumkin bo‘lgan belgilaridan deb ko‘rsatadi [2]. Internet sarlavhasida “yana”, “hamon”, “nihoyat”, “tan oldi”, “ma’lum bo‘ldi” kabi birliklar auditoriyaga avvaldan mavjud bo‘lgan vaziyat yoki xulosani qabul qildirishga xizmat qilishi mumkin. Bunday holatda tekshiruv savoli oddiy: gapda ochiq isbotlanmagan qaysi fikr “allaqachon ma’lum” sifatida berilmoqda?

To‘rtinchi vosita - noaniq atributsiya va anonim kollektiv subyekt. “Ekspertlar fikricha”, “ko‘pchilik aytmoqda”, “tarmoqlarda yozishmoqda” kabi ifodalar aniq manba ko‘rsatilmasa, xabarga sun’iy konsensus ko‘rinishini berishi mumkin. D. Pulatova zamonaviy media diskursidagi manipulyativ salohiyatni presuppozitsiya, baholovchi leksika, freyming va boshqa diskurs vositalari bilan bog‘liq holda tahlil qiladi [5]. Manba aniqligi, iqtibosning tekshiriluvchanligi va fikr egasining maqomi shuning uchun media matnning ishonchliligini baholashda muhimdir.

Beshinchi vosita - sarlavha va asosiy matn o‘rtasidagi pragmatik nomuvofiqlik. Klikka yo‘naltirilgan sarlavha xabardagi ehtiyotkor yoki cheklangan faktni keskin umumlashtirishi mumkin. Masalan, tadqiqot “ehtimoliy bog‘liqlik” haqida bo‘lsa, sarlavhada uni “isbotlandi” deb taqdim etish

© Ushbu material Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) litsenziyasi asosida tarqatiladi.

epistemik maqomni o'zgartiradi. Manipulyativ tahlilda modal fe'llar, ehtimollik markerlari, raqamlarning bazasi, taqqoslash nuqtasi va sarlavhaning matn bilan semantik mosligi tekshiriladi.

Oltinchi vosita - takror va leksik parallelizm. Bir baholovchi birlikning sarlavha, lid va yakunda qayta ishlatilishi xabarning asosiy freymini mustahkamlaydi. Biroq takrorning o'zi manipulyatsiya belgisi emas: u matn bog'liqligi uchun ham xizmat qiladi. Ilmiy xulosa chiqarish uchun takror qaysi mazmunni markazga olib chiqayotgani, boshqa relevant faktlar qanday berilgani va auditoriyaga mustaqil xulosa chiqarish uchun yetarli axborot taqdim etilgan-etilmagani aniqlanadi.

Shunday qilib, internet OAV tilini tahlil qilishda leksik-semantik va pragmatik darajalar bir-biridan uzib qo'yilmaydi. Bir so'zning konnotatsiyasi sarlavha freymi, presuppozitsiya, manba ko'rsatish usuli va matnning kompozitsion markazi bilan birgalikda ishlaydi. Bu yondashuv media matnni "yaxshi-yomon" tarzida baholash emas, balki ta'sir mexanizmini tekshiriladigan lingvistik belgilar orqali tavsiflash imkonini beradi.

XULOSA

O'zbek internet OAV diskursida manipulyativ ta'sir leksik tanlov, evfemizm va disfemizm, freyming, presuppozitsiya, noaniq atributsiya, sarlavha-matn nomuvofiqligi va takror kabi vositalarning o'zaro birikishi orqali yuzaga kelishi mumkin. Manipulyatsiyani aniqlashda faktning to'g'riligi bilan cheklanmay, faktning qanday nomlangani, qaysi kontekst tanlangani va qaysi xulosaning auditoriyaga tayyor holda taklif etilayotganini tekshirish zarur. Bu mezonlar o'zbek media matnlarini lingvistik ekspertiza qilish, jurnalistik tahrir va media savodxonlik amaliyotida qo'llanishi mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Abatova A. Особенности языков пропаганды и пиар, и их влияние на общественное мнение // СМИ. Язык и культура. Перевод. – 2023. – DOI: 10.71337/inlibrary.uz.media-language-culture.28906.
2. Ashurov B. Sh. Forensic Linguistic Approaches for Detecting Speech Manipulation in the English and Uzbek Languages. – Zenodo, 2025. – DOI: 10.5281/zenodo.15266025.
3. Entman R. M. Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm // Journal of Communication. – 1993. – Vol. 43, No. 4. – P. 51–58. – DOI: 10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x.
4. Gasparyan S., Harutyunyan R. The Manipulative Nature of Media-Political Discourse // Armenian Folia Anglistika. – 2022. – Vol. 18. – DOI: 10.46991/AFA2022.18.L009.
5. Pulatova D. Дискурс-вспомогательные средства в структуре современного медиадискурса // Развитие и инновации в науке. – 2025. – В. 25–30. – DOI: 10.71337/inlibrary.uz.dis.115592.
6. Van Dijk T. A. Discourse and Manipulation // Discourse & Society. – 2006. – Vol. 17, No. 3. – P. 359–383. – DOI: 10.1177/0957926506060250.

© Ushbu material Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) litsenziyasi asosida tarqatiladi.