



UDK: 81'42:070

Kamola T. ALIMOVA,

Katta o'qituvchi, O'zbekiston davlat jahon tillari universiteti, Toshkent, O'zbekiston

E-mail: kamola.alimova85@mail.ru, ORCID: 0009-0002-3083-6100

F.f.d G.Ro'ziyeva taqrizi asosida

INGLIZ VA O'ZBEK ONLAYN MEDIA SARLAVHALARIDA PRESUPPOZITSIYANING O'RNI

Annotatsiya

Yangilik sarlavhasi qisqa hajmga ega bo'lsa-da, o'zida katta hajmdagi axborotni mujassamlashtiradi. Uning mazmuni ko'pincha faqat ochiq ifodalangan ma'no bilan cheklanmaydi. O'quvchi matnda bevosita aytilmagan ayrim ma'lumotlarni mavjud bilimlari va kontekst asosida to'ldiradi. Tilshunoslikda bunday hodisa presuppozitsiya sifatida talqin etiladi. Maqolada ingliz va o'zbek tillaridagi onlayn media sarlavhalarida presuppozitsiyaning qanday til vositalari orqali ifodalanishi qiyosiy tahlil qilinadi. Tadqiqotning nazariy asosini pragmatika va hermenevtika yondashuvlari tashkil etadi. Tahlil uchun ingliz va o'zbek tillaridagi 20 ta autentik sarlavha tanlanib, qo'lda kodlashtirildi. Dastlabki natijalar har ikki tilda ham o'zgarish fe'llari eng faol presuppozitsiya triggerlaridan biri ekanini ko'rsatdi. Asosiy farq esa agentivlikning ifodalanishida kuzatildi.

Kalit so'zlar: Presuppozitsiya, implitsit ma'no, media sarlavhasi, hermenevtika, pragmatika, diskurs tahlili, ingliz-o'zbek qiyosiy tilshunosligi, agentivlik.

РОЛЬ ПРЕСУППОЗИЦИИ В ЗАГОЛОВКАХ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ И УЗБЕКОЯЗЫЧНЫХ ОНЛАЙН-СМИ

Аннотация

Новостной заголовок, несмотря на свою краткость, содержит значительный объем информации. Его содержание не ограничивается только явно выраженным смыслом. Читатель восполняет часть информации, не выраженной непосредственно в тексте, опираясь на свои фоновые знания и контекст. В лингвистике данное явление рассматривается как presupposition. В статье проводится сопоставительный анализ языковых средств выражения presupposition в заголовках англоязычных и узбекоязычных онлайн-СМИ. Теоретической основой исследования послужили прагматический и герменевтический подходы. Для анализа были отобраны и вручную закодированы 20 аутентичных заголовков на английском и узбекском языках. Предварительные результаты показали, что в обоих языках глаголы изменения являются одним из наиболее продуктивных триггеров presupposition. Основные различия выявлены в способах выражения агентивности.

Ключевые слова: Presupposition, имплицитное значение, заголовок СМИ, герменевтика, прагматика, дискурсивный анализ, сопоставительное языкознание английского и узбекского языков, агентивность.

THE ROLE OF PRESUPPOSITION IN ENGLISH AND UZBEK ONLINE MEDIA HEADLINES

Annotation

Although news headlines are concise, they convey a substantial amount of information. Their meaning is not limited to explicitly stated content. Readers infer information that is not directly expressed in the text by relying on their background knowledge and contextual cues. In linguistics, this phenomenon is referred to as presupposition. This article presents a comparative analysis of the linguistic means used to express presupposition in English and Uzbek online media headlines. The study is grounded in pragmatic and hermeneutic approaches. Twenty authentic English and Uzbek headlines were selected and manually coded for analysis. The preliminary findings indicate that verbs of change are among the most frequent presupposition triggers in both languages. The principal difference lies in the expression of agentivity.

Key words: Presupposition, implicit meaning, media headline, hermeneutics, pragmatics, discourse analysis, comparative English-Uzbek linguistics, agentivity.

Kirish. Bugungi kunda inson bir kun davomida o'nlab, ba'zan yuzlab yangilik sarlavhalariga duch keladi. Ularning aksariyati to'liq o'qilmaydi, faqat ko'zdan kechiriladi. Shunday bo'lsa-da, aynan sarlavha o'quvchida dastlabki tasavvurni shakllantiradi va voqega munosabat uyg'otadi. Shu sababli sarlavha qisqa shaklda katta hajmdagi axborotni yetkazishi zarur.

Bunday ta'sir faqat ochiq ifodalangan ma'no hisobiga yuzaga kelmaydi. Ko'pincha sarlavhada aytilmagan, ammo o'quvchi tomonidan tabiiy ravishda anglashiladigan ma'lumotlar ham mavjud bo'ladi. O'quvchi ularni alohida tekshirib chiqmaydi, balki mavjud tajribasi va umumiy bilimlariga tayangan holda qabul qiladi. Presuppozitsiyaning media matnlaridagi ahamiyati ham aynan shunda namoyon bo'ladi.

So'nggi yillarda O'zbekistonda raqamli axborot makoni jadal rivojlanmoqda. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 5-oktabrdagi PF-6079-son Farmoni bilan tasdiqlangan "Raqamli O'zbekiston-2030" strategiyasi bu yo'nalishdagi islohotlarni jadallashtirdi. Davlat statistika qo'mitasi ma'lumotlariga ko'ra, 2023-yil yakunida mamlakatda internet foydalanuvchilari soni qariyb 30 million nafarga yetgan bo'lsa, ularning 26,5 millioni mobil internetdan foydalangan. 2025-yil boshiga kelib ushbu ko'rsatkich 32,7 millionni yoki mamlakat aholisining 87,2 foizini tashkil etdi. INTERNEWS tashkilotining 2023-yilda o'tkazgan tadqiqoti ham media iste'moli odatlarida sezilarli o'zgarish kuzatilayotganini ko'rsatadi. Oxirgi uch yil davomida kundalik televideniye tomoshabinlari ulushi kamaygan, internetdan har kuni foydalanuvchilar soni esa ortgan. Kun.uz, Gazeta.uz va

Daryo.uz kabi nashrlarning auditoriyasi muntazam kengayib bormoqda. Natijada yangilik sarlavhasi foydalanuvchi duch keladigan birinchi, ayrim hollarda esa yagona axborot manbaiga aylanmoqda.

Sarlavhaning bunday xususiyati uning pragmatik imkoniyatlarini yanada kuchaytiradi. Sperber va Wilsonning relevantlik nazariyasiga ko'ra, har qanday matn minimal kognitiv xarajat evaziga maksimal kommunikativ samaraga erishishga intiladi [16]. Yangilik sarlavhasi ham aynan shu tamoyil asosida quriladi. Axborotning bir qismi ochiq ifodalansa, qolgan qismi presuppozitsiya orqali uzatiladi. O'quvchi esa bu yashirin ma'nolarni ko'pincha tanqidiy tahlil qilmasdan qabul qiladi. Shu jihatdan presuppozitsiya media diskursining ta'sirchan vositalaridan biri hisoblanadi.

O'zbek tilshunosligida presuppozitsiya masalasi asosan gapning sintaktik va semantik tuzilishi doirasida o'rganilgan [10; 12]. Onlayn media sarlavhalarida uning namoyon bo'lishi, ayniqsa ingliz va o'zbek tillari qiyosida, yetarlicha tadqiq etilmagan. Germenevtik yondashuv bilan pragmatik tahlilni birlashtirgan ishlarga ham deyarli duch kelinmaydi. Shu bois mazkur maqolada presuppozitsiyaning media sarlavhalaridagi ifodalanish xususiyatlari ikki til materiali asosida qiyosiy tahlil qilinadi.

Tadqiqot uchun ingliz va o'zbek tillaridagi 20 ta autentik yangilik sarlavhasi tanlandi. Ular oldindan ishlab chiqilgan kodlashtirish mezonlari asosida tahlil qilindi. Material tanlashda mavzu, davr va manbaning ishonchligiga e'tibor qaratildi. Bunday yondashuv presuppozitsiyaning har ikki tilda qanday namoyon bo'lishini qiyoslash hamda o'xshash va farqli jihatlarni aniqlash imkonini beradi.

Presuppozitsiya pragmatikaning eng ko'p o'rganilgan masalalaridan biri bo'lib, uning nazariy asoslari turli ilmiy yo'nalishlar kesishmasida shakllangan. Mazkur hodisa mantiqiy semantika, pragmatika, germenevtika va diskurs tahlili doirasida turlicha talqin etiladi. Shu bois presuppozitsiyaning media sarlavhalarini misolida tadqiq etishda bir nechta nazariy yondashuvlardan foydalanish zarur bo'ladi.

Grice [6] hamkorlik prinsipi orqali muloqotda ochiq aytilmagan ma'noning qanday yuzaga kelishini izohlaydi. U presuppozitsiyaning alohida hodisa sifatida tavsiflamagan bo'lsa-da, uning qarashlari keyinchalik presuppozitsiya va implikatura o'rtasidagi farqlarni aniqlashda muhim nazariy asos bo'lib xizmat qildi. Levinson [9] esa presuppozitsiyaning kontekst har safar qayta hisoblanmaydigan, balki gapning grammatik va semantik tuzilishi orqali avtomatik faollashadigan xulosa sifatida izohlaydi. Aynan shu yondashuv qisqa media matnlarini tahlil qilish uchun qulay hisoblanadi, chunki sarlavhani o'qiyotgan shaxs ko'pincha uning yashirin ma'nolarini alohida tahlil qilmaydi.

Media diskursini o'rganishda Entman [3] va Bednarek hamda Caple [2]ning ishlari alohida ahamiyatga ega. Entman freymingni voqelikning ayrim jihatlari tanlab, ularni o'quvchi e'tiboriga kuchliroq taqdim etish usuli sifatida izohlaydi. Bunday tanlov natijasida ayrim ma'lumotlar muhokama qilinadigan axborotga aylansa, boshqalari tabiiy fon sifatida qabul qilinadi. Presuppozitsiya ham aynan shu jarayon bilan uzviy bog'liq.

Bednarek va Caple [2] yangiliklar tilida baholovchi ma'no ko'pincha yashirin shaklda ifodalanishini ta'kidlaydi. Mualliflarning fikricha, bitta metafora, sifat yoki fe'l o'quvchida muayyan munosabatni shakllantirishi mumkin. Bu holat media sarlavhalarida presuppozitsiya va baholash vositalari o'zaro bog'liq holda namoyon bo'lishini ko'rsatadi.

Presuppozitsiyaning talqin qilishda germenevtik yondashuv ham muhim o'rin tutadi. Gadamer [5] matnni tushunish jarayoni o'quvchining avvalgi tajribasi va bilimlari bilan uzviy bog'liqligini qayd etadi. Matn mazmuni faqat unda

yozilgan axborot bilan cheklanmaydi. O'quvchi o'z bilimlari asosida yashirin ma'nolarni ham tiklaydi. Ricoeur [14] esa matn muallifdan mustaqil yashay boshlashini ta'kidlaydi. Natijada har bir o'quvchi uni o'z tajribasi asosida talqin qiladi. Presuppozitsiyaning shakllanishida aynan shu omil muhim ahamiyat kasb etadi.

O'zbek tilshunosligida presuppozitsiya masalasi N. Mahmudovning tadqiqotlarida izchil yoritilgan [10]. Olim ushbu hodisani gapning semantik va mantiqiy tuzilishi bilan bog'liq holda tahlil qiladi. Uning ishlari o'zbek tilshunosligida presuppozitsiyaning mustaqil tadqiqot obyekti sifatida shakllantirishda muhim o'rin tutadi.

A. Nurmonov [12] presuppozitsiyaning sintaktik qurilish bilan bog'liq holda o'rganadi. U gapning grammatik modeli va semantik mazmuni o'rtasidagi munosabatlarni tahlil qilib, Mahmudov ilgari surgan qarashlarni rivojlantiradi. Keyinchalik Mahmudov va Nurmonov hammuallifligida yaratilgan "O'zbek tilining nazariy grammatikasi: Sintaksis" asarida ushbu nazariy qarashlar tizimli ravishda umumlashtirilgan [11].

Mahalliy tadqiqotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, presuppozitsiya asosan gap darajasida o'rganilgan. Bunday yondashuv grammatik va semantik xususiyatlarni yoritishda muhim natijalar bergan bo'lsa-da, media diskursining o'ziga xos jihatlari to'liq ochib bera olmaydi. Ayniqsa, onlayn media sarlavhalarining kommunikativ vazifasi, qisqa matnning pragmatik imkoniyatlari va o'quvchi talqini bilan bog'liq masalalar alohida tadqiq etilmagan.

Sh. Safarov [15] bu masalaga pragmatik nuqtai nazaridan yondashadi. U presuppozitsiyaning faqat grammatik hodisa sifatida emas, balki muloqot ishtirokchilarining ijtimoiy va madaniy tajribasi bilan bog'liq pragmatik vosita sifatida talqin qiladi. Bu qarash media matnlarini o'rganishda muhim metodologik asos bo'lib xizmat qiladi. Biroq Safarovning tadqiqotlari ham ingliz va o'zbek tillaridagi onlayn media sarlavhalarining qiyosiy tahliliga bag'ishlanmagan.

Ilmiy adabiyotlarda U. Rahimov, A. Hakimov va Z. Burxonovning presuppozitsiya bilan bog'liq ishlari ham tilga olinadi. Biroq ushbu maqolani tayyorlash jarayonida ularning mazkur mavzuga bevosita bag'ishlangan asarlarini to'liq o'rganish imkoniyati bo'lmadi. Shu sababli ularning ilmiy qarashlari batafsil tahlil qilinmadi. Bu masala keyingi tadqiqotlarda alohida ko'rib chiqilishi rejalashtirilmoqda.

Xorijiy va mahalliy tadqiqotlarni qiyoslash ayrim farqlarni ko'rsatadi. Xorijiy olimlar presuppozitsiyaning ko'proq pragmatika, kognitiv tilshunoslik va media diskursi bilan bog'liq holda tahlil qilgan bo'lsalar, o'zbek tilshunosligida grammatik va sintaktik jihatlar ustunlik qiladi. Shu sababli ingliz va o'zbek tillaridagi onlayn media sarlavhalarida presuppozitsiyaning ifodalanishini qiyosiy o'rganish ilmiy va amaliy jihatdan dolzarb hisoblanadi. Ayniqsa, germenevtik va pragmatik yondashuvlarni birlashtirish media matnlarining yashirin ma'nolarini chuqurroq tahlil qilish imkonini beradi.

Tadqiqot metodologiyasi. Tadqiqot korpusiga asoslangan diskurs tahlili (Corpus-Assisted Discourse Studies, CADS) tamoyillari asosida amalga oshirildi. Mazkur yondashuvda miqdoriy va sifat tahlili o'zaro uyg'un holda qo'llanadi [13; 1]. Presuppozitsiyaning izohlash faqat lisoniy birliklarni aniqlash bilan cheklanmaydi. Shu sababli tahlilga germenevtik-interpretativ yondashuv ham kiritildi [5]. Bunday yondashuv presuppozitsiyaning matnda qanday shakllanishini va o'quvchi tomonidan qanday anglanishini yaxshiroq tushuntirish imkonini beradi.

Tadqiqotning ayrim cheklavlarini oldindan qayd etish zarur. Tahlil hajmi kichik bo'lib, yigirma ta sarlavhani qamrab oladi. Tanlanma tasodifiy shakllantirilmagan va kodlashtirish ishlari bitta tadqiqotchi tomonidan bajarilgan. Mustaqil ikkinchi kodlovchi jalb qilinmagani sababli kodlovchilararo

ishonchlilikni baholovchi Koen kappasi ko'rsatkichi hisoblanmadi. Shu bois olingan natijalarni yakuniy xulosa sifatida emas, balki keyingi, kengroq tadqiqotlar uchun dastlabki kuzatuv sifatida baholash maqsadga muvofiq.

Tahlil materiali 2026-yilning yanvar-iyul oylarida e'lon qilingan ingliz va o'zbek tilidagi onlayn media sarlavhalaridan shakllantirildi. Ingliz tilidagi misollar Reuters va boshqa xalqaro axborot manbalaridan, o'zbek tilidagi materiallar esa Kun.uz, Gazeta.uz, Anhor.uz, Kursiv.uz hamda Talimxabarlari.uz saytlaridan tanlab olindi. Sarlavhalar sog'liqni saqlash, ta'lim va iqtisodiyot yo'nalishlarini qamrab oldi.

Materiallarni tanlash tasodifiy emas, balki maqsadli tamoyil asosida amalga oshirildi. Tanlov jarayonida presuppozitsiya triggeri aniq kuzatiladigan sarlavhalarga ustuvorlik berildi. Bu esa barcha misollarni yagona mezon asosida qiyosiy tahlil qilish imkonini yaratdi.

Kodlashtirish mezonlari Levinson [9] va Yule [19] tomonidan tavsiya etilgan tasnifga tayangan holda belgilandi.

1-jadval. Sog'liqni saqlash sohasidagi sarlavhalar

№	Til	Sarlavha	Manba, sana	Trigger	Presuppozitsiya
1	ENG	"Family of US Ebola patient admitted to Berlin isolation ward"	Reuters, 21.05.2026	Aniqlik + o'zgarish f.	Bemor allaqachon tanish
2	ENG	"COVID-19 Vaccine Formula 2026–2027 Update..."	OpenHouseClinic, 19.06.2026	Aniqlik konstr.	Ilgari versiya mavjud
3	UZB	"Sog'liqni saqlash vazirligi rahbariyati yangilandi"	Kursiv.uz, 05.05.2026	O'zgarish f.	Avvalgi rahbariyat bo'lgan
4	UZB	"...aniqlandi va bartaraf etildi - vazir E. Adilov"	Gazeta.uz, 02.07.2026	Faktivga yaqin	Qonunbuzarlik haqiqiy

Tahlil natijalari shuni ko'rsatadiki, barcha to'rtta sarlavhada presuppozitsiya o'zgarish fe'llari yoki faktiv mazmunga ega konstruksiyalar vositasida yuzaga kelgan. Ingliz tilidagi birinchi va ikkinchi misollarda avvalgi holat neytral axborot sifatida qabul qilinadi. O'zbek tilidagi to'rtinchi misolda esa qonunbuzarlik mavjudligi shubha ostiga qo'yilmaydi, balki tayyor fakt sifatida taqdim etiladi. Bu holat Fairclough [4] qayd etgan, ayrim axborotni muhokama doirasidan chiqarib, fon ma'lumotiga aylantirish usuliga mos keladi.

2-jadval. Ta'lim sohasidagi sarlavhalar

№	Til	Sarlavha	Manba, sana	Trigger	Presuppozitsiya
5	ENG	"What Andy Burnham's school curriculum shake-up means..."	Yahoo News UK, 2026	Egalik + WH-cleft	Islohot allaqachon tanish
6	UZB	"Bola bog'chada... tarbiya ko'rishi kerak - A. Qodirov"	Kun.uz	Modallik (kerak)	Hozirgi holat yetarli emas
7	UZB	"Ixtisoslashtirilgan maktablar... natijalari e'lon qilinmoqda"	Talimxabarlari.uz, 2026	Aniqlik konstr.	Imtihon o'tkazilgan

Tahlil qilingan uchala misolda presuppozitsiya ijtimoiy-me'yoriy mazmun kasb etadi. Beshinchi misolda islohotning avvaldan ma'lum ekani presuppozitsiya qilinsa, oltinchi misolda "kerak" modal birligi mavjud holatning me'yor talablariga to'liq javob bermayotganini anglatadi. Shunday qilib, Safarov [15] ta'kidlagan pragmatik tanlovning

3-jadval. Iqtisodiyot sohasidagi sarlavhalar

№	Til	Sarlavha	Manba, sana	Trigger
8	ENG	"IMF raises Russia 2026 GDP growth forecast to 1.1%..."	Reuters, 15.04.2026	O'zgarish f. + qiyosiy
9	ENG	"World Bank sees resilient global growth... despite tariffs"	Reuters/MarketScreener, 13.01.2026	Concessive
10	ENG	"Fitch ups India FY26 GDP forecast to 6.9% from 6.5%"	Business Standard, 07.01.2026	O'zgarish f.
11	ENG	"RBI Boosts Growth Forecast to 7.4%"	AIR, 07.02.2026	O'zgarish f.
12	ENG	"MTI Upgrades 2026 GDP Growth Forecast..."	Singapore MTI, 10.02.2026	O'zgarish f.
13	ENG	"Global economy set to tank in 2026, UN sounds alarm"	MEXC/UN WESP, 09.01.2026	Faktivga yaqin
14	ENG	"Renault Group... confirms its 2026 FY guidance"	GlobeNewswire, 29.07.2026	Faktiv f. + egalik

Tahlil davomida aniqlik konstruksiyalari, faktiv predikatlar, o'zgarish fe'llari, davomiylik ko'rsatkichlari, qarama-qarshilikni ifodalovchi (concessive) konstruksiyalar hamda cleft va WH-konstruksiyalar hisobga olindi. Har bir sarlavha bo'yicha manba, e'lon qilingan sana va internet manzili alohida qayd etildi. Tahlil uchun foydalanilgan barcha materiallar ochiq axborot manbalaridan olindi. Shaxsga oid ma'lumotlardan foydalanilmadi.

Tahlil va natijalar. Presuppozitsiya gapning asosiy mazmunidan mustaqil ravishda mavjud bo'ladigan va o'quvchi tomonidan oldindan ma'lum deb qabul qilinadigan fon ma'noni anglatadi [9]. Dastlab ushbu hodisa mantiqiy semantika doirasida o'rganilgan bo'lsa, keyinchalik Grice [6] hamda undan keyingi pragmatik tadqiqotlarda kontekst bilan bog'liq hodisa sifatida talqin qilina boshladi. Onlayn media sarlavhalarida bu xususiyat ayniqsa yaqqol namoyon bo'ladi. Odatda o'quvchi presuppozitsiyani yuzaga keltiruvchi til vositalarini alohida tahlil qilmaydi, balki ularda ifodalangan yashirin ma'noni tabiiy ravishda qabul qiladi.

1-jadval. Sog'liqni saqlash sohasidagi sarlavhalar

media sarlavhalaridagi namoyon bo'lishi ushbu misollarda yaqqol kuzatiladi.

Tahlil qilingan materiallar ichida iqtisodiyot yo'nalishiga oid sarlavhalar son jihatidan ustunlik qiladi. Ushbu guruhga jami o'n uchta misol kiritilgan (3-jadval).

15	UZB	"...8,5 foizga o'sgani ma'lum qilindi"	Kun.uz, 21.07.2026	Faktivga yaqin
16	UZB	"IMV... prognozini 8,1 foizgacha oshirdi"	Gazeta.uz, 21.07.2026	O'zgarish f.
17	UZB	"Yangilangan fiskal strategiya: iqtisodiyot tezroq o'sadi"	Anhor.uz, 2026	O'zgarish f. + qiyosiy
18	UZB	"YAIM 2025-yilda 7,7 foizga o'sib, 147 mlrd dollardan oshdi"	Gazeta.uz, 23.01.2026	O'zgarish f. + chegara
19	UZB	"...7 mlrd kVt soat energiya ishlab chiqarildi" (davom etmoqda)	Anhor.uz, 2026	Davomiylik
20	UZB	"Sog'liqni saqlash vaziri almashti"	Kun.uz, 05.05.2026	O'zgarish f.

Iqtisodiyot yo'nalishiga oid sarlavhalar tahlili shuni ko'rsatdiki, eng ko'p uchragan presuppozitsiya triggeri o'zgarish fe'li hisoblanadi. Mazkur birlik deyarli barcha misollarda avval mavjud bo'lgan holat yoki qiymatni anglatadi. Ingliz va o'zbek tillaridagi materiallarni qiyoslash natijasida o'zgarish fe'llarining qo'llanish chastotasida sezilarli tafovut aniqlanmadi. Farq asosan ularning leksik ifodalanishida namoyon bo'ldi, grammatik qurilishda esa katta tafovut kuzatilmadi.

Iqtisodiy ko'rsatkichlarga oid sarlavhalarda axborot manbai odatda ochiq ifodalangan. Reuters, IMF, Fitch yoki IMV kabi tashkilotlar harakat bajaruvchisi sifatida bevosita ko'rsatiladi. Shu sababli tadqiqot boshida ilgari surilgan, ingliz tilida faol nisbat, o'zbek tilida esa passiv shakllar ustun bo'ladi, degan taxmin iqtisodiyotga oid materiallarda to'liq tasdiqlanmadi.

Tahlil natijalari yana bir muhim jihatni ko'rsatdi. Presuppozitsiya va agentivlik bir-biri bilan bog'liq bo'lsa-da, ularni ayni bir pragmatik hodisa sifatida baholash to'g'ri bo'lmaydi. Har ikkisi alohida tahlil mezonini talab qiladi. Aks holda media sarlavhalarining pragmatik xususiyatlarini to'liq izohlash qiyinlashadi.

Gadamer [5] ilgari surgan "tushunish ufq" konsepsiyasi bu holatni izohlashga yordam beradi. Masalan, 18-misolda keltirilgan "147 mlrd dollardan oshdi" ko'rsatkichi "O'zbekiston-2030" strategiyasida belgilangan maqsadli ko'rsatkichlardan xabardor o'quvchi uchun qo'shimcha mazmun kasb etadi. Bunday bilimga ega bo'lmagan o'quvchi esa ushbu raqamni oddiy statistik ma'lumot sifatida qabul qiladi.

O'tkazilgan tahlil natijalari ingliz va o'zbek tillaridagi onlayn media sarlavhalarida presuppozitsiya asosan bir xil til vositalari orqali ifodalanishini ko'rsatdi. Ayniqsa, o'zgarish fe'llari har ikki tilda ham eng faol presuppozitsiya triggerlaridan biri sifatida qo'llanadi. Agentivlikning ifodalanishida esa ayrim farqlar

kuzatildi. Tahlil qilingan o'zbek tilidagi 3, 4, 15, 19 va 20-misollarda harakat bajaruvchisi bosh gap tarkibida emas, balki bezshaxs konstruksiya yoki qo'shimcha izoh shaklida ifodalangan.

Olingan natijalar tarjima amaliyoti uchun ham muhimdir. Yangilik sarlavhasini boshqa tilga o'g'irishda faqat leksik mazmunni emas, balki presuppozitsiyani yuzaga keltiruvchi triggerlarni ham saqlash lozim. Masalan, o'zgarish fe'lini umumiy ma'noli neytral birlik bilan almashtirish natijasida matnda nazarda tutilgan "avvalgi holat" haqidagi yashirin ma'no yo'qolishi mumkin. Shu sababli sarlavhani tarjima qilishda uning pragmatik xususiyatlarini ham hisobga olish zarur.

Media savodxonligini rivojlantirish nuqtai nazaridan ham presuppozitsiyani tahlil qilish muhim ahamiyatga ega. O'quvchini sarlavhada bevosita ifodalanmagan, ammo oldindan mavjud deb qabul qilinayotgan ma'lumotlarni ajrata olishga o'rgatish axborotni tanqidiy baholash ko'nikmasini shakllantirishga yordam beradi.

Tadqiqot pilot xususiyatga ega bo'lgani sababli ayrim cheklovlar ega. Tahlil 20 ta sarlavha asosida amalga oshirildi va kodlashtirish ishlari bitta tadqiqotchi tomonidan bajarildi. Shu bois olingan natijalar yakuniy xulosa sifatida emas, balki keyingi tadqiqotlar uchun dastlabki ilmiy kuzatuv sifatida baholanishi maqsadga muvofiq. Korpus hajmini kengaytirish hamda kodlashtirish jarayoniga mustaqil tadqiqotchilarni jalb qilish natijalarning ishonchligini yanada oshirishi mumkin.

Keyingi tadqiqotlarda presuppozitsiya va agentivlikning o'zaro bog'liqligini kengroq til materiali asosida statistik usullar bilan tekshirish maqsadga muvofiq bo'ladi. Oliy ta'lim muassasalarida esa presuppozitsiya va media sarlavhalarining pragmatik xususiyatlarini tarjimaunoslik, jurnalistika hamda media lingvistikasi fanlari doirasida alohida mavzu sifatida o'rganish foydali natija berishi mumkin.

ADABIYOTLAR

1. Baker P. Using Corpora in Discourse Analysis. - London: Continuum, 2006.
2. Bednarek M., Caple H. News Discourse. - London: Continuum, 2012.
3. Entman R.M. Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm // Journal of Communication. -1993.-Vol. 43, № 4.-P. 51-58.
4. Fairclough N. Media Discourse. - London: Edward Arnold, 1995.
5. Gadamer H.-G. Truth and Method. -2nd rev. ed. - London: Continuum, 2004.
6. Grice H.P. Logic and Conversation // Syntax and Semantics. Vol. 3: Speech Acts / Ed. by P. Cole, J.L. Morgan. - New York: Academic Press, 1975. - P. 41-58.
7. Halliday M.A.K., Matthiessen C.M.I.M. Halliday's Introduction to Functional Grammar. - 4th ed. - London: Routledge, 2014.
8. Johanson L., Csato E.A. The Turkic Languages. -2nd ed. - London: Routledge, 2022.
9. Levinson S.C. Presumptive Meanings: The Theory of Generalized Conversational Implicature. - Cambridge, MA: MIT Press, 2000.
10. Mahmudov N. Presuppozitsiya va gap // O'zbek tili va adabiyoti. -1986.-B. 29.
11. Mahmudov N., Nurmonov A. O'zbek tilining nazariy grammatikasi: Sintaksis. - Tashkent: Fan, 2000.
12. Nurmonov A. Gap haqidagi sintaktik nazariyalar. - Tashkent: Fan, 1988.
13. Partington A. Corpora and Discourse, a Most Congruous Beast // Corpora and Discourse / Ed. by A. Partington, J. Morley, L. Haarman. - Bern: Peter Lang, 2004. - P. 11-20.
14. Ricoeur P. Interpretation Theory: Discourse and the Surplus of Meaning. - Fort Worth: Texas Christian University Press, 1976.
15. Safarov Sh. Pragmalingvistika. - Tashkent: Fan, 2008.
16. Sperber D., Wilson D. Relevance: Communication and Cognition. -2nd ed. - Oxford: Blackwell, 1995.
17. Van Dijk T.A. News as Discourse. - Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1988.
18. Wodak R., Meyer M. (eds). Methods of Critical Discourse Analysis. -2nd ed. - London: Sage, 2009.
19. Yule G. Pragmatics. - Oxford: Oxford University Press, 1996.
20. "Raqamli O'zbekiston - 2030" strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida: O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 5-oktabrdagi PF-6079-son Farmoni // Lex.uz.