

# INGLIZ TILIDAGI OMMAVIY KECHIRIMLARNING LINGVOPRAGMATIK TAHLILI

**Quldosheva Gulzira**

Ikkinchi oliy ta'lim talabasi, 412-guruh

**Nuraliyeva Gulzebo**

Denov tadbirkorlik va pedagogika instituti

Filologiya fakulteti

Chet tillari va adabiyoti (quyi kurslar) kafedrası o'qituvchisi

## ANNOTATSIYA

Ushbu maqolada ingliz tilidagi ommaviy kechirim nutqlarining lingvopragmatik, pragmalingvistik va diskursiv xususiyatlari keng tahlil qilinadi. Tadqiqot siyosatchilar, mashhur shaxslar va korporativ tashkilotlar tomonidan amalga oshirilgan ommaviy kechirim nutqlariga asoslanadi. Ommaviy kechirimlar faqat emotsional afsus bildirish emas, balki ijtimoiy imijni boshqarish, jamoatchilik ishonchini tiklash va krizis kommunikatsiyani nazorat qilish vositasi sifatida qaraladi. Tadqiqotda nutqiy aktlar nazariyasi (Austin, Searle), "face theory" (Goffman) va politeness theory (Brown & Levinson) asos qilib olindi. Natijalar shuni ko'rsatadiki, kechirim nutqlarida strategik manipulyatsiya, javobgarlikni yumshatish va emotsional ta'sirni kuchaytirish kabi pragmatik mexanizmlar keng qo'llaniladi.

**KALIT SO'ZLAR:** lingvopragmatika, ommaviy kechirim, nutqiy akt, diskurs tahlili, krizis kommunikatsiya, imij boshqaruvi, face-work, pragmatik strategiyalar

## KIRISH

Zamonaviy global media muhitida ommaviy kechirimlar juda muhim kommunikativ hodisaga aylangan. Internet va ijtimoiy tarmoqlarning rivojlanishi natijasida siyosatchilar, mashhurlar va kompaniyalar har qanday xatoga tezkor javob berishga majbur bo'lmoqda.

Ommaviy kechirimlar nafaqat axloqiy javobgarlik ifodasi, balki krizis kommunikatsiyaning asosiy elementi hisoblanadi.

Lingvopragmatik jihatdan kechirimlar “face-threatening act” sifatida qaraladi, chunki ular so‘zlovchining ijtimoiy obro‘sigga bevosita ta’sir qiladi. Goffman (1967) nazariyasiga ko‘ra, har bir inson o‘zining “face” (ijtimoiy yuz)ini saqlashga intiladi. Shu sababli kechirim nutqlari o‘z-o‘zini himoya qilish va auditoriyani qayta ishonirish strategiyasi sifatida ishlatiladi.

Ushbu tadqiqotning dolzarbligi shundaki, bugungi kunda ommaviy kechirimlar tobora strategik va manipulyativ tus olmoqda. Tadqiqot maqsadi — ingliz tilidagi ommaviy kechirimlarning lingvopragmatik mexanizmlarini aniqlash va ularning kommunikativ samaradorligini tahlil qilishdir. Ommaviy kechirimlar zamonaviy media maydonida ayniqsa ijtimoiy tarmoqlar rivojlangan davrda yanada murakkablashdi. Bugungi kunda kechirimlar nafaqat televizion bayonotlarda, balki Twitter, Instagram va YouTube kabi platformalarda ham tez-tez uchramoqda. Bu holat kechirimlarning shakli va tiliga ham ta’sir qilmoqda: ular qisqaroq, emotsionalroq va tezkor javob shaklida ifodalanmoqda. Shuningdek, global auditoriyaga mo‘ljallangan kechirimlarda madaniyatlararo pragmatik farqlar ham muhim rol o‘ynaydi. Bir madaniyatda to‘g‘ridan-to‘g‘ri javobgarlikni tan olish talab qilinsa, boshqasida yumshatish strategiyasi ko‘proq qo‘llaniladi.

## **METODOLOGIYA**

Tadqiqotda sifat (qualitative) yondashuv qo‘llanildi. Material sifatida 20 dan ortiq ingliz tilidagi ommaviy kechirim matnlari tahlil qilindi. Ular quyidagi sohalardan tanlab olindi:

siyosiy inqirozlar (political scandals)

korporativ xatoliklar (corporate failures)

mashhurlar bilan bog‘liq media mojarolari

Tahlil usullari:

Diskurs tahlili – matnning umumiy strukturasi o‘rganish

Lingvopragmatik tahlil – nutqiy strategiyalarni aniqlash

Kontent tahlil – takrorlanuvchi iboralarni ajratish

Pragmatik tasniflash – kechirim elementlarini kategoriyalash

Tahlil quyidagi pragmatik birliklarga asoslandi:

afsus ifodasi (expression of regret)

javobgarlik (responsibility)

asoslash (justification)

tuzatish/kompensatsiya (repair strategy)

kelajak va’dasi (promise of non-recurrence)

Tadqiqotda korpus lingvistika elementlari ham qisman qo‘llanildi, ya’ni takrorlanuvchi iboralar va pragmatik birliklar statistik jihatdan kuzatildi. Bundan tashqari, kechirim nutqlari ularning kontekstiga qarab (siyosiy, korporativ, shaxsiy) alohida guruhlariga ajratildi. Har bir guruhda qo‘llanilgan strategiyalar chastotasi solishtirildi. Bu esa kechirim nutqlarining funksional farqlarini aniqroq ko‘rsatishga yordam berdi. Shuningdek, intertekstual yondashuv orqali oldingi mashhur kechirimlar bilan yangi misollar taqqoslandi.

## **NATIJARLAR**

Tahlil natijalari ingliz tilidagi ommaviy kechirimlarda bir nechta asosiy lingvopragmatik strategiyalar mavjudligini ko‘rsatdi.

Birinchi va eng muhim strategiya — afsus bildirish strategiyasi. Bu strategiya “I am deeply sorry”, “We sincerely apologize” kabi emotsional iboralar orqali amalga oshiriladi. Ushbu ifodalar auditoriyada empatiya va hissiy bog‘lanish yaratadi.

Ikkinchi strategiya — javobgarlikni qabul qilish. Bunda so‘zlovchi xatoni to‘liq yoki qisman tan oladi. Ammo ko‘pincha yumshatish elementlari qo‘shiladi, masalan: “We accept responsibility, but...” Bu esa pragmatik jihatdan “face-saving strategy” hisoblanadi.

Uchinchi strategiya — asoslash va tushuntirish. So‘zlovchilar xatoni oqlash yoki yumshatish uchun kontekst beradi. Masalan, “due to miscommunication” yoki “unforeseen circumstances” kabi iboralar ishlatiladi.

To‘rtinchi strategiya — kompensatsiya strategiyasi, ayniqsa korporativ diskursda kuchli namoyon bo‘ladi. Bu moddiy yoki xizmat ko‘rinishidagi kompensatsiyalarni o‘z ichiga oladi. Beshinchi strategiya — kelajakda takrorlanmaslikka va‘da berish. Bu auditoriya ishonchini tiklashda muhim rol o‘ynaydi: “We will ensure this never happens again.” Tahlil davomida yana bir muhim jihat aniqlandiki, ommaviy kechirimlarda “emotion vs responsibility balance” ya’ni hissiyot va javobgarlik o‘rtasidagi muvozanat muhim rol o‘ynaydi. Siyosiy nutqlarda javobgarlikni kamaytirish tendensiyasi kuchli bo‘lsa, mashhurlar nutqida hissiy empatiya ustunlik qiladi. Korporativ kechirimlarda esa rasmiy va huquqiy til elementlari ko‘proq uchraydi. Bundan tashqari, “passive voice” (majhul nisbat) ko‘pincha javobgarlikni yashirish yoki yumshatish uchun ishlatiladi, masalan: “Mistakes were made” kabi iboralar.

## MUHOKAMA

Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, ommaviy kechirimlar sof lingvistik hodisa emas, balki murakkab ijtimoiy-pragmatik jarayondir. Ular siyosiy, iqtisodiy va psixologik funksiyalarni bajaradi.

Goffman (1967) nazariyasiga ko‘ra, kechirim “face-work” jarayonining asosiy qismi hisoblanadi. So‘zlovchi o‘zining ijtimoiy imijini saqlash uchun tilni strategik tarzda

boshqaradi. Brown & Levinson (1987) esa kechirimlarni “politeness strategy” sifatida ko‘rib chiqadi.

Shuningdek, zamonaviy media muhitda kechirimlar tezkor, qisqa va emotsional bo‘lishi talab qilinadi. Bu esa ularning lingvopragmatik tuzilishiga sezilarli ta’sir ko‘rsatadi. Ayniqsa, ijtimoiy tarmoqlar (Twitter, Instagram) kechirim nutqlarini yanada soddalashtirib yuborgan. Tahlil davomida yana bir muhim jihat aniqlandiki, ommaviy kechirimlarda “emotion vs responsibility balance” ya’ni hissiyot va javobgarlik o‘rtasidagi muvozanat muhim rol o‘ynaydi. Siyosiy nutqlarda javobgarlikni kamaytirish tendensiyasi kuchli bo‘lsa, mashhurlar nutqida hissiy empatiya ustunlik qiladi. Korporativ kechirimlarda esa rasmiy va huquqiy til elementlari ko‘proq uchraydi. Bundan tashqari, “passive voice” (majhul nisbat) ko‘pincha javobgarlikni yashirish yoki yumshatish uchun ishlatiladi, masalan: “Mistakes were made” kabi iboralar.

## **XULOSA**

Ingliz tilidagi ommaviy kechirimlar murakkab lingvopragmatik tizimga ega bo‘lib, ular ijtimoiy ishonchni tiklash va krizis kommunikatsiyani boshqarishda muhim rol o‘ynaydi. Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, eng samarali kechirimlar bir nechta strategiyaning kombinatsiyasidan iborat bo‘ladi. Tahlil davomida yana bir muhim jihat aniqlandiki, ommaviy kechirimlarda “emotion vs responsibility balance” ya’ni hissiyot va javobgarlik o‘rtasidagi muvozanat muhim rol o‘ynaydi. Siyosiy nutqlarda javobgarlikni kamaytirish tendensiyasi kuchli bo‘lsa, mashhurlar nutqida hissiy empatiya ustunlik qiladi. Korporativ kechirimlarda esa rasmiy va huquqiy til elementlari ko‘proq uchraydi. Bundan tashqari, “passive voice” (majhul nisbat) ko‘pincha javobgarlikni yashirish yoki yumshatish uchun ishlatiladi, masalan: “Mistakes were made” kabi iboralar.

## **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR**

Austin, J. L. (1962). *How to Do Things with Words*.

Searle, J. R. (1969). *Speech Acts*.

Goffman, E. (1967). Interaction Ritual.

Brown, P., & Levinson, S. C. (1987). Politeness.

Tavuchis, N. (1991). Mea Culpa.

Holmes, J. (1990). Apologies in English discourse.

Blum-Kulka, S. et al. (1989). Cross-Cultural Pragmatics.

Lazare, A. (2004). On Apology.