

## MEDIATILSHUNOSLIKDA MEDIA MATNLARNING O'RNI

*Jurayeva Maftuna Erkin qizi*  
*[maftunajurayeva1209@gmail.com](mailto:maftunajurayeva1209@gmail.com)*

*Ingliz tili fani o'qituvchisi*  
*Farg'ona davlat universiteti*

**Kalit so'zlar:** mediadiskurs, media, ommaviy axborot vositalari, hodisa, til tilshunoslik, information, media matn

### KIRISH

Media - ijtimoiy, madaniy, mafkuraviy, iqtisodiy, texnik va texnologik va boshqa parametrlarni o'z ichiga olgan ko'p o'lchovli hodisa. Ommaviy axborot vositalarining ko'p o'lchovli bo'lishi ularning mohiyati to'g'risida turli xil tushunchalar, nazariyalar va fikrlarni shakllantiradi. Aslida, ommaviy axborot vositalarining hodisasini tavsiflovchi ko'plab nazariyalar mavjud, ammo ularda nafaqat yakuniy estetik ta'sir yetishmaydi, balki har qanday nazariyani kuchli, barqaror va zamonaviy insonga mutanosib qiladigan narsa formulalarning qat'iyiligi, ularning izchilligi va bir-biriga muvofiqligi. Ommaviy axborot vositalarini tushunish tajribasi shuni ko'rsatadiki, ilmiy jamoatchilik hali ham "nazariy chuqurlikda yoki ommaviy axborot vositalari aylanmasi sohasida sodir bo'layotgan voqealarni har qanday to'liq empirik o'rganishda jiddiy yutuqlar bilan maqtana olmaydi".[1]

Hozirgi vaqtda ilmiy qiziqishlar markazini ommaviy axborot muammolariga, ommaviy nutq ta'sir qilish muammolariga yo'naltirishning aniq tendensiyasi mavjud. Tinglovchilarga ta'sir etish mexanizmlari o'rganiladi, lingvistik va paralingvistik ta'sir ko'rsatadigan vositalar aniqlanib, ayrim nutq turlari misollarida tahlil qilinadi: samimiy bo'lmagan, siyosiy, marosim, diniy, reklama, ommaviy axborot vositalari nutqi va boshqalar.

Til haqiqiy imo-ishora tizimi haqiqatan ham nutq shaklida mavjud. Mavhum aloqa mavjud emas, u har doim inson faoliyatining ma'lum bir sohasida, ma'lum bir ijtimoiy makonda sodir bo'ladi. Tilshunoslik adabiyotida biz umuman nutqni emas, balki ba'zi bir o'ziga xos nutqlarni tahlil qilish bilan duch kelamiz.

Adabiyotga yo'naltirilgan va adabiyotda adresat xulq-atvoriga ta'sir o'tkazish, tartibga solishga qaratilgan tilning vazifasi turlicha deyiladi: konativ, voluntativ, so'zlovchi, tartibga soluvchi. Ushbu funksiyaning mohiyati shundaki, u adresatga ta'sir o'tkazish, ularning irodasini yuklash, adresat niyatlarini o'zgartirish va h.k.larni ifoda etadi. I.V.Aleshanova ta'kidlaganidek: "Ommaviy-informatsion nutqning asosiy funksiyalari informatsion va ta'sirchan hisoblanadi. Ta'sir etuvchi yetakchi deb tan olinadi va axborot beruvchi uni amalga oshirish uchun kontekst sharoitlarini yaratadi".

So'nggi o'n yilliklarda gumanitar fanlar sohasida jamoat aloqalariga bo'lgan qiziqish ortdi, bu quyidagi omillar bilan izohlanadi: taraqqiyotning turli davrlarida til tizimi faoliyatining real sohalariga aylangan tilshunoslik fanining ichki ehtiyojlari; ijtimoiy ong sohasidagi turli tendentsiyalarni kuzatib borish uchun siyosiy matnlarni va ommaviy axborot vositalarining matnlarini tahlil qilish usullarini ishlab chiqish zarurati; jamoat aloqasini jamoatchilik ongini manipulyatsiya qilishdan ozod qilishga urinishlar bilan bog'liq bo'lgan ijtimoiy buyurtma.

Media kommunikatsiya sohasiga murojaat qilish ommaviy muloqotning polidiskursiv makonidagi media-diskursning yadro pozitsiyasiga bog'liq: u tez o'zgaruvchan dunyoda o'zining ahamiyatsiz ko'rinishini ham qo'lga kiritish uchun tematik cheksizligi, janr o'ziga xosligi va intilishi tufayli barcha institutsional va kundalik aloqalarga kirib boradi. Ommaviy axborot vositalarining nutqi eng "globallashgan" va dolzarbdir, ya'ni. ijtimoiy voqelikning so'nggi tendentsiyalari va hodisalarini aks ettiradi.

### **ADABIYOTLAR TAHLILI VA METODOLOGIYASI**

Mediadiskurs - bu tilshunoslik bilan bog'liq ko'plab fanlarning qiziqishlari doirasiga kiradi, bu asosan, ommaviy kommunikatsiya mohiyati bilan izohlanadi. Ommaviy axborot vositalarini intensiv o'rganish sotsiologiya, psixologiya va aloqa nazariyasida olib boriladi. Sotsiologiya doirasida tadqiqotlar g'oyaviy mohiyatini, ommaviy kommunikatsiyaning ijtimoiy funksiyasini, uning jamiyat uchun ahamiyatini aniqlashga qaratilgan. Ommaviy axborot vositalarini o'rganishning psixologik jihati vositachilik aloqalarini, ma'lumotlarni idrok etish xususiyatlarini, auditoriyaga ta'sir o'tkazish mexanizmlarini o'rganish, ularni manipulyatsiya qilish masalalarini o'rganish bilan bog'liq.

Media nutqni o'rganishda ustuvor yo'nalishlardan biri kognitiv yondashuvga aylandi: ommaviy axborot vositalari vositachilik vazifasi tufayli nafaqat voqelikni aks ettiradi, balki ularni (media kanallari, g'oyaviy munosabat, madaniy xususiyatlar xususiyatlari) sharhlab, dunyoning maxsus - jurnalistik rasmini yaratadi. Axborot jamiyati, lingvistik dunyoqarash, mafkura va madaniyat media-matnlarni o'rganishning bilim darajasidagi eng muhim tushunchalarga aylanib bormoqda.[2]

Media tilshunosligini mustaqil yo'nalish sifatida ajratish, media-matnlarni o'rganishning ilgari ajralib chiqqan jihatlarining yagona obykti bilan bog'liq. Shakllanish davrini boshdan kechirayotgan ilmiy yo'nalishni o'rganish mavzusi tilning ommaviy kommunikatsiya sohasidagi faoliyatini har tomonlama o'rganishdir. Shu bilan birga, mediamatn - bu lingvistik va media xususiyatlarining dialektik birligi bo'lib, ommaviy axborot vositalarining nutqining uchta darajasi bilan ifodalanadi: og'zaki matn, video ketma-ketligi yoki grafik tasvir darajasi va tovush darajasi. Media lingvistikasi doirasida ommaviy kommunikatsiya matnlarining barcha tarkibiy qismlari va darajalari lingvistik va ekstralingvistik omillarning kombinatsiyasida tahlil

qilinadi: media-matnlarni yaratish va tarqatish usullarining ularning lingvistik-format xususiyatlariga ta'siri, funksional-janr tasnifi masalalari, fonologik, sintagmatik va stilistik xususiyatlari, izohlash xususiyatlari, madaniyatga xos xususiyatlar, mafkuraviy modallik, pragmalingvistik qiymat. Media tilshunosligining uslubiy apparati barcha yo'nalishlarning yutuqlarini birlashtirdi, ular doirasida ommaviy axborot vositalari matnlari o'rganildi: nutqni tahlil qilish, tarkibni tahlil qilish, kognitiv tilshunoslik, tanqidiy tahlil, funksional stilistika, madaniy tilshunoslik.

Media nutq juda xilma-xil bo'lib, bu holat uning turlarini maxsus o'rganishni talab qiladi. Biroq, ommaviy axborot vositalarining tiliga bag'ishlangan asarlarda, birinchi navbatda bosma nashrlar lingvistik tendensiyalarni kuzatish uchun material sifatida ishlatiladi. So'nggi yillarda tilshunoslarning televizion nutqqa bo'lgan e'tiborlari tobora ortib bormoqda va shu paytgacha radio nutqiga bag'ishlangan tadqiqotlar juda kam. Har xil turdagi media-diskurslarning o'ziga xos xususiyatlarini baholash nuqtai nazaridan qiziqish adabiy jins va zamonaviy ommaviy axborot vositalarining uchta asosiy turi o'rtasidagi chuqur ichki aloqani asoslab bergan Prozorova, "radio matni, eshitish dunyosining asosiy qonunlariga yo'naltirilganligi, hozirgi paytda hamdardlik va xushyoqish, hissiy jihatdan ekspressional yo'nalishi bilan lirik turga eng yaqin." [3] Bosma nashrlar, muallifning so'zlariga ko'ra, eposning eng muhim voqealariga ega va televizion matnlar ularning tuzilishi va amalga oshirilishida dramaturgiyaga o'xshashdir. Muallif ta'kidlashicha, "media-matnlar nafaqat haqiqatni passiv tarzda aks ettiradi, balki uni faol shakllantiradi va yaratadi. Ommaviy axborot vositalari birgalikda voqelikning badiiy va obrazli illyustratsiyasini yaratadi va faol ravishda bizga yuklaydi. Ommaviy axborot vositalari bizga dunyoni obraz sifatida anglash imkoniyatini beradi - bu asta-sekin yoki to'g'ridan-to'g'ri uyg'otadigan kayfiyat, tajriba, taassurotlarning ko'p qiymatli majmuasi orqalidir". [4]

Media nutqni o'rganishda eng muhim ilmiy vazifa nutqning o'zaro ta'siri va ta'sir modellarini aniqlashdir. Media nutq ommaviy og'zaki nutqning bir turi bo'lganligi sababli, dialogik nutqni tashkil qilish tamoyillarini farqlash zarur: umuman jamoat nutqidan kelib chiqish; ommaviy axborot vositalarining kommunikativ xususiyatlaridan; uning bir yoki boshqa turlaridan. Shuni yodda tutish kerakki, jamoat nutqining turlari va janrlari maqsad va ko'lam jihatidan farq qiladi. Mediadiskursni o'ziga xos kommunikativ modellar tomonidan amalga oshiriladigan maxsus aqliy makon sifatida tavsifi o'zini oqlaydi. Mediadiskurs ommaviy axborot vositalarining determinantlari orqali tavsiflanishi va boshqa ommaviy muloqot turlari bilan taqqoslanishi kerak; radiokurs, televizion nutq va bosma ommaviy axborot vositalarining nutqining o'ziga xos xususiyati nutqqa xos bo'lgan pragmatik shartlarning kombinatsiyasi bilan aniqlanganligini va faqat bitta yoki boshqa turdagi nutq uchun xarakterli ekanligini hisobga olgan holda ommaviy nutq navlari umumiy va o'ziga xos prizma orqali tavsiflanishi kerak.

## MUHOKAMA VA NATIJALAR

Mediadiskurs hozirgi vaqtda uning ishtirokchilarining nutq xatti-harakatlari strategiyasi va taktikasidagi sezilarli o'zgarishlar bilan ajralib turadi, bu esa uni kommunikativ-pragmatik jihatdan o'rganish uchun asos bo'lib xizmat qiladi. Oldindan belgilangan shakllarga ega bo'lgan an'anaviy jamoatchilik suhbatlari asosan tayyorlangan monologlardan iborat edi. Qayta tiklashdan keyingi davrda zamonaviy nutqning dinamik doirasiga aylandi, kengaydi va yangi turlar bilan boyitilmoqda. Ushbu shakllardan biri bu ommaviy axborot vositalarida ma'ruzachi va tinglovchining dialogik o'zaro ta'sirini lingvistik namoyish etishning o'ziga xos usullarini aks ettiradigan efirdagi dialogdir. Ijtimoiy sharoitga, yangi psixologik munosabatlarga, zamondoshimizning nutq xatti-harakatlari ham o'zgaradi. Tadqiqotchilarning kuzatuvlarini sarhisob qiladigan bo'lsak, hozirgi zamon o'zbek tilining eng xarakterli xususiyatlarini qayd etaylik, ular jamoat aloqalarida yorqin ifoda topmoqdalar: zamonaviy ommaviy axborot vositalarining lingvistik normasining dinamizmi; ilgari o'rnatilgan normani o'zgartiradigan va tilga xos rivojlanish mexanizmlarini faollashtiradigan jamoat nutqining tayyor emasligi; ma'ruzachilarning nutq tezligining pasayishi; chet tilidagi inkluzivlarni nutqga faol kiritish; nafaqat norasmiy muloqotda, balki matbuotda va og'zaki jamoat nutqida odatiy bo'lmagan so'z shakllanishi va qisqartirilgan so'z boyligidan foydalanish; nutqni bepul qurish mexanizmlarini faollashtirish; nutqning sintaktik tuzilishini o'zgartirish; og'zaki ommaviy nutq intonatsiyasining o'zgarishi, bu norasmiylik, yaqinlik intonatsiyalarining mashhurligida ifodalanadi.[5]

Mediadiskursni tashkil etish tamoyillari va tarkibiy va semantik tashkil etilishidagi o'zgarishlarni o'rganish alohida o'rin tutishi kerak. Masalan, radio-diskursni tarkibiy-matnli tashkil etishning o'ziga xos media-nutqini o'ziga xosligini baholab, biz radio-diskurs tushunchasiga sodiq qolamiz, unga ko'ra u (strukturaviy tashkil etish nuqtai nazaridan) turli xil aloqa turlariga yo'naltirilgan ko'plab matnlardan iborat. Radiotekstning media matn turi sifatida o'ziga xosligi muallifning maxsus turida, o'ziga xos matn modalligida, aloqa jarayonida ishtirok etish uchun mo'ljallangan muallifning "men" ning turli xil ko'rinishida ko'rinadi. Tadqiqotning tegishli ilmiy darajasi media-nutqning polidissuriv makonini tahlil qilish usullari va usullarini to'g'ri tanlash va asoslash, shuningdek, uning navlarining lingvistik va kommunikativ o'ziga xosligini hisobga olgan holda lingvistik pragmatik salohiyatga ega lingvistik birliklar tizimini aniqlashni ta'minlaydi. Jamoatchilik bilan muloqotda og'zaki ta'sir o'tkazish muammosi kommunikatsion vaziyatning xususiyatlarini, kommunikatorlar maqomini, ularning bilim darajasi, og'zaki va og'zaki bo'lmagan kanallarning o'zaro ta'sirini hisobga olishni o'z ichiga oladi. Ko'rsatilgan savollar to'plamining muvaffaqiyatli yechimi lingvistik tahlilning o'zi kommunikativ-pragmatik bilan birlashtirilishi sharti bilan amalga oshirilishi mumkin, ya'ni lingvistik-

pragmatik yondashuv uning navlari bo'yicha media-diskursni o'rganishda ustuvor ahamiyatga ega bo'lishi kerak. Lingvistik va ekstralingvistik xususiyatlarni o'rganish orqali jamoat nutqining har xil turlarining o'ziga xos xususiyatlarini ochib berish zamonaviy ommaviy nutqning kommunikativ makonining o'ziga xos xususiyatlarini aniqlashga yordam beradi.

Tadqiqot natijalarini biznes, ijtimoiy va madaniy aloqa sohalariga kiritish imkoniyati, shuningdek, integratsiya qilish imkoniyati progressni o'rganish polidiskursiv makonni tahlil qilish metodologiyasi va uning o'ziga xos natijalari tadqiqotga amaliy ahamiyat beradi. Ushbu turdagi nutqning asosiy vazifasi ma'lum pozitsiyalardan ma'lum ma'lumotlarni etkazish va shu bilan kerakli ta'sirga erishishdir. Axborot va ta'sir etuvchi potentsiallarning funktsional birligi uni ommaviy auditoriyani boshqarish uchun kuchli vositaga aylantiradi. Gazeta matnining nutq tuzilishini tavsiflash uchun, gazeta nutqining elementi sifatida, matn sathining minimal tarkibiy va semantik birligi - nutq shakli ajratilgan. Adresent nutq kontseptsiyasini amalga oshirish jarayonida nutq shakllari yirik tarkibiy va kompozitsion birliklar - funktsional tematik bloklarga birlashtiriladi. Gazeta matnlari uchun xos bo'lgan nutq shakllari ro'yxatiga quyidagi sodda va murakkab nutq shakllari kiradi:

- "Ma'lumot berish" nutqiy harakatini amalga oshiradigan tavsif elementlari bilan "xabarni aniqlash";

- "Fikrlash", nutq harakatlari bilan "izohlash" va "baholash" bilan o'zaro bog'liqlik.

Ushbu nutq shakllarining mumkin bo'lgan kombinatsiyalarini hisobga olgan holda, gazeta matnlariga xos bo'lgan funktsional-tematik bloklarning asosiy turlari ajratiladi:

- ma'lumot beruvchi;
- ma'lumot beruvchi va baholovchi;
- ma'lumot beruvchi va bahsli;
- bahsli va baholovchi.[6]

## **XULOSA**

Ko'rinib turibdiki, ushbu nutq shakllari va funktsional-tematik bloklarni tanlash muallifning modali bilan bog'liq, ya'ni muallif tomonidan ma'lumotni taqdim etish usuli va taqdim etilgan materialga muallifning subyektiv munosabatini ifodalash darajasi. Shuni ta'kidlash kerakki, turli xil mualliflik modalligi gazeta nutqining turli janrlariga xosdir. Analitik janrlarning matnlari muallifning modalligi bilan ifodalanadi, bevosita ifoda etilgan - materialni uzoqdan taqdim etish, ekspresiv lug'at va nutq so'zlash uslubi elementlaridan cheklangan foydalanish, tavsif va xabar bilan taqqoslaganda ko'proq fikr yuritish, axborotni taqdim etishning usuli deb ta'riflanishi mumkin.

**FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:**

1. Koller, V. (2005) .*Critical Discourse Analysis and Social Cognition: evidence from business media discourse. Discourse and Society*, 16(2):199-214.
2. Renkema, J. (2004). *Introduction to Discourse Studies*. John Benjamins Publishing Company.
3. Полонский, А. В. современный медиа-дискурс: основные идеи и слова // русский язык в современном медиа-пространстве. Научно-практическая конференция. - Белгород: Бельгия, 2009. P. 151-160
4. Anthonissen, C. (2001). "On the effectivity of Media Censorship: An Analysis of Linguistic, Paralinguistic and other communicative devices used to defy Media Restrictions". A PhD Thesis. University of Vienna
5. Van Dijk, T. (1988). Semantics of a press panic. *European Journal of Communication* 3, 167-187.
6. Wodak, R. & de Cilia, R. (2006). Politics and Language: Overview. In *Encyclopedia of Language & Linguistics*, (2nd Ed., Vol. 9, pp. 707-719). Oxford: Elsevier.
6. Jurayeva M, E. Media discourse features. *Международный научный «Научный импульс» журнал № 3 (100), часть 1 Октябрь, 2022*
7. Maftuna Erkin qizi Jurayeva, Shahnoza Zaitjon qizi Djumabayeva. *Mediata'lim OAV va kommunikatsiyaning bir qismi. Scientific progress. Volume4\Issue4\2023, 234-241*