

TILSHUNOSLIKDA MEDIAMATNNING O'RNI

Abdullayeva Madinabonu Qurbonali qizi

O'zMU 1-bosqich magistranti.

Annotatsiya: Ma'lumki, hozirgi kunda tilshunoslikda yangi yo'nalishlar va sohalar o'rganilmoqda. Ushbu maqolada ham mediamatn haqida umumiy ma'lumotlarni berilgan. Shu bilan birga, mediamatn-tilshunoslik bilan ko'plab fanlarning qiziqishlari doirasiga kirishi, bu asosan ommaviy kommunikatsiya mohiyati bilan izohlanadi va mediamatnlarning tilshunoslikda o'rganilishi, ularning turlari haqida ma'lumot beradi. Bundan tashqari mediamatnlarning funksional guruhlanishi, ularning o'ziga xoslik jihatlari izohlangan. Shuni qo'shimcha qilish mumkinki, mediamatnlardagi bo'linishlar tilshunoslar tomonidan turlicha bo'lagani va ularning farqlari tushuntirib berilgan.

Kalit so'zlar: Medialingvistika, mediamatn, diskurs, kommunikatsiya, reklama, matbuot, siyosiy nutq, oilaviy nutq, sport diskursi, internet diskursi, telematn, radiomatn, ilmiy matn, badiiy matn.

Abstract: It is known that new directions and fields are being studied in linguistics today. This article also provides general information about media text. At the same time, mediatext-linguistics is the interest of many disciplines, which is mainly explained by the essence of mass communication, and the study of mediatexts in linguistics provides information about their types. In addition, the functional grouping of media texts and their characteristics are explained. It can be added that the divisions in media texts are different by linguists and their differences are explained.

Keywords: Media linguistics, media text, discourse, communication, advertising, press, political discourse, family discourse, sports discourse, internet discourse, teletext, radio text, scientific text, artistic text.

Аннотация: Известно, что сегодня в лингвистике изучаются новые направления и области. В этой статье также представлена общая информация о медиатексте. В то же время медиатекст-лингвистика вызывает интерес многих дисциплин, что в основном объясняется сущностью массовой коммуникации, а изучение медиатекстов в лингвистике дает информацию об их видах. Кроме того, поясняется функциональная группировка медиатекстов и их характеристики. Можно добавить, что лингвисты различают подразделения медиатекстов и объясняют их различия.

Ключевые слова. Медиалингвистика, медиатекст, дискурс, коммуникация, реклама, пресса, политический дискурс, семейный дискурс, спортивный дискурс, интернет-дискурс, телетекст, радиотекст, научный текст, художественный текст.

So'nggi yillarda ijtimoiy fanlarga qiziqish ortdi, bu bir necha omillar bilan izohlanadi: tilshunoslik fanining ichki ehtiyojlari; ijtimoiy sohani kuzatib boorish uchun siyosiy matnlarni va ommaviy axborot vositalarining matnlarini tahlil qilish zarurati. Bizning asosiy muloqot vositamiz til hisoblanadi va u o'zini matnlar orqali namoyon qiladi. Matnlar og'zaki va yozma shaklda axborot beradi.

Rus olimi M.V. Lyapon matnga quyidagicha izoh beradi:

1. Matn - til sistemasining kommunikativ jarayonda muhim funktsiya bajaruvchi eng yuqori pog'onasi.

2. Matn – bu jumalarning o‘zaro munosabatidan kelib chiquvchi xabardir. Matn tadqiqotchi uchun til hodisalarini o‘rganishda birdan- bir manbadir.

3. Matn bu so‘zlovchining nutqiy qobilyatini ro‘yobga chiqaruvchi vositadir. Bu jarayonda matn tilning nutqda real qo‘llanishini ta‘minlovchi makon vazifasini ham bajaradi.

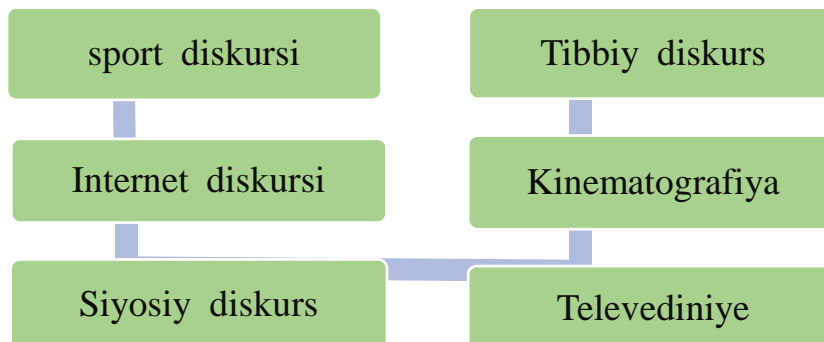
4. Matn bu so‘zlovchining nutqiy faoliyati mahsulidir.⁶⁸

Bundan tashqari matn haqida V.Matezius, F.Danesh, V.Dressler, P.Hartman, I.Galperin, T.Silman, I.Kovtunova, N.Pospelov, L.Loseva kabi xorijlik tilshunoslar o‘z fikrlarini keltirgan, o‘zbek tilshunosligida esa M.To‘xtasinov, A.Mamajonov, M.Hakimov, A.Nurmonov, M.Yo‘ldoshev, E.Qilichev o‘z ilmiy tadqiqotlarida ma‘lumotlar beradi.⁶⁹

Demak, matnni asosiy axborot beruvchi til birligi sifatida belgilaymiz. Hozirgi kunda siyosiy va ijtimoiy sohadagi ma‘lumotlarni ommaviy axborot vositalari orqali tez bilib olishning imkoni katta. Bu o‘rinda tilshunoslik mediamatnlarga tayanadi.

Tilshunoslikning zamonaviy sohalaridan biri medialingvistika hisoblanadi. Medialingvistikaning asosi mediamatndir. Bu soha 2000- yilda paydo bo‘lgan bo‘lib, ilk marta rus tilshunosligida T.G.Dobrosklonskayaning “Medialingvistika nazariyasi va usullari” nomli dissertatsiyasida qo‘llangan. Ba‘zi ma‘lumotlarda bu atama britaniyalik olim J.Korningning “Medialingvistika doirasida” nomli maqolasida uchraganligi ta‘kidlanadi.

Medialingvistika- bu ommaviy axborot vositalari tilidan foydalanishni lingvistik o‘rganishdir. Sohaning asosiy jihati shundaki, media sohadagi tilning amaliy yoki bosma, raqamli va tarmoqli ommaviy axborot vositalari orqali taqdim etilgan zamonaviy ommaviy kommunikatsiyalarni o‘rganadi. Britaniyalik tadqiqotchilar mediamatnlar va ularning komponentlari og‘zaki va yozma matnlardan farqli deya ta‘kidlaydilar. Mediamatnlarning ma‘nosi oddiy matn anglatgan ma‘nodan kengroq hisoblanadi. Media lingvistika nazariyasining muhim tarkibiy qismi mediamatnlarning barcha mumkin bo‘lgan turlarini to‘liq va izchil tavsiflash uchun parametrlar to‘plamdan iborat. Media diskurslar bugungi kunda reklama, PR, matbuot, televideniye, radio, internet aloqalari (ijtimoiy tarmoqlar, onlayn nashrlar, bir paytlar media xarakteriga ega bo‘lmagan nutqlarning (siyosiy nutq, kundalik nutq, oilaviy nutq, ko‘ngilochar nutq) tarjimoni bo‘lib xizmat qiluvchi ommaviy kommunikatsiya kanallari va shakllarining zamonaviy ko‘pligi gumanitar fanlarning o‘zaro munosabatlarini rivojlantirishga turtki beradi. Media diskurslarning obyektini belgilashda tilshunoslar, asosan, ommaviy axborot vositalariga urg‘u berishadi. Biroq media diskurslarning ichki janriy bo‘linishini quyidagicha belgilash mumkin:



⁶⁸ Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика. Системный подход к изучению языка СМИ. – Москва: Флинта: Наука, 2008. 264 с.

⁶⁹ Kurbanova M., Yo‘ldoshev M. Matn tilshunosligi. – T., 2014.

Boshqa manbalarda, asosan, rus tilshunosligida mediamatnlarning diskursiga ko‘ra turlari quyidagicha guruhlanadi:⁷⁰

1. Ommaviy- siyosiy matn
2. Ijtimoiy- muammoli matn
3. Tarixiy matn
4. Badiiy matn
5. Madaniyatshunoslik matni
6. Falsafiy matn
7. Diniy matn

Shubhasiz, matnlarning bunday tasniflanishi shartli hisoblanadi va bu ularni asosiy toifalarga bo‘linishini ta‘minlaydi. Mediamatnlar o‘zining xarakterli xususiyatlariga ham ega. Masalan, ommaviy bo‘lishi, tematik mazmun jihatdan ochiqlikka ega bo‘lishi, og‘zaki shakllarda amalga oshiriladigan intertekstuallik mavjudligi, uyg‘unlik va boshqalarni sanashimiz mumkin.

Nihoyat, funksional- uslubiy vazifasiga ko‘ra olimlar mediamatnlarni guruhlariga ajratadi.

Ammo bu bo‘linishda ham ikki xil variantini ko‘rishimiz mumkin. Birinchi guruhda mediamatnlar besh guruhga ajratilgan:

1. Tahliliy matnlar
2. Tarbiyaviy matnlar
3. Ikki markazli matnlar
4. Aloqa matnlar
5. Axborot matnlar

Ikkinchi guruhlanish rus tilshunosi O.V. Krasnoyarovanning “Matn va mediamatn muammolari” nomli tadqiqotida keltirilgan. Unda quyidagicha guruhlangan:

1. Hujjatli- publistik matn
2. Ilmiy matn
3. Badiiy matn
4. Ommaviy- ko‘ngilochar matn

Bundan ko‘rinadiki, mediamatnlarning ichki guruhlanishi va o‘rganilishida ham turli xil qarashlar mavjud bo‘lgan ekan. Mediamatn 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. Bunday matnlarni tashkil etish tamoyillari va tarkibiy va semantik tashkil etilishidagi o‘zgarishlarni o‘rganish alohida o‘rin tutadi. Misol uchun, gazeta matnining nutq tuzilishini tavsiflash uchun, gazeta nutqining elementi sifatida, matn sathining minimal tarkibiy va semantik birligi- nutq shakli ajratilgan.

Ma‘lum bir ma‘noda mediamatn tushunchasi turli ko‘rinishlari va belgilari bilan farqlanadi. Masalan, jurnalistik matn, reklama matni, internet matni tur va ko‘rinishiga, janr va shakliga ko‘ra tasniflanadi, ammo ularning barchasi mediamatn sifatida ifodalanadi. Shunga ko‘ra mediamatnlar tur va ko‘rinish jihatdan quyidagicha tasniflaniladi:⁷¹

I. OAV turlari bo‘yicha mediamatnlarning tuzilishi

⁷⁰ Красноярова О.В. Текст и медиатекст: проблема дифференциации понятий. // Вопросы теории и практики журналистики, 2013. – Т. 4. – №1.

⁷¹ Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика. Системный подход к изучению языка СМИ. – Москва: Флинта: Наука, 2008. 264 с.

1. Bosma nashrlar matni (yangilik, reportaj, maqola, sharx);
2. Telematn (tok- shou);
3. Radiomatn (janr turlari bo'yicha);
4. Kinomahsulot (janr turlari bo'yicha);
5. Ijtimoiy tarmoqlar matni (sms, chat);

II. Qabul qilish usuliga ko'ra:

Bosma- qog'oz matni

Audiomatn

Telematn

Veb- nashr

Mediamatnlarni o'rganishda ularni guruhlarga ajratish yaxshi samara beradi. Mediamatnning asosiy toifalari mediaviylik, ommaviylik, interativlik hisoblanadi. Demak, mediamatn yaratishda ma'lum natijaga erishish uchun nazariy bilimlarga ega bo'lish, ularning turlarini bilish va ularing talablarini mukammal bilish kerak. Chunki, hozirgi kunda axborot maydoni juda ham katta. Unda namoyon bo'lish uchun esa bunday matnlarni bilish talab qilinadi. Mediamatnlarda asosiy ta'sir kuchi intertekstual birliklarda namoyon bo'ladi. Misol, uchun birgina sarlavha yoki epigraf insonni jalb qiluvchi vositalardan hisoblanadi. Negaki, mediamatnlar bir shaxs uchun emas omma uchun yaratiladi va ularni birdek jalb qilishda intertekstual birlik alohida ahamiyatga ega bo'ladi.

Xulosa, mediamatn media nutqni tushunishda muhim rol o'ynaydi. Hozirgi kunda ommaviy axborot vositalarining nutqi eng globallashtirgan va dolzarbdir. Media- nutq juda xilma-xil bo'lib, bu holat uning turlarini o'rganishni talab qiladi. Mediamatn o'rganishda eng muhim ilmiy vazifa nutqning o'zaro ta'siri va ta'sir modellarini aniqlashdir. Bundan tashqari, mediamatn turlarini janr jihatdan o'rganish, ularning til birliklarini izohlash ham muhim ahamiyatga ega.

Foydalangan adabiyotlar:

1. Бакиева Г.Х., Тешабаева Д.М. Оммавий ахборот воситалари тили. – Тошкент: O'zkitobsavdonashriyot, 2020.
2. Блокдва О. Медиатекст и его виды. Особенности стилистики и риторики. Proza.ru/2013/04/
3. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика. Системный подход к изучению языка СМИ. Москва: Флинта: Наука, 2008.
4. Красноярова О.В. Текст и медиатекст: проблема дифференциации понятий. // Вопросы теории и практики журналистики, 2013. – Т.
5. Kurbanova M, Yo'ldoshev M. Matn tilshunosligi. - T., 2014.
6. Тошалиев И., Абдусатторов Р. Оммавий ахборотнинг тили ва услуги. – Тошкент: Zar-qalam, 2006.
7. Xomidova, M. F. (2019). INTERTEXTUALITY AND LITERARY TRANSLATION. Scientific Bulletin of Namangan State University, 1(6), 309-311.
8. Xomidova M. F. The problem of intertextuality in modern linguistics //Central Asian Problems of Modern Science and Education. – 2019. – Т. 3. – №. 4. – С. 259-263.