

ОММАВИЙ АХБОРОТ ВОСИТАЛАРИДА МЕДИАМАТН ТУШУНЧАСИ ВА УНИНГ ҚЎЛЛАНИЛИШИ

Ходжаёров Малик Бердимуродович

ҚарДУ ўқитувчиси

mkhodjayorov@gmail.com

АННОТАЦИЯ

Ушбу мақолада муаллиф ҳозирги кунда тилишуносликда кенг қўлланилаётган медиалингвистика хусусида ва медиа матннинг оммавий ахборот воситаларида ифодаланиши ҳақида қисқача сўз юритади ва маълумотлар келтириб ўтади.

***Калим сўзлар:** ОАВ, медиа матн, медиалингвистика, дискурс таҳлил, нутқ.*

ABSTRACT

In this article, the author briefly talks about mediallynguistics, which is widely used in linguistics today, and about the representation of media text in mass media.

***Key words:** mass media, media text, mediallynguistics, discourse analysis, speech.*

КИРИШ

Ахборот жамияти шароитида оммавий ахборот воситаларининг роли ва вазифалари аниқланади. Ўзбек ва хорижий олимларнинг аксарияти оммавий ахборот воситалари бевосита ёки билвосита, очик ёки яширин шаклда барча ижтимоий-сиёсий жараёнларга таъсир қилади, деб ҳисоблашади.¹ Жамоатчилик фикрини шакллантириш, маълум мафкуравий замин яратиш, муайян кадриятлар тизимини тарғиб қилиш, тил меъёрининг харакати, миллий маданият ҳолати – буларнинг барчаси масс медиа билан чамбарчас боғлиқ. Оммавий ахборот воситаларининг асосий функцияларига қуйидагилар киради: 1) ахборот, 2) кўнгилочар, 3) маърифий, 4) реклама ва 5) мафкуравий².

АДАБИЁТЛАР ТАҲЛИЛИ ВА МЕТОДЛАР

“Оммавий ахборот воситалари тили” тушунчасининг шаклланиши ҳам масс медиа соҳасида тилнинг ишлаши муаммоларига қизиқишнинг умумий кучайиши, ҳам медиа нутқининг барқарор текстологик хусусиятларини аниқлаш билан боғлиқ. Олимларнинг фикрича, оммавий ахборот воситаларининг замонавий нутқдан фойдаланишга, тил жараёнларининг тезлиги ва тартибга солинишига таъсири жуда катта ва эҳтиёткорлик билан ва

¹ Curran J., Seaton J. Rower without Responsibility. The Press and Broadcasting in Britain. London, 1990.

² Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: новая парадигма в изучении языка СМИ // Язык и дискурс средств массовой информации в XXI веке / под ред. М. Н. Володиной. М., 2011. С. 63 – 72.

тизимли ўрганишни талаб қилади. “Замонавий дунёда тилдан фойдаланишнинг асосий хусусияти - бу мулоқотнинг оммавийлиги, яъни мулоқот қилувчи одамлар сонининг мисли кўрилмаган кенгайиши ва нафақат бир тилли жамоа доирасида, балки кўп миллатли мамлакат ичида ва глобал миқёсда турли тилларда сўзлашувчиларнинг мулоқот шакллариининг мураккаблашишидир. Оммавий ахборот воситаларидан нутқ актининг умумий стратегиясини ўзгартирмасдан (бирор нарса ҳақида хабар бериш ёки бирор нарсага ишонтариш) фойдаланиш “маърузачи” вазифасини анча мураккаблаштиради, чунки ҳозир унинг “адресати” бир киши эмас, миллионлаб ўқувчилар, томошабинлар, тингловчилардир. Мулоқот актида қанча одам иштирок этса, мулоқот шакли шунчалик универсал, умумий бўлиши керак. Сўнги йилларда оммавий мулоқот соҳасида тилнинг фаолияти билан боғлиқ умумий назарий масалаларни кўриб чиқиш билан бир қаторда, турли оммавий ахборот воситаларида: босма, радио ва телевиденияда нутқ қўлланилишини таҳлил қилишга бағишланган махсус тадқиқотлар сони кўпаймоқда. Бинобарин, “газета тили”, “радио тили”, “English in the media” сўз бирикмалари замонавий илмий онгда “оммавий ахборот воситалари тили” тушунчанинг янада мустаҳкамланишига ҳисса қўшган ҳолда тобора кўпроқ илмий ва лингвистик фойдаланишнинг бир қисмига айланиб бормоқда.

Медиа лингвистиканинг услубий аппарати оммавий ахборот воситалари матнлари ўрганилган кўплаб соҳаларнинг ютуқларини бирлаштиради: дискурс таҳлил, контент таҳлил, когнитив лингвистика, шунингдек, инглиз академик анъаналарда маълум бўлган нисбатан янги йўналиш “critical linguistics”. Дискурс концепсияси ва унинг асосида ишлаб чиқилган дискурсив таҳлил усули нафақат матннинг ташқи формал хусусиятларига, балки уни ишлаб чиқариш ва актуаллаштиришга ҳамроҳ бўлган бир қатор экстралингвистик омилларга эътибор қаратишга имкон беради. Когнитив тилшунослик доирасида оммавий ахборот воситалари матнларини ўрганишнинг асосий вазифаси турли хил тил жараёнларини ахборотни таҳлили қилишнинг когнитив усуллари билан боғлашдир. Ахборот маконининг маълум бир барқарор медиа мавзуларида ифодаланган ва медиа оқимининг маданиятга хос хусусиятларини акс эттирувчи тематик ташкил этилиши катта аҳамиятга эга. “Мантиқий тилшунослик” йўналишининг издошлари тил белгилари ва уларни актуаллаштириш йўллари бетараф эмаслигидан келиб чиқиб, оммавий ахборот воситалари матнларининг изоҳлаш хусусиятларини ўрганишга алоҳида эътибор қаратадилар. Мазмунни таҳлил қилишга қаратилган миқдорий-статистик крnten-таҳлил усули медиа тилшунослиги нуқтаи назаридан муҳим ҳолатларни

аниқлашга имкон беради, масалан, тематик боғланган лексиканинг частота бирликлари, барқарор бирикмалар, ахборот манбаига энг кенг тарқалган ҳаволалар, ахборот матнларининг устувор топиклари ва бошқалар.

МУҲОКАМА

Оммавий ахборот воситалари матнларига функционал услублар назарияси нуқтаи назаридан катта эътибор берилмоқда. Бир томондан, масс медиа тили маълум бир бирликка, яхлитликка, барқарор тематик тузилишга, шаклга эга бўлиб, бу оммавий коммуникация соҳасида нутқнинг қўлланилишининг ўзига хос хусусиятларидан келиб чиқади, бошқа томондан мавзунинг универсаллигини, матнли оммавий ахборот воситаларининг нутқдан фойдаланишнинг барча бошқа соҳалари билан ўзаро алоқаси маъносида очиқлиги ва ҳаракатчанлигини акс эттирувчи етарли даражада функционал ва стилистик ранг-баранглик билан тавсифланади. Академик В.В. Виноградов тил ва нутқ услублари ҳақидаги таълимга асосланган тилнинг функционал ва стилистик фарқланиши тушунчасидан келиб чиқиб, муаллиф ўрганилаётган медиа матнларнинг тўрт турини “хабар-таъсир” шкаласи бўйича қуйидагича тартибга солади³:

1. Янгиликлар - тилнинг асосий функцияларидан бири - мулоқотни ва оммавий коммуникациянинг асосий функцияларидан бири - ахборотни энг тўлиқ амалга оширадиган матнлар.

2. Ахборот-тахлилий матнлар, шарҳлар фикр билдириш ва баҳолаш орқали таъсир компонентини кучайтириш билан хабар функциясини амалга оширишни бирлаштиради.

3. Асосий оммавий ахборот воситалари томонидан тақдим этилган тематик боғланган материалларнинг кенг диапазонини ўз ичига олган гуруҳ матнлари унинг бадиий-эстетик версиясида таъсирнинг янада ошиши билан тавсифланади. Ушбу матнлар гуруҳини белгилаш учун инглизча *feature* атамасидан фойдаланиш маҳаллий журналистика лексиконида семантик контурлари инглизча *feature* сўзининг медиа маъносига тўлиқ мос келадиган эквивалент атама йўқлиги билан боғлиқ: “*a special article in a newspaper or a magazine about a particular subject, usually not the news; or a part of a television or radio broadcast that deals with a particular subject*”⁴.

4. Реклама матнлари хабар-таъсир қилиш шкаласида таъсир қутбига энг яқин жойлашган бўлиб, ўзида таъсир функциясини лингвостилистик ифода воситаларининг бой арсеналидан фойдаланган ҳолда амалга оширилувчи тил

³ Виноградов В. В. Проблемы русской стилистики. М., 1981. 320 с.

⁴ Cambridge International Dictionary of English.

функцияси сифатида ифодалангани ва таъсир қилиш функциясини бирлаштиради, таъсир функциясини у ёки бу оммавий ахборот воситаларига хос бўлган махсус медиа технологиялари орқали амалга оширилувчи оммавий коммуникация функцияси сифатида фойдаланилади.

ХУЛОСА

Алоҳида оммавий ахборот воситаларида янгиликлар тилидаги маълум фарқларга қарамай (масалан, радио ва телевиденияда хабар бериш услуги сўзлашув услугига яқинроқ эканлиги таъкидланган), аксарият тадқиқотчилар янгиликлар матнининг тил хусусиятларини шакллантиришда матбуот босма сўзнинг етакчи ролини эътироф этадилар. Аниқ материалларни - инглиз тилидаги матбуот, радио ва телевидениядаги янгиликлар матнларини таҳлил қилиш шуни кўрсатадики, айрим оммавий ахборот воситаларининг техник ва формат имкониятлари билан шартланган анчагина сезиларли стилистик фарқлар билан, янгиликлар матнининг барча асосий хусусиятлари синтагматиклик даражада сақланиб қолади.

REFERENCES

1. Curran J., Seaton J. *Rower without Responsibility. The Press and Broadcasting in Britain.* London, 1990.
2. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: новая парадигма в изучении языка СМИ // *Язык и дискурс средств массовой информации в XXI веке* / под ред. М. Н. Володиной. М., 2011. С. 63 – 72.
3. Виноградов В. В. *Проблемы русской стилистики.* М., 1981. 320 с.