

## **МЕДИАЛИНГВИСТИКАДА МАТНЛАРНИ ФУНКЦИОНАЛ ВА СТИЛИСТИК ФАРҚЛАШ МАСАЛАЛАРИ**

**Махмудова Умида Урал қизи**

ҚарДУ PhD, катта ўқитувчиси

[umida921010@gmail.com](mailto:umida921010@gmail.com)

**Махмудова Фотима Мақсуд қизи**

ҚарДУ ўқитувчиси

[fmaxmudova98@gmail.com](mailto:fmaxmudova98@gmail.com)

### **АННОТАЦИЯ**

*Ушбу мақолада муаллифлар медиалингвистикада матннинг функционал ва стилистик фарқлаш масалалари ва соҳа учун асосий тушунчалари билан бирга уларнинг методологик аппарати хусусида сўз юритадилар.*

***Kalit soʻzlar:** медиалингвистика, функционал лингвистика, стилистика, оммавий ахборот воситалари, дискурс.*

### **ABSTRACT**

*In this article, the authors talk about the issues of functional and stylistic differentiation of mediallynguistics texts and the main concepts for the field, their methodological apparatus.*

***Key words:** mediallynguistics, functional and syntagmatic linguistics, stylistics, mass media, discourse.*

### **КИРИШ**

Медиа матнларининг хусусиятларини таҳлил қилиш уларнинг формат хусусиятларининг изчил тавсифи фонида амалга оширилади, бу кўрсатилган матнларнинг ҳар бири турли хил оммавий ахборот воситаларида қандай тақдим этилишини аниқ кўриш имконини беради: матбуот, радио, телевидения, интернет. Синтагматик тавсиф Москва давлат университетининг лингвистик мактаби томонидан ишлаб чиқилган ва профессор С.Г.Минасованинг ишларида тўлиқ келтирилган. Категориялар ва параметрлар тизимидан фойдаланган ҳолда изчил синтагматик таҳлил ўрганилаётган медиа матнларнинг асосий хусусиятларини қуйидаги даражаларда аниқлаш имконини беради:

- 1) морфо-синтактик;
- 2) лексик ва фразеологик;
- 3) маданий-мафкуравий контекст даражасида.

### **АДАБИЁТЛАР ТАҲЛИЛИ ВА МЕТОДЛАР**

Матнни морфо-синтактик даражада синтагматик таҳлил қилиш иборанинг структуравий турларини таснифлашга асосланади ва матннинг устун бўлган

коллигация тасвирини аниқлаш имконини беради. Синтагматик матнни лексик-фразеологик даражада таҳлил қилиш иборанинг турғунлик, қолипланганлик, коннотация, идиоматиклик каби хусусиятларини, шунингдек, асосий бирикмаларнинг тематик корреляциясини ўрганишни ўз ичига олади. Маданий ва мафкуравий контекстнинг даражаси нутқдаги сўзларнинг ёнма-ён келишига таъсир қилувчи ва ҳар бир аниқ матнга маданий ва мафкуравий модаллик сифатида таърифланиши мумкин бўлган жуда ўзига хос оҳангни берувчи барча нолингвистик омилларни таҳлил қилишни назарда тутди. Бу, айниқса, ишлаб чиқариш ва тарқатишнинг ўзига хос шароитлари туфайли юқори даражада маданий ўзига хос ва мафкуравий тўйинган бўлиб чиқадиган оммавий ахборот воситалари матнларига тегишли.

Ушбу параметрларнинг функционал-жанр ёндашуви билан биргаликда комплекс қўлланилиши ушбу ишда ўрганилган тўрт турдаги медиа матнларнинг типологик тавсифини тузишга имкон беради:

- 1) янгиликлар (news);
- 2) ахборот-таҳлилий матнлар, шарҳ (comment and analysis);
- 3) features гуруҳи матнлари;
- 4) реклама.

Қуйида келтирилган бир қатор сабабларга кўра, янгиликлар оммавий ахборот воситаларининг асосий матни сифатида ажратилади:

1. Янгилик матнлари оммавий коммуникациянинг асосий вазифаларидан бири - ахборотлаштириш, шунингдек, тилнинг асосий вазифаларидан бири - хабарни энг тўлиқ амалга оширади.

2. Ҳар бир алоҳида оммавий ахборот воситаларида, хоҳ босма, хоҳ радио ёки телевиденияда бўлсин, янгиликлар матнлари бошқа турдаги оммавий ахборот воситалари матнлари форматидан фарқ қилувчи мутлақо ўзига хос форматни ажратади, формат деганда бу ерда, матннинг формал белгилари ва мазмуни компонентларининг барқарор нисбати тушунилади. Матбуотда бу газета саҳифаларида ёки журнал саҳифаларида маълум бир тематик мазмун билан биргаликда янгиликлар материалларини махсус тартибга солиш; телевиденияда - телевидения формати талабларига мувофиқ барқарор моделлар бўйича қурилган янгиликлар релизлари билан тўлдирилган ахборот дастурлари “тўри”; радиода одатда қисқа хабарларда тақдим этиладиган, барқарор режимда жойлаштирилган мунтазам янгиликлар эшиттириши.

3. Мазмун даражасида янгиликлар матнлари табиий равишда ахборот оқимининг тематик ташкил этилишини акс эттирувчи барқарор макро - ва микротузилма билан тавсифланади. Бошқача айтганда, янгиликлар матнлари

оммавий ахборотнинг когнитив базасини ифодаловчи, ОАВ томонидан мунтазам ёритиб бориладиган мавзулар ёки топикларнинг (media topics)<sup>1</sup> барқарор рўйхати асосида тузилади. Барқарор тематик компонентларга, масалан, сиёсат, иқтисодиёт, бизнес, таълим, спорт ва маданият киради. Катта тематик блоklar кичикроқларга бўлинади, демак, “сиёсат” тематик блоки кичикроқ тематик birlikларнинг бутун диапазони билан ифодаланиши \*(берилиши) мумкин: ички сиёсий ҳаёт ва юқори даражадаги музокаралардан тортиб ҳарбий можаролар ва сиёсий жанжалларгача. Семантик макроструктуранинг муҳим элементи - бу янгилик матнларини анъанавий тарзда “мамлакатдаги воқеалар” (home news) ва “чет эл янгиликлари” (foreign news) га бўлинишидир.

4. Тил даражасида хабар матнлари барқарор лингвостилистик хусусиятлар билан ажралиб туради. Синтагматик нуқтаи назардан, бу ибораларнинг маълум структуравий турларининг устунлиги, боғланишнинг лексик усулининг муҳим роли, кўп сонли қолип ва тематик боғланган ибораларнинг мавжудлиги, доимий матн ҳосил қилувчи элементлардан фойдаланиш, масалан: боғловчи иборалар, маълумот манбаларига ҳаволалар, ҳаволалар киритиш учун иборалар. Юқоридаги хусусиятларнинг баъзи янгиликлар матнларига, масалан, радио ва телевидениядаги янгиликлар дастурларига хос бўлган қатъий ички тузилиш билан уйғунлиги уларнинг глобал қолипланганлиги ҳақида гапиришга имкон беради.

5. Янгилик матнлари муайян нутқий гуруҳнинг маданий ва нутқий фаолияти натижаси бўлган миллий маданий-мафкуравий контекстнинг энг муҳим қисмини ташкил этади. Шу билан бирга, шуни таъкидлаш кераки, инглиз тилидаги медиа матнлар замонавий дунёда инглиз тилининг жуда юқори тарқалганлиги ва инглиз тилидаги оммавий ахборот воситаларининг бугунги кунда ахборот оқимини ташкил этишга катта таъсири туфайли, замонавий маданий-мафкуравий контекстни шакллантиришда алоҳида ўрин тутди. Янгилик матнлари юқори даражадаги маданий ва мафкуравий модалликка эга бўлиб, у қуйидагиларда намоён бўлади: биринчидан, янгиликлар матнлари воқелик ва артефактларни билдирувчи сўз ва иборалар билан тўйинган, чунки аниқ воқеалар ва шахслар ҳақида гапирилади; иккинчидан, янгиликлар матнлари маълум бир мафкуравий “интонация” ёки “тоналлик” билан тавсифланади, бу маълум бир қадриятлар ва ориентирлар тизимини акс эттирувчи маълумотни талқин қилиш усули сифатида тушунилади.

<sup>1</sup> Медиа топик атамаси инглиз тилида сўзлашувчи муаллифлар томонидан ахборот оқимининг барқарор тематик таркибий қисмларини белгилаш учун фаол қўлланилади. Масалан қуйидаги ишда: Теун ван Дижк. News as Диссоурсе. Н.Й., 1988.

Мафкуравий модалликни ҳам эксплицит \*(аниқ): баҳолаш ва шарҳлаш ёрдамида ҳам имплицит \*(билвосита) - фактларни танлаш ва воқеанинг янгилик қийматини аниқлаш даражасида ифодалаш мумкин.

б. Оммавий ахборот воситаларининг умумий оқимида ахборот матнларининг аҳамияти уларнинг юқори частотаси ва такрорланувчанлиги туфайли кучаяди. Иштирокчилари ахборот агентликлари, ижтимоий институтлар ва алоҳида оммавий ахборот воситалари бўлган оммавий коммуникация жараёнининг махсус ташкил этилиши туфайли бир хил воқеа ҳақидаги хабар бир вақтнинг ўзида кўплаб каналлар орқали жуда кўп вариантларда тарқатилади. Шундай қилиб, инвариант сифатида мавжуд бўлган асосий хабар ёки “янгилик” кенг қўламли вариантларда - аниқ янгиликлар матнларида амалга оширилади. Янгилик матнларининг такрорланиши синхрон, бир мавзуга оид хабар бир вақтнинг ўзида турли оммавий ахборот воситаларида пайдо бўлганда ва диахрон, янгилик матни кун давомида бир хил оммавий ахборот воситаларида қисман ёки тўлиқ такрорланганда бўлинади. Бир томондан, такрорлаш хусусияти оммавий ахборот воситаларининг умумий ҳажмида янгиликлар матнлари улушини оширишга ёрдам беради, ахборот оқимининг тизимлилиги, тартиблилиги ҳиссини яратади, бошқа томондан, оммавий аудиторияга ахборот таъсирини кучайишига замин яратади.<sup>2</sup>

## **ХУЛОСА**

Шубҳасиз, юқоридаги барча белгилар янгилик матнининг энг муҳим функционал хусусияти - хабар функциясини амалга оширишга қаратилганлиги билан боғлиқ. Дарҳақиқат, янгиликлар матни жуда динамик, чунки унинг вазифаси мамлакатда ва чет элда содир бўлаётган воқеалар ҳақида хабар беришдир. Янгилик матнининг динамикаси феълли синтагматиканинг ролини кучайтиради, бу бошқа турдаги медиа матнларга нисбатан феъл сўз бирикмаларининг кўпроқ сонидан ифодаланади. Бундан ташқари, ҳар бир аниқ хабар матни вақт ва макон жиҳатидан чекланган, хоҳ у эшиттириш ёки газета саҳифаси бўлсин. лексик бирикмалар, шу жумладан кўп элементли бирикмалар умумий сонининг кўпайишида ифодаланадиган маълумотни сиқиш, концентрациялаш содир бўлади. Таъсирни тилнинг функцияси сифатида кўриб чиқсак, бу функциянинг турли хил турдаги медиа матнларида намоён бўлишининг хилма-хиллигини таъкидламай бўлмайди. Шундай қилиб, ахборот ва таҳлилий матнларда таъсирнинг табиатини таъсир - ишонтириш сифатида изоҳлаш мумкин, чунки ушбу турдаги матннинг мақсади ўқувчиларни,

<sup>2</sup> Рождественский Ю.В. "Теория риторики" М., 1997, с. 592.

томошабинларни оммавий равишда тарқатилган баҳолашлар, фикрлар, шарҳларнинг тўғрилигига ишонтиришдир.

### **REFERENCES**

1. Рождественский Ю.В. "Теория риторики" М., 1997, с. 592.
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.