



MEDIAMATN TANLASHDA TIL O'RGANUVCHILARNING YOSH VA PSIXOLOGIK XUSUSIYATLARI

Yakhshiboeva Firuza

Navoiy Davlat Pedagogika instituti

Magistratura 2 kurs talabasi

<https://doi.org/10.5281/zenodo.11277716>

ARTICLE INFO

Received: 18th April 2024

Accepted: 20th May 2024

Published: 24th May 2024

KEYWORDS

media matn, yosh, medialingvistika, psixologiya, diskurs tahlil, nutq.

ABSTRACT

Ushbu maqolada hozirgi kunda tilshunoslikda keng qo'llanilayotgan medialingvistika xususida va media matnning ommaviy axborot vositalarida ifodalanishi, shuningdek mediamatn tanlashda o'rganuvchilarning yosh va psixologik xususiyatlarini inobatga olish masalalari muhokama etiladi.

KIRISH

OAV tilining o'ziga xos "ko'zgu"si, ifodasi bo'lmish matnlar ham qaysi tadqiqot yo'nalishi nuqtai nazaridan o'rganilmasin, ijtimoiy ahamiyatga molik lisoniy hodisa sifatida xizmat qiladi. Ko'pgina mutaxassislar fikricha, zamonaviy mass-media tarqatayotgan ijtimoiy matnlarga bo'lgan ehtiyoj boshqalariga qaraganda kuchliroq. Chunki aynan shunday matnlar asosida hayotiy muhim ahamiyatga ega xulosalar chiqariladi [1,2,3]. Axborot jamiyati sharoitida ommaviy axborot vositalarining roli va vazifalari aniqlanadi. O'zbek va xorijiy olimlarning aksariyati ommaviy axborot vositalari bevosita yoki bilvosita, ochiq yoki yashirin shaklda barcha ijtimoiy-siyosiy jarayonlarga ta'sir qiladi, deb hisoblashadi. Jamoatchilik fikrini shakllantirish, ma'lum mafkuraviy zamin yaratish, muayyan qadriyatlar tizimini targ'ib qilish, til me'yorining harakati, milliy madaniyat holati – bularning barchasi mass media bilan chambarchas bog'liq. Ommaviy axborot vositalarining asosiy funksiyalariga quyidagilar kiradi:

- 1) axborot,
- 2) ko'ngilochar,
- 3) ma'rifiy,
- 4) reklama
- 5) mafkuraviy.

ADABIYOTLAR SHARHI

Sh. Safarov o'zining "Pragmalingvistika" asarida quyidagi ta'rifni beradi: "tilshunoslikning alohida sohasi bo'lib, uning tadqiqot doirasida muloqot jarayonida lisoniy birlikni tanlab olish, ularni qo'llash hamda ushbu qo'llanishdagi birliklarning muloqot ishtirokchilariga ta'siri masalalari o'rganiladi. Lisoniy hodisalarning bu yo'sindagi tahlili ularning qo'llanilishidagi u yoki bu muhitda mavjud bo'lgan to'siqlar, chegaralanishlarni ham aniqlashga imkon beradi" [10].

G.Y. Solganik mafkura, xabarning modalligi, «muallif- adresant» sistemasidagi munosabatlarni kiritishni taklif etadi [5]. T.G.Dobrosklonskaya pragmatik aspekt amaliy sohaga teng, deya talqin etadi [2].

“Ommaviy axborot vositalari tili” tushunchasining shakllanishi ham mass media sohasida tilning ishlashi muammolariga qiziqishning umumiy kuchayishi, ham media nutqining barqaror tekstologik xususiyatlarini aniqlash bilan bog‘liq. Olimlarning fikricha, ommaviy axborot vositalarining zamonaviy nutqdan foydalanishga, til jarayonlarining tezligi va tartibga solinishiga ta’siri juda katta va ehtiyotkorlik bilan va tizimli o‘rganishni talab qiladi. “Zamonaviy dunyoda tildan foydalanishning asosiy xususiyati - bu muloqotning ommaviyligi, ya’ni muloqot qiluvchi odamlar sonining misli ko‘rilmagan kengayishi va nafaqat bir tilli jamoa doirasida, balki ko‘p millatli mamlakat ichida va global miqyosda turli tillarda so‘zlashuvchilarning muloqot shakllarining murakkablashishidir. Ommaviy axborot vositalaridan nutq aktining umumiy strategiyasini o‘zgartirmasdan (biror narsa haqida xabar berish yoki biror narsaga ishontirish) foydalanish “ma’ruzachi” vazifasini ancha murakkablashtiradi, chunki hozir uning “adresati” bir kishi emas, millionlab o‘quvchilar, tomoshabinlar, tinglovchilardir. Muloqot aktida qancha odam ishtirok etsa, muloqot shakli shunchalik universal, umumiy bo‘lishi kerak. So‘ngi yillarda ommaviy muloqot sohasida tilning faoliyati bilan bog‘liq umumiy nazariy masalalarni ko‘rib chiqish bilan bir qatorda, turli ommaviy axborot vositalarida: bosma, radio va televideniya nutq qo‘llanilishini tahlil qilishga bag‘ishlangan maxsus tadqiqotlar soni ko‘paymoqda. Binobarin, “gazeta tili”, “radio tili”, “English in the media” so‘z birikmalari zamonaviy ilmiy ongda “ommaviy axborot vositalari tili” tushunchaning yanada mustahkamlanishiga hissa qo‘shgan holda tobora ko‘proq ilmiy va lingvistik foydalanishning bir qismiga aylanib bormoqda.

TADQIQOT METODOLOGIYASI VA EMPIRIK TAHLIL

Hozirgi zamon diskursiv paradigmasi mediakommunikatsiya tilini sifat jihatdan yangi darajada o‘rganish uchun keng istiqbollarni ochadi. Bu tadqiq qilinayotgan obyektning mutlaqo boshqacha koordinatalar tizimiga joylashtirishga oid xususiyatlarini aniqlash imkonini beradi. OAV ishini verbal jihatdan jamiyat uchun ahamiyatli axborot tarqatish bilan bog‘liq faoliyatning alohida diskursiv turi sifatida baholar ekanmiz, biz diskursning o‘zi nima, degan savolga alohida to‘xtalishimiz kerak. Mazkur tushunchani aniqlash va unga bo‘lgan yondashuvlarni ko‘rib chiqish OAV faoliyati sohasidagi diskursiv amaliyotning alohida xususiyatlarini yanada chuqurroq anglashimizga xizmat qiladi.

Mediadiskursning mediamakonda madaniy va ijtimoiy jihatdan belgilangan nutqiy tafakkur faoliyati sifatida namoyon bo‘lishi jamiyatning ijtimoiy ongiga ta’sir qilinadigan jamiyatdagi jarayonlari haqidagi axborotni ishlab chiqarish, saqlash, tarqatish orqali amalga oshadi. Bunday proeksiya ma’lumot uzatishning kommunikativ- axboriy (tele-, radio, elektron va boshqa) kanallari yordamida amalga oshiriladi. Bunda texnik taraqqiyot tufayli ushbu kanallar takomillashadi va yangilanadi, bu esa jamiyatdagi ijtimoiy hamkorlikning murakkablashuvi, kommunikatsiyaning barcha tur va shakllarining turli o‘zgarishlari va pirovardida mediamakonning axboriy-kommunikativ modifikatsiyalari paydo bo‘lishiga olib keladi.

Media lingvistikaning uslubiy apparati ommaviy axborot vositalari matnlari o‘rganilgan ko‘plab sohalarning yutuqlarini birlashtiradi: diskurs tahlil, kontent tahlil, kognitiv lingvistika, shuningdek, ingliz akademik an’analarda ma’lum bo‘lgan nisbatan yangi yo‘nalish “critical linguistics”. Diskurs konsepsiyasi va uning asosida ishlab chiqilgan diskursiv tahlil usuli nafaqat matnning tashqi formal xususiyatlariga, balki uni ishlab chiqarish va aktualashtirishga hamroh bo‘lgan bir qator ekstralingvistik omillarga e’tibor qaratishga imkon beradi. Kognitiv tilshunoslik doirasida ommaviy axborot vositalari matnlarini o‘rganishning asosiy vazifasi turli xil til jarayonlarini axborotni tahlili qilishning kognitiv usullari bilan bog‘lashdir. Axborot makonining ma’lum bir barqaror media mavzularida

ifodalangan va media oqimining madaniyatga xos xususiyatlarini aks ettiruvchi tematik tashkil etilishi katta ahamiyatga ega. "Mantiqiy tilshunoslik" yo'nalishining izdoshlari til belgilari va ularni aktualashtirish yo'llari betaraf emasligidan kelib chiqib, ommaviy axborot vositalari matnlarining izohlash xususiyatlarini o'rganishga alohida e'tibor qaratadilar. Mazmuni tahlil qilishga qaratilgan miqdoriy-statistik usuli media tilshunosligi nuqtai nazaridan muhim holatlarni aniqlashga imkon beradi, masalan, tematik bog'langan leksikaning chastota birliklari, barqaror birikmalar, axborot manbaiga eng keng tarqalgan havolalar, axborot matnlarining ustuvor topiklari va boshqalar.

Ommaviy axborot vositalari matnlariga funksional uslublar nazariyasi nuqtai nazaridan katta e'tibor berilmoqda. Bir tomondan, mass media tili ma'lum bir birlikka, yaxlitlikka, barqaror tematik tuzilishga, shaklga ega bo'lib, bu ommaviy kommunikatsiya sohasida nutqning qo'llanilishining o'ziga xos xususiyatlaridan kelib chiqadi, boshqa tomondan mavzuning universalligini, matnli ommaviy axborot vositalarining nutqdan foydalanishning barcha boshqa sohalari bilan o'zaro aloqasi ma'nosida ochiqligi va harakatchanligini aks ettiruvchi yetarli darajada funksional va stilistik rang-baranglik bilan tavsiflanadi. Bu holatda o'rganuvchi hamda foydalanuvchilarning yosh hamda psixologik qobiliyatlarini inobatga olish ham muhim ahamiyatga ega. Akademik V.V. Vinogradov til va nutq uslublari haqidagi ta'limga asoslangan tilning funksional va stilistik farqlanishi tushunchasidan kelib chiqib, muallif o'rganilayotgan media matnlarining o'rganuvchining yoshini inobatga olishga ko'ra to'rt turini "xabar-ta'sir" shkalasi bo'yicha quyidagicha tartibga soladi:

1. Yangiliklar - tilning asosiy funksiyalaridan biri - muloqotni va ommaviy kommunikatsiyaning asosiy funksiyalaridan biri - axborotni eng to'liq amalga oshiradigan matnlar.
2. Axborot-tahliliy matnlar, sharhlar fikr bildirish va baholash orqali ta'sir komponentini kuchaytirish bilan xabar funksiyasini amalga oshirishni birlashtiradi.
3. Asosiy ommaviy axborot vositalari tomonidan taqdim etilgan tematik bog'langan materiallarning keng diapazonini o'z ichiga olgan guruh matnlari uning badiiy-estetik versiyasida ta'sirning yanada oshishi bilan tavsiflanadi. Ushbu matnlar guruhini belgilash uchun inglizcha *feature* atamasidan foydalanish mahalliy jurnalistika leksikonida semantik konturlari inglizcha *feature* so'zining media ma'nosiga to'liq mos keladigan ekvivalent atama yo'qligi bilan bog'liq: "*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*".

Reklama matnlari xabar-ta'sir qilish shkalasida ta'sir qutbiga eng yaqin joylashgan bo'lib, o'zida ta'sir funksiyasini lingvostilistik ifoda vositalarining boy arsenalidan foydalangan holda amalga oshiriluvchi til funksiyasi sifatida ifodalanadi va ta'sir qilish funksiyasini birlashtiradi, ta'sir funksiyasini u yoki bu ommaviy axborot vositalariga xos bo'lgan maxsus media texnologiyalari orqali amalga oshiriluvchi ommaviy kommunikatsiya funksiyasi sifatida foydalaniladi.

Pragmatik nuqtai nazardan til inson faoliyatini amalga oshirish quroli sifatida o'rganiladi. Muayyan bir axborotni uzatish vositasi bo'lgani holda til muloqot chog'idagi kommunikantlarga ta'sir o'tkazadi. Bunda til inson faoliyatida uning xatti-harakatlarini muayyan darajada tartibga soluvchi belgili vositalar sistemasi sifatida qaraladi. Tartibga solish jarayonida iste'molchining yoshi va psixologik holati inobatga olinadi.

Mentallik kommunikatsiya jarayonida matn tuzishda bosh omil bo'lib xizmat qiladi. Kommunikatsiya yoki muloqot chog'ida til vositalari yoki umuman belgili sistema vositalari yordamida muayyan relevant kognitiv-amaliy vazifalarni hal qilish maqsadida ikki tomonlama axborot almashinuvi yuz beradigan insoniy integratsiya turi tushuniladi [5].

OAVning roli bilimlarni translyatsiyalash va tarqatish bilan cheklanib qolmaydi. OAV o'z tili orqali muayyan ko'rinishdagi dunyo manzarasini yaratadi. Bunda uning, masalan, ilmiy-

badiiy yoki diniy manzarasidan farqli xususiyatlarini aniqlash muhim ahamiyatga ega bo'lib qoladi [3]. Zero, ommaviy axborot vositalarining o'ziga xos lisoniy va nolisoniy xususiyatlari orqali yaratilgan dunyoning publitsistik manzarasi boshqa turdagi dunyo modellariga qaraganda kuchliroq ta'sir etish xususiyatiga ega.

Matni qabul qiluvchilar uning ma'nosini boshqa matnlar konteksti yordamida ya'ni, o'z xotirasi, madaniy urf-odatlar to'g'risida to'plangan xborot, tarixiy faktlar va ma'lum bir dunyo tasviri konteksti yordamida tushunishga qodir. Tushunish jarayoni hamma uchun umumiy bo'lgan kommunikatsiya "semiotik malaka" asosida amalga oshiriladi. Aynan ushbu malaka, boshqa so'z bilan aytganda, dunyo to'g'risida bilimga ega bo'lishlik kommunikatsiya aktining omadli kechishiga olib keladi. Dunyo va tilni bilish matni tushunish uchun muhimdir.

Yaratilgan dunyo manzarasida subyekt-muallif tomonidan ommaviy auditoriya uchun interpretatsiya qilingan xaqiqat fragmentlari mavjud bo'ladi. Shu tariqa jurnalistlik matni o'z mazmuniga ko'ra insoniyat munosabati – kommunikatsiyasining vositalaridan biri hisoblanib ijtimoiylik kasb etadi. Til nuqtai nazaridan jurnalistik u yoki bu til normalari asosida bunyod etilgan va til belgilarining ayrimlarini aks etgan bir butun tashkilotdir. Til ko'pincha madaniyat oynasi bilan taqqoslanadi: "unda nafaqat insonni o'rab turgan real dunyo, uning turmushiga xos real sharoitlar, xalqning ijtimoiy ongi, uning mentaliteti, milliy xarakteri, turmush tarzi, an'analari, urf-odatlari, axloqi, qadriyatlari borliqqa nisbatan nuqtai nazari aks etadi" [8].

Axborotning pragmatik xususiyati uning qimmati bilan belgilanadi. Har qanday axborotning qimmati, ya'ni uning pragmatik darajasi axborotning qo'yilgan maqsadni qanchalik amalga oshira olgani bilan bog'liq. Chunki muloqot aniq kommunikativ maqsad (intensiya) bilan bevosita bog'liq. Bu – mana shunday talablarga javob beruvchi til vositalarini tanlashda maxsus strategiyani talab etadi. Mentallik aynan maxsus strategiyani tashkl qiladi.

XULOSA VA MUNOZARA

Alohida ommaviy axborot vositalarida yangiliklar tilidagi ma'lum farqlarga qaramay (masalan, radio va televideniya xabar berish uslubi so'zlashuv uslubiga yaqinroq ekanligi ta'kidlangan), aksariyat tadqiqotchilar yangiliklar matnining til xususiyatlarini shakllantirishda matbuot bosma so'zning yetakchi rolini e'tirof etadilar. Buning sababi o'rganuvchining yoshi va psixologik holatidan qat'iy nazar bosma so'z va adabiy til barchaga tushunarli hisoblanadi. Aniq materiallarni - ingliz tilidagi matbuot, radio va televideniya dagi yangiliklar matnlarini tahlil qilish shuni ko'rsatadiki, ayrim ommaviy axborot vositalarining texnik va format imkoniyatlari bilan shartlangan anchagina sezilarli stilistik farqlar bilan, yangiliklar matnining barcha asosiy xususiyatlarisintagmatiklik darajada saqlanib qoladi.

ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Curran J., Seaton J. Rower. Britaniya da matbuot va radioeshittirish. London, 2010 yil.
2. Dobrosklonskaya T. G. Media tilshunosligi: media tilini o'rganishdagi yangi paradigma // XXI asrda ommaviy axborot vositalarining tili va nutqi / ed. M. N. Volodina. M., 2011. 63 – 72-betlar.
3. Vinogradov V.V. Rus stilistikasi muammolari. M., 2011. 320 b.
4. Smetanina S.I. Madaniyat tizimidagi media matn. 20-asr oxiridagi jurnalistika tili va uslubidagi dinamik jarayonlar. - Sankt-Peterburg, 2012 yil.
5. Solganik G.Ya. "Matn" va "media matni" tushunchalarining ta'rifi tomon // Vestn. Moskva un-ta. Ser.Yu. Jurnal - 2015 yil - 2-son.
6. Yagubova M.A. Ommaviy axborot vositalaridagi nutq // Yaxshi nutq. - Saratov, 2011 yil.
7. Kubryakova E.S., Demyankova V.Z., Pankrats Yu.G. Luzina L.G. Kognitiv atamalarning qisqacha lug'ati. – M., 2016 yil.
8. Raxilina E.V. Kognitiv semantikaning asosiy g'oyalari // Zamonaviy Amerika tilshunosligining asosiy yo'nalishlari - M., 2017;

9. Chenki A. Kognitiv lingvistikada semantika // Zamonaviy Amerika tilshunosligining asosiy yo'nalishlari. – M., 2017 yil.
10. Safarov Sh. Pragmalingvistika. – Toshkent: O'zbekiston milliy ensiklopediyasi. 2018. – B.69-70.
- 1.

