

**ЎЗБЕКИСТОН ЖУРНАЛИСТИКА ВА ОММАВИЙ  
КОММУНИКАЦИЯЛАР УНИВЕРСИТЕТИ ҲУЗУРИДАГИ  
ИЛМий ДАРАЖАЛАР БЕРУВЧИ PhD.03/30.12.2019.Fil.14.01  
РАҚАМЛИ ИЛМий КЕНГАШ**

---

**ЎЗБЕКИСТОН ДАВЛАТ ЖАҲОН ТИЛЛАРИ УНИВЕРСИТЕТИ**

**АХМЕДОВА МАЛИКА МУХАММАДОВНА**

**МЕДИАДИСКУРС ЯНГИЛИКЛАРИДА КОММУНИКАТИВ  
ТЕХНОЛОГИЯЛАРНИНГ ХУСУСИЯТЛАРИ (ЎЗБЕКИСТОН ВА  
РОССИЯ БОСМА ВА ТАРМОҚ НАШРЛАРИ МИСОЛИДА)**

**10.00.09 – Журналистика (филология фанлари)**

**Филология фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертацияси  
АВТОРЕФЕРАТИ**

**Тошкент – 2022**

**Филология фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертацияси  
автореферати мундарижаси**

**Оглавление автореферата диссертации доктора философии (PhD) по  
филологическим наукам**

**Contents of dissertation abstract of the doctor of philosophy (PhD) on  
philological sciences**

**Ахмедова Малика Мухаммадовна**

Медиадискурс янгиликларида коммуникатив технологияларнинг хусусиятлари  
(Ўзбекистон ва Россия босма ва тармоқ нашрлари мисолида)..... 3

**Ахмедова Малика Мухаммадовна**

Особенности коммуникативных технологий в медиадискурсе новостей (на  
примере печатных и сетевых изданий Узбекистана и России) ..... 25

**Akhmedova Malika Mukhammadovna**

Peculiarities of communication technologies in the news of media discourse (on the  
example of print and network editions of Uzbekistan and Russia)..... 53

**Эълон қилинган ишлар рўйхати**

Список опубликованных работ

List of published works ..... 57

**ЎЗБЕКИСТОН ЖУРНАЛИСТИКА ВА ОММАВИЙ  
КОММУНИКАЦИЯЛАР УНИВЕРСИТЕТИ ҲУЗУРИДАГИ  
ИЛМИЙ ДАРАЖАЛАР БЕРУВЧИ PhD.03/30.12.2019.Fil.14.01  
РАҚАМЛИ ИЛМИЙ КЕНГАШ**

---

**ЎЗБЕКИСТОН ДАВЛАТ ЖАҲОН ТИЛЛАРИ УНИВЕРСИТЕТИ**

**АХМЕДОВА МАЛИКА МУХАММАДОВНА**

**МЕДИАДИСКУРС ЯНГИЛИКЛАРИДА КОММУНИКАТИВ  
ТЕХНОЛОГИЯЛАРНИНГ ХУСУСИЯТЛАРИ (ЎЗБЕКИСТОН ВА  
РОССИЯ БОСМА ВА ТАРМОҚ НАШРЛАРИ МИСОЛИДА)**

**10.00.09 – Журналистика (филология фанлари)**

**Филология фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертацияси  
АВТОРЕФЕРАТИ**

**Тошкент – 2022**

**Филология фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертацияси мавзуси Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси ҳузуридаги Олий аттестация комиссиясида №В2021.1.PhD/Fil283 рақам билан рўйхатга олинган.**

Диссертация Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университетида бажарилган.

Диссертация автореферати уч тилда (ўзбек, рус, инглиз (резюме)) Илмий кенгашнинг веб-саҳифасида ([www.uzjoku.uz](http://www.uzjoku.uz)) ва «ZiyoNet» Ахборот-таълим порталида ([www.ziynet.uz](http://www.ziynet.uz)) жойлаштирилган.

**Илмий раҳбар:**

**Муминова Патима Иззатуллаевна**  
филология фанлари доктори, профессор

**Расмий оппонентлар:**

**Маматова Якутхон Муҳаммаджоновна**  
филология фанлари доктори, профессор в.б.

**Халилова Азиза Шамухутовна**  
филология фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD).

**Етакчи ташкилот:**

**Бердақ номидаги Қорақалпоқ давлат университети**

Диссертация ҳимояси Ўзбекистон журналистика ва оммавий коммуникациялар университети ҳузуридаги илмий даражалар берувчи PhD.03/30.12.2019.Fil.14.01 рақамли Илмий кенгашнинг 2022 йил «\_\_\_» \_\_\_\_\_ соат \_\_\_\_\_ даги мажлисида бўлиб ўтади (Манзил: 100147, Тошкент шаҳри. Марказ-5, 88-уй. Тел.: (99871) 207-09-06; e-mail: [journalism.univer@gmail.com](mailto:journalism.univer@gmail.com)).

Диссертация билан Ўзбекистон журналистика ва оммавий коммуникациялар университети Ахборот-ресурс марказида танишиш мумкин (Манзил: 100147, Тошкент шаҳри. Марказ-5, 88-уй. Тел.: (99871) 207-09-06; e-mail: [journalism.univer@gmail.com](mailto:journalism.univer@gmail.com)).

Диссертация автореферати 2022 йил «\_\_\_» \_\_\_\_\_ куни тарқатилди.  
(2022 йил «\_\_\_» \_\_\_\_\_ даги \_\_\_\_\_ рақамли реестр баённомаси).

**Ф.А.Мўминов**

Илмий даражалар берувчи илмий кенгаш раиси, ф.ф.д., профессор

**Н.Ф.Муратова**

Илмий даражалар берувчи илмий кенгаш илмий котиби, ф.ф.н., доцент

**Қ.Т. Ирназаров**

Илмий даражалар берувчи илмий кенгаш қошидаги Илмий семинар раиси, т.ф.д., профессор

## КИРИШ (Фалсафа доктори (PhD) диссертацияси аннотацияси)

**Диссертация мавзусининг долзарблиги ва зарурати.** Замонавий жаҳон медиасоҳасида янгиликлар муҳим ўрин тутди, сиёсатчилар ва жамоатчиликнинг фикри кўп жиҳатдан ахборот контенти ва уни узатиш шакли билан белгиланади. Босма ва интернет нашрлар аудитория билан медиадискурсида ҳам локал, ҳам глобал миқёсда энг янги коммуникатив методлар ва технологияларни қўлламоқда.

Жаҳонда XX аср охири ва XXI аср бошидан кўплаб гуманитар ва ижтимоий фанлар янгича ёндашув билан ривожлана борди, уларнинг диққат марказида интернет даври одами ва электрон медиа бўлди. Медиа соҳасида ўтказилаётган тадқиқотлардаги мазкур ёндашув янги илмий йўналишлар, жумладан, электрон типдаги когнитивистиканинг шаклланишини белгилаб берди. Натижада, тадқиқотчиларнинг медиани дискурсининг муҳим объекти сифатида ажратишига, оммавий ахборот воситалари тили дискурсив тил сифатида тавсифланишига сабаб бўлди. Когнитивистика ва дискурсив таҳлилга мурожаат босма ва электрон газеталар учун материалларни тайёрлаш ва уларнинг ўқувчига бевосита таъсир этишда ментал жараёнларни атрофлича тадқиқ қилиш заруратини кўрсатди.

Бугунги кунда оммавий ахборот воситалари жамият ҳаётида муҳим аҳамият касб этиб, улар материалларнинг мавзу ва услубидан ташқари, мақолаларнинг лисоний беагани ҳам белгилаб бермоқда. Интернет-сайтлар аудиторияси хилма-хил бўлиб, босма ОАВ аудиториясидан бир неча баробар кўп. Таъкидлаш жоизки, медиа матнларни ўрганишда ёндашувлар ўзгариб, замонавий изланишларда янгиликлар дискурсининг когнитив хусусиятларига алоҳида эътибор қаратилмоқда. Бу, ўз навбатида, электрон оммавий ахборот воситаларининг дискурсив амалиётини ўрганишнинг аҳамиятини асослаб беради.

Ўзбекистонда телекоммуникация технологияларининг жадал ривожланиши электрон ОАВ сони ортишига замин яратди. Бу борада Ўзбекистон Республикаси Президенти қуйидагича фикр билдирди: «Рақамли технологиялар даврида Ўзбекистон оммавий ахборот воситалари соҳасини, шунингдек, мамлакатнинг барча ижтимоий-сиёсий институтларини янгилаш жараёни кечмоқда».<sup>1</sup> «Ахборот соҳасида миқдор кўрсаткичларини сифат кўрсаткичларига айлантириш, миллий журналистикамиз тараққиётини янги босқичга олиб чиқиш – олдимизда турган долзарб вазифадир»<sup>2</sup>.

Аввал босма матбуот асосида шаклланган янгиликлар дискурси назариясининг янги босқичига, ноодатий ахборот сайтларининг жадал суратда ривожланиши сабаб бўлди ва дискурсининг аслий характеристикаларини қайта кўриб чиқишга, шунингдек, мазкур ўзгаришлар хабар адресатини, коммуникация канали, унинг контексти, бундан ташқари, янги типдаги

<sup>1</sup> Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг Матбуот ва оммавий ахборот воситалари ходимларига табриги (26.06.2021) <https://yuz.uz/ru/news/-matbuot-va-ommaviy-axborot-vositalari-xodimlariga>.

<sup>2</sup> Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг Матбуот ва оммавий ахборот воситалари ходимларига табриги (27.06.2022) <https://yuz.uz/news/matbuot-va-ommaviy-axborot-vositalari-xodimlariga>

коммуникатив муҳит тил структураларининг ташкил этилишига ҳам таъсир ўтказмай қолмади. Буларнинг бари, ўз навбатида, илмий-методологик нуқтаи назардан ҳам босма, ҳам онлайн янгиликлар матнининг ички ҳолатига таъсир этувчи коммуникатив жараёнларга мутлақо янги ёндашувларни тақозо этади.

Мазкур диссертация иши Ўзбекистон Республикасининг 2007 йил 15 январдаги (янги тахрирдаги) 78-сон «Оммавий ахборот воситалари тўғрисида»ги, 2002 йил 12 декабрдаги 439-П-сон «Ахборот эркинлиги принциплари ва кафолатлари тўғрисида»ги, 1997 йил 24 апрелдаги 402-І-сонли «Журналистлик фаолиятини ҳимоя қилиш тўғрисида»ги Қонунлари, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 2 февралдаги ПФ-5653-сон «Ахборот соҳаси ва оммавий коммуникацияларни янада ривожлантиришга оид кўшимча чора-тадбирлар тўғрисида»ги фармони, 2012 йил 21 мартдаги ПҚ-1730-сон «Замонавий ахборот-коммуникация технологияларини янада жорий этиш ва ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги қарори, 2022 йил 28 январдаги ПФ-60-сон «2022-2026 йилларга мўлжалланган янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси тўғрисида»ги, 2022 йил 27 июндаги 294-сон «Оммавий ахборот воситаларини қўллаб-қувватлаш ва журналистика соҳасини ривожлантириш» тўғрисидаги қарори ҳамда бошқа меъерий-ҳуқуқий ҳужжатларда белгиланган вазифаларни амалга оширишда муайян даражада хизмат қилади.

**Тадқиқотнинг республика фан ва технологиялари ривожланишининг устувор йўналишларига мослиги.** Мазкур тадқиқот республика фан ва технологиялар ривожланишининг I. «Ахборотлашган жамият ва демократик давлатни ижтимоий, ҳуқуқий, иқтисодий, маънавий-маърифий ривожлантириш, инновацион иқтисодиётини ривожлантириш» дастури йўналишига мувофиқ бажарилган.

**Муаммонинг ўрганилганлик даражаси.** Оммавий ахборот воситаларида чоп этилаётган материалларнинг услуби ва лингвистикаси билан боғлиқ умумий назария ривожига кўплаб Ўзбекистонлик олимлар ҳисса қўшган, жумладан О.У.Абдуазимов, Ж.Н.Азимов, Г.Х.Бакиева, Х.Н.Дўстмухамедов, Қ.Т.Ирназаров, Н.Ф.Каримов, Ш.Т.Қудратхўджаев, Ф.А.Мўминов, П.И.Муминова, Ё.М.Маматова, А.Ж.Матёкубов, Н.Ф.Муратова, Д.Рашидова, Д.М.Тешабаева, Н.К.Тошпўлатова, М.Худойқулов, Ю.Қ.Ҳамдамов ва бошқалар.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup>Қаранг.: Абдуазимов О.У. Ўзбекистонда фуқаролик жамиятини барпо этишда матбуотнинг ўрни: ижтимоий фикр мониторинги: Социол. фан. ном. ... дисс. автореф. – Т.: ЎЗМУ, 2007; Азимов Ж.Н. СМИ в Интернет и освещение законодательной деятельности интернет-журналистикой. Метод. пособие. – Т., 2006; Бакиева Г.Х., Тешабаева Д.М. Медиаконда матн (Монография). – Т.: «Turon-Iqbol», 2019; Дўстмухаммад Х.Н. Журналистнинг касб одоби муаммолари: назарий-методологик таҳлил (Монография). – Т.: Янги аср авлоди, 2005; Глобаллашув даври ва ахборот макони // Ўзбекистон матбуоти, 2007. – № 3. – Б. 12-14; Маматова Ё.М., СМИ, правопорядок и безопасность: служение демократии в Узбекистане: Учебное пособие-Т.:»Mehriddaryo», 2019; Интернет журналистика (Интернетда радио ва телевидение). Илмий мақолалар тўплами // Масъул муҳаррир Ф.А. Мўминов. – Т.: MRS-Tashkent, 2005; Муратова Н.Ф. Журналистика в Интернет: особенности on-line изданий Узбекистана и их функционирование в условиях глобального информационного рынка: Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. –Т.: НУУз, 2011; Рашидова Д. Особенности формирования Интернетовской журналистики и специфика Интернет в качестве глобального СМИ: Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – Т.: НИИУз, 2002; Қудратхўжаев Ш.Т. Интернет тарихи, тузилиши, техник хавфсизлик. Ўқув-услубий қўлланма. – Т.: Ўзбекистон, 2011; Қудратхўжаев Ш.Т. Журналист фаолиятида Интернетдан

Ушбу тадқиқотни турли жихатлари Европа давлатларининг мутахассислари S.Goldman, R.Rada, D.G.Gilbert, J.A.Kahl, Dijk van, A. Teun<sup>4</sup> томонидан тадқиқ қилинган. Улар томонидан коммуникатив технологиялари медиадискурсининг умумий назарий асослари базаси ишлаб чиқилган. M.Bednarekнинг «Evaluation in Media Discourse: Analysis of a newspaper corpus»<sup>5</sup> илмий иши медиадискурс масалалари бўйича муҳим манба ҳисобланади.

Янгилик матнини яратиш ва журналист маҳорати масалаларини кўплаб МДХ давлатлари тадқиқотчилари, жумладан Н.Д.Арутюнова, А.Н.Баранов, Р.А.Будагов, Е.Л.Вартанова, Ю.С.Воротникова, В.В.Ворошилов, И.Р.Гальперин, Т.Г.Добросклонская, Т.М.Дридзе, Т.С.Дроняева, Н.И.Клушина, М.Н.Кожина, Е.С.Кубрякова, А.В.Колесниченко, М.Н.Ким, О.Р.Лащук, Г.В.Лазутина, О.Л.Михалёва, Г.С.Мельник, Г.Г.Почепцов, Г.Я.Солганик, А.А.Тертычный<sup>6</sup> ва бошқалар томонидан тадқиқ қилинган.

Ушбу диссертациянинг назарий асосини ташкил этадиган газеталар ва интернетдаги янгиликлар материалининг коммуникатив моделлари, коммуникатив йўналганлиги Т.ван Дейк, С.Почепцов, В.Федорова, В.И.Коньков, В.Демьянков, Л.В.Салмина, Д.С.Соломон, В.Кардитто<sup>7</sup> каби олимларнинг тадқиқотларида ўрганилган.

Нутқий таъсир, журналист-муаллифларнинг стратегияси ва тактикасини ўз ичига олган янгиликлар дискурси умумий назарияси контекстида коммуникатив

---

фойдаланиш. Услубий қўлланма. –Т.: Ўзбекистон, 2011; Худойкулов М. Теория средств массовой информации. Оммавий ахборот воситалари назарияси. – Т.: Университет, 1999; Ҳамдамов Ю.Ўзбекистон матбуоти ривожланишининг асосий тамойиллари (назарий категориялар эволюцияси). Монография. –Т.: Kaleon press, 2021. -160 б

<sup>4</sup> Goldman S. Cognitive aspects of electronic text processing. In: N. van Oostendorp & S. de Mul (Eds.), Norwood, NJ: ABLEX, 1996. Rada R. Hypertext: From Text to Expertext. UK: McGraw-Hill Book Company Ltd, 1992, Gilbert D.G., Kahl J.A. The American Class Structure: A New Synthesis. -Homewood: The Dorsey Press, 1982., Dijk van, Teun A. The Analysis of News as Discourse // Dijk van, Teun A. News Analysis. Case Studies of International and National News in the Press. Hillsdale, New Jersey, 1988

<sup>5</sup> Bednarek M. Evaluation in Media Discourse: Analysis of a newspaper corpus. London: Continuum, 2006.

<sup>6</sup> Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений (Оценка, событие, факт). М.: Наука, 1988 Арутюнова Н. Д. Предложение и его смысл: логико-семантические проблемы. — 3-е изд., стер. — М.: Едиториал УРСС, 2003; Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. – 2-е изд., испр. – М.: Школа «Языки русской культуры», 1999; Баранов А.Н. Введение в прикладную лингвистику: Учебное пособие. – М.: Едиториал УРСС, 2001; Баранов А. Н. Что нас убеждает?: (Речевое воздействие и обществ. сознание). — М.: Знание, 1990; Будагов Р.А Слово и его значение. —2-е изд. 2003; Вартанова Е.Л. Теория медиа: отечественный дискурс. Изд-во Моск. ун-та, 2019.; Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. — М.: Наука, 1981; Дридзе Т. М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. Проблемы семиосоциопсихологии. — М.: Издательство «Наука», 1984; Дроняева Т.С. Информационный подстиль// Язык средств массовой информации/ под ред. М. Н. Володиной. — М., 2008; Ворошилов В.В. Журналистика. Учебник. 7-е издание. – М.: Изд-во КноРус, 2014; Мельник Г. С., Виноградова К. Е. Лисеев Р. П. Основы творческой деятельности журналиста. Конспект лекций и практикум. – СПб., 2013; Колесниченко А.В. Прикладная журналистика. Учебное пособие. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2008; Ким М.Н. Технология создания журналистского произведения. Монография. – М.,2001; Кройчик Л.Е., Виноградова С.М., Лазутина Г.В., Лозовский Б.Н., Мисонжников Б.Я., Михайлов С.А., Орлова Т.Д. Основы творческой деятельности журналиста. Учебник для студентов высших учебных заведений. – Санкт-Петербург, 2000., Солганик Г.Я. О языке и стиле газеты //Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. Ч.2. – М., 2003; Солганик Г.Я. Стилистика текста: Учеб. Пособие. М.: Флинта; Наука, 2000., Тертычный А.А. Жанры периодической печати. Учебное пособие. – М.: Изд-во Захаров, 2006;

<sup>7</sup> Демьянков В.З. Эффективность аргументации как речевого воздействия // Проблемы эффективности речевой коммуникации. — М, 1989; Solomon D.S., Carditto В.Л. The Elements and Process of Communication Campaigns // Discourses and Communication. — Berlin etc., 1985.

технологиялар муаммосининг айрим томонлари даврий матбуот ва интернет янгиликлар дискурси мисолида О.Л.Михалева, Н.И.Клушина, Е.В.Двойнина, В.И.Коньков ва бошқалар<sup>8</sup> томонидан ўрганилган.

Янгиликларни дискурс ва дискурсив фаолият сифатида таҳлил қилмасдан бу соҳадаги замонавий тадқиқотларни тасаввур қилиб бўлмайди. Мазкур диссертацияда қўлланилган «дискурс» тушунчасига Т.ван Дейк, Н.Д.Арутюнова, К.С.Кубрякова, О.Л.Михалева, Н.И.Клушина<sup>9</sup> каби олимларнинг ишлари асосида таъриф берилган.

Кейинги йилларда мазкур феноменни ўрганаётган психолог ва тилшунослар эътиборини ОАВ таъсири муаммосидан ташқари манипуляция, яъни оммавий коммуникация ва ахборот соҳасида реципиентларнинг фикрлари, руҳий ҳолатини ўзгартиришга қаратилган яширин таъсир этиш муаммоси тобора кўп жалб қилмоқда. Биз тадқиқ этаётган муаммонинг ушбу жихатлари олимлар Ю.А.Ермаков, Е.Л.Доценко, С.Г.Кара-Мурза, Н.И.Клушина ва бошқалар томонидан ўрганилган.<sup>10</sup>

Мазкур муаммо биз танлаган диссертация мавзуси контекстида ҳозиргача мажмуавий, яхлит тарзда Ўзбекистонда ҳам, хорижда ҳам алоҳида мавзу сифатида ўрганилмаган.

**Диссертация мавзусининг диссертация бажарилган олий таълим муассасасининг илмий-тадқиқот ишлари режалари билан боғлиқлиги.** Диссертация Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети илмий-тадқиқот ишлари режасининг «Халқаро журналистика назарияси ва амалиётининг долзарб масалалари» истиқболли мавзуси доирасида бажарилган.

**Тадқиқотнинг мақсади** янгиликлар материалининг коммуникатив технологиялари, уларнинг лингвистик хусусиятларини босма ва электрон янгиликлар медиадискурсини ташкил этиш усулларини, уларнинг фаолиятини Ўзбекистон ва Россия босма ва тармоқ нашрлари мисолида очиб беришдан иборат.

#### **Тадқиқотнинг вазифалари:**

босма ОАВ ва уларнинг интернет-версияларидаги янгиликларда коммуникатив технологиялар тушунчасини таърифлаш;

Интернет тармоғи ва даврий матбуотда янгилик медиадискурси фаолиятининг хусусиятларини аниқлаш ва тавсифлаш;

---

<sup>8</sup> Михалева О.Л. Политический дискурс. Специфика манипуляционного воздействия. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009; Клушина Н.И. Стилистика публицистического текста. – М.: МГУ, 2008; Двойнина Е.В. Речевая манипуляция в интернет-дискурсе (на материале русско- и англоязычных новостных сайтов). – Саратов, 2010; Коньков В.И. Речевые технологии в массовой коммуникации. Часть 1. – СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций», 2015.

<sup>9</sup> Кубрякова Е.С. Язык и знание. На пути получения знаний о языке: части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира./Рос. академия наук. Ин-т языкознания. – М.: Языки славянской культуры, 2004; Клушина Н.И. Интенциональные категории публицистического текста (на материале периодических изданий 2000 - 2008 гг.). Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора филологических наук. – М., 2008.

<sup>10</sup>Ермаков Ю. А. Манипуляция личностью: Смысл, приемы, последствия. — Екатеринбург: Изд-во Урал, ун-та, 1995. — 208 с.; Доценко М. Л. Психология манипуляции. М.: Рефал-бук, 2001. – 308 с.; Кара-Мурза С.Г. Краткий курс манипуляции сознанием. М.: Издательство Эксмо, 2003;

газета ва тармоқли нашрлар янгилик дискурсининг коммуникатив технологияларини тадқиқ қилиш ва уларни қиёслаш;

Ўзбекистон ва Россия газеталари ва уларнинг интернет-версияларида янгилик дискурсининг лингвистик-услубий жиҳатларини аниқлаш;

янгиликлар медиадискурсида манипулятив таъсирни коммуникатив технология тури сифатида тавсифлаш;

янгиликлар медиадискурсида экспрессив коммуникация методини таҳлил қилиш;

коммуникатив муваффақиятсизликларни бартараф қилиш йўлларини аниқлаш.

**Тадқиқотнинг объекти** – Ўзбекистон ва Россия даврий ва тармоқли нашрлари, айнан «Народное слово», «Правда Востока», «Российская газета», «Известия» газеталари, шунингдек, уларнинг электрон версиялари: [www.xz.uz](http://www.xz.uz), [www.yuz.uz](http://www.yuz.uz), [www.rg.ru](http://www.rg.ru), [www.iz.ru](http://www.iz.ru). да янгиликлар медиадискурси.

**Тадқиқотнинг предмети** – Ўзбекистон ва Россия даврий ва тармоқли нашрларида янгиликлар медиадискурси коммуникатив технологиялари.

**Тадқиқотнинг усуллари** комплекс характерга эга, диссертацияда қиёсий таҳлил, контекстуал-интерпретацион таҳлил, анкета-сўровнома, дискурсив ва контент таҳлил усулларидан фойдаланилган.

**Тадқиқотнинг илмий янгилиги** қуйидагилардан иборат:

Россия ва Ўзбекистон (рус тилидаги) нашрлардаги журналистик материалларда лингвистик, стилистик ва бошқа хатолар кўпроқ лисоний кесимда учраши, ибораларнинг жаргон, шаблон шаклида берилиши медиа мулоқотда муваффақиятсизликка олиб келиши мумкин бўлган нотўғри нутқ стратегияларидан фойдаланишнинг олдини олишга қаратилганлиги аниқланган;

журналистик фаолиятда янгиликлар материалларини тайёрлашнинг муаллифлик модаллиги ва ОАВнинг бош стратегияси ва манипулятив таъсирнинг намоён бўлиш шакли сифатида адресатга ишонтириш технологияси ёрдамида таъсир ўтказиш усулларидан мақсадли фойдаланиш зарурати асослаб берилган;

босма ва онлайн нашрларнинг янгиликлар матнлари медиадискурсни ташкил этиши исботланиб, унинг коммуникатив технологик тушунчаси ишлаб чиқилган ва у ўз ичига лингвистик таъсир усулларини ва журналистлар танлаган коммуникацион стратегия ҳамда тактикалар билан боғлиқ когнитив тузилмаларини қамраб олиши далилланган;

Ўзбекистон ва Россия оммавий ахборот воситаларида босма ва онлайн матнлар ўртасидаги сарлавҳа комплекси коммуникатив фарқлардан иборат ишонтиришнинг асосий глобал стратегияси доирасидаги тактикалар, муаллифнинг субъектив модаллиги, баҳолаш ва бошқа экспрессив ҳамда лингвистик-стилистик воситаларидан фойдаланишга тааллуқли эканлиги исботланган.

**Тадқиқотнинг амалий натижалари** қуйидагилардан иборат:

Ўзбекистон ва Россия босма ва электрон ОАВда коммуникатив технологиялардан фойдаланиш юзасидан тавсия ва таклифлар ишлаб чиқилди;

Янгиликларни тайёрлашнинг лисоний мезонлари билан боғлиқ тавсиялар берилди, янгиликлар материалларининг тили ва услубини яхшилаш, Ўзбекистон ва Россия босма нашрлари ва онлайн газеталарда лингвистик ўзига хосликлардан фойдаланишга оид тадқиқот натижалари бўлимиш материалларни коммуникаив технологиялар лингвистикаси нуқтаи назаридан муҳокама қилиш бўйича кўрсатмалар ишлаб чиқилди. Мазкур тавсия ва таклифлар тегишли олий таълим муассасалари учун дарсликлар, ўқув қўлланмалари, луғатлар яратишда манба бўлиб хизмат қилади;

Портал учун янгиликларни ёзиш, хусусан, босма ва электрон нашр учун сарлавҳа танлаш ва сарлавҳа комплексини шакллантириш, интернет портал журналистлари учун ишонтириш тактика ва стратегияларидан фойдаланиш юзасидан ишланмалар таклиф этилди;

Янгилик материални ёзишда журналистлар учун муаллифлик модаллигидан фойдаланиш усул ва воситалари, адресатга аниқ лингвистик воситаларни қўллаган ҳолда муайян тил даражасида ҳамда коммуникатив хатоларни бартараф этиш бўйича стратегиялардан фойдаланган тарзда дискурсив даражада таъсир кўрсатиш бўйича тавсиялар берилди;

Ўзбекистон давлат Жаҳон тиллари университети бакалавр талабалари учун «Медиасаводхонлик ва фактчекинг», «Журналистика ва оммавий коммуникация асослари», «ОАВ психологияси» фанларидан маъруза матнлари, тақдимот ва видеоматериаллар тайёрланди, улардан маъруза ва семинар машғулотларида, ОАВнинг коммуникатив технологияларига бағишланган анжуман ва давра суҳбатларида чиқишларда фойдаланиляпти.

**Тадқиқот натижаларининг ишончлилиги** фундаментал илмий ва методологик махсус адабиётларга таянилгани, ишда асосланган тушунчалардан фойдаланилгани, аввал олинган илмий натижалар ҳар томонлама таҳлил қилингани билан тавсифланади. Шунингдек, янги ғоялар қўйилган вазифаларнинг изчил таҳлил, мантиқ қонунларига, миллий ва Россия ОАВ журналистик материал таҳлиliga асосланган хулосалар, илмий методлар қўллангани, ОАВ назарияси ва амалиётини билиш асосида исботланган.

**Тадқиқот натижаларининг илмий ва амалий аҳамияти.** Тадқиқот натижаларининг илмий аҳамияти журналист маҳорати, медиаматнларнинг жанр хусусиятлари, нафақат ахборот узатиш, балки адресатга уни ишонтириш мақсадида маълум таъсирни амалга ошириш имконини берадиган сифатли матнлар яратиш учун лингвоуслубий воситалар соҳасида кейинги изланишлар учун назарий пойдевор яратилгани билан изоҳланади.

Тадқиқот натижаларининг амалий аҳамияти улардан гуманитар йўналишдаги ОТМ ўқув жараёни, медиатаълим, матн тилшунослиги, услубшунослик ва прагмалингвистика бўйича анъанавий шаклдаги каби онлайн тартибда маъруза ва семинарларда фойдаланиш мумкинлиги билан белгиланади. Диссертация қоидалари ва натижалари журналистика, сиёсатшунослик курсларида коммуникатив технологияларни адресатга максимал даражада таъсир кўрсатиш мақсадида, амалиётчи-журналистлар учун тавсияларни иллюстрациялаш, махсус курс ва семинарлар ўтказишда қўлланиши мумкин.

**Тадқиқот натижаларининг жорий қилиниши.** Янгиликлар медиаматнларини таҳлил, тавсиф, таснифлаш йўли билан олинган натижалар тадқиқотнинг турли босқичларида жорий қилинди ва қўлланди:

Россия ва Ўзбекистон (рус тилидаги) нашрлардаги журналистик материалларда лингвистик, стилистик ва бошқа хатолар кўпроқ лисоний кесимда учраши, ибораларнинг жаргон, шаблон шаклида берилиши медиа мулоқотда муваффақиятсизликка олиб келиши мумкин бўлган нотўғри нутқ стратегияларидан фойдаланишнинг олдини олишга қаратилган таклифлар ҳамда журналистик фаолиятда янгиликлар материалларини тайёрлашнинг муаллифлик модаллиги ва ОАВнинг бош стратегияси ва манипулятив таъсирнинг намоён бўлиш шакли сифатида адресатга ишонтириш технологияси ёрдамида таъсир ўтказиш усулларидан мақсадли фойдаланиш зарурати юзасидан берилган тавсиялардан «Подробно.уз» Ахборот агентлигида ўтказилган журналистлар касбий маҳоратини ошириш курсларида услубий материал сифатида қўлланилган («Подробно.уз» Ахборот агентлигининг 2020 йил 2 ноябрдаги 27-сон маълумотномаси). Мазкур курслар онлайн нашрнинг янгиликлар матнини яратиш жараёнидаги мавжуд камчиликларни бартараф этиш, контент сифатини ошириш ва ахборий жанрларда журналистлар маҳорати сайқалланишига хизмат қилган;

босма ва онлайн нашрларнинг янгиликлар матнлари медиадискурсни ташкил этиши исботланиб, унинг коммуникатив технологик тушунчаси ишлаб чиқилган ва у ўз ичига лингвистик таъсир усулларини ва журналистлар танлаган коммуникацион стратегия ҳамда тактикалар билан боғлиқ когнитив тузилмаларини қамраб олиши далилланганлигига оид хулоса ва таклифлардан «Ўзбекистонда хорижий тиллар» илмий-методик электрон журнали ва интернет-портал ходимлари учун ўтказилган «Янгиликлар ёзишда замонавий ёндашувлар» мавзусидаги семинарнинг материалларини яратишда фойдаланилган («Ўзбекистонда хорижий тиллар» интернет-портали ва илмий-методик электрон журналининг 2020 йил 10 декабрдаги 38-сон маълумотномаси);

Ўзбекистон ва Россия оммавий ахборот воситаларида босма ва онлайн матнлар ўртасидаги сарлавҳа комплекси коммуникатив фарқлардан иборат ишонтиришнинг асосий глобал стратегияси доирасидаги тактикалар, муаллифнинг субъектив модаллиги, баҳолаш ва бошқа экспрессив ҳамда лингвистик-стилистик воситаларидан фойдаланишга тааллуқли эканлиги хусусидаги тавсиялар «Правда Востока» нашрининг анъанавий ва электрон кўринишларини шакллантиришда фойдаланилган («Правда Востока» газетасининг 2022 йил 17 декабрдаги 03-сон маълумотномаси). Натижалар журналистлар профессионал фаолияти ва нашрнинг веб-сайтида ахборот материаллар сифатига ижобий таъсир кўрсатган, нашр янгиликларининг лисоний аппаратини бойитишга ва атамаларни эҳтиёткорлик ва юқори савия билан танлашга хизмат қилган;

диссертациянинг янгиликлар матнларининг лисоний ва лингвостилистик таҳлилига оид мисоллар, рус, узбек ва бошқа тиллардаги медиа матнлардаги коммуникатив технологиялар, муаллиф модаллиги баҳолаш ва бошқа экспрессив

хамда лингвистик-стилистик воситалар қўлланилган мисоллар ҳамда хулосалар ўрта махсус таълим муассасаларининг имконияти чекланган ўқувчилари учун Европа компетенцияларига жавоб берадиган чет тили таълим соҳасида ўқув-услубий мажмуа яратиш бўйича Олий ва ўрта махсус таълим вазирлиги давлат техникавий дастури доирасида Ўзбекистон жаҳон тиллар университетиде бажарилган амалий илмий-тадқиқот лойиҳаси доирасида «Light Up Pupil's Book» қўлланмасини яратишда фойдаланилган (Олий таълим вазирлиги ва ЎзДЖТУ 2021 йил 08 январдаги 12/314-сон маълумотномаси);

тадқиқотнинг интернет-нашрларда шаблонлар, канцеляризмлар, сленглар, шу билан бирга, адресатга аниқ лингвистик воситалардан маълум тил даражасида ҳамда ишонтириш стратегияларидан дискурс даражасида фойдаланиш каби коммуникатив хатоларни бартараф этишга оид мулоҳазалар Хабардор.uz интернет-нашри томонидан ижобий баҳоланди ва амалиётга татбиқ этилди (ООО «High Networks»нинг 2022 йил 20 январдаги 121-сон маълумотномаси). Тавсиялар асосида таҳририят ижодий ва техник ходимлари учун мастер-класс ташкил этилди ва йуриқнома ишлаб чиқилди.

**Тадқиқот натижаларининг апробацияси.** Тадқиқот натижалари 16 дан ортиқ, жумладан, 11 та республика ва 5 та халқаро илмий-амалий конференция ва семинарда маъруза кўринишида апробация ва муҳокамадан ўтказилган.

**Тадқиқот натижаларининг эълон қилинганлиги.** Диссертация мавзуси бўйича 22 та илмий иш, жумладан, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси ҳузуридаги Олий аттестация комиссиясининг PhD диссертациялари илмий натижаларини чоп этиш тавсия этилган илмий нашрларда 5 та мақола, шундан, 1 таси хорижий нашрда чоп этилган.

**Диссертациянинг тузилиши ва ҳажми.** Диссертация кириш, учта боб, 8 та бўлим, хулоса, фойдаланилган адабиётлар рўйхати ва иловалардан иборат. Диссертация ҳажми 141 бетни ташкил этади.

## ДИССЕРТАЦИЯНИНГ АСОСИЙ МАЗМУНИ

Диссертациянинг **кириш** қисмида тадқиқотнинг долзарблиги ва зарурати асосланган, тадқиқотнинг мақсади ва вазифалари, объекти ва предмети белгиланган. Тадқиқотнинг Ўзбекистон Республикасида фан ва технологияларни ривожлантиришнинг устувор йўналишларига мослиги кўрсатилган, тадқиқотнинг илмий янгилиги, илмий ва амалий аҳамияти, натижаларнинг амалиётга жорий этилиши, апробацияси, ишнинг тузилиши борасида маълумотлар келтирилган.

Диссертациянинг биринчи боби «**Ахборот воситалари янгиликларида медиадискурс коммуникатив технологияларининг табиати**» деб номланган ва у учта параграфдан иборат бўлиб, янгиликларда медиадискурсида коммуникатив технологиялари тушунчаси, янгиликлар медиадискурсининг ўзига хос хусусиятлари, шунингдек, анъанавий ва онлайн нашрларда янгиликлар дикурси: муштараклик ва фарқларга бағишланган.

Диссертациянинг ушбу бобида ахборот воситаларидаги медиадискурснинг коммуникатив технологияларининг илмий-назарий асоси

бўлган назарий ва эмпирик материаллар таҳлил этилган. Унда коммуникатив технологиялар ва унинг асосида таҳлил қилинган нуқтаи назарлар (позиция) асослаб берилган. Диссертацияда таъкидланганидек, ОАВ кўп сонли вазифалари орасида ахборот ва таъсир вазифалари тобора муҳим аҳамият касб этиб бормоқда.

Ушбу бобда диссертацияда қўлланган асосий: «коммуникация», «дискурс», «матн» ва «гиперматн», «медиадискурс» ва «янгиликлар медиадискурси», «янгиликлар медиаматни», «коммуникатив технология» тушунчаларининг талқинига оид илмий адабиётларда мавжуд ёндашувлар ва талқинлар кўриб чиқилган.

Коммуникация деганда, нафақат адресант (журналист) билан адресат (ўқувчи) ўртасидаги ўзаро таъсир тушунилади, балки бу нафақат журналистик матнни тайёрлаш, муаллиф интенцияси, ахборотни кодлашни, балки уни декодлаш ва ўқувчига таъсирни ҳам ўз ичига оладиган мураккаб жараён экани исботланган. Бунда коммуникантларнинг ўзаро таъсири диссертация муаллифи томонидан ассиметрик, деб қаралади.

Диссертацияда янгиликлар матни дискурс сифатида кўриб чиқилиши Т.ван Дейк, Н.Д.Арутюнова, Е.С.Кубрякова, Н.И.Клушинанинг таърифлари асосида мулоқот вазияти, мулоқот механизми ва мулоқот натижаси каби тавсиялар муҳим бўлган янгиликлар матнлари битта матн йиғиндисида жамланган коммуникатив жараён сифатидаги дискурс тушунчаси шакллантирилган. Бу маънода коммуникация янгиликлар медиаматнини – уларни ишлаб чиқариш жараёни ва ўқувчи томонидан ўқилиши ва сўнгги таъсир нуқтаи назаридан ўрганиладиган янгиликлар матнлари йиғиндисини дискурсив тушунишга мос келиши баён этилган.

Диссертацияда, шунингдек, матн ва дискурс нисбати ҳақидаги масала ҳам ўрганилган. Бир қанча олимлар қарашлари ўрганилиб, Н.И.Клушина томонидан берилган таърифни қўллаган холда, муаллифнинг таъкидлашича, матн, аввало, коммуникатив-услубий жиҳатдан, яъни коммуникация маҳсули сифатида қаралиши баён этилган. Коммуникатив-услубий нуқтаи назардан матнда муаллифлик ғоясининг ўқувчига маълум, режалаштирилган таъсирни амалга ошириш алоҳида аҳамият касб этади. Матнни бу каби қарашда ўрганишда унинг коммуникатив тавсифлари биринчи планга чиқади: мақсадга йўналганлик, матн коммуникатив йўналтирилган асар сифатида; адресантлик, муайян ўқувчига йўналтирилганлик; интенционаллик – муаллиф ғоясининг амалга оширилиши<sup>11</sup>.

Диссертантнинг фикрича, замонавий амалиётда *янгиликлар медиадискурси* коммуникатив технологиялар билан чамбарчас боғлиқ. *Коммуникатив технологиялар* деганда, режалаштирилган натижага эришишнинг махсус яратилган воситалари тушунилади. Илмий адабиётларда коммуникатив технологиялар иккита турга ажратилган: 1. Нутқий таъсир. 2. Когнитив лингвистика ҳамда коммуникацияда стратегия ва тактикани белгилаш билан

---

<sup>11</sup> Клушина Н.И. Интенциональные категории публицистического текста (на материале периодических изданий 2000 - 2008 гг.). Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора филологических наук. – М., 2008. – С. 16.

боғлиқ технологиялар. Ушбу технологиялар диссертациянинг мазкур бобида таҳлил қилиниб, у илмий адабиётларда, ОАВ таъсир этиш (экспрессивлик) вазифаси билан бевосита боғлиқ ва журналистик матнларда ундов модаллиги, баҳолаш ва диалогиклик туфайли амалга оширилиши асослантилган.

Муаллиф олимларнинг илмий адабиётларда келтирилган турли нуқтаи назарларини таҳлил қилган ҳолда, уларнинг коммуникатив технологияларга нисбатан асосий умумий хулосаларига таяниб, ўз таърифини келтирган. Муаллифнинг фикрича, *матбуот ва тармоқли нашрларда янгиликлар медиадискурси коммуникатив технологиялари деганда, ўз ичига ахборот ва таъсир вазифаларини оладиган когнитив-лингвистик ва нутқий таъсир усуллар мажмуини тушуниш керак. Қолаверса, когнитив-лингвистик ва нутқий таъсир технологияларнинг янгиликлар медиадискурсида қўлланиладиган воситаси тил, нутқий таъсирнинг асосий усули эса ишонтириш, унга хос стратегия ва тактика усуллари билан бирга ҳисобланади.*

Диссертацияда янгиликлар медиадискурсининг жанр хилма-хиллиги ва уларнинг олимлар томондан (Г.С.Мельник, К.Е.Виноградова, Р.П.Лисеев, А.В.Колесниченко) таснифланиши, шунингдек, «янгилик» тушунчаси ҳақида гап боради.

Диссертант бир қатор муаллифлар (Т.Г.Добросклонская, Л.Е.Кройчик ва бошқалар)нинг: янгиликларга оид фикр ва мулоҳазаларини ўрганган ҳолда, шунингдек, ушбу диссертацияда тадқиқ этилаётган газеталар амалиёти таҳлилига асосан янгиликлар қатъий технологик схемалар бўйича, максимал аниқ ва мантиқий услубда ёзилишини ҳамда янгиликлар матни муаллифлик ҳуқуқлари билан ҳимояланмаслигини, чунки улар ҳеч кимга тегишли эмаслиги, шу билан бирга, уларда беллеристикага йўл қўймайдиган ўзига хос услуб қўлланишини ёритган. Босма янгиликлар дискурси тузилмаси учун қуйидаги тавсифлар муҳимлигини таъкидлаш зарурлигига: олам ҳақида умумий билимлар ва матн тузилмаси ҳақида билимларнинг адресатда мавжудлиги, шунингдек, матнда семантик боғлиқлик даражасига урғу берилган.

Матн структурасини билиш – матн куришнинг жанрга хос қоидаларини билиш. Матбуотда янгиликлар медиадискурсини ташкил қилишда нафақат одатий матнни ўқишда юзага келадиган чекланишлар, балки унинг паралингвистик хусусиятларини ҳам ҳисобга олиш керак<sup>12</sup>. Муаллиф томонидан «Правда Востока», «Вечерний Ташкент» газеталарига 2019 йилда обуна бўлган ўқувчиларнинг 100 нафари билан ўтказилган анкета-сўровномаси натижаларига кўра: «Правда Востока» обуначиларининг 60% - ҳамма вақт фақат мақолаларни кўздан кечиради, 40% -эса матндаги ҳар бир гапни ўйлаб-фикрлаб ўқийди; «Вечерний Ташкент» газетаси ўқувчиларининг 55%-ни мақолаларни кўздан кечиради, 35% – матиндаги ҳар бир гапни ўйлаб-фикрлаб ўқийди ва атиги 10% ни – матн сарлавҳаларига кўз югуртириб чиқади<sup>13</sup>.

<sup>12</sup>Goldman S. Cognitive aspects of electronic text processing. In: H. van Oostendorp & S. de Mul (Eds.), Norwood, NJ: ALEX, 1996.

<sup>13</sup> Қаранг.: 2-илова, диссертант экспресс-сўрови маълумотлари.

Диссертацияда интернет бугунги кунда замонавий глобал медиаконни ташкил этаётгани, уни интернет тармоғидаги янгиликларга оид ахборотлар мисолида кўриш мумкинлиги баён этилган, ҳамда мисол сифатида, Сирдарё вилоятидаги сув тошқини, Бухородаги ҳодисалар, «милиция видеоси», карантин қоидаларининг бузилиши ҳақидаги ва бошқа ахборотлар кўрсатиб ўтилган. Глобал ўзгаришларнинг асосий моҳияти шундаки, бугун коммуникация канали сифатида интернет олдида нафақат Ўзбекистон, балки хорижий, жумладан, Россия газеталарининг босма версиялари ўз мавқеини бой бермоқда. Москвада, масалан, 2010 йил баҳорида «Газета» (gzt.ru) нашрининг анъанавий кўриниши ёпилган, эндиликда у фақат Тармоқда мавжудлиги айтиб ўтилган<sup>14</sup>.

Муаллифнинг кузатишларига кўра, аҳолининг бир қисми ҳали ҳам газеталарнинг босма кўринишини хуш кўради, улардан самарали фойдаланяпти ва уларни чоп этиш ҳали ҳам долзарблигича қолмоқда. Айниқса, бу пандемия сабабли карантин шароитида бутун дунёда, жумладан Ўзбекистонда, айниқса вилоятларда (қишлоқлар, маҳаллаларда) газеталарнинг босма версияларига эҳтиёж зарур бўлгани кузатилган. Диссертант томондан пандемия муносабати билан карантин даврида ўтказган интернет-сўровнома натижалари кўрсатдики, респондентларнинг 47%-и газеталарнинг босма версияларини чоп қилиш зарур, деб ҳисоблайди.

Таҳлиллар асосида диссертант дискурсив фаолиятнинг анъанавий қоғоз ва электрон форматлари ўртасида қатор фарқлар мавжудлигини аниқлади, улар:

1. Онлайн-версияларда интернет имкониятлари ва гиперҳаволалар туфайли матн билан ҳам юзаки, ҳам тобора чуқур танишиш имконияти мавжуд. Онлайн-версияда ўқувчи нафақат ўзини қизиқтирган мавзу бўйича кенгайтирилган ахборот олиши, балки ўз фикрини ифода этиш имкониятига ҳам эга.

2. Янгиликлар электрон дискурси нафақат интернет-газета саҳифаларида чоп қилинган янгиликларга оид мақолалар, балки глобал тармоқда твиттер-технология ва янгиликлар СМС-тарқатмаси ёрдамида жойлаштирилган янгиликларни ўз ичига олган олий тартибдаги ҳодиса сифатида гавдаланади.

Диссертацияда тадқиқ этилаётган Ўзбекистоннинг «Народное слово», «Правда Востока» нашрлари, Россиянинг «Российская газета», «Известия» газеталари анъанавий ва шу билан бирга, онлайн-версияга эга нашрлар сирасига кириши кўрсатиб ўтилган.

Муаллифнинг кузатишича, янгиликлар сайтлари босма нашрларнинг интернет тармоғидаги нусхаси эмаслиги, улар оммавий ахборот тақдим қилишнинг алоҳида шаклини ташкил этиши ҳамда Интернет газеталарнинг анъанавийларидан аниқ фарқ қиладиган хусусиятлари мавжудлиги изоҳланган. Диссертантни фикрича, улар куйидагилардан иборат: 1. Мақолаларни муҳокама қилиш учун форумлар. 2. Ҳам матн, ҳам мультимедиа (аудио, видео, анимация) вариантыдаги қўшимча материалларга ҳаволалар мавжудлиги. 3. Ўқувчиларнинг бир-бири билан мулоқот қилиши учун шарҳли, муҳокамали чатлар. 4. Мақола муаллифи билан алоқа қилиш имконияти, сонни (нашрни) тайёрлаганларнинг

---

<sup>14</sup>Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А.Г. Качкаевой. – М., 2010. – С. 6.

биографик маълумотларига кириш. 5. Янгиликларнинг кунига камида 4 марта янгиланиши (кузатишлар кўрсатдики, янгилашлар Ўзбекистонда кўпинча эрталабдан ярим кечагача ҳар соатда, Россияда эса кечаю кундуз, шунингдек бир неча марта тезроқ амалга оширилади). 6. Ўқувчини қизиқтирадиган мавзуларга киришни осонлаштирувчи қидирув тизимлари. 7. Янгиликларга оид публикациялар архиви мавжудлиги.

Диссертациянинг «**Ўзбекистон ва Россия массмедиадаги янгиликлар дискурси матнларида коммуникатив технологияларнинг роли**», деб номланган иккинчи боби икки бўлимдан иборат бўлиб, у Ўзбекистон ва Россия босма ва электрон янгиликлари тузилмавий-лингвистик хусусиятлари таҳлиliga ва ОАВ тили ва услубининг ўзига хосликларига бағишланган.

Диссертациянинг ушбу бобида Россия («Российская газета», «Известия») ва Ўзбекистон («Народное слово», «Правда Востока») газеталари ва уларнинг электрон версияларидаги материалларида янгиликлар медиадискурсининг таҳлили асосида коммуникатив технологиялар ва лингвистик хусусиятлари янги ахборот технологиялари контекстида кўриб чиқилган ҳамда электрон янгиликлар дискурсида сарлавҳалар ва кириш (вводка) параметрлари тадқиқи акс эттирилган.

Таҳлиллар асосида муаллиф «Народное слово» ва «Правда Востока» газетаси босма версияси саҳифаларида янгиликлар жанрига марказий ўрин ажратилишини, шунингдек, муаммоли материаллар ва шарҳлар, мулоҳазалар, репортажлар каби жанрларга сезиларли ўрин берилаётганлигини, интервью ва фото ҳикояларга ҳам талаб катталигини аниқлаган.

Муаллифнинг кузатишларича, «Народное слово» газетаси интернет-версиясининг тили ва услубий хусусиятлари стандарт эканлиги аниқланган. Унинг янгиликлар дискурсидаги мақолаларида қуйидаги каби стандарт сўз ва сўз бирикмалари учраши кўрсатилган: *текущий год (жорий йил), посетил и ознакомился (ташриф буюрди ва танишди), проделанная работа (амалга оширилган ишлар), последний этап строительных работ (қурилиш ишларининг сўнгги босқичи), обсуждены вопросы (масалалари муҳокама қилинди), акцент был сделан (урғу берилди), привлечены к этому вопросу (масалага жалб қилинди), обсуждены вопросы исследований и развития (тадқиқотлар ва ривожланиш масалалари муҳокама қилинди), планируется наладить отношения (муносабатларни йўлга қўйиш режаслаштирилмоқда)* ва шу каби.

Мазкур илмий ишда диссертант «Народное слово» ва «Правда Востока» газеталарининг мақолалари матнларини таҳлили асосида қуйидагича таснифлаш мумкинлиги тўғрисида хулосага келган: «Народное слово» «Правда Востока» дан қуйидагилар билан фарқланади, яъни «Народное слово»да чоп этилган материалларида таъсир воситалари қаторида: 1) риторик сўроқлар; 2) кўчирма гап; 3) **а** (ўзбекча мувофиқи *хўш*) боғловчили гаплар учрайди; 4) қуйида келтирилган ибораларга ўхшаш сифат белгилари: *огромный столб (улкан устун), огненное зарево (оловли шуъла), очень приятное событие (жуда ёқимли ҳодиса)* ва бошқалар каби кўплаб жумлаларда кўзга ташланади.

Муаллиф томонидан ўрганилган нашрлардаги янгиликлар матнларида

қўлланиладиган сарлавҳаларнинг типологияси аниқланган ва асослаган ҳамда улар ўқувчининг эътиборини жалб қилиш, унинг эътиборини фаоллаштириш ва у билан мулоқот ўрнатиш учун ишлатилишини исботланган, шу билан бирга, диссертант ушбу сарлавҳаларни куйидаги учта турга ажратиш мақсадга муқофидигини асослаб берган:

сарлавҳаларнинг биринчи турига битта оддий жумладан иборат бўлган сарлавҳаларни киритамиз, улар семантик даражада мақолаларнинг мазмунини очиб беради ҳамда муаллиф ва ўқувчи ўртасидаги алоқани кучайтирадиган матнни қўшимча ўқишни талаб қиладиган информатив функцияни бажаради;

сарлавҳаларнинг иккинчи тури ўтган замондаги мураккаб феъл ёки ўтган замондаги қисқа пассив иштирокчи билан ифодаланган предикат билан ноаниқ-шахсий жумлалардан иборат, аксинча, улар ўтган замондаги феълларга нисбатан анча кичикдир. Шу билан бирга, бу ерда маълумотни тўлиқ тушуниш учун сиз матнни яна ўқишингиз керак. Бундай сарлавҳалар воқеани қатъий моҳиятли тарзда хабар қилади;

учинчи турдаги сарлавҳалар, бизнинг кузатувларимизга кўра, 3-6 сўздан иборат бўлиб, оддий жумла ёки мураккаб иборани ташкил қилади. Ушбу сарлавҳаларнинг баъзилари нашрда муҳокама қилинадиган муаммони келтириб чиқаради, сарлавҳаларнинг бошқа қисмида баҳо мавжуд, кўпинча салбий, гарчи улардан кейин нима муҳокама қилиниши аниқ бўлмаса ва бундай сарлавҳаларнинг кейинги қисми сарлавҳасиз аниқ бўлмаса. Бундай сарлавҳалар коммуникатив йўналиш нуқтаи назаридан мутлақо муваффақиятли эмаслиги асосланган.

Мазкур илмий ишда Россиянинг «Российская газета» ва «Известия» газеталари босма ва интернет-версиялари янгиликлар медиадискурси матнларининг тузилмавий-лингвистик хусусиятларини тадқиқ қўрсатишича, янгиликлар дискурсида ҳодиса талқини унинг бир маънода тушунилмаслиги билан белгиланиши аниқланиб, бу ҳақида диссертацияда батафсил баён қилинган.

Муаллиф Ўзбекистонда чоп этиладиган, тадқиқ этилаётган русийзабон газеталаридан фарқли равишда Россия газеталарида сарлавҳаларнинг учинчи типи хедлайн ёки иллюстратив материалсиз тушунарсиз эканлигини асослаган.

Мазкур диссертацияда «Российская Газета»да сарлавҳа ва хедлайн ўртасида нафақат мазмун даражасида, балки тил даражасида ҳам ўзаро алоқа мавжудлиги аниқланган. Сарлавҳа билан бош келишиқ ўртасидаги лисоний алоқа субъектив модалликни очиб берувчи экспрессема эканлиги исботланган. Сўзбошидаги асосий янгиликлар, гарчи сўзма-сўз бўлмаса-да, куйидаги усулларда такрорланиши исботланган: биринчиси - лексик синонимларни танлаш орқали; иккинчиси - суҳбат орқали; учинчиси - контекстуал синонимлар; тўртинчиси - ёзиш орқали.

Муаллиф томонидан «Известия»нинг интернет версиясида тил даражасида таъсир воситалари куйидагилар эканлиги аниқланган: -махсус сарлавҳа мажмуи йўқлиги, бу «Известия»нинг доимий ўқувчилари учун «этиборни тортиш кучи» ва газетанинг давом этаётган анъаналари белгиси эканлиги; -янгиликларнинг

кундалик қизиқиш даражасига кўра жойлаштирилиши, оддий ўқувчига йўналтирилганлигини ёрқин намоёниш қилиниши; - ахборот манбасида кузатиладиган намоёниш этилган объективлик, у мутахассислар ёки ҳодиса қатнашчилари иқтибосларини келтириш ва субъектив модаллик белгиларини атайин қўлланмаслигида намоён бўлиши аниқланган.

Диссертациянинг «**Янгиликлар медиадискурсида манипулятив технологиялар**», деб номланган учинчи бобида янгиликлар медиадискурсида манипулятив коммуникация методлари таҳлил қилинган. Янгиликлар медиадискурсида коммуникатив технологиялар тури сифатида ишонтариш усуллари очиқ берилган, шунингдек, Ўзбекистон ва Россиянинг ўрганилаётган босма ва тармоқли нашрларида қўлланалидиган стратегия ва тактикалар таҳлили келтирилган ва коммуникатив муваффақиятсизликлар юзага келишини камайтариш йўллари кўриб чиқилган.

Мазкур бобда нутқий таъсирнинг таъсирийлик билан боғлиқ усулларида бири интертекстуаллик экани ҳақида баён этилади. Ю. Кристева томонидан киритилган «интертекстуаллик» тушунчаси ҳозирги вақтда матннинг интерпретатив (талқинга оид) потенциали, демак, унинг таъсир кучини ошириш имконини берадиган матн маркерлари орқали таъсирнинг самарали усулларида бири сифатида баҳоланиши таъкидланади.

Интертекстуаллик текстологияси иқтибос кўринишидаги мулоҳазалар сарлавҳаларда тобора кўп қўлланади, бу билан ўқувчилар эътибори жалб қилинади.

Муаллиф томонидан амалга оширилган янгилик матнларини таҳлили кўрсатганидек, тадқиқ этилаётган Ўзбекистон нашрларида Россия нашрларига қараганда бевосита цитата келтириш усули жуда кам қўлланади. Илмий адабиётларда кўрсатилганидек, одатда, квазицитация, яъни цитаталарни қайта англаш, трансформациялаш, уларни янги контекстга «фарқ қилиш»<sup>15</sup> ўрин тутади. Натижада, цитата асосий матнга нисбатан ёт бўлмай, аксинча, келиб чиқиши бегона матн мазкур матннинг ички компонентида айланади. Маълум бўлган барқарор фикрни тузилмавий ёки семантик жиҳатдан ўзгартириб, унга янгича мазмуний, услубий ёки таъсирий тус қўшиб, муаллиф унинг бевосита ва «янгиланган» маъносини нисбатлайди, бу билан ўқувчини фикрлаш фаолиятига ундайди. Бунда ўқувчида ҳосил бўладиган ассоциатив «ишлар» ўзгартирилган цитатани унинг ҳаммага маълум манбаси билан боғлайди ва ёрқин таъсирий-услубий самара яратади<sup>16</sup>. Интертекстуаллик асосида прецедент (ўхшаш) матнлар ётади. «Прецедент матн» тушунчаси Ю.Н. Караулов томонидан киритилган бўлиб, бунда муаллиф: 1) билишга оид ва ҳиссий томондан у ёки бу шахс учун аҳамиятли; 2) шахсий характерга эга, яъни шу шахснинг атрофидагилар, жумладан, ўтмишдошлари, замондошлари кенг доирасига янги таниш ва, ниҳоят, 3) шу тил шахси дискурсида унга мурожаат бир неча марта

<sup>15</sup> Хегай В.М. Квазицитация как один из видов интертекстуальности в газетных заголовках // Иностранные языки в Узбекистане. – 2014. – № 4. С. 46.

<sup>16</sup> Шалимова Г.С. Форма новая – проблемы старые (Об одной модели газетного заглавия) // Журналистика и культура русской речи. – Вып. 1. – М., 1996. С. 81.

қайта бошланадиган матнларни тушунади<sup>17</sup>.

Диссертация ишида Россия ва Ўзбекистон газеталарида янгиликлар дискурсида интертекстуаллик қўлланилиши ҳолати бўйича таҳлиллар келтирилган. Унинг натижаларига кўра Россия газеталаридан фарқли ўлароқ равишда Ўзбекистон газеталари янгиликлар дискурсида интертекстуаллик деярли қўлланмаслиги аниқлангани баён этилган.

Муаллифнинг кузатишларга кўра, интертекстуалликдан фойдаланиш – ўқувчига экспрессив таъсирнинг самарали усули сифатида Россия газеталари матнларида, улар сарлавҳаларида кўпроқ учраши, бундан ташқари, сарлавҳаларнинг катта қисмини битта сўз алмаштирилган ва «фарқ қилинган» квазицитаталар ташкил этиши, шу билан бирга, тобора кўп учрайдиган ҳолатлар прецедент матнларда паронимия даражасида сўз ўйинидан фойдаланиш усули, бу айниқса, «Известия» босма версиясида тобора фаол қўлланиши баён этилган.

Диссертациянинг ушбу бобида, шунингдек, ОАВ манипуляция, яъни оммавий коммуникация ва ахборот соҳасида реципиентларнинг установакалари, фикрлари, руҳий ҳолатини ўзгартиришга қаратилган яширин таъсир<sup>18</sup> муаммоси ҳам ўрганилган. Шу масала билан боғлиқ бир қатор муаллифлар (Кара-Мурза С.Г., Беляевская Е.Г., Михалева О.Л., Шалимова Г.С., Караулов Ю.Н.)нинг фикр ва мулоҳазалари ҳамда тадқиқ этилаётган нашрларда янгилик медиадискурсида манипуляция билан боғлиқ амалиёт таҳлиллари, мисоллар келтирилган. О.Л. Михалёванинг фикрича, замонавий дискурсив тадқиқотларда нутқ ва матн воситасида амалга ошириладиган психологик таъсир турларидан манипуляция сифатида таърифланади<sup>19</sup>.

Мазкур илмий ишда баён қилинганлар билан боғлиқ равишда коммуникатив технологияларнинг тадқиқ этилаётган нашрлар материаллари таҳлили асосида ишонтириш коммуникатив стратегияси ҳам кўриб чиқилган. Тадқиқот натижалари шуни кўрсатдики, янгиликлар дискурсида аудиторияга когнитив таъсир механизмлари анчагина яширин характер касб этади.

Муаллифнинг фикрича, янгиликлар дискурсининг, умуман олганда, экстралингвистик характерга эга бўлган, прагматик таъсирини кучайтиришнинг тобора ошқор механизми эълон қилиш учун янгиликларни саралаш, шунингдек, янгиликларни кичик информацион хабарларни ўз ичига олган у ёки бу рукн доирасида муҳимлик даражасига кўра тақсимлашдан иборат. Шунингдек у ёки бу ҳодисани ёки фактни ОАВда ёритишга арзийдиган, деб тан олиш у ёки бу медиа органи ёки ношир дунёда рўй бераётган қайси манзарани ўқувчиларга тақдим қилишни исташи билан боғлиқ. Хусусан, дунё миқёсидаги юлдузларнинг тўйи ўқучиларнинг кўпчилиги учун Суриядаги ҳодисалардан кўра муҳим кўриниши мумкин<sup>20</sup>. Диссертант, бундан ташқари, олима Н.И. Клушинанинг ишларига таяниб, таъкидлаганидек, ОАВ матнларининг асосий стратегияси

<sup>17</sup> Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. – М.: Наука, 1987. С. 216.

<sup>18</sup> Кара-Мурза С.Г. Краткий курс манипуляции сознанием. М.: Издательство Эксмо, 2003.

<sup>19</sup> Михалева О.Л. Теория коммуникации: специфика манипулятивного воздействия в политическом дискурсе/Учебное пособие. –Иркутск: ИГУ, 2009.

<sup>20</sup> Беляевская Е.Г. Стратегии формирования скрытых смыслов в медиадискурсе (на материале британской прессы). – М., 2017.

ишонтириш стратегияси ҳисобланади. Бироқ олиманинг фикрича, ОАВ да ишонтириш кўпинча манипуляцияга ўтиб кетади, демак, коммуникация қатнашчилари: муаллиф ва ўқувчи ўртасидаги мулоқот усулларидан бири сайланма стратегия ва тактикалар ҳисобланади, деган хулосага келади.

Диссертант, О.Л. Михалеванинг<sup>21</sup> сиёсий дискурсга нисбатан, аммо ОАВ материалларига мослаштирилган стратегия ва тактикалар бўйича берган таснифига асосланган ҳолда, тадқиқ этган газеталарда ишонтириш стратегиясидан ташқари, ошириш, камайтириш ва театраллик стратегияларидан фойдаланиш мумкинлигини ҳамда ошириш стратегияси анализ-«плюс», тақдимот, ноошкора ўзини ўзи презентациялаш, танқидни рад қилиш, ўзини оқлаш каби тактикалар<sup>22</sup> қўлланиши мумкинлигини асослаган. Шу билан бирга, камайтириш стратегияси, О.Л. Михалеванинг фикрига кўра, анализ-«минус», айблаш, шахссиз айблаш, қоралаш, ҳақоратлаш, таҳдид тактикаларига тўғри келиши<sup>23</sup> ни кўрсатиб ўтган.

Диссертацияда «Российская газета», «Известия» «Народное слово», «Правда Востока» газеталарининг материалларида манипулятив усулларидан фойдаланиш ҳолати таҳлили натижасида ва стратегия, тактиканинг манипулятив усулларига мисоллар келтирилган ҳолда, диссертант шундай хулосага келдикки, «Народное слово» газетасида, гарчи анализ-«плюс», камроқ ҳолларда анализ-«минус» тактикалари қўлланиши мумкин бўлса-да, кўпроқ ошириш стратегияси, тақдимот тактикаси қўлланади. Муаллифнинг фикрича, журналист матнда камдан-кам намоён бўлиши, услубий бир хиллик муаллиф индивидуаллигини йўққа чиқариши, шу билан бирга, «Правда Востока»дан фарқли ўлароқ «Народное слово» тилида, одатда, гаплар қисқалиги сабабли расмийлик камроқ эканлиги ва муаллифнинг йўқлиги, муаллиф билан алоқа ва материалнинг таъсири йўқлигига олиб келиши аниқланган.

Тадқиқот натижалари кўрсатганидек, Ўзбекистон матбуотида ошириш стратегияси ва асосан иккита: анализ-«плюс» ва тақдимот тактикаси афзал кўрилиши кузатилади, яъни «Правда Востока» ва «Народное слово» газеталарида бу стратегия асосан тақдимот учун, мамлакат имиджини ошириш мақсадида қўлланади. «Российская газета»да муаллифлар томонидан ҳар учала: ошириш, камайтириш ва театраллик стратегияси қўлланади. Диссертант таҳлил этган материалларида қуйидаги: анализ-«плюс», анализ-«минус», тақдимот, кооперация, айблаш тактикалар кузатилгани асослаб берилди.

Муаллиф «Известия» газетасида эса иккита: ошириш ва театраллик стратегияси, тақдимот, анализ-«плюс», ахборотлаш тактикаларидан фойдаланилиши, ушбу газетада, театраллик усули фақат ўқувчиларни жалб қилиш ва ададни (тиражни) ошириш учун қўлланиши, журналист-муаллифлар ўзини матнда ҳеч қандай намоён қилмаслиги кузатилиши, бироқ «Известия»га мансублигини таъкидлаши каби фактлар эътиборли эканлигини кузатганини

<sup>21</sup> Михалева О.Л. Политический дискурс. Специфика манипулятивного воздействия. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ». – 256 с.

<sup>22</sup> Михалева О.Л. Там же, с. 52–57.

<sup>23</sup> Михалева О.Л. Там же, с. 42–52.

ёритган. Яъни бу газетада муаллиф жамоавий ва ягона яхлитлик сифатида гавдаланиши, шу сабаблли, айтиш мумкинки, маълум стратегия ва тактикалар билан боғлиқ коммуникатив технологиялар ўқувчи билан ўзаро таъсирга (хамкорликка) қаратилганлиги кузатилмоқда.

Диссертациянинг мазкур бобида мулоқотнинг исталган бошқа туридаги каби интернет-дискурда ҳам реал инсоний мулоқотда одатий бўлган коммуникатив муваффақиятсизликлар юзага келиши муаммоси ҳам ўрганилган.

Илмий адабиётларда акс этганидек, улар доимий ва табиий, чунки англамаслик, язши тушунмаслик, тинглай билмаслик, шунингдек, фикрини ифодамай олмаслик – табиий мулоқотнинг деярли муқаррар ҳамроҳлари<sup>24</sup>.

Диссертация ишида «Российская газета», «Известия» «Народное слово», «Правда Востока» газеталарининг материалларида коммуникатив муваффақиятсизликлар ҳолатлари таҳлиллари (матинлардаги мисоллар билан) ушбу бобда батафсил ёритилган.

Таҳлиллар натижаси асосида муаллиф томонидан, коммуникатив муваффақиятсизлик манбаси матннинг турли қисмлари бўлиши мумкинлиги: сўз, жумла, бутун бир нутқий маълумот ва ҳақозолар, коммуникатив муваффақиятсизлик юзага келишида коммуникантларнинг тил тезаурусларини ташкил қилиши, олам ҳақидаги билимлар банкидаги ва шу каби тафовутлар катта рол ўйнаши мумкинлиги аниқланган.

Муаллиф, коммуникатив муваффақиятсизликлар тушуниш жараёнининг турли даражаларида, морфологик ва синтактик таҳлилдан бошлаб то суҳбатдошнинг коммуникатив ва амалий мақсадларини тушунишгача юзага келиши мумкинлигини асослантирган.

Диссертацияда коммуникатив муваффақиятсизликларга мисоллар, жумладан турли хатоликлар ва нуқсонлар келтирилган ва уларга йўл қўймаслик бўйича тадқиқот натижаларидан келиб чиққан ҳолда бир қатор асослантирилган таклиф ва тавсияларни баён этган. Жумладан, журналистларнинг касбий маҳоратини сайқаллаш ва улар томонидан чоп этилган янгиликлар материалларининг сифатини яхшилаш, коммуникатив кодида хатоликка йўл қўймаслик зарурлиги асослантирилган ва мулоқотда муваффақиятсизликка олиб келиши мумкин бўлган нотўғри нутқ стратегияларидан фойдаланишни олдини олишга қаратилган янгиликларни тайёрлашнинг тил параметрлари билан боғлиқ малакаларини ошириш мақсадида, муайян стратегия ва тактикалардан фойдаланиш бўйича ва журналистлар билан семинарлар ўтказишга оид тавсиялар ёритилган.

## ХУЛОСА

Ўтказилган тадқиқотлар натижасида қуйидаги илмий хулосалар олинди ва таклифлар шакллантирилди:

1. Илк бор ватанимиз журналистика ва медиалингвистика фанида Россия ва

---

<sup>24</sup> Широких Е.А. Причины коммуникативных неудач в интернет-дискурсе // Вестник Удмуртского университета. Ижевск. Серия история и филология. 2016. Т. 26. вып.3. // <https://cyberleninka.ru/article/n/prichiny-kommunikativnyh-neudach-v-internet-diskurse>.

Ўзбекистон босма ва электрон русийзабон янгиликлар дискурси қиёсий таҳлили амалга оширилган ҳамда босма ва электрон коммуникациянинг хусусиятлари нутқий таъсир ва коммуникатив технологиялардан фойдаланиш ҳисобга олинган ҳолда таҳлил этилган;

2. Янгиликлар материалларини тайёрлашда ишонтириш стратегиясидан ҳамда баҳолаш ва интертекстуаллик мисолларидан кенг фойдаланиш, медиа матнларида адресатга таъсир этиш учун стилистик услубий модалликлардан, муаллифнинг субъектив модаллигидан фойдаланиш мақсадга мувофиқлиги актуаллаштирилган;

3. Илмий адабиётларда шаклланган медиа-дискурс концепциясига қуйидаги айрим аниқлик ва тўлдиришлар киритиш заруратини асослаб унга зарур бўлган қуйидаги тушунтиришларни киритиш таклиф этилади: яъни, медиадискурс тушунчасига биз босма ва онлайн оммавий ахборот воситаларида янгиликлар маълумотларини ўз ичига қамраб оладиган, дискрет бирлиги ахборот воситаларининг янгилик матни бўлган дискурсни (нутқни) назарда тутамиз.

Коммуникатив технологиялар концепциясига эса махсус адабиётдаги олимларнинг турли нуқтаи назарлари таҳлили асосида, уларнинг асосий хулосаларига таяниб ва ўз таҳлил ва исботларимиз натижаларини ҳисобга олинган ҳолда, адресатга таъсирнинг лингвистик усуллари ва журналистлар стратегия ва тактикалари билан боғлиқ баъзи билимларини ўз ичига олишини назарда тутган ҳолда коммуникатив технологиялари тушунчасига муаллифлик таърифи ишлаб чиқилган.

4. Диссертацияда дискурс қуйидагича тушунилади:

мулоқот ҳолати назарда тутилган махсус изчил янгиликлар матни;

бу нафақат алоқа иштирокчиларини, балки ушбу алоқани амалга ошириш механизмларини ҳам назарда тутадиган коммуникатив жараён;

коммуникация маълум бир контекстни назарда тутди, ижтимоий-маданий, психологик ва бошқа ходисаларни ҳисобга олади; бўлиб ўтган ходисалар шулар сирасига киради; шу билан бирга, дискурсив таҳлил матн яратиш ва унинг натижасини ўрганишни ўз ичига оладиган жараён, унда тил муҳим рол ўйнайди.

5. Коммуникация одамларнинг икки томонлама мулоқотидан иборатлиги, ахборот алмашишни назарда тутишини, ахборот воситаларининг янгилик медиадискурсида ишлатиладиган коммуникатив технологиясининг асосий воситаси тил эканлиги ва нутқ таъсирининг асосий усули - бу стратегия ва тактиканинг ўзига хос техникаси эканлигини умумлаштирдик, шу жумладан, нутқий таъсирнинг асосий воситаси ишонтириш бўлиб, унинг натижасида янгиликлар матнлари ташкил этилишида, уларнинг ахборот ва таъсир кўрсатиш функциялари орқали таъсир этувчи ва қабул қилувчи ўртасида алоқа мавжуд бўлишини актуаллаштирдик.

6. «Народное слово» ва «Правда Востока» ахборот материалларидаги янгиликлар матнларини таҳлил қилиш натижасида олинган, ушбу нашрларда чоп этилган янгиликлар матнларининг медиадискурсидаги коммуникатив технологиялар хусусиятларига оид қуйидаги хулосалар шакллантирилди:

уларнинг ахборот материалларида расмий-идоравий услубга хос сўз

бирикмаларидан фойдаланилади, бу матнга расмийлик ва тил қатъиятини бахш этади;

«Народное слово» ва «Правда Востока» газеталарида ҳиссий-таъсирий воситалар стандарт воситаларга қараганда анча кам учрайди;

«Народное слово» «Правда Востока»дан куйидагилар билан фарқланади, яъни «Народное слово»да чоп этилган материалларида таъсир воситалари қаторида: 1) риторик сўроқлар; 2) кўчирма гап; 3) **а** (ўзбекча мувофиқи *хўш*) боғловчили гаплар учрайди; 4) куйида келтирилган ибораларга ўхшаш сифат белгилари: *огромный столб (улкан устун), огненное зарево (оловли шуъла), очень приятное событие (жуда ёқимли ҳодиса)* ва бошқалар кўплаб жумлаларда тақдим этилган.

7. Ўрганилган газеталардаги янгиликлар матнларида қўлланиладиган сарлавҳаларнинг типологияси аниқланди ва асослаб берилди, ҳамда улар ўқувчининг диққатини жалб қилиш, эътиборини фаоллаштириш ва у билан мулоқот ўрнатиш мақсадини кўзлаши исботланди, шу билан бирга, сарлавҳаларни уч гуруҳга бўлиш ўринли экани далилланди.

8. «Российская Газета»да сарлавҳа ва хедлайн ўртасида нафақат мазмун даражасида, балки тил даражасида ҳам ўзаро алоқа мавжудлиги исботланган. Сарлавҳа билан бош келишик ўртасидаги лисоний алоқа ҳам субъектив модалликни очиб берувчи экспрессема эканлиги исботланган. Сўзбошидаги асосий янгиликлар, гарчи сўзма-сўз бўлмаса-да, куйидаги усулларда такрорланиши исботланган: биринчиси - лексик синонимларни танлаш орқали; иккинчиси - суҳбат орқали; учинчиси-контекстуал синонимлар; тўртинчиси-ёзиш орқали.

Шу билан бирга «Российская Газета»да муаллифлар журналистикада фойдаланиладиган стратегияларнинг барча уч туридан фойдаланаётганлари аниқланган: ошириш, камайтириш ва театрлаштириш. Тадқиқ этилган материалларда куйидаги тактикалар учраган: таҳлил-«плюс», таҳлил-«минус», тақдимотлар, ҳамкорлик, айбловлар.

9. «Известия»нинг интернет версиясида таъсир воситалари куйидагилар эканлиги аниқланди:

махсус сарлавҳа мажмуи йўқлиги, бу «Известия»нинг доимий ўқувчилари учун «этибрни тортиш кучи» ва газетанинг давом этаётган аънаналари белгиси ҳисобланади;

янгиликларнинг кундалик қизиқиш даражасига кўра жойлаштирилиши, оддий ўқувчига йўналтирилганлигининг ёрқин намоиш қилиниши;

ахборот манбасида кузатиладиган бўрттирилган объективлик, у мутахассислар ёки ҳодиса қатнашчилари иқтибосларини келтириш ва субъектив модаллик белгиларини атайин қўлланмаслигида намоён бўлади.

10. Тадқиқот кўрсатганидек, Ўзбекистон нашрларида ошириш стратегиясидан кўпроқ фойдаланилиши аниқланди: яъни «Правда Востока» ва «Народное Слово» газеталарида асосан ошириш стратегияси ва иккита тактика қўлланилади – таҳлил-«плюс» ва тақдимот тактикаси. Ушбу нашрлар ўртасида стратегия ва тактикалардан фойдаланишда айтарли фарқ йўқлиги, шу билан

бирга, материал тақдимотида услубий бирхиллик ва баён қилишда қандайдир динамиканинг йўқлиги аниқланди.

11. Матнларнинг экспрессив таъсири ўзига хос эканлиги ва у оммавий ахборот воситаларининг янгиликлар матнларида лингвистик воситалар ёрдамида намён бўлиши исботланган, шу муносабат билан журналистларнинг ушбу воситалардан тўлақонли фойдаланиш қобилиятини ривожлантириш учун улар касбий маҳоратларини ошириши мақсадга мувофиқ.

12. Порталдаги янгиликлар материалларида сарлавҳалар ёзиш, хусусан, газеталарнинг босма ва электрон версияларидаги мақолалар сарлавҳаларини танлашда фойдаланиш, шунингдек, янгиликлар матнларини ёзишда интернет портали журналистлари учун ишончли стратегия ва тактикалардан фойдаланиш бўйича таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқди.

13. Янгиликлар материалларини ёзишда журналистик фаолиятда муаллиф модаллигининг ва кенг мақбул усулларида фойдаланиш зарурлиги, шунингдек, коммуникатив муваффақиятсизликларни бартараф этиш стратегияларидан фойдаланган ҳолда маълум лингвистик воситалар ёрдамида ва дискурсив даражада адресантдан (муаллифдан) адресатга (ўқувчига) маълум бир лингвистик даражада таъсир ўтказиш усулларида кенг фойдаланиш мақсадга мувофиқ.

14. Журналистларнинг касбий маҳоратини ошириш ва улар томонидан чоп этилган янгиликлар материалларининг сифатини ошириш, коммуникатив кодида хатоликка йўл қўймаслик зарурлиги асослантилган ва мулоқотда муваффақиятсизликка олиб келиши мумкин бўлган нотўғри нутқ стратегияларидан фойдаланишни бартараф қилишга қаратилган ҳамда «Правда Востока» ва «Народное Слово»даги янгиликларни тайёрлашнинг тил параметрлари билан боғлиқ малакаларини ошириш мақсадида, муайян стратегия ва тактикалардан фойдаланиш бўйича таклифлар ишлаб чиқилган, шу билан бирга, амалиётчи рус тилида фаолият олиб бораётган Ўзбекистон журналистлари билан семинарлар ўтказиш бўйича тавсиялар берилган.

15. Коммуникатив муваффақиятсизликларни минималлаштириш мақсадида шаблонлар, клерикал иборалар, жаргонлардан фойдаланиш шаклидаги хатоларга, шунингдек, лингвистик воситалар ёрдамида адресатга маълум бир лингвистик даражада ва ишонтириш стратегияси ёрдамида таъсир қилиш шаклида ҳамда журналистик материалларда турли хил лингвистик, стилистик ва бошқа хатоларга йўл қўймаслик учун хизмат қиладиган тавсиялар ишлаб чиқилган.

16. Русийзабон Ўзбекистон газета ва тармоқларда таркибий-лингвистик ва коммуникатив технологияларининг хусусиятлари нуқтаи назаридан янгиликлар медиадискурси савия даражасини ошириш ҳамда янгиликлар матнлари тилини такомиллаштириш мақсадида рус тилида чоп этишга тайёрланган янгиликлар матнлари лойиҳаларини нашр этишдан аввал журналистлар ўртасида муҳокама этилишларни нашриёт амалиётига жорий этиш мақсадга мувофиқлиги тавсия этилган.

**НАУЧНЫЙ СОВЕТ PhD.03/30.12.2019.Fil.14.01 ПО ПРИСУЖДЕНИЮ  
УЧЕНЫХ СТЕПЕНЕЙ ПРИ УНИВЕРСИТЕТЕ ЖУРНАЛИСТИКИ  
И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ УЗБЕКИСТАНА**

---

**УЗБЕКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ МИРОВЫХ  
ЯЗЫКОВ**

**АХМЕДОВА МАЛИКА МУХАММАДОВНА**

**ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В  
МЕДИАДИСКУРСЕ НОВОСТЕЙ (НА ПРИМЕРЕ ПЕЧАТНЫХ И  
СЕТЕВЫХ ИЗДАНИЙ УЗБЕКИСТАНА И РОССИИ)**

**10.00.09 – Журналистика (филологические науки)**

**АВТОРЕФЕРАТ**  
**диссертации доктора философии (PhD) по филологическим наукам**

**Ташкент – 2022**

**Тема диссертации доктора философии (PhD) по филологическим наукам зарегистрирована в Высшей аттестационной комиссии при Кабинете Министров Республики Узбекистан за №В2021.1.PhD/Fil283**

Диссертация выполнена в Узбекском государственном университете мировых языков.

Автореферат диссертации на трех языках (узбекском, русском, английском (резюме)) размещен на веб-странице Научного совета ([www.uzjoku.uz](http://www.uzjoku.uz)) и в информационно-образовательном портале Ziyonet ([www.ziyonet.uz](http://www.ziyonet.uz)).

**Научный руководитель:**

**Мунинова Патима Иззатуллаевна**  
доктор филологических наук, профессор

**Официальные оппоненты:**

**Маматова Якутхон Мухаммеджановна**  
доктор филологических наук, и.о. профессора

**Халилова Азиза Шамухутовна**  
доктор философии по филологическим наукам (PhD)

**Ведущая организация:**

**Каракалпакский государственный университет  
имени Бердака.**

Защита диссертации состоится «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2022 года в \_\_.00 часов на заседании Научного совета PhD.03/30.12.2019.Fil.14.01 по присуждению ученых степеней при Университете журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана (Адрес: 100017, г. Ташкент, Ц-5, дом-88. Тел.: (99871) 207-09-06; e-mail: [journalism.univer@gmail.com](mailto:journalism.univer@gmail.com)).

С диссертацией можно ознакомиться в центре информационных ресурсов Университета журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана. (Адрес: 100017, г. Ташкент, Ц-5, дом-88. Тел.: (99871) 207-09-06).

Автореферат диссертации разослан «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2022 г.  
(протокол реестра № \_\_\_ от «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2022 года).

**Ф.А.Мунинов**

Председатель Научного совета по  
присуждению ученых степеней, д.ф.н.,  
профессор

**Н.Муратова**

Ученый секретарь Научного совета по  
присуждению ученых степеней, к.ф.н.,  
доцент

**К.Т.Ирназаров**

Председатель научного семинара при  
Научном совете по присуждению  
ученых степеней, д.и.н, профессор

## ВВЕДЕНИЕ (аннотация диссертации доктора философии (PhD))

**Актуальность и востребованность темы диссертации.** В современной мировой медиасфере важное место занимают новостные публикации, ориентация политиков и общественности в значительной мере определяются контентом и формой подачи информации. Печатные и сетевые издания широко используют новейшие коммуникативные методы и технологии в медиадискурсе с аудиторией различного масштаба, как локального, так и глобального.

Во всем мире в конце XX и начале XXI вв. развитие многих гуманитарных и социальных наук сопровождалось возникновением нового подхода, при котором в центре внимания оказался человек эпохи интернета и электронного медиадискурса. Такой подход к современным исследованиям медиа обусловил возникновение новых направлений научных исследований, в частности когнитивистики электронного типа, что привело исследователей к выделению в качестве важного объекта нового дискурса медиа, а сам язык средств массовой информации стал характеризоваться как дискурсивный. В этой связи обращение к когнитивистике и дискурсивному анализу показало необходимость основательного исследования ментальных процессов при подготовке материалов для печатных и электронных газет и их непосредственного воздействия на читателя.

Сегодня СМИ играют важную роль в жизни общества, определяя как тематику и общий стиль материалов, так и языковое оформление публикаций. Среда пользователей интернет-сайтов многообразна, а их количество постоянно растёт и превышает аудиторию печатной прессы в разы. Вместе с тем важно отметить, что в изучении медиатекстов произошли важные изменения, теперь исследовательский акцент стал делаться на когнитивных характеристиках новостного дискурса. Это в свою очередь актуализирует изучение дискурсивных практик электронных массмедиа.

В нашей стране прогресс телекоммуникаций оказал влияние на увеличение числа электронных медиа. «В эпоху цифровых технологий, идет процесс обновления сферы масс-медиа Узбекистана, как и всех общественно-политических институтов страны», – отметил Президент нашей страны.<sup>1</sup> «Сегодня в информационной сфере перед нами стоит актуальная задача превратить количественные показатели в качественные, вывести национальную журналистику на новый уровень развития».<sup>2</sup> К новому уровню теории новостного дискурса, прежде формировавшемуся на базе печатной прессы, привело частое возникновение необычных информационных сайтов, и это повлияло на реорганизацию характеристик как самого дискурса, так как изменения затронули адресата сообщения, канала коммуникации, ее контекста,

---

<sup>1</sup> Президент Узбекистана Шавкат Мирзиёев работникам печати и средств массовой информации (26 июня 2021г) <https://yuz.uz/ru/news/-matbuot-va-ommaviy-axborot-vositalari-xodimlariga>

<sup>2</sup> Президент Узбекистана Шавкат Мирзиёев работникам печати и средств массовой информации (27 июня 2022г.) <https://yuz.uz/ru/news/-matbuot-va-ommaviy-axborot-vositalari-xodimlariga>

так и способа организации языковых структур в коммуникативном пространстве нового типа. Всё это в свою очередь требует нового подхода с научно-методологической точки зрения к коммуникативным процессам, непосредственно влияющим на внутритекстовое состояние новостного материала как печатного, так и сетевого издания.

Настоящая диссертационная работа будет содействовать реализации задач, предусмотренных в Законах Республики Узбекистан № ЗРУ-78 «О средствах массовой информации» от 15 января 2007 года (в новой редакции), № 402-I «О защите профессиональной деятельности журналистов» от 24 апреля 1997 г., Указах Президента Республики Узбекистан от 28 января 2022 года № УП-60 «О Стратегии развития Нового Узбекистана на 2022-2026 годы», № УП-5653 «О дополнительных мерах по дальнейшему развитию информационной сферы и массовых коммуникаций» от 2 февраля 2019 года, Постановлениях Президента Республики Узбекистан № ПП-1730 «О мерах по дальнейшему внедрению и развитию современных информационно-коммуникационных технологий» от 21 марта 2012 года, №ПП-294 «О мерах по поддержке средств массовой информации и развитию сферы журналистики» от 27 июня 2022 года, а также в других нормативно-правовых документах, регулирующих сферу средств массовой информации и научных исследований.

**Соответствие исследования приоритетным направлениям развития науки и технологий Республики Узбекистан.** Диссертационное исследование выполнено в соответствии с приоритетными направлениями науки и технологий в республике I. «Формирование системы инновационных идей по социальному, правовому, экономическому, культурному, духовно-просветительскому развитию информационного общества и демократического государства и пути их реализации».

**Степень научной изученности проблемы.** Значимый вклад в развитие общей теории стиля публикуемых материалов в СМИ и лингвистики текста внесли учёные Узбекистана: О.У.Абдуазимов, Ж.Н.Азимов, Г.Х.Бакиева, Х.Н.Дустмухамедов, К.Т.Ирназаров, Н.Ф.Каримов, Ш.Т.Кудратходжаев, Ф.А.Муминов, П.И.Муминова, Ё.М.Маматова, А.Д.Матякубов, Н.Ф.Муратова, Д.Рашидова, Д.М.Тешабаева, Н.К.Ташпулатова, М.Худойкулов, Ю.К.Хамдамов и др.<sup>3</sup>.

---

<sup>3</sup>См.: Абдуазимов О.У. Ўзбекистонда фуқаролик жамиятини барпо этишда матбуотнинг ўрни: ижтимоий фикр мониторинги: Социол. фан. ном. ... дисс. автореф. – Т.: ЎзМУ, 2007; Азимов Ж.Н. СМИ в Интернет и освещение законодательной деятельности интернет-журналистикой. Метод. пособие. – Т., 2006; Бакиева Г.Х., Тешабаева Д.М. Медиаконда матн (Монография). – Т.: «Tugon-Iqbol», 2019; Дўстмухаммад Х.Н. Журналистнинг касб одоби муаммолари: назарий-методологик таҳлил (Монография). – Т.: Янги аср авлоди, 2005; Глобаллашув даври ва ахборот макони // Ўзбекистон матбуоти, 2007. – № 3. – Б. 12-14; Маматова Ё.М., СМИ, правопорядок и безопасность: служение демократии в Узбекистане: Учебное пособие-Т.:»Mehridaryo», 2019; Интернет журналистика (Интернетда радио ва телевидение). Илмий мақолалар тўплами // Масъул муҳаррир Ф.А. Мўминов. – Т.: MRS-Tashkent, 2005; Муратова Н.Ф. Журналистика в Интернет: особенности on-line изданий Узбекистана и их функционирование в условиях глобального информационного рынка: Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – Т.: НУУз, 2011; Рашидова Д. Особенности формирования Интернетовской журналистики и специфика Интернет в качестве глобального СМИ: Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – Т.: НИИУз, 2002; Кудратхўжаев Ш.Т. Интернет тарихи, тузилиши, техник хавфсизлик. Ўқув-услугий қўлланма. – Т.: Ўзбекистон, 2011; Кудратхўжаев Ш.Т. Журналист фаолиятида Интернетдан фойдаланиш. Услугий қўлланма. –Т.:

Различные аспекты исследуемой проблемы изучались зарубежными специалистами европейских стран S.Goldman, R.Rada, D.G.Gilbert, J.A.Kahl, Teun A. van Dijk.<sup>4</sup> Ими разработана общая теоретическая база коммуникативных технологий медиадискурса. Работа М. Bednarek «Evaluation in Media Discourse: Analysis of a newspaper corpus» является важным источником по медиадискурсу<sup>5</sup>.

Проблема создания новостного текста и мастерства журналиста рассматривалась в работах многих исследователей стран СНГ, в том числе в работах Н.Д.Арутюновой, А.Н.Баранова, Р.А.Будагова, Е.Л.Вартановой, Ю.С.Воротниковой, В.В.Ворошилова, И.Р.Гальперина, Т.Г.Добросклонской, Т.М.Дридзе, Т.С.Дроняевой, Н.И.Клушиной, М.Н.Кожиной, Е.С.Кубряковой, А.В. Колесниченко, М.Н.Кима, О.Р.Лащук, Г.В.Лазутиной, О.Л.Михалёвой, Г.С.Мельник, Г.Г.Почепцова, Г.Я.Солганика, А.А.Тертычного и других<sup>6</sup>.

Теоретическая основа данной диссертации основана на изучении коммуникативных моделей, коммуникативной направленностей новостных материалов в газетах и интернете, эти аспекты отразились в исследованиях таких ученых, как Т.ван Дейк, Г.Г.Почепцов, С.В. Федорова, В.И.Коньков, В.Демьянков, Л.В.Салмина, Д.С.Соломон, В.Кардитто и др.<sup>7</sup>.

Отдельные аспекты проблемы коммуникативных технологий в контексте общей теории дискурса новостей, включающей речевое воздействие, стратегии и тактику журналистов-авторов, на примере новостного дискурса периодической

---

Ўзбекистон, 2011; Худойкулов М. Теория средств массовой информации. Оммавий ахборот воситалари назарияси. – Т.: Университет, 1999; Ҳамдамов Ю.Ўзбекистон матбуоти ривожланишининг асосий тамойиллари (назарий категориялар эволюцияси). Монография. –Т.: Kaleon press, 2021. -160 б

<sup>4</sup> Goldman S. Cognitive aspects of electronic text processing. In: H. van Oostendorp & S. de Mul (Eds.), Norwood, NJ: ALEX, 1996.Rada R. Hypertext: From Text to Expertext. UK: McGraw-Hill Book Company Ltd, 1992, Gilbert D.G., Kahl J.A. The American Class Structure: A New Synthesis. -Homewood: The Dorsey Press, 1982., Dijk van, Teun A. The Analysis of News as Discourse // Dijk van, Teun A. News Analysis. Case Studies of International and National News in the Press. Hillsdale, New Jersey, 1988

<sup>5</sup> Bednarek M. Evaluation in Media Discourse: Analysis of a newspaper corpus. London: Continuum, 2006.

<sup>6</sup> Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений (Оценка, событие, факт). М.: Наука, 1988 Арутюнова Н. Д. Предложение и его смысл: логико-семантические проблемы. – 3-е изд., стер. – М.: Едиториал УРСС, 2003; Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. – 2-е изд., испр. – М.: Школа «Языки русской культуры», 1999; Баранов А.Н. Введение в прикладную лингвистику: Учебное пособие. – М.: Эдиториал УРСС, 2001; Баранов А. Н. Что нас убеждает?: (Речевое воздействие и обществ. сознание). – М.: Знание, 1990; Будагов Р.А Слово и его значение. –2-е изд. 2003; Вартанова Е.Л. Теория медиа: отечественный дискурс. Изд-во Моск. ун-та, 2019.; Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. – М.: Наука, 1981; Дридзе Т. М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. Проблемы семиосоциопсихологии. – М.: Издательство «Наука», 1984; Дроняева Т.С. Информационный подстиль// Язык средств массовой информации/ под ред. М. Н. Володиной. – М., 2008; Ворошилов В.В. Журналистика. Учебник. 7-е издание. – М.: Изд-во КноРус, 2014; Тертычный А.А. Жанры периодической печати. Учебное пособие. – М.: Изд-во Захаров, 2006; Мельник Г. С., Виноградова К. Е. Лисеев Р. П. Основы творческой деятельности журналиста. Конспект лекций и практикум. – СПб., 2013; Колесниченко А.В. Прикладная журналистика. Учебное пособие. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2008; Ким М.Н. Технология создания журналистского произведения. Монография. – М.,2001; Кройчик Л.Е., Виноградова С.М., Лазутина Г.В., Лозовский Б.Н., Мисонжников Б.Я., Михайлов С.А., Орлова Т.Д. Основы творческой деятельности журналиста. Учебник для студентов высших учебных заведений. – Санкт-Петербург, 2000., Солганик Г.Я. О языке и стиле газеты //Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. Ч.2. – М., 2003; Солганик Г.Я. Стилистика текста: Учеб. Пособие. М.: Флинта; Наука, 2000.

<sup>7</sup>Демьянков В.З. Эффективность аргументации как речевого воздействия // Проблемы эффективности речевой коммуникации. – М, 1989; Solomon D.S., Carditto В.Л. The Elements and Process of Communication Campaigns // Discourses and Communication. – Berlin etc., 1985.

печати и интернета рассматривали ученые О.Л.Михалева, Н.И.Клушина, Е.В.Двойнина, В.И.Коньков и другие<sup>8</sup>.

Без анализа новостей как дискурса и дискурсивной деятельности невозможно представить современные исследования в этой области. Понятие дискурс, которое используется в данной диссертации, сложилось под влиянием работ Т.ван Дейка, Н.Д.Арутюновой, К.С.Кубряковой, О.Л.Михалевой, Н.И.Клушиной<sup>9</sup>.

В последние годы, помимо проблемы воздействия СМИ, все чаще внимание психологов и лингвистов, изучающих этот феномен, привлекает проблема манипуляции, т.е. скрытого воздействия, направленного на изменение установок, мнений, эмоционального состояния реципиентов в сфере массовой коммуникации и информации, эти аспекты изучаемой нами проблемы рассматривались учёными Ю.А.Ермаковым, Е.Л.Доценко, С.Г.Кара-Мурза, Н.И.Клушиной и др.<sup>10</sup>

Данная проблема в выбранном нами контексте до сих пор комплексно, целостно не изучалась как в Узбекистане, так и за рубежом.

**Взаимосвязь темы исследования с исследовательскими планами вуза, в котором выполнена диссертация.** Диссертация выполнена в рамках перспективной научно-исследовательской работы Узбекского государственного университета мировых языков на тему «Актуальные вопросы теории и практики международной журналистики».

**Целью исследования** является анализ коммуникативных технологий новостных материалов, их лингвистических особенностей, а также исследование способов организации печатного и электронного новостного медиадискурса, их функционирование.

**Задачи исследования:**

определить понятие коммуникативных технологий в новостях печатных СМИ и их интернет-версий;

выявить и охарактеризовать особенности функционирования новостного медиадискурса в сети Интернет и периодической печати;

исследовать коммуникативные технологии новостного дискурса рассматриваемых в диссертации печатных и сетевых изданий узбекистанских и российских газет и сопоставить их;

---

<sup>8</sup>Михалева О.Л. Политический дискурс. Специфика манипуляционного воздействия. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009; Клушина Н.И. Стилистика публицистического текста. – М.: МГУ, 2008; Е.В. Двойнина Е.В. Речевая манипуляция в интернет-дискурсе (на материале русско- и англоязычных новостных сайтов). – Саратов, 2010; Коньков В.И. Речевые технологии в массовой коммуникации. Часть 1. – СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций», 2015.

<sup>9</sup>Кубрякова Е.С. Язык и знание. На пути получения знаний о языке: части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира /Рос. академия наук. Ин-т языкознания. – М.: Языки славянской культуры, 2004; Клушина Н.И. Интенциональные категории публицистического текста (на материале периодических изданий 2000 - 2008 гг.). Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора филологических наук. – М., 2008.

<sup>10</sup>Ермаков Ю. А. Манипуляция личностью: Смысл, приемы, последствия. – Екатеринбург: Изд-во Урал, ун-та, 1995. – 208 с.; Доценко М. Л. Психология манипуляции. – М.: Рефал-бук, 2001. – 308 с.; Кара-Мурза С.Г. Краткий курс манипуляции сознанием. – М.: Издательство Эксмо, 2003.

определить лингвостилистические аспекты новостного дискурса российских и узбекистанских газет и их интернет-версий;

охарактеризовать манипулятивное воздействие как разновидность коммуникативных технологий в новостном медиадискурсе;

проанализировать методы экспрессивной коммуникации в медиадискурсе новостей;

определить пути преодоления коммуникативных неудач.

**Объект исследования** – новостной медиадискурс в периодических и их сетевых изданиях Узбекистана и России, а именно: газетах «Народное слово», «Правда Востока», «Российская газета», «Известие», а также их электронных версиях – [www.xz.uz](http://www.xz.uz), [www.yuz.uz](http://www.yuz.uz), [www.rg.ru](http://www.rg.ru), [www.iz.ru](http://www.iz.ru).

**Предметом** исследования являются коммуникативные технологии новостного медиадискурса в печатных и их сетевых изданиях Узбекистана и России.

**Методы исследования** носят комплексный характер, в диссертации используются описательный, сравнительный методы, контекстуально-интерпретационный анализ, опрос и анкетирование, дискурсивный анализ.

**Научная новизна исследования** состоит в следующем:

впервые в отечественной журналистской науке и в медиалингвистике электронного русскоязычного новостного дискурса Узбекистана и России исследованы журналистские материалы в сопоставительном плане, проведён анализ различных лингвистических, стилистических и других ошибок (особенно ошибок, допускаемых в языковом параметре использования словосочетаний в форме жаргонов, шаблонов и т.п.), на основе которого обоснована важность повышения качества публикуемых новостных материалов и доказана необходимость недопущения ошибок в коммуникативном коде, а также разработаны предложения и рекомендации, направленные на повышение уровня подготовки новостных материалов и эффективности контента в медиадискурсе «Правды Востока» и «Народного слова» с целью предупреждения использования в них отдельных стратегий и тактик, могущих привести к коммуникативным неудачам, связанным с языковыми параметрами подготовки новостных материалов;

обоснована необходимость использования в журналистской деятельности наиболее приемлемых методов подготовки новостных материалов, включая авторскую модальность, а также необходимость использования широких методов воздействия на адресата с помощью отдельных стратегий убеждения и лингвистических средств воздействия с учётом стратегии преодоления коммуникативных неудач и на дискурсивном уровне адресанта (автора) на адресата (читателя);

доказано, что новостные тексты печатных и онлайн-изданий составляют медиадискурс новостей, и на этой основе разработано понятие коммуникативных технологий медиадискурса, с нашим подтверждением, что они включают в себя лингвистические средства воздействия и отдельные

когнитивные структуры, связанные с выбранными журналистами стратегиями и тактиками воздействия следующего содержания:

*под коммуникативными технологиями медиадискурса новостей в печати и сетевом издании газет следует понимать когнитивно-лингвистические и речевые способы воздействия новостного медиадискурса, включающие в себя определенные когнитивные структуры, связанные с избираемыми журналистами стратегиями и тактиками при освещении новостных материалов;*

на основе выявленных нами коммуникативных различий между печатными и онлайн-текстами средств массовой информации Узбекистана и России доказан тот факт, что они состоят из коммуникативных технологий, то есть они заключаются в использовании тактики в рамках основной глобальной стратегии убеждения, а также в использовании авторской субъективной модальности, оценочности и других лингво-стилистических средств.

**Практические результаты исследования** состоят в следующем:

разработаны предложения и рекомендации по использованию коммуникативных технологий в узбекистанских и российских печатных и сетевых СМИ;

предложены рекомендации, связанные с языковыми параметрами подготовки новостей, а также рекомендации по улучшению стиля и языка новостных материалов, по введению в практику обсуждение публикаций с точки зрения лингвистики коммуникативных технологий, основанные на выводах исследования по использованию лингвистических особенностей в газетах и сети Узбекистана и России, которые послужат важным источником для создания учебников, учебных пособий и электронных словарей для соответствующих университетов;

предложены разработки по написанию новостей на портале, в частности, при подборе типов заголовков к статьям в печатных и электронных версиях газет и написании заголовочного комплекса, а также использовании убеждающих стратегий и тактик для журналистов интернет-порталов;

предложены способы и приемы использования в деятельности журналистов авторской модальности при написании новостных материалов, воздействия на адресата на конкретном языковом уровне с использованием определенных лингвистических средств и на дискурсном уровне с использованием стратегий по устранению коммуникативных неудач;

разработаны для студентов бакалавриата Узбекского государственного университета мировых языков тексты лекций, презентации и видеоматериалы по предметам «Медиаграмотность и фактчекинг», «Основы журналистики и массовых коммуникаций», «Психология СМИ», которые используются также при подготовке к семинарским и практическим занятиям, выступлениям на конференциях и семинарах, посвященных коммуникативным технологиям в СМИ.

**Достоверность полученных результатов** обеспечена опорой на фундаментальную научную и методологическую специальную литературу, на

использование в работе основных понятий, всесторонний анализ научных результатов, полученных ранее. Также обоснованы доказательства новых идей с помощью последовательного анализа поставленных задач, выведения заключений на основе законов логики, анализа журналистских материалов национальных и российских СМИ, использования научных методов, знания теории и практики СМИ. Все перечисленное гарантирует объективность и достоверность результатов исследования.

#### **Научная и практическая значимость результатов исследования.**

Научная значимость результатов исследования объясняется созданием фундамента для дальнейших изысканий в области журналистского мастерства, жанровых особенностей медиатекстов, лингвостилистических инструментов для создания качественных текстов, способных не только передавать информацию, но и осуществлять определенное воздействие на адресата с целью убеждения.

Практическая значимость результатов исследования состоит в возможности их использования в учебном процессе в гуманитарных вузах, на лекциях и семинарах по медиаобразованию, лингвистике текста, стилистике и прагмалингвистике как в традиционном формате работы, так и в режиме онлайн. Положения и результаты диссертации могут быть использованы на курсах журналистики, политологии для иллюстрации коммуникативных технологий с целью максимального воздействия на адресата, а также в создании методических пособий, рекомендаций для журналистов-практиков, в проведении специальных курсов и семинаров.

**Внедрение результатов исследования.** Результаты научного исследования, полученные путем анализа, описания, классификации новостных медиатекстов, были внедрены и использованы на различных этапах исследования:

предложения по использованию способов и приемов авторской модальности при освящении информации в учебных материалах были использованы при подготовке пособия «Light Up Pupil's Book» в рамках «Практического научно-исследовательского проекта по созданию учебно-методического комплекса в сфере образования для обучающихся с ограниченными возможностями в области иностранного языка для учащихся средних специальных учебных заведений, отвечающего европейским компетенциям», выполненного на основе государственно-технической программы Министерства высшего и среднего специального образования в Узбекском государственном университете мировых языков в 2017-2018 гг. (справка №12/314 Министерства высшего и среднего специального образования и УзГУМЯ от 01.08.2021г.). В результате исследование способствовало подготовке пособия «Light Up. Pupil's Book», что послужило важным источником обогащения знаний обучающихся с ограниченными возможностями;

предложения, связанные с языковыми параметрами подготовки новостей, а также рекомендации по улучшению стиля и языка новостных материалов, введению в практику обсуждения публикаций с точки зрения лингвистики коммуникативных технологий приняты редакцией «Правда Востока» для

использования в журналистской деятельности, они обсуждены в коллективе редакции и на основе рекомендаций диссертанта был разработан ряд мер по улучшению стиля и языка новостных материалов, введено в практику обсуждение публикаций с точки зрения лингвистики коммуникативных технологий. Все эти моменты нашли отражение и в заголовочных комплексах и содержании новостных материалов (справка №03 от 17.01.2022 г.). В результате предложения диссертанта оказали влияние на практику журналистов редакции газеты «Правда Востока» и подготовку информационных материалов ее сайта, способствовали обогащению их лексического состава и более целесообразному подходу к отбору терминов, выражению мнений и суждений;

предложения по использованию стратегии убеждения и примеров оценочности в медиатекстах, их стилистическая модальность, субъективная авторская модальность, а также выявленные в ходе исследования журналистские стратегии и тактики были использованы на практических занятиях, при проведении семинаров в редакции Агентства новостей «Подробно.уз», на курсах повышения профессионального мастерства журналистов, а также при написании новостных текстов (справка №27 от 02.11.2020г.). В результате это способствовало повышению профессионального мастерства журналистов, что в свою очередь отразилось на содержательности новостных материалов;

предложены разработки по написанию новостей на портале, в частности, при подборе типов заголовков к статьям в печатных и электронных версиях газет и написании заголовочного комплекса, а также использовании убеждающих стратегий и тактик для сотрудников интернет-портала и научно-методического журнала «Иностранные языки в Узбекистане», журналистам также были рекомендованы способы и приемы использования авторской модальности при написании новостных материалов «fledu.uz» (справка №38 от 10.12.2020г.). В результате это послужило основой проведения семинара «Современные подходы при написании новостей» для сотрудников портала, а также способствовало использованию журналистами предложенных диссертантом типов заголовков на портале fledu.uz;

предложения диссертанта по устранению коммуникативных неудач в интернет-издании Habardor.uz в виде частого использования шаблонов, канцеляризмов, сленга, а также воздействия на адресата на конкретном языковом уровне с использованием определенных лингвистических средств с использованием стратегии убеждения были позитивно оценены и получили свое отражение в практической деятельности редакции сайта (справка №121 от 20.01.2022г.). В результате исследование способствовало уменьшению коммуникативных неудач в деятельности журналистов интернет-издания Habardor.uz.

**Апробация результатов исследования.** Итоги исследования апробированы и обсуждены в виде докладов на более 16 научно-практических конференциях и семинарах, в том числе на 5 международных и 11 республиканских научно-практических конференциях.

**Опубликованность результатов исследования.** По теме диссертации опубликовано 22 научные работы, в частности, 6 статей в научных изданиях, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией при Кабинете Министров Республики Узбекистан для публикации основных научных результатов диссертации (PhD), из них 5 – в республиканских и 1 – в зарубежном издании.

**Структура и объем диссертации.** Работа состоит из введения, трёх глав, 8 параграфов, заключения, списка использованной литературы (из 189 наименований) и приложения. Объем диссертации составляет 141 страницу.

## **ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ**

Во **введении** обоснованы актуальность и востребованность темы диссертации, определены цель и задачи, объект и предмет исследования. Отмечено соответствие исследования приоритетным направлениям развития науки и технологий в Республике Узбекистан, сформулированы научная новизна, научная и практическая значимость работы, обоснована достоверность полученных результатов, приведены сведения о внедрении результатов исследования в практику, об апробации, результатах, опубликованных работах, охарактеризована структура диссертации.

В **первой главе** диссертации «**Природа коммуникативных технологий новостного медиадискурса**», состоящей из трёх параграфов, рассматриваются понятие коммуникативных технологий в новостном медиадискурсе, специфика новостного медиадискурса, а также новостной дискурс в традиционных и интернет-изданиях: общее и различия.

В ней проанализированы теоретические и эмпирические материалы, являющиеся научно-теоретической основой коммуникативных технологий новостного медиадискурса.

В данной главе обосновывается позиция, с которой в исследовании анализируются коммуникативные технологии, определяются существующие в научной литературе подходы и трактовки основных понятий, используемых в диссертации: «коммуникация», «дискурс», «текст» и «гипертекст», «медиадискурс» и «новостной медиадискурс», «новостной медиатекст», «коммуникативные технологии».

Под коммуникацией в работе понимается не просто взаимодействие адресанта (журналиста) с адресатом (читателем), а показывается, что это сложный процесс, включающий не только процесс создания журналистского текста, интенцию автора, кодирование информации, но и ее декодирование и воздействие на читателя. При этом взаимодействие коммуникантов рассматривается автором диссертации как асимметричное.

Новостные тексты рассматриваются как дискурс. На основе определений Т.ван Дейка, Н.Д.Арутюновой, Е.С.Кубряковой, Н.И.Клушиной сформировано понятие дискурса как коммуникативного процесса, воплощенного в совокупности новостных текстов или одного текста, в которых важны такие характеристики, как ситуация общения, механизм общения и результат общения. В этом смысле коммуникация соответствует дискурсивному пониманию

новостных медиатекстов, составляющих совокупность новостных текстов, изучаемых с позиции процесса их производства и чтения читателем и результирующего влияния.

В работе рассматривается также вопрос о соотношении текста и дискурса. На наш взгляд, наиболее реалистичным является соотношение, данное Н.И.Клушиной. Она подчеркивает, что текст рассматривается прежде всего в коммуникативно-стилистическом аспекте, то есть как продукт коммуникации.

Наши исследования показали, что с коммуникативно-стилистической точки зрения особую значимость приобретает реализация в тексте авторского замысла для осуществления определенного, запланированного воздействия на читателя. На первый план в изучении текста под таким углом зрения выдвигаются его коммуникативные характеристики: целенаправленность, текст как коммуникативно-ориентированное произведение, адресатность, ориентирование на определенного читателя, интенциональность – реализация авторского замысла.

В диссертации приводятся точки зрения учёных касательно понятия текста, дискурса, медиадискурса. Одни учёные считают текст составным элементом дискурса (Н.И.Клушина), другие под медиадискурсом, а точнее дискретной его единицей, – новостной медиатекст (Т.Г.Добросклонская). Так например, сравнивая текст и дискурс, Н.И. Клушина отмечает, что их понятия соотносятся как часть и целое и что «текст – это составной элемент дискурса, соотносящийся с соответствующей ментальной сферой»<sup>11</sup>. Т.Г.Добросклонская, рассматривая «медиадискурс» как понятийную категорию, считает, что «медиадискурс охватывает не только сообщение плюс канал, но и все многочисленные экстралингвистические факторы, связанные с особенностями создания медиасообщения, его получателя, обратной связи, культурообусловленных способов кодирования и декодирования, а также социально-исторического и политико-идеологического контекста»<sup>12</sup>. Мы придерживаясь в целом её определения, внесли уточнения, что под медиадискурсом понимается дискурс как печатных, так и сетевых средств массовой информации.

В современный период, когда появилась интернет-сеть, передача любой информации, в том числе информации, касающейся массы людей, в любую точку мира стала с одномоментной как для получения, так и для передачи её. К такой информации в первую очередь относятся новостные информации, они в основном связаны с различными сферами жизнедеятельности человека.

В диссертации отмечается, что на основании исследования специальной литературы новостной медиадискурс, считающийся типом дискурса, понимается в исследовании как совокупность речевых практик и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всем богатстве и сложности их взаимодействия, который несёт новостную информацию. Дискретной единицей

---

<sup>11</sup> Клушина Н.И. Интенциональные категории публицистического текста (на материале периодических изданий 2000–2008 гг.). Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора филологических наук. – М., 2008. – С. 18.

<sup>12</sup> Добросклонская, Т.Г. Медиалингвистика: Системный подход к изучению языка СМИ – Москва, 2008 – С. 154.

медиадискурса является новостной медиатекст, который позволяет упорядочить и структурировать движение медиапотока в условиях информационного общества.

Как показывают наши наблюдения, в современной практике медиадискурс неразрывно связан с коммуникативными технологиями. Под *коммуникативными технологиями* нами понимаются специально созданные средства, благодаря которым достигаются запланированные результаты. В научной литературе в основном рассматриваются две разновидности коммуникативных технологий: 1. Речевое воздействие; 2. Технологии, связанные с когнитивной лингвистикой и определением стратегий и тактик в коммуникации.

Проанализировав различные точки зрения ученых в литературе, опираясь на основные общие их выводы в отношении понятий коммуникативных технологий нами сформулировано следующее авторское определение:

под *коммуникативными технологиями* медиадискурса новостей в печати и сетевом издании газет следует понимать когнитивно-лингвистические и речевые способы воздействия новостного медиадискурса, включающие в себя определенные когнитивные структуры, связанные с избираемыми журналистами стратегиями и тактиками при освещении новостных материалов

Причём, особо нами отмечается, что основным используемым в новостном медиадискурсе инструментом коммуникативных технологий является язык, а основным способом речевого воздействия является убеждение, с присущими ему приёмами стратегии и тактики, включающие в себя информационную и воздействующую функции новостного текста.

В первой главе диссертации также охарактеризованы особенности функционирования новостного медиадискурса в сети Интернет и периодической печати. Раскрывая специфику новостного медиадискурса, отмечено, что среди многочисленных функций СМИ в сети Интернет и периодической печати наиболее важными являются информирующая и воздействующая.

В работе приводятся точки зрения учёных. В частности, Л.Р.Дускаева, которая считает, что «в современной газете *обе эти функции — информационная и воздействующая*, — освобождаясь от деформаций, все более выступают в своей основной роли *информирования и экспрессивности...* *Функция воздействия* уходит от одноплановости и императивности: в коммуникативном акте как бы уравниваются роли адресанта и адресата. *Стилистика материализации воздействующей функции становится более разнообразной, раскованной, индивидуализированной.* Теперь почти каждая газета имеет свое лицо, а каждый журналист стремится к проявлению своего авторского Я, своего стиля. Все это находит отражение в таких изменениях стилистики журналистских текстов, как преобразования в экспликации побудительной модальности, оценочности, диалогичности»<sup>13</sup>.

Таким образом, ученая полагает, и мы присоединяемся к этой позиции, что воздействующая функция СМИ непосредственно связана с экспрессивностью и

---

<sup>13</sup>Дускаева Л.Р. Языково-стилистические изменения в современных СМИ// Стилистический энциклопедический словарь русского языка. – URL: <https://stylistics.academic.ru/276/>

реализуется в журналистских новостных текстах благодаря побудительной модальности, оценочности и диалогичности.

В диссертации отмечается также, что экспрессивность в новостных материалах СМИ зачастую образуется и благодаря образу автора, или субъективной модальности. В научной литературе вопрос о субъективной модальности рассматривался Т.С.Дроняевой<sup>14</sup>, В.И.Коньковым<sup>15</sup> и другими.

Наши наблюдения показали, что важно то, на что обратила внимание Т.С.Дроняева. Она отмечает, что «сущностные характеристики элементов информационного подстиля, его *стандарты* лежат в области языка, его семантики и структуры и поэтому остаются неизменными, стабильными на протяжении значительного периода»<sup>16</sup>. По всей видимости, не случайно, изучая эту проблему, проблему коммуникативного воздействия, В.И. Коньков разбирает *речевые* технологии. Подчеркнем очень важную мысль для нас, которая, на наш взгляд, является одной из важных особенностей специфики новостного текста: особенности новостных текстов связаны с языком, его семантикой и структурой, что подтверждается также и нашими исследованиями.

Е.В.Шелестюк полагает, что речевое воздействие – это сложный комплекс различных технологий. Во-первых, «речевое воздействие есть влияние... с помощью лингвистических, паралингвистических и нелингвистических символических средств в процессе речевого общения, обусловленное особыми предметными целями говорящего»<sup>17</sup>. Во-вторых, «речевое воздействие осуществляется в виде набора речевых актов, объединяющихся в ряд типов: социальное воздействие, воздействие с помощью художественных образов ... Способами речевого воздействия являются убеждение, внушение и побуждение, внутри которых выделяется ряд приемов и инструментов»<sup>18</sup>.

Таким образом, взяв за основу доводы Е.В.Шелестюка, можно резюмировать, что *речевое воздействие* – это *воздействие лингвистическими, паралингвистическими и другими средствами* на читателя.

Е.В.Двойнина же даёт следующее определение речевому воздействию: «Воздействие на человека при помощи речи с целью убедить его сознательно принять чужую точку зрения, сознательно принять решение о каком-либо действии, передаче информации и т.д.»<sup>19</sup>. В этом случае, мы полагаем, воздействие приравнивается к убеждению, т.е. сознательному принятию чего-либо. При этом исследователь, поднимая вопрос о «модели оптимальной коммуникации», говорит о речевом манипулировании в теории речевого

---

<sup>14</sup> Дроняева Т.С. Информационный подстиль// *Язык средств массовой информации*/ под ред. М. Н. Володиной. – М., 2008. С. 496–520

<sup>15</sup> Коньков В.И. Речевые технологии в массовой коммуникации. Часть 1. – СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций», 2015. – 130 с.

<sup>16</sup> Дроняева Т.С. Информационный подстиль. С. 498.

<sup>17</sup> Шелестюк, Е.В. Речевое воздействие: онтология и методология исследования: монография. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: ФЛИНТА: Наука, 2014. – С. 10

<sup>18</sup> Шелестюк, Е.В. Там же С. 11.

<sup>19</sup> Двойнина Е.В. Указ соч. С. 9.

воздействия<sup>20</sup> и рассматривает стратегии и тактики, которые используются в новостных сайтах интернета.

В данной работе анализируется также научная литература касательно коммуникативных стратегий и тактик, приводятся точки зрения учёных С.В.Федорова, О.Л.Михалевой, Н.И.Клушиной, а также О.С.Иссерс, которая впервые подняла проблему коммуникативных стратегий и тактик, что непосредственно связано со спецификой новостного медиадискурса.

В данной главе диссертации изучен также новостной дискурс в традиционных и интернет-изданиях, отмечены общее и различия в них.

В нём отмечается, что рассмотренные и выделенные нами выше две группы технологий – *речевое воздействие и технологии, связанные с когнитивной лингвистикой и определением стратегий и тактик в коммуникации*, – составляют различные способы изучения новостного дискурса СМИ.

Вместе с тем мы считаем, что речевое воздействие – частный случай коммуникативных стратегий. В связи с изложенным в соответствующих параграфах нашей работы наряду с лингвистическими особенностями коммуникативных технологий мы рассматриваем и коммуникативную стратегию убеждения на материалах российских («Российская газета», «Известия») и узбекистанских («Народное слово», «Правда Востока») газет и их электронных версий.

Далее в данной работе исследуются жанровое разнообразие новостного медиадискурса и различное его наполнение учеными (Г.С.Мельник, К.Е.Виноградова, Р.П.Лисеев, А.В.Колесниченко), а также анализируется понятие «новость». Приводятся точки зрения учёных. Так, Т.Г.Добросклонская считает, что новость – это самостоятельный завершённый текст и авторское произведение и элемент более крупного, глобального формата – новостного потока или системы массовых коммуникаций<sup>21</sup>.

В нашем исследовании мы придерживаемся трактовки Л.Е.Кройчика, что новость – это сообщение, содержащее информацию, ранее неизвестную аудитории<sup>22</sup>.

Наши наблюдения показали, что новости пишутся по жестким технологичным схемам и максимально четким и логичным языком. Тексты новостей не защищаются авторским правом, так как новости не принадлежат никому конкретно, а также в них используется очень специфический стиль, не допускающий беллетристики.

Говоря о структуре печатного новостного дискурса, необходимо отметить важность учета следующих характеристик: наличие общих знаний о мире и знания структуры текста у адресата, а также степень семантической связности самого текста.

---

<sup>20</sup> Двойнина Е. В. Речевая манипуляция в интернет-дискурсе (на материале русско- и англоязычных новостных сайтов). Автореферат дисс.к.ф.н. – Саратов, 2010. – С. 9.

<sup>21</sup> Добросклонская, Т.Г. Медиалингвистика: Системный подход к изучению языка СМИ. – Москва, 2008. – С. 154.

<sup>22</sup> Кройчик Л.Е., Виноградова С.М., Лазутина Г.В., Лозовский Б.Н., Мисонжников Б.Я., Михайлов С.А., Орлова Т.Д. Основы творческой деятельности журналиста. Учебник для студентов высших учебных заведений. – Санкт-Петербург, 2000.

Знание структуры текста – это знание жанровых правил построения текста. Любой читатель, как и в случае с фоновыми знаниями, управляет структурами стратегическим путем: он пытается активизировать релевантную структуру из семантической памяти сразу же после появления в тексте или контексте первого стимула. Читатель, определивший с первых строк жанр текста, может легко предугадать дальнейший ход его развития, располагая новой информацией в уже готовые концептуальные структуры сознания. Если читатель не обладает знанием о соответствующей структуре, то он будет не в состоянии построить ментальную модель представляемой информации.

При организации новостного медиадискурса в печати нужно учитывать не только ограничения, возникающие при чтении привычного текста, но и его паралингвистические особенности<sup>23</sup>.

В соответствии с проведенным нами анкетному опросу 100 читателей-подписчиков газет «Правда Востока», «Вечерний Ташкент» в 2019 году было выявлено: 60% подписчиков «Правда Востока» всегда просматривают только статьи, из них лишь 40% вдумчиво читают каждое предложение; 55% читателей газеты «Вечерний Ташкент» – только просматривают статьи, 35% – вдумчиво читают текст и лишь 10% – только пробегают взглядом по заголовкам текста<sup>24</sup>.

Интернет, отличающийся интерактивностью – новой формой активности людей, скоростью, мобильностью, мультимедийностью, универсальностью, – представляет сегодня современное глобальное медиaprостранство. Это можно наблюдать на примерах новостной информации в сети интернет, например: информация о наводнении в Сырдарьинской области, о событиях в Бухаре, история с «милицейским видео», о нарушениях карантинных правил и др. Задача современных СМИ – изложить новостную информацию с помощью разных возможностей мультимедиа, а также предложить новостной контекст и объяснить его людям.

Аудитория сама теперь участвует в подготовке и производстве новостной информации. Причём теперь стало возможным не только прочитать, но и откликнуться, не только посмотреть, но и послать свое мнение, не только задать вопрос, но и получить на него ответ и комментарии других людей – участников обсуждения.

Главная суть глобальных перемен заключается в том, что сегодня перед интернетом как каналом коммуникации сдают позиции печатные версии и не только узбекистанских газет, но и зарубежные газеты, в частности российские газеты. В Москве, например, весной 2010 года закрылась печатная версия газеты «Газета» (gzt.ru), которая отныне существует только в сети<sup>25</sup>.

Наши наблюдения показали, что часть населения всё же ждет печатные версии газет, успешно пользуется ими и их издание всё ещё остается актуальным.

---

<sup>23</sup>Goldman S. Cognitive aspects of electronic text processing// H. van Oostendorp & S. de Mul (Eds.), Norwood, NJ: ALEX, 1996.

<sup>24</sup> См.: Приложение № 2, сведения экспресс-опроса диссертанта.

<sup>25</sup>Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А.Г. Качкаевой. – М., 2010. – С. 6.

Особенно это было важным, востребованным широкой аудиторией в условиях карантина и самоизоляции в связи с пандемией во всём мире и, в частности, у нас в Узбекистане, особенно в областных (поселках, кишлаках и махаллях) регионах. Результаты интернет-опроса, проведённого нами во время карантина в связи с пандемией, показали, что 47% опрошенных считают необходимым издание печатных версий газет.

К изданиям, имеющим традиционные «бумажные» и вместе с тем онлайн-версии, относятся, например, узбекистанские информационные газеты «Народное слово», «Правда Востока», а российским – «Российская газета», «Известия», «Независимая газета» и др.

В диссертационной работе отмечены, подтверждённые нашими исследованиями, различия между традиционным бумажным и электронным форматами дискурсивной деятельности, которые заключаются в следующем:

во-первых, в онлайн-версиях есть возможность ознакомиться с текстом как поверхностно, так и более углубленно благодаря возможностям интернета и гиперссылкам. В онлайн-версии читатель не только может получить расширенную информацию по интересующейся тематике, но и отразить своё мнение.

во-вторых, среди отличий можно отметить, что новостной электронный дискурс предстает как явление высшего порядка, включающее не только новостные статьи, опубликованные на страницах интернет-газет, но и новости, размещенные в глобальной сети при помощи твиттер-технологии и новостную СМС-рассылку.

Наши исследования показали, что новостные сайты рассматриваемых нами изданий не являются их копиями, то есть новостные тексты в них не идентичны печатным изданиям, они представляют собой особую форму представления массовой информации.

Явными отличительными особенностями интернет-газет от традиционных являются: наличие у них: 1) форумов для обсуждения публикаций; 2) ссылок к дополнительным материалам как в текстовом варианте, так и в мультимедийном (аудио, видео, анимация); 3) чаты с комментариями, обсуждениями для общения читателей друг с другом; 4) возможности связи с автором статьи и доступ к биографиям тех, кто создает выпуск; 5) регулярное обновление новостей минимум 4 раза в день (наблюдения показали, часто обновление осуществляется ежечасно с утра до часу ночи в Узбекистане, а в России круглосуточно, а также в разы чаще); 6) поисковой системы для облегчения доступа к интересующим читателя статьям; 7) архива новостных публикаций.

Исследования показали, что на современном этапе развития интернет-сети и соответственно сетевых изданий, можно выделить два основных типа новостного дискурса: первый тип – это новости, являющиеся печатными оригиналами, или новостной текст, написанный по принципам традиционной печати (статьи на сайтах); второй тип – это гиперновости, которые являются разновидностью новостного дискурса, но им присущи отличительные особенности, заключающиеся в том, что их можно охарактеризовать как

открытый новостной дискурс, так как в нём в дополнение к изложенному в сетевом тексте содержанию читателю предлагаются ссылки на дополнительные материалы, связанные с освещаемой новостью в сети.

**Вторая глава** диссертации «**Роль коммуникативных технологий новостного дискурса в массмедиа Узбекистана и России**» состоит из двух параграфов и посвящена анализу структурно-лингвистических аспектов новостей в печатных и новых медиа Узбекистана, раскрыты языковые и стилистические особенности новостного дискурса в российских СМИ, отражены исследования параметров заголовков и вводов в электронном новостном дискурсе.

В данной главе диссертации проведён анализ медиадискурса в печатной и интернет-версии рассматриваемых газет. Анализ публикаций печатной версии газеты «Народное слово» показал, что на её страницах центральное место отводится новостным жанрам, значительное место также отводится таким аналитическим жанрам, как комментарии, мнения, репортажи, посвящённые проблемным и познавательным темам, востребованными также являются интервью и фотоистории.

В диссертационном исследовании рассмотрены также язык и стилистические особенности интернет-версии газеты «Народное слово». Профессор В.Г.Костомаров первым отметил такую стилеобразующую черту языка газеты, как сочетание стандарта и экспрессии. Две основные функции массмедиа – информирующая и воздействующая как раз и связаны со стандартными и эмоционально-экспрессивными языковыми единицами. Под стандартными языковыми средствами мы понимаем устоявшиеся речевые клише. Их употребление журналистами вполне объяснимо. С одной стороны, эти средства помогают быстро зафиксировать печатный текст, а с другой – читателю легче просматривать и воспринимать такой текст. Воздействующая функция может реализовываться в журналистском тексте за счет языковых единиц, не относящихся к публицистическому стилю, это – качественные прилагательные, качественные наречия, некоторые местоимения и др.

Выявлено нами также, что определение стандартных и эмоционально-экспрессивных средств и их соотношение в журналистских текстах зависит в первую очередь от жанровой принадлежности материала, во вторую – от характера массмедиа. Это прослеживается в материалах интернет-версии газеты «Народное слово». В ходе анализа в ее статьях новостного дискурса встречаются такие стандартные слова и словосочетания: *текущий год, посетил и ознакомился, проделанная работа, последний этап строительных работ, обсуждены вопросы, акцент был сделан, привлечены к этому вопросу, обсуждены вопросы исследований и развития, планируется наладить отношения* и т.п.

В данной главе диссертации делается анализ печатных и сетевых текстов, рассматриваемых в диссертации изданий, приводятся примеры и даются выводы. Так например, в приведенных примерах из информационных материалов печатного издания газеты «Народного слова» выявлено, что больше в них

используются словосочетания делового стиля, что придает тексту большую официальность и строгость языка.

В ходе исследования диссертантом выявлено, что среди воздействующих средств в публикациях «Народного слова» часто встречаются:

1) риторические вопросы типа: *Что нужно сделать, чтобы внешний вид городов и сел отражал восточный колорит и отвечал требованиям современной мировой архитектуры, а также вкусам нашего народа?*

2) прямая речь дается в таких формах: *Мы должны остаться дома. Мы вынуждены. Надо посмотреть, улучшится ли ситуация, — говорит местный житель.*

3) начало предложений с союзом *а* (*А вот, А чем удивись,..*),

4) качественные признаки представлены в выражениях – *огромный столб, огненное зарево, очень приятное событие*. Можем также выделить группу использования в языке газеты низкочастотных нейтральных слов, типа: *подтолкнула его любовь к*, местоимений – *некой* актрисы и т.д.

Выявлено и обосновано, что восприятию текстов сетевого издания исследуемого портала помогают небольшие по размеру абзацы, как правило, одно предложение составляет один абзац, что количество эмоционально-экспрессивных средств в «Народном слове» встречается значительно меньше, чем средств стандартных.

В данной главе диссертации в результате анализа параметров заголовков и вводов в электронном новостном дискурсе диссертант пришёл к выводу сгруппировать и выделить *заголовки новостных текстов* сетевого издания «Народное слово» на три типа.

К первому типу отнесены заголовки, которые по объему представляют собой одно простое предложение. Например: «Сенаторы продолжают изучать процесс сбора хлопка», «Эксперты обсудили вопросы повышения качества общего среднего образования в Узбекистане».

На смысловом уровне в приведённых заголовках раскрывается содержание статей, т.е. здесь заголовки выполняют информирующую функцию. Причём эти заголовки способствуют дальнейшему чтению текста. К примеру: «Эксперты обсудили вопросы повышения качества общего среднего образования в Узбекистане», но основное содержание информации, то есть конкретные сведения приводятся в самом материале «Сенатор остался недоволен от ответа министра труда» и сам ответ раскрывается ниже в тексте новостного материала.

Несмотря на то что структурно эти заголовки составляют простое распространенное предложение, они максимально обобщены, при глаголах используются существительные с обобщенным значением, которое раскрывается далее только в тексте материала. Таким образом, этот способ составления заголовков, во-первых, заставляет прочитать текст, во-вторых, усиливает контакт между автором и читателем.

Второй тип заголовков составляют неопределенно-личные предложения со сказуемым, которое выражено глаголом прошедшего времени совершенного вида или кратким страдательным причастием в прошедшем времени:

«Иностранцам продлили срок визы до 1 ноября», «Критически проанализирована работа по сдерживанию пандемии». При этом, как и в первом типе заголовков, здесь также чтобы понять весь смысл информации необходимо прочитать дальше текст. Такие заголовки, на наш взгляд, предельно отстранены и сообщают о событии подчеркнуто предметно.

В анализируемом сетевом издании заголовки, как правило, состоят из 3–6 слов, составляющие простое предложение или сложное словосочетание. Часть таких заголовков ставит проблему, о которой идет речь в публикации: «Требования к работодателям», «Сельхозспециалисты: «хозяевам полей» возвращается былой престиж», «Минсельхоз укрепляет аппарат».

К третьему типу заголовков отнесены такие, которые без хедлайна (краткого содержания новости) или лида (главного абзаца) не будет понятна, например: ««Мы больше так не будем!» А как будете?», «Дружественная рука помощи», «Против беды – всем миром» и т.д. По нашему мнению, подобные заголовки не совсем удачны с точки зрения коммуникативной направленности, однако хедлайн в этих случаях разъясняет, о чем пойдет речь. Более того, стоящие фотографии в тексте, а в некоторых случаях видео часто раскрывают и указывают на содержание новостного материала.

В диссертации также проведён анализ структурно-лингвистических особенностей новостей узбекистанской газеты «Правда Востока» в сетевой версии, который показал, чтобы внимание пользователя остановилось на медиановости, в данном издании применяется множество приемов, в том числе используются фотографии о событиях, известных людей или достопримечательных местах и др. Большую роль здесь играет язык новостного сообщения. Медиановость благодаря возможности использовать воздействующие средства привлекает внимание адресата, способствует запоминанию сообщения и события, побуждает к определенному восприятию и действию.

Благодаря лингвистическим приемам, используемым в газете «Правда Востока», пользователь активно воспринимает текстовый контент, новость в ракурсе автора материала или редакции, на что влияет ее лаконичный язык.

Дискурсивный анализ новостей в печати и сети рассмотренных выше узбекистанских СМИ показал, что новости в этих печатных изданиях выражают определенную позицию печатного издания, идейность, близкую определенной массе потенциальных потребителей.

В данной работе в сопоставительном плане раскрыты языковые и стилистические особенности новостного дискурса в российских СМИ с узбекистанскими, отражены исследования параметров заголовков и вводов в электронном новостном дискурсе.

В частности, проанализированы тексты медиадискурса в печатной и интернет-версии российских газет «Российская газета» и «Известия». Исследуя структурно-лингвистические особенности новостей российских СМИ, отмечено, что интерпретация события в новостном дискурсе определяется его неоднозначным пониманием, что изложено в тексте диссертации.

В настоящей работе проведен также анализ специфики языка и стиля газеты «Российская газета» (печатной и электронных версий). Отметим, что на страницах издания много глубоких аналитических материалов, а также мнений экспертов (специализирующихся журналистов, профессионалов, политологов, ученых) по важнейшим проблемам современности, газетные тексты которых проанализированы в данной работе.

Вместе с тем в данной главе исследована также связь между журналистом и читателем, возникающая в результате коммуникативного взаимодействия участников общения: адресанта (журналиста) и адресата (читателя) – выявлено и доказано, что она является асимметричной, поскольку журналист занимает в этой коммуникативной цепи более сильную позицию за счет выбора темы для публикации, ее разработки, подбора аргументов и языковых средств воздействия и информирования.

**В третьей главе диссертации «Манипулятивные технологии в новостном медиадискурсе»,** состоящей из трёх параграфов, рассмотрены методы экспрессивной коммуникации, стратегии и тактики как приёмы манипуляции и пути преодоления коммуникативных неудач.

В данной главе диссертации проанализированы методы манипулятивной коммуникации в медиадискурсе новостей. Раскрыты приёмы убеждения как разновидность коммуникативных технологий в новостном медиадискурсе, дан также анализ стратегий и тактик, используемых в рассматриваемых печатных и сетевых изданиях Узбекистана и России, определены пути минимизации коммуникативных неудач.

В частности, выявлено, что одним из действенных способов речевого воздействия, сопряженного с экспрессивностью, является интертекстуальность. Понятие интертекстуальности, введённое Ю.Кристевой, в настоящее время рассматривается как одно из эффективных способов воздействия через маркеры текста, которые позволяют расширить интерпретативный потенциал текста и, следовательно, его воздействующую силу.

Текстология интертекстуальности строится на отдельных включениях в виде цитатных высказываний. Интересно то, что наиболее часто цитатные высказывания используются в заголовках, привлекая тем самым читателя.

Анализируемый материал показал, что прямое цитирование используется крайне редко, обычно имеет место квазичитация, то есть переосмысление, трансформация цитат, погружение их в новый контекст<sup>26</sup>. В результате цитата не выступает в качестве инородной по отношению к основному тексту, а, напротив, исходно чужой текст становится внутренним компонентом данного текста.

«Структурно или семантически преобразуя известное устойчивое речение, добавляя к нему новые смысловые, стилистические или экспрессивные оттенки, автор соотносит его прямое и «обновленное» значение, побуждая тем самым читателя к активной мыслительной деятельности. Ассоциативные нити, возникающие при этом у читателя, связывают преобразованную цитату с ее

---

<sup>26</sup> Хегай В.М. Квазичитация как один из видов интертекстуальности в газетных заголовках// Иностранные языки в Узбекистане. – 2014. – № 4. С. 46.

общеизвестным источником и создают яркий экспрессивно-стилистический эффект»<sup>27</sup>. В основе интертекстуальности лежат прецедентные тексты.

Понятие «прецедентный текст» было введено Ю.Н. Карауловым. Под ним он понимает тексты: 1) «значимые для той или иной личности в познавательном и эмоциональном отношении, 2) имеющие личностный характер, т.е. хорошо известные широкому окружению данной личности, включая ее предшественников и современников, и, наконец, 3) такие, обращение к которым возобновляется неоднократно в дискурсе данной языковой личности»<sup>28</sup>.

Использование интертекстуальности связано и с журналистским мастерством, и в определенной степени с неоязыковой экспрессивностью в журналистский текст.

Проведенный анализ показал, что в новостном дискурсе узбекистанских газет интертекстуальность почти не используется в отличие от российских газет. Материал показал, что прямая цитация прецедентных текстов в заголовках «Российской газеты» и «Известий» не распространена. Имеются примеры, когда она используется, при этом наблюдается переосмысление цитаты в новом контексте. Например: *Выход по требованию* (о перспективах окончания самоизоляции после карантина по коронавирусу).

Такая интертекстуальность наиболее характерна для печатной версии «Известий»: *Хай-чек* (ср. хай-тек; о повышении цен на лекарства в России), *С чистого лица* (об обезличивании персональных данных), *Брешиным делом* (об уязвимости IT компаний), *И днем, и ночью – код...* (о слежке по соблюдению самоизоляции). Также квазичитация используется в газетах с лексической заменой одного из слов: *Таблетка рубль бережёт* (о росте наценок в аптеках), *Изоляция или смерть* (о поведении во время карантина).

Особым приемом квазичитации является так называемая «погруженная» цитата, то есть цитата, включенная в новый контекст.

В диссертации приводятся примеры включенных цитат в новый текст из узбекистанских газет: *Бесконечная, вечная, мудрая ... музыка* («погруженная» цитата – строчки из песни); *Зеленый свет – приоритетным проектам*; *Наша страна – кладезь талантов* («погруженные» цитаты *зеленый свет* и *кладезь талантов* включены в структуру предложения); в двух заголовках: *Международный турнир набирает обороты* и *Супертурнир в Ташкенте набирает обороты* «погруженная» цитата – фразеологизм *набирать обороты*.

Таким образом, использование интертекстуальности – эффективный прием экспрессивного воздействия на читателя. В российских заголовках наиболее частыми случаями, по нашим наблюдениям, явилось употребление языковой игры в прецедентных текстах на уровне паронимии, причем, этот прием наиболее активно используется в печатной версии «Известий». Кроме того, большую группу заголовков составляют квазичитаты в заголовках с лексической заменой одного слова и «погруженные цитаты».

<sup>27</sup> Шалимова Г.С. Форма новая – проблемы старые (Об одной модели газетного заглавия) // Журналистика и культура русской речи. – Вып. 1. – М., 1996. С. 81.

<sup>28</sup> Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. – М.: Наука, 1987. С. 216.

В диссертационной работе также изучаются стратегии и тактики как приёмы манипуляции и проблемы манипуляции в СМИ, т.е. скрытого воздействия, направленного на изменение установок, мнения эмоционального состояния реципиентов в сфере массовой коммуникации и информации<sup>29</sup>. О.Л. Михалёва считает, что «в современных дискурсивных исследованиях один из видов психологического воздействия, реализуемого посредством речи и текста, определяется как манипуляция»<sup>30</sup>.

Наблюдения показали, что механизмы когнитивного воздействия на аудиторию в новостном дискурсе носят достаточно скрытый характер. По нашему мнению, наиболее очевидным механизмом усиления прагматического воздействия новостного дискурса, который в целом носит экстралингвистический характер, является отбор новостей для публикации, а также распределение новостей по степени важности в пределах той или иной рубрики, содержащей краткие информационные сообщения.

Приводятся утверждения учёных, что убеждение в СМИ часто переходит в манипулирование. Получается, что одним из способов общения между участниками коммуникации – автором и читателем – являются избираемые стратегии и тактики. В нашей работе использована классификация стратегий и тактик О.Л. Михалевой<sup>31</sup> по отношению к политическому дискурсу, но адаптированная к материалам СМИ. По нашему мнению, в газетах возможно использование, помимо стратегии убеждения, стратегий на повышение и понижение, стратегии театральности.

Стратегия на повышение может реализовываться в таких тактиках<sup>32</sup>, как анализ-«плюс», презентации, неявной самопрезентации, отвода критики, самооправдания. Стратегия на понижение, по О.Л. Михалевой, может быть представлена такими тактиками<sup>33</sup>: анализ-«минус», обвинения, безличного обвинения, обличения, оскорбления, угрозы.

В данной главе приводятся также примеры манипулятивных приемов стратегии и тактики используемых в «Российской газете». В статье **Ксении Колесниковой** «Праздник с маской на лице» (РГ, 1 сентября 2020 г.), посвященной началу учебного года, безусловно, основная стратегия – убеждение. Эта стратегия воплощена в тексте благодаря приводимым фактам, в том числе и статистическим, выдержками из интервью с министром просвещения С. Кравцовым. Автор показывает, что властями и администрацией школ разработана программа по предотвращению заболевания детей covid-19. Кроме того, автор статьи использует и экспрессивные средства, и фотографии. Среди экспрессивных средств следует выделить, на наш взгляд, инверсию: *По занятиям онлайн соскучились все: и ученики, и педагоги. Но главное –*

---

<sup>29</sup>Кара-Мурза С.Г. Краткий курс манипуляции сознанием. – М.: Издательство Эксмо, 2003.

<sup>30</sup>Михалёва О.Л. Теория коммуникации: специфика манипулятивного воздействия в политическом дискурсе/Учебное пособие. – Иркутск: ИГУ, 2009.

<sup>31</sup> Михалева О.Л. Политический дискурс. Специфика манипулятивного воздействия. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ». – 256 с.

<sup>32</sup> Михалева О.Л. Там же, с. 52–57.

<sup>33</sup> Михалева О.Л. Там же, с. 42–52.

*государственный праздник – День знаний – будет; сегментация сложного предложения: Но главное – государственный праздник – День знаний – будет. И никакая пандемия не отнимет его у детей.* Эти два предложения, как нам представляется, по смыслу вполне могут образовать одно, более того, второе предложение начинается с сочинительного союза *и*, который имеет значение соединения, однако журналист разделил эти предложения на отдельные. Подобное наблюдаем и в следующих двух предложениях: *За месяцы вынужденной удаленки страна поняла, как много значит – нормально учиться. Как много значит хороший учитель.*

В приведенном отрывке используется и разговорная лексика, которая также вносит стилистическое разнообразие в текст и за счет этого создается экспрессия: *удаленка*. Еще одно интересное средство употребляет журналист в приведенных предложениях: качественные прилагательные. Читатели привыкли к отсутствию оценки в новостных текстах, однако здесь присутствует, по аналогии подхода Т.С. Дроняевой, авторская, или субъективная, модальность: *непростой, хороший*. Итак, в данном отрывке используется **тактика анализ-«плюс»**, т.е. основанное на фактах рассмотрение, которого предполагает имплицитное отношение журналиста к событию, однако это отношение проявляется на уровне языка и в отборе фактов – дружественное, «человеческое», сопереживающее.

В результате анализа материалов мы обнаружили, что в газете «Народное слово» чаще используется стратегия на повышение, тактика презентации, хотя возможно и употребление тактики анализ-«плюс», реже – анализ-«минус». Журналист редко проявляется в текстах, стилистическое однообразие стирает авторскую индивидуальность, хотя необходимо отметить, что в отличие от «Правды Востока» в «Народном слове» язык менее официальный, как правило, за счет меньшей длины предложений. Вместе с тем, на наш взгляд, отсутствие автора приводит к отсутствию контакта с автором и воздействия материалов.

В данной главе диссертации исследованы также коммуникативные неудачи при написании новостных текстов и пути их преодоления, в частности выявлено, что, как и в любом другом виде общения, в интернет-дискурсе возможны коммуникативные неудачи – вполне обычное явление в реальном человеческом общении. Как справедливо упоминает Е.А. Широких, они постоянны и естественны, так как непонимание, недопонимание, неумение услышать, а также и неумение выразить мысль – почти неизбежные спутники естественного общения.

В диссертации приводятся анализы текстов печатных и сетевых изданий как узбекистанских, так и российских изданий, в которых выявлено, что источниками коммуникативных неудач могут быть различные части текста: слово, высказывание, целое речевое произведение, серия речевых произведений и т.д. В возникновении коммуникативных неудач могут сыграть роль расхождения в организации языковых коммуникантов. Коммуникативные неудачи могут возникнуть на разных уровнях процесса понимания, начиная от морфологического и синтаксического анализа и кончая пониманием

коммуникативных и практических целей собеседника. В диссертации приводятся конкретные примеры коммуникативных неудач в тестах исследуемых изданий, в частности разного рода ошибки и опечатки.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате проведённого исследования сформулированы следующие выводы и предложения:

1. Новостные тексты печатных и сетевых изданий СМИ составляют медиадискурс, и рассмотрение их внутри этого дискурса создает благоприятные возможности для исследования коммуникативных технологий, используемых журналистами, и, в частности, для изучения способов воздействия на адресата, для наиболее эффективного представления новостей.

2. Предлагается внести следующее уточнение, которым необходимо дополнить сложившееся в специальной литературе понятие медиадискурс, под которым нами *понимается дискурс в печатных и сетевых изданиях средств массовой информации, несущий новостную информацию, дискретной единицей которого является новостной медиатекст.*

3. Разработано авторское понятие коммуникативных технологий с учётом анализа различных точек зрения ученых в специальной литературе и их общих основных выводов, в которые, как было доказано нами, входят лингвистические способы воздействия и определенные когнитивные структуры, связанные с избираемыми журналистами стратегиями и тактиками, которое сформулировано следующим образом:

*под коммуникативными технологиями медиадискурса новостей в печати и сетевом издании газет следует понимать когнитивно-лингвистические и речевые способы воздействия новостного медиадискурса на адресата, включающие в себя определенные когнитивные структуры, связанные с избираемыми журналистами стратегиями и тактиками при освящении новостных материалов.*

4. В диссертации под дискурсом понимается: особый связный новостной текст/ совокупность новостных текстов, в которых учитывается ситуация общения;

это коммуникативный процесс, подразумевающий не только участников коммуникации, но и механизмы осуществления этой коммуникации;

коммуникация учитывает определенный контекст, социокультурное, психологическое и др. события. При этом дискурсивный анализ предполагает изучение процесса создания текста и его результата, существенную роль в этом процессе играет язык.

5. Выявлено и обосновано, что коммуникация подразумевает двустороннее общение людей: обмен информацией; что основным используемым в новостном медиадискурсе инструментом коммуникативных технологий является язык, а основным способом речевого воздействия является убеждение, с присущими ему приёмами стратегий и тактик, включающих в себя информационную и воздействующую функции новостного текста, благодаря чему новостные тексты

организовываются так, что возникает коммуникация между адресантом и адресатом.

6. Обоснованы выводы, касаемые коммуникативных особенностей в медиадискусе новостей, полученные в результате проведенного анализа новостных текстов в информационных материалах «Народного слова», а также «Правды Востока»:

в них используются словосочетания делового стиля, это придает тексту большую официальность и строгость языка;

количество эмоционально-экспрессивных средств в «Народном слове» и в «Правде Востока» встречается значительно меньше, чем средств стандартных;

среди воздействующих средств в публикациях «Народного слова» в отличие от «Правды Востока» часто встречаются 1) риторические вопросы; 2) прямая речь; 3) начало предложений с союзом *а*; 4) качественные признаки представлены в выражениях типа *огромный столб, огненное зарево, очень приятное событие* и мн. других.

7. Выявлена и обоснована следующая типология заголовков и лидов в новостных публикациях исследованных газет, доказано, что они используются для того, чтобы привлечь внимание читателя, активизировать его внимание и наладить с ним диалог:

к первому типу заголовков можно отнести заголовки, которые по объему представляют собой одно простое предложение, на смысловом уровне в них раскрывается содержание статей, они выполняют информирующую функцию, требующую дальнейшего чтения текста, что усиливает контакт между автором и читателем;

второй тип заголовков составляют неопределенно-личные предложения со сказуемым, выраженным глаголом прошедшего времени совершенного вида или кратким страдательным причастием в прошедшем времени, а точнее, их значительно меньше по сравнению с глаголами в прошедшем времени. При этом для полного понимания информации здесь требуется также прочитать текст дальше. Такие заголовки сообщают о событии подчеркнуто предметно.

третий тип заголовков, по наблюдениям диссертанта, состоит из 3–6 слов и составляют простое предложение или сложное словосочетание. Часть таких заголовков ставит проблему, о которой идет речь в публикации, другая часть заголовков содержит в себе оценку, чаще отрицательную, хотя из них не совсем понятно, о чем дальше пойдет речь, а последующая часть таких заголовков без хедлайна или лида бывает непонятной. Подобные заголовки не совсем удачны с точки зрения коммуникативной направленности.

8. Обосновано, что в «Российской газете» происходит взаимодействие между заголовком и хедлайном не только на содержательном уровне, но и на языковом. Обосновано, что языковая связь между заголовком и хедлайном представляет собой также экспрессему, выявляющую субъективную модальность. Доказано, что в лиде основная новость, хотя и не дословно, но повторяется следующими способами: первое – путем подбора лексических синонимов; второе – за счет конверсивов; третье – контекстуальных синонимов;

четвёртое – описательно. Отмечено, что в «Российской газете» авторами используется все три вида стратегий: на повышение, на понижение и театральности. В нашем материале встретились следующие тактики: анализ-«плюс», анализ-«минус», презентации, кооперации, обвинения.

9. Установлено, что средствами воздействия в интернет-версии «Известий» являются:

отсутствие специального заголовочного комплекса, что является «притягательной силой» для постоянных читателей «Известий» и знаком продолжающихся традиций газеты;

расположение новостей по степени их обывательского интереса с явной демонстрацией ориентации на рядового читателя;

подчеркнутая объективность, которая проявляется в источнике информации, цитировании специалистов или участников событий, намеренном отсутствии признаков субъективной модальности.

10. Выявлено, что в прессе Узбекистана наблюдается предпочтительное использование стратегии на повышение. Она употребляется с целью создания имиджа страны. В газете «Правда Востока» и в газете «Народное слово», как показало наше исследование, используется в основном стратегия на повышение и две тактики – анализ-«плюс» и тактика презентации. Принципиальной разницы в использовании стратегий и тактик в этих, проанализированных нами газетах не наблюдалось, значительная ограниченность в употреблении стратегий и тактик приводит к стилевому однообразию и отсутствию какой-либо динамики в изложении материала.

11. Обосновано, что экспрессивное воздействие текстов специфично и оно проявляется в новостных текстах СМИ с помощью языковых средств, в связи с этим целесообразно журналистам для повышения своего профессионального мастерства выработать в себе умение пользоваться этими инструментами как на уровне заголовочного комплекса, так и внутри материалов. Эти знания будут способствовать не только стилевому разнообразию, но и созданию текстов с более широким арсеналом воздействия.

12. Разработаны предложения и рекомендации по написанию заголовочного комплекса в новостных материалах на портале, в частности, для использования при подборе типов заголовков к статьям в печатных и электронных версиях газет, а также использовании убеждающих стратегий и тактик для журналистов интернет-портала при написании новостных текстов.

13. Обоснована необходимость использования оптимальных способов и приемов авторской модальности в журналистской деятельности при написании новостных материалов, а также воздействия на адресата на конкретном языковом уровне с использованием определенных лингвистических средств и на дискурсном уровне с использованием стратегий по устранению коммуникативных неудач, что, безусловно, позитивно отразится на качестве медиадискурса новостей.

14. Разработаны предложения, направленные на повышение профессионального мастерства журналистов и качественного улучшения

публикуемых ими новостных материалов с обоснованием необходимости избегать ошибок в коммуникативном коде и недопущения использования неверных речевых стратегий, которые могут стать причиной коммуникативных неудач, а также даны рекомендации по проведению семинаров с практикующими журналистами узбекистанских русскоязычных изданий газет «Правда Востока», «Народное слово» с целью повышения их квалификации, связанные с языковыми параметрами подготовки новостей, особенностями употребления определенных стратегий и тактик.

15. Разработаны рекомендации по минимизации коммуникативных неудач во избежание разного рода лингвостилистических и других ошибок в журналистских материалах, в виде частого использования шаблонов, канцеляризмов, сленгов, а также воздействия на адресата на конкретном языковом уровне с использованием определенных лингвистических средств и на дискурсном уровне с использованием стратегии убеждения.

16. Обоснована целесообразность введения в практику издательств узбекистанских русскоязычных газет обсуждения среди журналистов проектов новостных публикаций с целью улучшить стиль и язык публикуемых новостных материалов с точки зрения особенностей структурно-лингвистических и коммуникативных технологий в газетах и сети, основанных на рекомендациях и выводах наших исследований.

**SCIENTIFIC COUNCIL No.PhD.03/30.12.2019.Fil.14.01  
ON AWARD OF SCIENTIFIC DEGREE AT THE UNIVERSITY OF  
JOURNALISM AND MASS COMMUNICATIONS OF UZBEKISTAN**

---

**UZBEK STATE UNIVERSITY OF WORLD LANGUAGES**

**AKHMEDOVA MALIKA MUKHAMMADOVNA**

**PECULARITIES OF COMMUNICATION TECHNOLOGIES IN THE NEWS  
OF MEDIA DISCOURSE (ON THE EXAMPLE OF PRINT AND NETWORK  
EDITIONS OF UZBEKISTAN AND RUSSIA)**

**10.00.09 – Journalism (philological sciences)**

**DISSERTATION ABSTRACT  
of the doctor of philosophy (PhD) in philological sciences**

**TASHKENT – 2022**

**The theme of the doctoral (PhD) dissertation in philological sciences was registered by the Supreme Attestation Commission of the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan under № B2021.1.PhD/Fil283.**

The dissertation was carried out at the Uzbek state university of world languages.

The abstract of the dissertation was posted in three (Uzbek, Russian, English (resume)) languages on the website of the Scientific Council at [www.uzjoku.uz](http://www.uzjoku.uz) and on the website of «ZiyoNet» Informational and Educational Portal at [www.ziynet.uz](http://www.ziynet.uz).

**Scientific supervisor:**

<b>Muminova Patima Izzatullaevna</b> Doctor of Philology, Professor.
---

**Official opponents:**

**Mamatova Yokutkhon**  
Doctor of Philological Sciences.

**Khalilova Aziza Shamuhutovna**  
Doctor of Philosophy (PhD) in Philological Sciences

**Leading organization:**

**Karakalpak State University named after Berdak**

The defence of the dissertation will be held on «\_\_\_» \_\_\_\_\_2022, at \_\_\_ at the meeting of the Scientific Council No.PhD.03/30.12.2019.Fil.14.01 on Award of Scientific Degree at the University of Journalism and Mass Communications of Uzbekistan (Address: House 88, Markaz 5, Yunusobod district, 100147, Tashkent city. Tel.: (+998) 71-207-09-06; e-mail: [journalism.univer@gmail.com](mailto:journalism.univer@gmail.com)).

The dissertation can be looked through in the Information Resource Centre of the University of Journalism and Mass Communications of Uzbekistan (registered under No.\_\_\_\_). Address: House 88, Markaz 5, Yunusobod district, 100147, Tashkent city. Tel.: (+998) 71-207-09-06; e-mail:[journalism.univer@gmail.com](mailto:journalism.univer@gmail.com)).

The abstract of the dissertation was distributed on «\_\_\_» \_\_\_\_\_2022.  
(Registry record No.\_\_\_\_ dated «\_\_\_» \_\_\_\_\_2022)

**F.A. Muminov**

Chairman of the Scientific Council on Award of Scientific Degrees, Doctor of Philological Sciences, Professor

**N.F. Muratova**

Scientific Secretary of the Scientific Council on Award of Scientific Degrees, Candidate of Philological Sciences, Associate professor

**K.T. Irnazarov**

Chairman of the Scientific Seminar of the Scientific Council on Award of Scientific Degrees, Doctor of Historical Sciences, Professor

## INTRODUCTION (abstract of the PhD dissertation)

**The aim of the research work is** to reveal the communicative technologies of news material, their linguistic features, the methods of organizing print and electronic news media discourse, and to reveal their activities on the example of print and network publications of Uzbekistan and Russia.

**The object of the research is** periodical and network publications of Uzbekistan and Russia, namely "Narodnoe slovo", "Pravda Vostoka", "Rossiyskaya gazeta", "Izvestia", as well as their electronic versions: [www.xz.uz](http://www.xz.uz), [www.yuz.uz](http://www.yuz.uz), [www.rg.ru](http://www.rg.ru), [www.iz.ru](http://www.iz.ru). news as the means of media discourse.

**The subject of the research is** communication technologies of news media discourse in periodical and branch publications of Uzbekistan and Russia.

**The scientific novelties of the research work** includes the following:

it has been determined that linguistic, stylistic and other errors in the journalistic materials of Russian and Uzbek publications (in the Russian language) are more common in the linguistic section, expressions are given in the form of slang, templates, aimed at preventing the use of incorrect speech strategies that can lead to failure in media communication;

the necessity of the authorial modality of preparing news materials in journalistic activity and the need for purposeful use of methods of influencing the addressee with the help of persuasion technology as the main strategy of mass media and manifestation of manipulative influence was justified;

it is proved that the news texts of printed and online publications constitute a media discourse, its communicative technological concept is developed which includes the coverage linguistic influence and cognitive structures related methods to the communication strategy and tactics chosen by journalists;

it has been proven that the complex of headings between print and online texts in the mass media of Uzbekistan and Russia refers to tactics within the main global strategy of persuasion consisting of communicative differences, subjective modality of the author, evaluation and the use of other expressive and linguistic-stylistic tools.

**Implementation of the research results.** The results of scientific research, obtained by analysing, describing, classifying news media texts, were implemented and used at various stages of the study:

The news which determine that linguistic, stylistic and other errors in the journalistic materials of Russian and Uzbek publications (in the Russian language) are more common in the linguistic section, expressions are given in the form of slang, templates, aimed at preventing the use of incorrect speech strategies that can lead to failure in media communication were used at the "Podrobno.uz" Information Agency ("Podrobno.uz" Information Agency 2020 Reference No. 27 dated November 2). These courses served to eliminate existing shortcomings in the process of creating the news text of the online publication, to increase the quality of content and to polish the skills of journalists in news genres;

The suggestions on the necessity of the authorial modality of preparing news materials in journalistic activity and the need for purposeful use of methods of

influencing the addressee with the help of persuasion technology as the main strategy of mass media and manifestation of manipulative influence were used to create the materials of the seminar on the topic "Modern approaches to writing news" held for the employees of the scientific-methodical electronic journal "Foreign Languages in Uzbekistan" and the internet portal (Issue 38 of December 10, 2020 of the Internet-portal and scientific-methodical electronic journal "Foreign Languages in Uzbekistan" reference);

Recommendations regarding the use of tactics within the main global strategy of persuasion, the author's subjective modality, assessment and other expressive and linguistic-stylistic means of the publication were used in developing traditional and online views of "Pravda Vostoka". ("Pravda Vostoka" newspaper reference No. 03 of January 17, 2022). The results had a positive effect on the professional activity of journalists and the quality of information materials on the publication's website, served to enrich the linguistic apparatus of the publication's news and to choose terms carefully and at a high level;

examples of linguistic and linguo-stylistic analysis, communicative technologies in media texts in Russian, Uzbek and other languages, evaluation of author modality and other expressive and linguistic-stylistic tools, examples and conclusions used in the field of foreign language education for disabled students of secondary special educational institutions that meet European competences - used in the creation of the "Light Up Pupil's Book" guide as part of the practical research project carried out at the University of World Languages of Uzbekistan within the framework of the state technical program of the Ministry of Higher and Secondary Special Education on creating a methodological complex (reference No. 12/314 dated 01.08.21 of the Ministry of Higher Education and UzDJTU ). As a result, the study contributed to the preparation of the guidebook "Illuminate the Reader's Book", which served as an important resource in enriching the knowledge of students with disabilities;

The comments of the study on the elimination of communicative errors, such as templates, clericalisms, slangs, at the same time, the use of linguistic tools specific to the addressee at a certain language level, as well as persuasive strategies at the discourse level, were positively evaluated and put into practice by the Internet publication Khabardor.uz (OOO Reference No. 121 dated 20.01.22 of "High Networks"). Based on the recommendations, workshops were organized for the creative and technical staff of the editorial office, as the result the guidelines were developed.

**The structure and volume of the dissertation.** The dissertation consists of an introduction, three chapters, 8 paragraphs, a conclusion, a list of references and appendices. The length of the dissertation consists of 141 pages.

**ЭЪЛОН ҚИЛИНГАН ИШЛАР РЎЙХАТИ**  
**СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ**  
**LIST OF PUBLISHED WORKS**

**I часть (I бўлим, part I)**

1. Ахмедова М.М. Речевые стратегии и тактики политического дискурса узбекистанской и российской печати. // Филология масалалари. – Т., 2012. – №1. – С. 114-118. (10.00.00).
2. Ахмедова М.М. Особенности языка интернет-рекламы. // Ўзбекистонда хорижий тиллар – научно-методический электронный журнал. – Т., 2015. – №3. – С. 187-191. www.journal.fledu.uz (10.00.00).
3. Ахмедова М.М. Лингвистические особенности репортажа. // Ўзбекистон матбуоти. – Т., 2015. – №4. – С.54-58. (10.00.00).
4. Ахмедова М.М. Особенности новостного дискурса в онлайн-изданиях. // Ўзбекистон матбуоти. – Т., 2016. – №2. – С. 17-19. (10.00.00).
5. Ахмедова М.М. Особенности текстов новостного дискурса, на примере российской газеты «Российская газета». // Ўзбекистонда хорижий тиллар – научно-методический электронный журнал – Т., 2020. – №4. – С. 115-124. www.journal.fledu.uz (10.00.00).
6. Ахмедова М.М. О некоторых коммуникативных технологиях в интернет-версии узбекистанской газеты «Народное слово». // «Вестник Челябинского государственного университета». Научный журнал. Челябинск, 2021, № 4. – С. 7-15. (10.00.00).

**II бўлим (II часть, part II)**

7. Ахмедова М.М. О некоторых современных методах тренингов. // «Формирование гармонично развитого поколения в современных условиях»: Сборник научно-методических статей. Тошкент-2012. – С.191-195.
8. Ахмедова М.М. К вопросу о социальном дискурсе в прессе. // «Бадий матн таҳлили ва талқин муаммолари» Н.М.Маллаев таваллудининг 90 йиллигига бағишланган илмий-назарий конференция материаллари. Тошкент – 2012. – С.282-283.
9. Ахмедова М.М. Лингвистические особенности дискурса в тексте газетных статей на социальные темы. // «Когнитив грамматика ва хорижий тилларни ўқитиш муаммолари»: Республика илмий-амалий конференция мақолалар тўплами. Тошкент – 2012. – С.114-116.
10. Ахмедова М.М. Информирование и воздействие как способы представления материала. // «Оммавий коммуникация: назарий ва амалий талқинлар»: илмий мақолалар тўплами. Тошкент – 2013. – С.178-180.
11. Ахмедова М.М. К вопросу о трансформации модели коммуникации. // «Давр, ахборот, интернет: янгиланиш тенденциялари ва истиқболлари»: илмий мақолалар тўплами. Тошкент – 2014. – С.75-77.

12. Ахмедова М.М. Особенности планирования рекламной кампании на телевидении. // Заонавий тележурналистиканинг таракқиёт тенденциялари: маҳорат, тажриба, ихтисослашув: Сборник материалов республиканской научно-практической конференции – Ташкент – 2015. – С.31-33.

13. Ахмедова М.М. К вопросу о медиаграмотности. // Ахборотлашган жамиятда ёшлар медиа саводхонлигини оширишнинг долзарб муаммолари: илмий-амалий конференция материаллари тўплами – Тошкент - 2015. – С.64-66.

14. Akhmedova M.M. Linguistic features of providing actual information in the Internet news discourse. // III Международная Зимняя школа журналистики и коммуникации посвященная Всемирному дню радио «Симбиоз решение: Интернет и цифровая грамотность» – Алматы– 5-7 февраля 2016 г. – С.108-112.

15. Ахмедова М.М. Междисциплинарный подход и роль дискурсивного анализа в обучении студентов-журналистов //Модели образовательных программ «Журналистика»: интеграция профессиональных стандартов: II Международный форум Журналистики. – Алматы – Туркистан, 2018. – С. 59-61.

16. Ахмедова М.М. Личность и общество: образование и взаимодействие со СМИ // Конституция Республики Узбекистан: наука, образование и воспитание молодёжи: Материалы научно-практического семинара, посвященного 27-летию Конституции Республики Узбекистан. –Т., филиал МГУ, 2019. – С. 152-155.

17. Ахмедова М.М. К вопросу развития коммуникативных технологий новостного медиа дискурса в печати и сети. // Деятельность СМИ Узбекистана в условиях глобального информационного пространства: цели и задачи: онлайн-дистанционная республиканская научно-практическая конференция –Т., 2020. – С.77-79.

18. Ахмедова М.М. Специфика языка и стиля новостей российской газеты «Известия» (интернет-версия). «Медиалингвистиканинг долзарб масалалари» мавзусидаги халқаро онлайн илмий-амалий конференция материаллари. –Т., 2020. С. 60-64.

19. Ахмедова М.М. Новостной медиадискурс и технологические изменения периодических изданий Узбекистана (на примере газеты «Правда Востока»). «Молодой ученый» Международный научный журнал № 5 (347) Казань, 2021. С. 146-149.

20. Ахмедова М.М. Yangilik media diskursida kommunikativ texnologiyalarning roli. – Қарақалпақстан мэдений мийраслары (Культурное наследие Каракалпакстана). Ҳалқаларық илимий-эмелий конференция (Материалы конференции), Нукус, 2021. С 378-380.

21. Ахмедова М.М. Медиа соҳасида янгиликлар медиадискурси ҳақида «Медиалингвистика ривожланишининг заонавий тенденциялари» мавзусидаги халқаро илмий-амалий конференция материаллари (29-апрел, 2022-йил). – Тошкент: ЎзДЖТУ, 2022. – 80-83 б.

22. Ахмедова М.М. К вопросу о коммуникации и коммуникативной асимметрии «Медиакоммуникация ва PR: янги технологиялар ва заонавий ёндашувлар» республика миқёсидаги илмий-амалий конференция материаллари тўплами. –Т., 2022. С. 55-58.

Автореферат Ўзбекистон Республикаси Ички ишлар вазирлиги Академияси  
Таҳририят-ноширлик бўлимида таҳрирдан ўтказилди.

Босишга рухсат этилди: 10.11.2022  
Бичими: 60x84 1/8 «Times New Roman»  
гарнитурда рақамли босма усулда босилди.  
Шартли босма табағи 3,5. Адади 100. Буюртма: № 72

«DAVR MATBUOT SAVDO» МЧЖ  
босмахонасида чоп этилди.  
100198, Тошкент ш., Қўйлик, 4-мавзе, 46.