

**ЎЗБЕКИСТОН ЖУРНАЛИСТИКА ВА ОММАВИЙ
КОММУНИКАЦИЯЛАР УНИВЕРСИТЕТИ ҲУЗУРИДАГИ
ИЛМИЙ ДАРАЖА БЕРУВЧИ Ph.D.03/30.12.2019.Fil.14.01 РАҚАМЛИ
ИЛМИЙ КЕНГАШ**

ЎЗБЕКИСТОН МИЛЛИЙ УНИВЕРСИТЕТИ

ШАМАҚСУДОВА САОДАТ ХИДОЯТОВНА

**МЕДИАМАТНЛАРНИНГ ТИЛИ, УСЛУБИ
ВА ЖАНРИЙ ХУСУСИЯТЛАРИ**

10.00.09 – Журналистика (филология фанлари)

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

Тошкент – 2023

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

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

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

Шамаксудова Саодат Хидоятовна Медиаматнларнинг тили, услуби ва жанрий хусусиятлари.....	3
Шамаксудова Саодат Хидоятовна Язык, стиль и жанровые особенности медиатекстов	23
Shamaksudova Saodat Khidoyatovna Language, style and genre features of media texts.....	45
Эълон қилинган ишлар рўйхати Список опубликованных работ List of published works	49

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

ЎЗБЕКИСТОН МИЛЛИЙ УНИВЕРСИТЕТИ

ШАМАҚСУДОВА САОДАТ ХИДОЯТОВНА

**МЕДИАМАТНЛАРНИНГ ТИЛИ, УСЛУБИ
ВА ЖАНРИЙ ХУСУСИЯТЛАРИ**

10.00.09 – Журналистика (филология фанлари)

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

Тошкент – 2023

Филология фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертацияси мавзуси Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси ҳузуридаги Олий аттестация комиссиясида В2018.3.PhD/Fil631 рақам билан рўйхатга олинган.

Диссертация Ўзбекистон Миллий университетида бажарилган.

Диссертация автореферати уч тилда (ўзбек, рус, инглиз (резюме) Илмий кенгаш веб-саҳифасига (www.uzjoku.uz) ҳамда “ZiyoNet” ахборот-таълим порталига (www.ziynet.uz) жойлаштирилган.

Илмий раҳбар:

Исраил Муқаддас Иргашевна
филология фанлари номзоди, профессор

Расмий оппонентлар:

Тешабаева Дилфуза Мўминовна
филология фанлари доктори, профессор

Маҳмудова Севара Ирисалиевна
филология фанлари номзоди, доцент

Етакчи ташкилот:

Бердақ номидаги Қорақалпоқ давлат университети

Диссертация ҳимояси Ўзбекистон журналистика ва оммавий коммуникациялар университети ҳузуридаги илмий даража берувчи PhD.03/30.12.2019.Fil.14.01 рақамли Илмий кенгашининг 2023 йил “_____” _____ соат _____ даги мажлисида бўлиб ўтди. (Манзил: 100017, Тошкент шаҳри, Марказ-5, 88-уй. Тел.: (99871) 207-09-06; e-mail: 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)

Диссертация автореферати 2023 йил “_____” _____ куни тарқатилди.

(2023 йил “_____” _____ даги _____ рақамли реестр баённомаси)

Ф.А. Мўминов

Илмий даража берувчи илмий кенгаш раиси,
филология фанлари доктори, профессор

Н.Ф. Муратова

Илмий даражалар берувчи илмий кенгаш
илмий котиби, филология фанлари номзоди,
доцент

Қ.Т. Ирнараров

Илмий даражалар берувчи илмий кенгаш
қошидаги Илмий семинар раиси, тарих
фанлари доктори, профессор

КИРИШ (Фалсафа доктори (PhD) диссертацияси аннотацияси)

Диссертация мавзусининг долзарблиги ва зарурати. Глобаллашув даврида мураккаб ижтимоий муносабатлар турли шакл ва усулларда кечади. Айниқса, оммавий мулоқот энг муҳим фаолият соҳаси бўлиб, ижтимоий вазифаси, ахборот мавзуси, лисоний-услубий ва жанрий хилма-хиллиги билан ажралиб туради. Дунёнинг илғор мамлакатлари – АҚШ, Буюк Британия, Германия, Италия, Малайзия, Франция, Япония, Россия ва Туркияда медиаматнлар тили ва услубини ўрганиш борасида илмий изланишлар олиб борилмоқда. ОАВ тилининг ўрганилиш даражаси сўнгги йилларда жадал ривожланиб бормоқда. ОАВ тили ва тафаккур, ОАВ тили ва жамият, ОАВ тили ва маданиятшунослик, ОАВ тили ва сиёсат каби кўпсонли алоқалар ва функцияларнинг шаклланиши уларни махсус ихтисослашган соҳада тадқиқ қилиш заруратини юзага келтирди.

Жаҳон амалиётида массмедиа ва нутқий-фикрий фаолиятнинг қатъий назариясини яратиш журналистика илми олдида турган долзарб вазифадир. Массмедияни ўрганишда муайян усул ва таҳлилий жараёнлар (тарихий, типологик таҳлил, тавсифий таҳлил, ижтимоий таҳлил, ижтимоий-психологик таҳлил, дискурсив таҳлил, контент-таҳлил, маъновий таҳлил, лисоний таҳлил, услубий таҳлил, тузилмавий таҳлил ва бошқалар) муҳим аҳамият касб этади. Айни маънода ОАВ тилининг услубий ҳолатини аниқлаш, шунингдек, медиаматнларни тавсифлаш усуллари ва ижтимоий-маданий омилларнинг медианутққа таъсири ва таъсир этишнинг лингвомедиа технологияларини тадқиқ қилиш муҳим аҳамиятга эга.

Мамлакатимизда ахборот манбаларини янада ортиши натижасида, аҳоли билан тўғридан-тўғри мулоқот қилиш, инсонларни ўйлантираётган муаммоларга тезкор муносабат билдириш, долзарб мавзулар бўйича очиқ, холис ва танқидий фикрлар билан чиқиш имконияти яратилмоқда. Бу борада Ўзбекистон Республикаси Президенти 2022 йилнинг 27 июндаги “Матбуот ва оммавий ахборот воситалари ходимларига табриги”да “Ахборот соҳасида миқдор кўрсаткичларини сифат кўрсаткичларига айлантириш, миллий журналистикамиз тараққиётини янги босқичга олиб чиқиш – олдимиздаги турган долзарб вазифадир”¹, дея миллий медиамакондаги ҳолатга баҳо берган.

“Ҳозирги кунда ўзбек тили давлат тили сифатида сиёсий-ҳуқуқий, иқтисодий-ижтимоий, маънавий-маърифий ҳаётимизда фаол қўлланилмоқда, халқаро минбарлардан баралла янграмоқда. Бу борада янги ўқув дастурлари яратилаётгани, дарслик ва қўлланмалар, рисола ва монографиялар нашр этилаётгани, илмий анжуманлар, оммавий ахборот воситаларида ўзбек тилининг бугуни ва истикболи ҳақида амалий таклиф ва ташаббуслар билдирилаётгани ғоят муҳим аҳамиятга эга”².

¹ Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг матбуот ва оммавий ахборот воситалари ходимларига табриги. // Янги Ўзбекистон, 2022 йил 28 июнь. – 1-б.

² Президент Шавкат Мирзиёевнинг ўзбек тилига давлат тили мақоми берилганининг ўттиз йиллигига бағишланган тантанали маросимдаги нутқи. // <https://president.uz/uz/lists/view/2954>.

Ўзбек тилидаги медиаматнларнинг долзарб мавзуда, ишончли далиллар асосида яратилиши, адабий тил қоидалари доирасида, услубий-жанрий ранг-баранг бўлиши талаб этилади. Лекин журналистик жанрларнинг мавжуд тизими тил меъёрларидан фаркли, чунки медиаматнлар лингвистик ва экстралингвистик омиллар жамланмаси воситасида яратилади. Ўзбекистон Республикасининг “Давлат тили тўғрисида”ги, “Ахборот олиш кафолатлари ва эркинлиги тўғрисида”ги, “Ахборот эркинлиги принциплари ва кафолатлари тўғрисида”ги, “Журналистик фаолиятини ҳимоя қилиш тўғрисида”ги, “Оммавий ахборот воситалари тўғрисида”ги қонунлари, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йилнинг 7 февридаги ПФ-494-сонли “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022 йил 28 январдаги ПФ-60-сонли “2022-2026 йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси тўғрисида”ги, 2019 йилнинг 2 февридаги ПФ-5653-сонли “Ахборот соҳаси ва оммавий коммуникацияларни янада ривожлантиришга оид кўшимча чора-тадбирлари тўғрисида”ги фармонлари ва 2022 йилнинг 27 июндаги ПҚ-294-сонли “Оммавий ахборот воситаларини қўллаб-қувватлаш ва журналистика соҳасини ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарори ҳамда мазкур фаолиятга тегишли бошқа меърий-ҳуқуқий ҳужжатларда белгиланган вазифаларни амалга оширишда мазкур тадқиқот иши муайян даражада хизмат қилади.

Тадқиқотнинг республика ва фан-технология ривожланишининг устувор йўналишларига мослиги. Диссертация тадқиқоти республика фан ва технологиялар ривожланишининг I. “Ахборотлашган жамият ва демократик давлатни ижтимоий, ҳуқуқий, иқтисодий, маданий, маънавий-маърифий ривожлантиришда, инновацион ғоялар тизимини шакллантириш ва уларни амалга ошириш йўллари” устувор йўналишига мувофиқ бажарилган.

Муаммонинг ўрганилганлик даражаси. Медиа тили ва услуби, унинг жанрий хусусиятлари ҳақидаги назарий қарашлар Ж. Мамедов, Э. Оручов, С. Исаев, А. Бобоева, Ш. Абдураимова, А. Абдусаидов, А. Шомақсудов, И. Тошалиев, Қ. Ирназаров, Г. Бакиева, Д. Тешабаева, П. Алламбергенова, Б. Дўстқораев, М. Худойқулов, Я. Маматова, С. Арифханова, А. Нурматов, Н. Тошпўлатова, Н. Муратова каби журналист ва филолог-олимларнинг тадқиқотларида³ илмий-амалий жиҳатдан тадқиқ этилган.

³ Мамедов Ж. Газетный стиль современного азербайджанского литературного языка: автореф. дис. ...канд.филол.наук. – Баку, 1973. - 34 с.; Оручов Э. «Экинчи» газетиниқ дили: Автореф.дис. ...канд.филол.наук. – Баку, 1974. - 32 с.; Исаев М. Становление и развитие языка казахской периодической печати: Автореф.дисс. ... докт. филол. наук. – Алма-Ата, 1974. -106 с.; Бобоева А. Газета тили ҳақида. – Т.: Фан, 1983. -55 б.; Абдураимова Ш.К. Сўз ўзлаштириш назарияси ва ўзлаштирмаларнинг вақтли матбуот тилида ўзгара бориши: Филол. Фан. номз. ... дисс. автореф. – Т.: 1995. -24 б.; Абдусаидов А. Журналистнинг тилдан фойдаланиш маҳорати. – Самарқанд, 2004. -102 б.; Абдусаидов А. Язык газеты и литературная норма (на материале местных и республиканских газет 70-80 годов). Автореф. дис. ...канд. филол.наук. – Т.: 1988. -23 с.; Абдусаидов А. Газета жанрларининг тил хусусиятлари: Фил. фан. д-ри. ... дисс. – Т.: 2005. -291 б.; Шомақсудов А., Расулов И., Қўнғуров Р., Рустамов Х. Ўзбек тили стилистикаси. – Т.: Ўқитувчи. 1983. -148 б.; Тошалиев И. Сарлавҳа стилистикаси. –Т.: 1995. -96 б.; Тошалиев И., Абдусатторов Р. Оммавий

МДХ давлатларида медиаматнларни ўрганишга доир қатор тадқиқотлар амалга оширилган. В. Костомаров, Г. Солганик, Д. Розенталь, Э. Алиева, Ю. Антонова, М. Желтухина, И. Жуков, Е. Покровская, Т. Добросклонская, М. Дускаева, М. Бахтин, Г. Винокур, М. Володина, И. Гальперин тадқиқотларида оммавий ахборот воситалари тили ва услуги ўрганилган.⁴

Ғарблик мутахассислар Лаурен Кесслер, Данкан Макдоналд, Колин Макфарлейн, Х. Джонс, Силвия Жаворска, Эрхан Аслан, Назми Авчи, С. Озеркан, Й. Юрдигул тадқиқотларида медиаматнларнинг тил хусусиятлари, жанрий-услубий жиҳатлари, массмедиа аспектида медиаматнларнинг юзага келиш қоидаларини илмий-назарий ўрганишга эътибор қаратилган⁵.

Бугунги кунда медиаматнларнинг ўзига хос хусусиятлари: тили, услуги ва жанрий хусусиятлари, таркибий қисмлари, медиаматн яратиш ва таҳрир этиш масалалари бўйича изланишларга журналистика илмида эҳтиёж катта. Инсон онги, тафаккурини ўзгариши, жамиятдаги ижтимоий-сиёсий воқеалар медиаматнларнинг моҳиятига, шаклига бевосита таъсир кўрсатади. Шу сабабли, ҳар бир янги даврдаги медиа тили ва услуги ўша давр

ахборотнинг тили ва услуги: Ўқув қўлланма. – Т., 2006. – 248 б.; Алламбергенова П.Қ. Қорақалпоғистон телевидениесининг жанрлари: мавзулар, журналистик ёндашув ва ривожланиш тамойиллари: Филол. фан. номз. ... дисс. – Т., 2007. – 58 б.; Нурматов А., Дўстқораев Б., Мўминов Ф., Саидов Х., Тошпўлатова Н., Махсумова С. Журналистика назарияси тарихи ва тараққиёти. Ж.1: – Т.: Ўзбекистон НМИУ, 2019. -126-130 б., Худойкулов М. Журналистикага кириш. –Т., 2005, - 60 б.; Маматова Я., Арифханова С. Вопросы профилактики насильственного экстремизма: освещение в массмедиа Узбекистана. –Т., 2020. -82 с.; Муратова Н. Онлайн журналистика: назария ва амалиёт. Ўқув қўлланма. – Т.: Қакнус-Медиа, 2019.- 121-122-б., Тешабоева Д.М. Оммавий ахборот воситалари тилининг нутқ маданияти аспектида тадқиқи (Ўзбекистон Республикаси ОАВ мисолида): Филол. фан. д-ри ... дисс. автореф. – Т., 2012. -47 б.; Бакиева Г.Х., Тешабоева Д.М. Медиаматнда матн. –Т.: Turon-Iqbol, 2019. -208 б.; Тешабоева Д. ва бошқалар. Журналистика. Медиалингвистика ва таҳрир. III жилд. –Т.: O‘zbekiston. НМИУ, 2019. – 549 б.

⁴ Костомаров В. Русский язык на газетной полосе (некоторые особенности языка современной газетной публицистики) –М.: МГУ, 1971. – 268 с.; Солганик Г. Стилистика публицистических жанров. — М.: МГУ, 1970. – 170 с.; Розенталь Д. Язык и стиль средств массовой информации и пропаганды. – М.: МГУ, 1980. – 256 с.; Алиева Э.Х. Прагматика газетного заголовка (на материале современных русских и английских газет). Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М, 1993. - 27 с.; Антонова Ю. Коммуникативные стратегии и тактики в современном газетном дискурсе (отклики на террористический акт): Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Екатеринбург, 2007. – 25 с.; Желтухина М.Р. Специфика речевого воздействия тропов в языке СМИ: Автореф. дис. ... д-ра филол. наук. – Москва, 2004. – 47 с.; Жуков И.В. Критический анализ дискурса печатных СМИ: особенности освещения северокавказского конфликта 1998 – 2000 гг: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Тверь. 2002. -16 с.; Покровская Е.В. Понимания современного газетного текста и его языковые характеристики: Автореф. дис. ... д-ра филол. наук. – Москва, 2004. – 44 с.; Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь. – Москва, 2008. -202 с.; Дускаева М.Р. Диалогическая природа газетных речевых жанров: Автореф. дисс. ...канд.филол.наук. - Пермь, 2004. – 34 с.; Бахтин М.М. Проблема речевых жанров. // Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. – М.: Искусство, 1979. – 445 с.; Винокур Г.О. О языке художественной литературы. – М.: ВШ, 1991. - 448 с.; Володина М.Н. Язык средств массовой информации. –М.: Альма Матер Академический проспект, 2008. – 760 с.; Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. - М.: Наука, 1981. – 138 с.

⁵ Lauren Kessler, Duncan McDonald. When words collide. A media Writers Guide to Grammar and Style. Thomson Higher Education Boston, MA 02210-1202, USA. 2008, Colin Macfarlane. Hit the Headlines Exciting journalism activities for improving writing and thinking skills. © 2012. P. H. Jones, Sylvia Jaworska, Erhan Aslan. Language and Media. 2nd Edition. -UK, Routledge, 2020. P. 322. Yusuf Yurdigül, Etem Zinderen yeni medyada haber dili (ayşe paşalı olayı üzerinden geleneksel medya ve internet haberciliği karşılaştırması) The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication - TOJDAC July 2012 Volume 2 Issue 3.; Özerkan, Ş. A.(2001). Medya, Dil ve İletişim, İstanbul: Martı Yayınları; Yurdigül, Y.(2011). ‘Kurgusal Gerçeklik Bağlamında Haber ve Gerçeklik İlişkisi’, Atatürk İletişim Dergisi, 13-24.

Ўзгаришларини ўзида акс эттиради ва алоҳида тадқиқ этишга эҳтиёж туғдиради.

Тадқиқот мавзусининг диссертация бажарилган олий таълим муассасаси илмий-тадқиқот ишлари режалари билан боғлиқлиги. Диссертация тадқиқоти Мирзо Улуғбек номидаги Ўзбекистон Миллий университети илмий-тадқиқот ишлари режасига мувофиқ “Оммавий ахборот воситаларининг тили ва услуги” мавзусида, Ўзбекистон журналистика ва оммавий коммуникация университетида “Медиа тили ва услуги” мавзусида олиб борилаётган илмий тадқиқотлар доирасида бажарилган.

Тадқиқотнинг мақсади медиаматнларнинг лисоний-услубий ўзига хосликларини ўрганиш, унинг тузилмаси, жанрий хусусиятларини, медиаматнларни яратишда лисоний мезонларнинг ўрнини аниқлаш, медиаматнларнинг асосий тоифалари ва типологиясини очиқ беришдан иборат.

Тадқиқотнинг вазифалари:

медиамаатнлар бўйича назарий ёндашувлар тадрижи ва парадигмасини таҳлил қилиш;

массмедиада матн ва медиаматн тушунчасини ўрганиш, турларини аниқлаш;

медиамаатнлар тузилмаси, уларда тил воситаларини қўллаш хусусиятларини тадқиқ этиш;

медиамаатнларни лисоний-услубий ва жанрий жиҳатдан тасниф қилиш;

глобаллашув шароитида медиаматнлар сифатини оширувчи лингвистик воситаларни аниқлаш ва амалий тавсияларни ишлаб чиқиш.

Тадқиқотнинг предметини ОАВ материалларининг тили, услуги ва жанрий хусусиятлари, массмедиада матн ва медиаматн тушунчасини лисоний таҳлил қилиш, медиаматнларнинг талаб даражасида бўлишини белгиловчи лингвистик меъёрларларни аниқлаш ташкил қилди.

Тадқиқот усуллари. Тадқиқот мавзусини ёритишда назарий (таҳлилий-синтетик, таркибий-типологик, контент-таҳлил), узвийлик, индуктив, дедуктив, прогностик (эксперт баҳолаш, мустақил баҳоларни умумлаштириш ва бошқ.) усуллардан фойдаланилди.

Тадқиқотнинг илмий янгилиги қуйидагилардан иборат:

замонавий медиаоламда медиаматнларнинг оддий матнлардан фарқли хусусиятлари, массмедиа аспектининг медиаматн шаклига келишидаги ўзига хосликлар, бугунги кун талабига жавоб берадиган материалларни тайёрлашда лисоний мезонлардан фойдаланишнинг муҳим ўринга эгаллиги аниқланган;

медиамаатнни мулоқот майдонига киритиш стратегиясини яратиш, матнни қисмларга ажратишда интерпретация усулидан фойдаланиш меъёрлари аниқланиб, сарлавҳа мажмуаси, лид, асосий ва хулоса қисмларининг коммуникатив, сегментлаштирувчи, баҳоловчи-экспрессив ва бошқа вазифалари, турлари ҳамда лисоний-услубий хусусиятлари далилланган;

медиаматнларнинг услубий тоифаланиши: расмий, илмий, публицистик, сўзлашув, бадиий, диний-маърифий услуб хусусиятлари аниқланиб, матн таркибида лисоний ва нолисоний воситаларнинг ўзаро боғлиқ келиши, функционал услуб қонуниятининг бевосита муштарак жиҳатлари очиб берилган;

замонавий медиадискурснинг ўзига хос жанр шакллари ва уларнинг конвергенцияси диффузия жараёнида янги интеграциялашган жанрларнинг юзага келиши исботланган.

Тадқиқотнинг амалий натижалари қуйидагилардан иборат:

медиаматнларнинг лексик-семантик, грамматик ҳамда услубий хусусиятлари, унинг функционал услублар таркибидаги ўрни, уларнинг жанрий хусусиятлари ўрганилган;

босма нашрлар, телеканаллар ва интернет сайтларидаги материаллар ўрганилиб, медиаматнларнинг талаб даражасида бўлишини белгиловчи лингвистик қоидалар, матннинг таъсирчанлигини оширишга ёрдам берувчи лисоний ва нолисоний омиллардан фойдаланишга доир тавсия берилган;

медиаматн яратишда уларнинг таркибий қисмлари ва уларга қўйиладиган услубий меъёрга доир амалий тажрибалар кўрсатилган;

медиаматнларнинг адабий тил меъёрларига амал қилиш даражаси аниқланиб, ушбу соҳадаги хато, камчиликлар ва уларни бартараф этиш бўйича назарий мулоҳазалар таъкидланиб, амалий тавсиялар берилган;

тадқиқот мавзусига оид “Медиа тили ва услуби”, “ОАВда ёзма матн. Нутқ ва мунозара”, “Матндаги нутқий бирликлар”, “Махсус лексика” номли ўқув қўлланмалар нашр этилган. Ўзбекистон журналистика ва оммавий коммуникациялар университети бакалавр босқичи талабалари учун “Ўзбек тилининг соҳада қўлланилиши”, “Оғзаки ва ёзма нутқ” ҳамда “Нотиқлик санъати” фанлари бўйича фан ва ишчи дастурлар ишлаб чиқилган, маъруза матнлари, тақдимот ва видеоматериаллар тайёрланган.

Тадқиқот натижаларининг ишончлилиги ишда фойдаланилган назарий маълумотларнинг илмий адабиётлардан олингани, таҳлилга тортилган босма нашрлар, телеканаллар ва интернет сайтлари, онлайн-ОАВ материалларини таҳлил қилишда интернет манбаларидан фойдаланилгани, таҳлиллар, илмий-амалий хулосаларнинг таснифий, қиёсий услублар орқали асослангани, илмий фикр ва таклифларнинг амалиётда кенг қўлланилгани, уларнинг тегишли ташкилотлар томонидан тасдиқлангани билан ифодаланади.

Тадқиқот натижаларининг илмий ва амалий аҳамияти. Тадқиқот натижаларининг илмий аҳамияти ижтимоий-гуманитар фан соҳаларининг журналистика, медиалингвистика йўналишида илмий-тадқиқот ишларини олиб бориш, бўлажак ва амалиётчи журналистларга медиаматнни яратиш бўйича самарали йўриқнома вазифасини бажаришда муҳим ўрин тутиши билан изоҳланади.

Тадқиқот натижаларининг амалий аҳамияти қўйидагилардан иборат: медиаматнларнинг тили, услуби ва жанрий хусусиятлари билан кенг илмий жамоатчиликнинг яқиндан танишишига ёрдам беради ва амалиётчи журналистларга матн яратишнинг самарали усуллари бўйича йўриқнома вазифасини бажаради. Ушбу тадқиқот Ўзбекистон журналистика ва оммавий коммуникациялар университети, Ўзбекистон Миллий университети журналистика факультети, Олий ўқув юртларининг ўзбек филологияси ва журналистика факультетлари, Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети медиа ва коммуникация факультетида “ОАВда ёзма матн. Нутқ ва мунозара”, “Медиа тили ва услуби”, “Оммавий ахборот тили ва нотиклик санъати” ва “Ўзбек тилининг соҳада қўлланилиши” фанларидан маърузаларни ўқишда; махсус курс ва семинарларни ўтказишда фойдаланиш мумкинлиги билан изоҳланади.

Тадқиқот натижаларининг амалиётга жорий қилиниши. Медиаматнларнинг тили, услуби ва жанрий-услубий хусусиятларини тадқиқ қилиш юзасидан ишлаб чиқилган хулоса ва амалий таклифлар асосида:

замонавий медиаоламда медиаматнларнинг оддий матнлардан фарқли хусусиятлари, массмедиа аспектининг медиаматн шаклига келишидаги ўзига хосликлар, бугунги кун талабига жавоб берадиган материалларни тайёрлашда лисоний мезонлардан фойдаланишнинг муҳим ўринга эгаллиги аниқланганлиги каби хулосалардан “Тил ва адабиёт таълими” илмий-методик журнали фаолиятида фойдаланилган (“Тил ва адабиёт таълими” илмий-методик журнал таҳририятининг 2022 йил 29 апрелдаги 20-сонли маълумотномаси). Натижада, тадқиқот таҳририятда журнал саҳифаларини бойитишда, медиаматнни яратиш ва таҳрир этиш жараёнида журналистларнинг билим ва кўникмаларини такомиллаштиришда ёрдам берган;

медиамаатннинг таъсирчанлигини таъминловчи лингвистик (фонетик, лексик, грамматик) воситаларнинг аҳамиятини ўрганишда, жумладан, тилнинг тасвирий воситалари, паремиологик бирликлар, шахслантиришга доир тавсияларни, ушбу соҳадаги хато, камчиликлар ва уларни бартараф этиш бўйича назарий мулоҳазаларни, кўрсатмаларни амалда қўллаш борасидаги таклиф ва тавсиялардан Ўзбекистон Миллий телерадиокомпанияси “Mahalla” телерадиоканалларида фойдаланилган (Ўзбекистон Миллий телерадиокомпанияси “Mahalla” телерадиоканалларининг 2022 йил 13 июндаги 01-14-431-сонли маълумотномаси). Натижада, тадқиқот сарлавҳа мажмуаси, лид, асосий ва хулоса қисмларининг коммуникатив, сегментлаштирувчи, баҳоловчи-экспрессив ва бошқа вазифалари, медиаматнларни ўзига хос, таъсирли ва талаб даражасида яратишда ёрдам берган;

медиамаатнни мулоқот майдонига киритиш стратегиясини яратиш, матнни қисмларга ажратишда интерпретация (талқин этиш) усулидан фойдаланиш меъёрлари бўйича таклифлардан Ўзбекистон Миллий

телерадиокомпанияси “O‘zbekiston” телеканалида эфирга узатиладиган “Таълим ва тараққиёт”, “Ўзбекистон ёшлари” номли дастурлари сценарийлари ва матнларини тайёрлашда фойдаланилган (“O‘zbekiston” телерадиоканалининг 2022 йил 20 июндаги 04-36-957-сонли маълумотномаси). Натижада тадқиқот медиаматнни яратишда амал қилиниши керак бўлган лисоний-услубий қоидаларни эътиборга олиш, медиаматнлар тузилмасини аниқлаш, ўзбек адабий тил меъёрларига риоя қилишни такомиллаштиришда манба сифатида ёрдам берган;

медиаматн яратишда тил бирликларидан ўринли ва унумли фойдаланиш, матн таъсирчанлигини таъминловчи лингвистик воситаларнинг аҳамияти Ўзбекистон Ёзувчилар уюшмаси фаолиятида фойдаланилган (Ўзбекистон Ёзувчилар уюшмасининг 2022 йил 23 июндаги 01-03-828-сонли маълумотномаси). Натижада тадқиқот уюшма аъзоларининг билим ва кўникмаларини такомиллаштириш ва публицистик мақолаларни тайёрлаш жараёнида тил воситаларидан ўринли ва унумли фойдаланишида ёрдам берган;

медиаматнларнинг услубий тоифаланиши: расмий, илмий, публицистик, сўзлашув, бадиий, диний-маърифий услуб меъёрларини амалда қўллаш бўйича “Халқ сўзи”, “Народное слово” газеталарининг материалларини тайёрлашда фойдаланилган (“Халқ сўзи”, “Народное слово” газеталарининг 2022 йил 25 июлдаги 93-сонли маълумотномаси). Натижада, ишда таҳлилга тортилган мисоллар газета саҳифаларини бойитишда, матн яратишда ва таҳрир этишда журналистларнинг билим ва кўникмаларини такомиллаштиришга амалий ёрдам берган.

Тадқиқот натижаларининг апробацияси. Тадқиқот натижалари 10 та илмий-амалий анжуманда, шу жумладан, 5 та халқаро ва 5 та республика илмий-амалий конференциясида илмий жамоатчилик муҳокамасидан ўтказилган.

Тадқиқот натижаларининг эълон қилинганлиги. Тадқиқот мавзуси бўйича жами 29 та илмий иш, жумладан, 4 та ўқув қўлланма, 1 та хорижий нашр (SCOPUS), Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси ҳузуридаги Олий аттестация комиссиясининг докторлик диссертациялари асосий илмий натижаларини чоп этиш учун тавсия этилган хорижий нашрларда 5 та, шу мақомдаги республика журналларида 2 та, халқаро илмий тўплам материалларида 12 та, республика илмий тўплам материалларида 5 та илмий иш нашр қилинган.

Тадқиқотнинг тузилиши ва ҳажми. Диссертация кириш, учта боб, хулоса ва фойдаланилган адабиётлар рўйхатидан иборат. Диссертациянинг умумий ҳажми 156 саҳифани ташкил этган.

ДИССЕРТАЦИЯНИНГ АСОСИЙ МАЗМУНИ

Диссертациянинг **кириш** қисмида мавзунинг долзарблиги ва зарурати асосланган, тадқиқотнинг мақсади ва вазифалари, объекти ҳамда предмети тавсифланган, Республика фан ва технологиялари ривожланишининг устувор йўналишларига мослиги таъкидланган, тадқиқотнинг илмий янгилиги, амалий натижалари баён қилинган, олинган натижаларнинг илмий, амалий аҳамияти очиб берилган, тадқиқот натижаларининг амалиётга жорий этилгани ва диссертация тузилиши ҳақида маълумотлар келтирилган.

Диссертациянинг **“Медиалингвистикада медиаматн тушунчасининг илмий-назарий асослари”** деб номланган биринчи бобда медиалингвистикада ОАВ тили ва услубини ўрганиш тамойиллари, матн ва медиаматн тушунчаси, медиаматнларнинг асосий тоифалари ва типологияси, массмедиа аспектининг медиаматн шаклига келишидаги ўзига хослиги ўрганилган.

ОАВ тилини “услубий аспект”да ўрганишдаги асосий муаммо тилнинг турли вазифаларни бажаришига бориб тақалади. Россиялик таниқли олим Г.О.Винокур тилшуносликда анча олдиндан тилнинг коммуникатив ва экспрессив вазифалари фарқлана бошлаганини таъкидлар экан, далил сифатида олмон тилшуноси Фон Дер Габеленцнинг 1891 йилда нашр этилган китобидаги қуйидаги қарашини келтиради: “Тил – фикрнинг бўлакларга бўлинган ҳолдаги ифодаси, фикр эса тушунчаларнинг боғланишидир. Лекин инсон тили фақат боғланаётган тушунчалар ва уларнинг мантиқий муносабатларинигина эмас, балки сўзловчининг ўз фикрига муносабатини ҳам ифодалашни истайди; мен фақат ниманидир айтишнигина эмас, балки ўзимни ҳам ифодалашни хоҳлайман ва шу тарзда мантиқий омилга уни ҳар жиҳатдан тўйинтирган ҳолда психологик омил қўшилади”⁶. Тилшуносликка оид замонавий адабиётларда тилнинг, асосан, тўрт-беш вазифаси қайд этилади. Масалан, В.А. Аврорин тилнинг коммуникатив (алоқа қуроли, воситаси), экспрессив (фикрларни ифодалаш), конструктив (фикрларни шакллантириш), аккумулятив (ижтимоий тажриба ва билимларни тўплаш, сақлаш) вазифаларини фарқлаш лозимлигини таъкидлайди⁷. Шунинг учун ОАВ тилини тадқиқ қилишда, асосан, уни услубий (стилистик) жиҳатдан ўрганиш аънамага кира бошлади.

Профессор Г. Бакиева ва профессор Д. Тешабаеванинг фикрича, “Медиаматннинг алоҳида концепциясини медиалингвистиканинг асосий назарий таркибий қисми, деб ҳисоблаш мумкин. Мазкур концепциянинг мазмуни шундан иборатки, аънаваний лингвистика учун асосий ҳисобланган матн – “белгили бирликларнинг маъно жиҳатидан боғланган кетма-кетлиги. Унинг асосий хусусияти узвийлик ва яхлитликдан иборат”⁸ деган таърифи массмедиа соҳасига кўчириб ўтказилганда, ўз чегараларини анча кенгайтиради. Бунда медиаматн концепцияси вербал даражадаги белгили тизим чегарасидан ташқарига чиқади ва нафақат вербал, балки ҳар қандай

⁶ Винокур Г.О. О языке художественной литературы. – М.: 1991. – С. 35.

⁷ Аврорин В.А. Проблемы изучения функциональной стороны языка., – Л., 1975. - С. 44.

⁸ Лингвистический энциклопедический словарь. – М.: Сов. энцикл., 1990. – С. 507.

белгиларнинг узвийлигини назарда тутган ҳолда матн тушунчасининг семиотик талқинига яқинлашади”⁹.

Медиаматнлар турли хил мактаблар ва соҳалар доирасида: социолингвистик, функционал услубият, дискурс назария, контент-таҳлил, когнитив лингвистика, риторик танқид нуқтаи назаридан кўриб чиқилади.

Медиаматнларни яратиш ва тарқатиш усуллари уларнинг лисоний ҳажм хусусиятлари, функционал-жанрли таснифлаш, фонологик, синтагматик ва услубий хусусиятлар, талқин этиш хоссалари, маданий-хусусий белгилар, мафкуравий моделлилик, прагматингвистик қимматига боғлиқ. Янги йўналишнинг методологик асосларига қуйидагича таъриф берилади: “Медиалингвистиканинг методологик аппарати оммавий ахборот матнларини тадқиқ этган барча йўналишларнинг ютуқларини бирлаштирган. Буларга дискурсив таҳлил, функционал стилистика ва лингвокультурология (лисоний маданият) кабилар киради”¹⁰.

Шубҳасиз, лингвистик таҳлил усуллари гуруҳи медиалингвистика соҳасида муҳим аҳамиятга эга. “Лингвистик таҳлил усуллари – тилшуносликда медиаматнларни семантик, стилистик, морфологик, синтактик жиҳатдан таҳлил этишнинг анъанавий усуллари гуруҳидир. Медиаматнларни бундай усулда ўрганиш узоқ ва сермахсул анъанасига эгадир.”¹¹ Айниқса, синтагматик ва услубий даражада медиаматн тузилмаси қоидаларини аниқлашга имкон берадиган матнни изчил таҳлил қилиш усули муҳимдир. Синтагматик даражада таҳлил қилиш матннинг муайян турига хос бўлган барқарор мувофиқлик парадигмасини кўрсатади. Масалан, янгиликларнинг синтагматик шакли (ахборотга йўналтирилган матнлар) асосан оғзаки ибораларга таянади.

Услубий таҳлил усули ҳам катта аҳамиятга эга. Унинг мақсади турли хил услубий воситаларни белгилаш ва уларнинг медиаматннинг умумий коммуникатив нуқтаи назарини амалга оширишдаги ролини аниқлашдир. Тадқиқотни олиб боришда медиаматнларнинг лингвистик хусусиятларидан, медиаматн тузилмасини аниқлашга имкон берадиган таҳлил усулларидан, медиаматнларнинг лисоний-услубий ва жанрий хусусиятларини таҳлил этишдан фойдаланишни ўринли деб билдик. Булардан ташқари медиаматнларни ўрганишда контент-таҳлил ёки социологик усул, дискурсив таҳлил усули, когнитив усул, “реконструкция” (“қайта қуриш”), лингвомаданий (лингвокультурологик) таҳлил усулларидан фойдаланиш йўлга қўйилган.

Медиаматнлар тур ва кўринишларига кўра ҳам таснифланади: ОАВ турлари бўйича медиаматнларнинг яратилиши, тузилиши ва қўлланишига кўра; қабул қилиш усулига кўра; субъект ва фаолият турларига кўра; услубига кўра; дискурсига кўра. Шубҳасиз, бундай таснифланиш шартли ҳисобланади, бу матннинг асосий тоифаларга бўлинишини таъминлайди.

Медиаматннинг асосий тоифалари қуйидагича таснифланади:

⁹ Бакиева Г.Х., Тешабаева Д.М. Журналистика. Медиалингвистика ва таҳрир. –Т.: Ўзбекистон, 2019. – 71-б.

¹⁰ Бакиева Г.Х., Тешабаева Д.М. Оммавий ахборот воситалари тили. –Т.: O'zkitobsavdonashriyot, 2020. – 28-б.

¹¹ Современный медиатекст: учебное пособие. // отв. ред. Н.А. Кузьмина. – Омск, Полиграфический центр Татьяна, 2011. – С.37.

- медиавийлик;
- оммавийлик, (ОАВ маҳсулотларини яратиш ва истеъмол қилиш соҳасида);
- интегротивлик;
- поликодлик;
- очиклик.

М.М. Бахтиннинг назариясига кўра, ҳар қандай “ўрганиш жараёнидаги ҳақиқат ахлоқий, ҳаётий, ижтимоий ва сиёсий томондан баҳоланган ҳамда тартибга солинган ҳолда қабул қилинади, ушбу жараён ўрганилаётган ҳақиқатга нисбатан ўз позициясига эга бўлиши лозим”¹².

Ҳозирги кунда кенг тарқалган ва тан олинган таснифлашда кўйидаги ўлчамлар ҳисобга олинади: матнни яратиш усули; медиаматннинг шакли; тарқалиш канали; матннинг функционал-жанрий турлари; мавзу доминантаси. Шакл жиҳатдан медиаматнлар вербал ва новербал (масалан, фотосурат) ва аралаш (креолизлашган) турларга бўлинади. Шулардан аралаш турдаги медиаматнлар энг кўп тарқалган. Бундай медиаматнлар тилнинг табиий шаклидан фарқ қиладиган икки хил бир-биридан ҳам ажралиб турадиган – вербал ва новербал белгилар тизимидан иборат. Медиаматнларнинг аралаш турига комикс, карикатура, реклама матнлари киради. Ҳозирда босма ОАВда ҳам медиаматннинг аралаш туридан кенг фойдаланилмоқда. Тарқалиш канали бўйича босма медиаматнлар, радио ва телевизион медиаматнлар ҳамда Интернет ОАВлари матнларига бўлинади. Ушбу ахборот узатиш каналлари медиаматнларнинг таркиби ва уни юзага келтириш шаклига таъсир кўрсатадиган ўз медиавий белгиларига эга.

Медиаматн функционал-жанрий жиҳатдан бир нечта анъанавий гуруҳларга ажратилади: ахборий, таҳлилий ва бадиий-публицистик бўлиб, яна уларнинг таркибига реклама ва пиар жанрларини ҳам киритиш мумкин.

“Мавзу доминантасига кўра медиаматнлар барқарор, ОАВда мунтазам ёритиб бориладиган мавзулар – “buzz-topics” ёки медиатопиклар: сиёсат, бизнес, спорт, маданият, об-ҳаво, халқаро ва ҳудудий янгиликлар ва бошқалар каби турларда бўлиши мумкин.”¹³

“Оммавий мулоқот ижтимоий-мафкуравий, маънавий-маърифий қийматли ахборотни миқдоран катта ижтимоий тоифаланган, ҳудудан тарқоқ аудиторияга баҳоланган, шарҳланган, таъсир қиладиган шаклда оммабоп, ҳаммабоп услубда, техник воситалар орқали бир томонлама йўналишда тарқатиш жараёни (тури) ҳамда бу жараённинг маҳсулидир. Бу жараён психоллингвистик жиҳатдан ахборотни тил ифодасига (нутққа, матнга) кўчириш ва уни қабул қилиш, тушуниш, фаҳмлаш босқичларидан иборат. Биринчи босқич коммуникатор (тахририят жамоаси) фаолиятига, иккинчи босқич адресат (ўқувчи, тингловчи ёки томошабин) муносабатига дахлдор.”¹⁴

¹² Бахтин М.М. Вопросы литературы и эстетики. Исследования разных лет. – М.: Художественная литература, 1975. – С. 24.

¹³ Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (Современная английская медиаречь). – М.: Флинта: Наука, 2008. – С. 43.

¹⁴ Тошалиев И., Абдусатторов Р. Оммавий ахборотнинг тили ва услуги. –Т.: Университет, 2006. – 49-б.

Демак, медиаматн – маълум коммуникатив фаолиятнинг алоқа соҳаси, тури, алоқа вазияти ва муаллиф мақсадига мувофиқ фикрий ва лисоний хатти-ҳаракатнинг мунтазам мажмуи сифатида, семантик ва синтактик жиҳатдан изчил боғланишлар асосида таркибланган ва тартибланган тугал нутқий ҳодиса.

Умуман, массмедиавийлик медиаматнларнинг ўзига хос хусусияти бўлиб, бошқа параметрларда ҳам ўз аксини топади, уларни илмий тадқиқ этиш ҳозиргача давом этмоқда. Чунки массмедиаининг инсон ҳаётидаги ўрни, инсонни жалб этишдаги усуллари хилма-хил кўринишда амалга ошади. Булар:

- мобиллик ҳамда эркинлик;
- глобаллашув;
- тезкорлик;
- мослашувчанлик;
- интерфаоллик;
- таъсирчанлик;
- визуаллаштирилганлик;
- сторителлинг.

Диссертациянинг **“Медиаматн тузилмаси, унинг лингвоуслубий ва жанрий хусусиятлари”** деб номланган иккинчи бобида медиаматннинг таркибий қисмлари ва уларга қўйиладиган талаблар, медиаматнларнинг лингвоуслубий ўзига хослиги, медиаматнларда жанр масаласи ҳақида фикр юритилади.

Сарлавҳа баҳоловчи-экспрессив вазифани бажарган ҳолда газета материалларининг эмоционал таъсирини шакллантиришда иштирок этади. Сарлавҳа ўқувчини жалб этишнинг ўзига хос қуроли, лекин асосий матнда ҳам сарлавҳа уйғотган қизиқишни сақлаб қолиш, уни оқлаш жуда муҳим. Жарангдор сарлавҳа ёзиб, асосий матнда ўқувчи қизиқишини қондира олмаслик ўқувчи ишончини йўқотишга олиб келади. Кейинги мақолалардаги *“жарангдор”* сарлавҳаларга ўқувчи ишонмай қолиши мумкин: *“Бошидан ўтган табиб”*¹⁵, *“Жигилдоннинг қайнаши – нафсни тия олмаслик оқибати”*¹⁶, *“Хотирани бошқариш бўйича тавсиялар”*¹⁷.

Аллитерация усули ҳам сарлавҳанинг эсда қоларли бўлишига хизмат қилади. Унда ундош ҳарфлар қайтарилиши ёрдамида ўзига хос қофия яратилади. Масалан, *“Ерни “Ерлик”лар ер”*¹⁸, *Калитсиз “калит сўзлар”*¹⁹, *“Ерники ерга, сувники сувга...”*²⁰.

Қарама-қаршиликлар ва ноодатий иборалар ҳам эътибор тортади, бошқа сарлавҳалардан ажралиб туради. Масалан, *“Ўқитувчиларни 6 ёшда лол қолдирган бола”*²¹, *“Шаҳар билан қишлоқ оралигида”*²².

¹⁵ Шифо-инфо. // 2019 йил 19 октябрь.

¹⁶ Шифо-инфо. // 2019 йил 19 октябрь.

¹⁷ Шифо-инфо. // 2019 йил 19 октябрь.

¹⁸ Ёшлар овози. // 2019 йил 25 сентябрь.

¹⁹ Ўзбекистон адабиёти ва санъати. // 2022 йил 4 март.

²⁰ Hurriyat. // 2022 йил. 19 май.

²¹ Ёшлар овози. // 2019 йил 2 июль.

²² Hurriyat. // 2022 йил 19 май.

Интернет саҳифаларида ноанъанавий сарлавҳалардан ҳам фойдаланилмоқда. Масалан, “Чирчиқда “қўлда” кўп миқдорда дори сотаётган шахс ушланди”, “Сайёҳларга электрошокер қўллаган ИИО ходимларининг раҳбарлари ҳам “учди”, “Умирзоқов ўтказган йигилишида икки ҳоким ўринбосари “учди”, 19 нафари ҳайфсан олди”²³. Бундай сарлавҳалар реципиентда қизиқиш уйғотиши табиий.

Аксарият медиаматнларда сарлавҳадан кейин лид жойлашади. Сарлавҳа билан лид, аслини олганда, маълумотни етказиш жиҳатидан бир-бири билан беллашмайди, аксинча, бир-бирини тўлдириб, маълумотнинг аниқ ва тўлиқ бўлишига хизмат қилади. Сарлавҳада ёритиш имкони бўлмаган муҳим фактлар лид қисмида ўз аксини топади. Масалан, “*Ҳарбийлар ҳузурида*”, деган сарлавҳа ўз ичига фақат қаерда? деган саволга жавобни олади. Давоми: “*Наврўз айёми кунлари Сурхондарё вилоятининг Сариюсиё туманида Ўзбекистон Ёзувчилар уюшмаси аъзолари, халқ шоирлари, маҳаллий ижодкор ва санъаткорлар иштирокида байрам учрашувлари, шеърхонлик кечалари билан адабий-бадиий тадбирлар ўтказилди*”. Мақоланинг бош қисмидаги лидда эса сарлавҳада келтирилган маълумот тўлдирилади.

Бир гапнинг ўзида мақоланинг асосий саволларига (ким?, нима?, қачон?, қаерда?, қандай?) жавоб бериш талабини бажаришда ўта эҳтиёткор бўлиш керак. Бутун материал мазмунини битта гапга жамлаш натижасида чалкашлик юзага келиши мумкин. Лид, асосан, содда гаплардан тузилган бўлиши мақсадга мувофиқдир. Баъзида гаплар мураккаб гап тузилмасини ташкил этганда, маъно жиҳатдан бир-бирига мос ва уйғун бўлиши лозим. Бунда яна қисқаликка (локанизм) ва тушунарли бўлишига аҳамият бериш лозим. Ахборот матнларини ёзишда, лид, асосан, ўқувчи диққатини тортиш мақсадида ишлатиб келинган²⁴.

Лиднинг бир нечта тури мавжуд:

1. **Асосий** – лиднинг бу тури мақоланинг асосий мазмунини қисқа шаклда ифодалайди. Масалан, *Юртимизда кишилар тушунчалари, меҳнатга ва турмушга муносабатлари янгиланаётгани яққол кўзга ташланиб қолди. Мамлакатимиз бўйлаб давом этаётган кенг қўламли ислоҳотлар ватандошларимиз онгида ҳам катта ўзгаришлар ясади*²⁵.

2. **Эпизодик** – лиднинг бу тури воқеага тегишли бўлган эпизод асосида яратилади. Масалан, “*Ота ўз касбини ўғли давом эттиришини хоҳларди. Аввалига диний, кейин шўро мактабида таҳсил олган Набижон эса киночи бўлишни истарди. Умрини қассоблик билан ўтказган Ғани ака суюкли фарзандининг ўз сўзида қатъий туриб олганини кўриб, уни Москвага ўқишга юборишга мажбур бўлди. Шу тариқа Ғани қассобнинг ўғли 1921-25-йилларда Москва Кинематография институтида таҳсил олиб, кинорежиссёр бўлиб қайтди. Буюк ўзбек кинорежиссёри деган ном қозонган Наби Ғаниев (1904-*

²³ <https://qalampir.uz>

²⁴ Lauren Kessler, Duncan McDonald. When words collide. A media Writers Guide to Grammar and Style. Thomson Higher Education Boston, MA 02210-1202, USA. 2008. 66-р.

²⁵ Янги Ўзбекистон. // 2022 йил 2 июль.

1953) ўзбек кино саноати юксалишига Худойберган Девонов, Сулаймон Хўжаевлар билан бир қаторда катта ҳисса қўиди”²⁶.

3. **Иқтибос шаклидаги лидлар** – мақоланинг асосий қисмини таърифлаб беради. Масалан, “...Газета бир ойнаи жаҳоннамодурки, тамом ҳаракат ва аҳволи аҳли илм буларнинг воситаси-ла билиниб турадур. Буларни ва тарихни ўқуган киши бир миллатнинг тараққийси ва ё инқирози налар ила ўлажагини камокона билур.” *Ҳожи Муин*²⁷.

4. **Резонанс** – лиднинг бу турида асосий мавзудан четлашган ҳолда ўқувчи эътиборини тортиш учун кескин асосий мақсадга ўтилади. Масалан, “Ўзбекистон адабиёти ва санъати” газетасида эълон қилинган С.Мелининг “Мухаммас – мулоқот майдони” сарлавҳали мақоласи мумтоз адабиётимиздаги шеърӣ шакл, ҳам адабий жанр бўлган мухаммас ҳақида ёзилган бўлиб, унинг лиди мавзуга оид бўлмаган фикрлар билан бошланади: “Сон, маълумки, математик тушунча, у нарса-ҳодисалар саногини кўрсатадиган воситагина бўлмай, ҳодисага бевосита таъсир ўтказувчи тинимсиз ҳаракатдаги куч ҳам. Қадимги Юнон донишманди Пифагор оламдаги барча нарса-ҳодисалар сонлар ва улар орасидаги муносабатда аниқланади, дея ишонган. Унинг “Ҳамма нарса сондир” деган ҳикмати сўзи ҳамон ҳаракатда. Ҳазрат Навоӣ машҳур рубоӣсида “Сондин сени кўп севарман, эй умри азиз” дея умрга мурожаат қилар экан, бундаги “сон” нимани англатиши ҳақида узоқ бош қотириши мумкин. Сон вужудга эга бўлиши ва нарса-ҳодисаларга яратувчи куч, демиург сифатида таъсир ўтказиши кўплаб ҳаётӣ мисолларда ўз исботини топади. Миқдор (яъни сон) ўзгариши сифат ўзгаришига олиб келиши ҳақидаги умумфалсафӣ қонун ҳам ушбу фикрнинг давомидир”²⁸. Муаллиф матнни сон ҳақидаги фикрлар билан бошлаб туриб, асосий қисмда мухаммас (луғавӣ маъноси бешлик) ўз тузилишига кўра сонга қурилган жанр эканлиги ҳақида батафсил маълумот беради. Мақоланинг биринчи ва иккинчи гаплари мақоладаги энг қизиқ ва муҳим фактлар резюмеси бўлиб, асосан, қисқа ва умумлашган ҳолда мақоланинг асл маъносини акс эттиради. Мақоланинг асосий мазмунига нисбатан мазкур қисмлар “суперлид” вазифасини бажаради.

Ушбу бобда барча услубга оид медиаматнлар таҳлилга тортилгани назарӣ фикрларни асослашга ёрдам берган. Таҷрибали журналистлардан А. Мелибоев, Х. Файзиева, Ф. Бердиеваларнинг ижод намуналари услуб ва тил жиҳатдан таҳлил этилган. Масалан, А. Мелибоев қаламига мансуб публицистик мақолаларни ўқиганда, ўқувчи бевосита мақола “исканжаси”да қолади. Журналист, биринчидан, энг долзарб ва ўқувчини ўйлашга мажбур қиладиган мавзуни топа олади. Иккинчидан, мавзуни ўзига хос услубда, ўзига хос тилда баён эта олади. Учинчидан, мақола асосланган, аниқ факт ва далиллар, мисол ва ривоятлар билан тўлдирилган бўлади.

Масалан, “Нажот эшигининг калити”²⁹ номли мақолага эътибор қаратсак: “Мавзу йўналишини ўзгартираётганим йўқ. Дунёда мавжуд

²⁶ Hurriyat. // 2022 йил 19 май.

²⁷ Янги Ўзбекистон. // 2022 йил 2 июль.

²⁸ Ўзбекистон адабиёти ва санъати. // 2022 йил 3 июнь.

²⁹ <https://ziyouz.uz/matbuot/hozirgi-davr-matbuoti/ahmadjon-meliboev-najot-eshigining-kaliti/>

жамики сув манбаларининг тўқсон етти фоизи истеъмол учун яроқсизлигидан хабардормиз, аммо парвойимиз палак. Бозорда деҳқон билан ярим соат тортишиб, битта тарвузни 5 минг сўмга сотиб оламиз-да, ҳовлига олиб келиб, камида минг литр сувни оқизиб, уни совутамиз. Дунёнинг не-не мамлакатларида ичимлик сувининг баҳоси қанчалигини билсак-да, ҳовлига, йўлакларга олачалоқ қилиб ҳам эмас, кўллатиб сепамиз, қўлбола фаввора ясаймиз. Набиралар бир-бирларига сув сепиб, кийимларини жиққа ҳўл қилиб мириқишади. Япониядан келган олимдан бошқа ҳеч ким бунга парво қилмайди. Чунки Орол қуриб битаёзган бўлса-да, сув сероб деган фикр ҳали-ҳануз ўзгармаган. Бир-биримизни **“Сувдек сероб бўл”**, деб дуо қиламиз. Баҳорда сел келиб, ҳар жой-ҳар жойда уйилиб ётган чиқиндиларни оқизиб кетса, **“Яхшиям сув бор”**, дея хурсанд бўламиз. **“Сувга тупурма, ахлат ташлама, қудуққа тош тўкма, ювиндини ариққа оқизма”**, деган ўғитларни кўпчилик унутиб бўлган...”³⁰

Ушбу мақола публицистик асарга қўйилган талабларнинг барчасига жавоб беради. Мавзу долзарб, услуби содда, тили эса жозибали. Матнда расмий, илмий, бадий ва сўзлашув услубидан ўринли фойдаланилган. Масалан, *“...Дунёда мавжуд жамики сув манбаларининг тўқсон етти фоизи истеъмол учун яроқсизлиги, экспертларнинг хулосаларига кўра, 2025 йилга бориб, 5 миллиард киши сув танқислигига дучор бўлади...”* жумлалари расмий услубга хос бўлса, парвойимиз палак, олачалоқ қилиб, сипқоради сўзлари сўзлашув услубига хосдир. Мақол ва маталлардан ўринли фойдаланилган: *“Отанг мироб бўлса ҳам, сувни исроф қилма”*, *“Сувга тупурма, ахлат ташлама, қудуққа тош тўкма, ювиндини ариққа оқизма, “Сувдек сероб бўл”* кабилар матннинг таъсир кучини янада оширган. Аниқ рақамлардан фойдаланиш орқали фикрлар далилланган. Буларнинг барчаси матннинг таъсирли ва асосли бўлишини таъминлаган.

Жанр муҳим регулятор (йўналтирувчи) бўлиб, бир томондан муаллиф фикрларини ифодалашга ёрдам берса, иккинчи томондан асарни идрок этишга хизмат қилади. Жанр муаллифга шаклни танлаш ва белгилашга ёрдам беради³¹. Замонавий медиадискурснинг ўзига хос жанр шакллари ва уларнинг конвергенцияси диффузия жараёнида - янги интегрирлашган жанрларнинг юзага келиши – инфотейнмент (ингл. *infotainment*дан *information* – информация ва *entertainment* – кўнгил очиш), эдютейнмент (*education* – ўқитиш, *entertainment* – кўнгил очиш), *historytainment* (тарих + кўнгил очиш) ва бошқаларда кўринади. Интеграллашув жараёнлари нафақат журналистика чегарасида, балки журналистика, реклама ва PR тўқнашганда, юзага келади. Оммавий мулоқот услубидаги жанрлар тизимини инкор этиш матн қурилишидаги, ахборот ифодалаш усулларидаги қонуниятларга нисбатан эътиборсизликка олиб келади, журналист маҳоратига қўйиладиган талабчанликни пасайтиради.

³⁰ Жаҳон адабиёти. // 2019 йил, 4-сон.

³¹Майданова Л.М., Калганова С.О. Практическая стилистика жанров СМИ: учебное пособие. – Екатеринбург: Гуманитарный ун-т, 2006. – С. 13.

Бугунги кунда янгиликларни узатишда нутқнинг диалог шаклидан фойдаланиш ҳам урфга кирмоқда. Бу эса, сўзлашув услубига яқинлашиш ва медиаматннинг тушунарли, таъсирли ва жонли бўлишини таъминлашга ёрдам бермоқда. Масалан, “Севимли” телеканалда олиб борилаётган “Янги замон”³² ахборот кўрсатуви бошловчиларининг нутқини келтиришимиз мумкин.

Кейинги мулоқот усули – студияда тўғридан-тўғри узатишда мавзуга оид турли хил фикрларга эга бўлган маълум шахслардан интервью олиш, долзарб мавзуларни ўртага ташлаш, баҳс-мунозара орқали мавзуни ёритиб беришдир. Бу усул турли хил телешоу сифатида амалга ошириляпти. Бугунги кунда бундай усул оммалашган.

Ўзбекистонда интерфаол мулоқот усули кенг тарқалмоқда. Бунда эфирга узатиш вақти ҳам назарда тутилиб, кундузги эфирни анъанавий шаклдаги янгиликлар ташкил этади. Кечки эфирда эса интерфаол баҳс-мунозаралар асосида тузилган телешоулар узатилади. Бундай кўрсатувлар томошабинни ҳам мулоҳазага чорлайди.

Оммавий мулоқот услуби ҳам ўзига хос тарихий-ижтимоий асослар ва анъаналарига, ахборий кўлам ва уни уюштириш ҳамда узатишнинг усул ва шакллари ҳамда қонуниятларига эга. Унинг матний қурилиш усуллари ва шакллари турфа хил жанрлар билан узвий боғлиқ. Зеро, ҳар қандай нутқ услуби муайян жанрларда ифодаланади. Оммавий мулоқот услуби бой жанрлар силсиласига эга бўлиб, уларнинг ҳар бири ўзига хос матний қурилиш тартиблари орқали тавсифланади.

Диссертациянинг **“Миллий медиа таъсирчанлигини оширувчи ва рақобатбардошлигини таъминловчи омиллар”** деб номланган учинчи бобида медиаматн яратишнинг самарали тамойиллари, миллий матбуот таъсирчанлигини оширишнинг лисоний-услубий ресурслари масаласи таҳлил қилинади. Тадқиқотимиз давомида медиаматн яратишнинг бир неча босқичини ўрганишга ҳаракат қилдик. Биринчи босқич: импульс, яъни, бирор маълумот медиаматн юзага келишига сабаб бўлади. Бу маълумотни қабул қилиш жараёнида ёзувчи нима ҳақида сўзламоқчи эканлиги ва у янгилик нима тўғрисида эканлиги, яъни матннинг маъноси ҳақида ўйлайди. Бу босқични баъзи тилшунослар “бирламчи семантик ёзув” деб атайдилар. Айнан шу ерда бўлғуси матннинг умумий маъноси аниқланади. Иш жараёнида ишнинг мазмуни янада сайқаллашиб борса-да, ғоя ва далилларнинг маълум қисми ижоднинг бошланғич босқичидан керак бўлади. Мавжуд ва янги маълумот (мавзу ва рема, нима ҳақида сўзлаш ва нимани гапириш) бўлғуси хабарнинг маъновий каркасини яратиб беради ва унинг мазмуний боғлиқлиги (когерентлиги)ни таъминлайди³³.

Кейинги босқични фикрни кетма-кетликда шакллантириш ва акс эттириш, матннинг мазмун томони ҳақида мулоҳаза юритиш ташкил этади. Айнан шу босқичда муаллиф “адресат” омилини ҳисобга олиши лозим ва матн кимга ва нимага қаратилгани ва унинг адресат билан муносабатлари

³² YANGI ZAMON - YouTube <https://www.youtube.com>.

³³ Лурия А. Р. Язык и сознание. – М.: МГУ, 1979. – С. 95.

қандай юзага келиши масалаларини ҳал қилади: “Ёзувчи ўзи хаёлан кимга юзланаётганлигини, у инсон хабарга қандай муносабатда бўлишини тасаввур этиши керак”³⁴. Ва бу ерда шу муҳимки, маълум бир жихатдан ташқи, ҳақиқий коммуникатив вазиятни акс эттирувчи матннинг ўз ички муаллифи ва адресати мавжуд³⁵.

Яна бир савол юзага келади: матн яратишнинг ушбу босқичлари билан жанр қандай боғлиқликка эга ва қай бир босқичда муаллиф жанр ҳақида ўйлайди? Аслида, бошланғич маълумотнинг ўзи ҳам жанрий хосланиши мумкин. Агар у тасвирловчи мантиқий схемага тўғри келса, уни тақриз ёки реклама мақоласи сифатида ишлатиш мумкин бўлади. Агар мавзу – қайсидир воқеа бўлса, уни репортаж, янгилик, журналистик суруштирув жанрларига хослаш мумкин. Бирлаштирувчи мантиқий схема – таҳлилий жанрлар (муаммоли мақола, таҳлилий комментарий ва бошқалар)нинг асоси ҳисобланади.

Массмедиада нутқий таъсир тажрибада синалган барқарорлашган лингвистик, социолингвистик, психолингвистик усулларга асосланади. Оммавий ахборотнинг бу лингвистик аппарати ва қуролларнинг ўзига хос қўлланиш қонуниятлари ҳам мавжуд. Мулоқотнинг самарадорлиги тил воситаларини мақсадга мувофиқ танлаш ва қўллаш орқали тингловчи ёки ўқувчига таъсир этиш даражаси билан боғланади. Нутқни тингловчи истаганидек, унинг мақсадига мувофиқ (адекват) тушуниш ва унга ишониш мулоқот самарадорлигини таъминлайди³⁶.

Медиаматн таъсирчанлигини ошириш ҳақида А.Абдусаидов шундай ёзади: “Кейинги йилларда матбуот тилида таъсирчанликни ифодалашда бадий тил элементларидан фойдаланиш ниҳоятда кучайиб бормокда. Буни тасвирий воситалар, мақол ва ибораларни ишлатиш, очерк, лавҳа ва мақолаларда диалоглардан кенг фойдаланишда кўриш мумкин. Бу ҳолат, шубҳасиз, газетани жонли материаллар билан бойитади, газетхоннинг эътиборини тортади, материални тез тушунишга ёрдам беради, таъсирчанликни оширади”³⁷.

Медиаматнларнинг таъсирчанлигини таъмиловчи яна бир омил бу мулоқот тилини шахслантириш ва услубий фигуралардир. Бу усулда узатилаётган хабарни муаллифнинг шахсий сифатлар (журналистнинг «Мени») орқали қабул қилиш ва тушунтириш омилини яратишдан иборатдир.

Мулоқотнинг самарадорлиги тил воситаларини мақсадга мувофиқ танлаш ва қўллаш орқали тингловчи ёки ўқувчига таъсир этиш даражаси билан боғланади. Муаллиф кундалик ҳаётимиздаги воқеа-ҳодисага муносабатларини реал, таъсирли ифодалашда жанрий-услубий жихатдан ёндашиши муҳим аҳамиятга эга. Матбут матннинг мукамаллиги нафақат журналист маҳоратига, балки таҳририят ҳодимлари, хусусан муҳаррир

³⁴ Лурия А. Р. Язык и сознание. – М.: МГУ, 1979. – С. 198.

³⁵ Майданова Л.М., Калганова С.О. Практическая стилистика жанров СМИ: Учебное пособие. - Екатеринбург: Гуманитарный ун-т, 2006. – С. 8.

³⁶ Тошалиев И., Абдусатторов Р. Оммавий ахборотнинг тили ва услуби. – Т.: Zar qalam. 2006. – 132-б.

³⁷ Абдусаидов А. Журналистнинг тилдан фойдаланиш маҳорати. – Самарқанд, 2004. – 83-б.

маҳоратига ҳам боғлиқ ҳодисадир. Чунки муҳаррир муаллиф йўл қўйган хато ва камчиликларни тўғрилаб асарнинг талаб даражасида ва таъсирли бўлишини таъминлашга хизмат қилади.

Медиаматнларнинг таъсирли бўлишида тилдан ташқари бўлган параграфем воситалар (шрифт (харф)ларнинг қорайтирилганлиги, курсив билан берилиши, рангли ёки уларнинг катта-кичиклиги, тиниш белгилари, матннинг қайси саҳифа ва қайси жойда қўйилганлиги)нинг аҳамияти катта. Юқорида эътироф этилган ҳоллар медиаматннинг мукамал ва таъсирли бўлишини таъминлашга ёрдам беради.

ХУЛОСА

“Медиаматнларнинг тили, услуби ва жанрий хусусиятлари” мавзусидаги филология фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) илмий даражасини олиш учун ёзилган диссертация мавзусини тадқиқ этиш натижасида қўйидаги хулосаларга келинди:

1. Медиалингвистиканинг асосий тадқиқот объекти медиаматн ҳисобланади. Медиаматнни ўрганишнинг энг самарали ва кенг тарқалган усуллари мавжуд бўлиб, улар: лингвистик таҳлил, контент-таҳлил, дискурсив таҳлил, танқидий таҳлил, когнитив таҳлил, лингвокультурологик (лингвомаданий) таҳлил усуллари дир. Мазкур таҳлил усуллари орқали замонавий медиаматнларни миллий тилнинг ҳозирги моделига мослаштириш зарур.

2. Медиаматн қисмларининг ҳар бирини яратишда тил воситаларидан турлича фойдаланиш лозим. Лингвистик воситаларни матннинг услуби, жанри ва қисмлари талабидан келиб чиққан ҳолда танлашга тўғри келади. Бунда ижодкор ахборотни қабул қилувчининг имкониятларини ҳамда ОАВ турининг йўналишларини ҳам аниқлаб олиши талаб этилади. Медиаматн таркибий қисмлари: сарлавҳа мажмуаси, лид, асосий қисм, хулосани яратишда тил қонуниятларини тўғри қўллаши керак.

3. Медиаматнларнинг мобиллик ҳамда эркинлик, глобаллашув, тезкорлик, мослашувчанлик, интерфаоллик, визуаллаштирилганлик каби параметрларини массмедианинг инсон ҳаётидаги ўрни, инсонни жалб этишдаги усулларига мувофиқ илмий тадқиқ этиш зарур.

4. Матнни яратишда муаллиф мавзуни яхши билиши, матн тузилмасини аниқлаштириши, ҳар бир абзацни матн концепциясига мослаштириш, нутқий бирликларини тўғри ажратиши ва уларни матнда ўз ўрнида қўллай олиш муҳим.

5. Оммавий коммуникация ҳозирги замон лисоний жараёнларнинг марказидан ўрин олган янгича борлиқ дир. Унда адабий ва ноадабий соҳалар тил бирликларининг бевосита таъсири натижасида шаклланади. Шу боис мамлакатимизда оммавий коммуникация тараққиётида медиалингвистика соҳасини ривожлантириш зарур.

6. Массмедиада жанр масаласи муҳим ҳисобланади. ОАВ жанрларида янгиланишлар содир бўлаётганлиги, жанрлар орасидаги чегараларнинг

Ўзгариши сабабли оммавий мулоқот жанрларининг бир-бирига таъсири, қонуний мувофиқлашуви ҳодисасига журналистнинг маҳорати нуқтаи назаридан ёндашиш керак.

7. Медиамаатн аниқлик, соддалик ва лўндалик хусусиятлари билан бирга таъсирчанлик, тўғри вақтда берилиши, тезкорлик, янгилик, долзарблик, умуман, жамият учун муҳим жиҳатларни ўзида мужассамлаштириши зарур.

8. Маатн яратишда журналистнинг ўз услубини шакллантириши асосий қоида ҳисобланади. Бунда маатнни таркиблaш ва тартиблaшнинг зарур тамойиллари мавжуд. Муаллиф, энг аввало, маатнни ўқувчи (реципиент) эҳтиёжидан келиб чиқиб, ахборотнинг асоси ва кўламини, уни ифодалаш усулини танлайди, нашр тури талабаларини ҳисобга олади. Шунга мувофиқ, у оғзаки нутқ қурилиши, ёзма-босма нутқ қурилиши ёки ҳар иккаласидан аралаш фойдаланиш тамойилларига муурожаат қилиши лозим.

9. Оммавий мулоқотда нутқий таъсир тажрибада синалган, барқарорлашган лингвистик, социолингвистик, психолингвистик усулларга асосланади. Нутқни тингловчи истагандек унинг мақсадига мувофиқ (адекват) тушуниш ва унга ишониш мулоқот самарадорлигини таъминлаши талаб этилади.

“Медиамаатнларнинг тили, услуби ва жанрий хусусиятлари” мавзусида олиб борган тадқиқотимиз натижасида қуйидаги таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқилди:

- журналистика таълим муассасаларида медиалингвистика соҳасини ўқитишни кучайтириш, амалий машғулот соатини кўпайтириш, мустақил таълимга эътибор қаратиш;

- журналистика соҳасидаги ўзгаришлар, хусусан, медиалингвистикада кузатилаётган ютуқ ва камчиликлар, илмий-амалий ёндашувларни таҳлил қилиш мақсадида республика ва халқаро миқёсда “Медиамаатнларнинг тили, услуби ва жанрий хусусиятлари” мавзусида илмий-амалий конференциялар ташкил қилиш;

- талабаларнинг ОТМ, республика, халқаро илмий-амалий анжуманларда иштирокини таъминлашга эътиборни қаратиш;

- амалиётчи журналистларнинг назарий билимларини янада такомиллаштириш мақсадида, айнан, журналистика университетларида малака ошириш курсларини ташкил этиш ва мунтазам фаолиятини таъминлаш;

- медиамаатнларнинг тили, услуби ва жанрий хусусиятлари бўйича ўқув қўлланма ва дарсликларни яратиш, монография ва рисоаларни тайёрлаш.

- талабалар учун медиалингвистика курсларини очиш, медиасаводхонлик бўйича кўрик-танловларни ташкил қилиш.

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

НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ УЗБЕКИСТАНА

ШАМАКСУДОВА САОДАТ ХИДОЯТОВНА

**ЯЗЫК, СТИЛЬ И ЖАНРОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ
МЕДИАТЕКСТОВ**

10.00.09 –Журналистика (филологические науки)

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации доктора философии (PhD) по филологическим наукам

Ташкент – 2023

Тема диссертации доктора философии (PhD) по филологическим наукам зарегистрирована в Высшей аттестационной комиссии при Кабинете Министров Республики Узбекистан за № B2018.3.PhD/Fil631

Докторская диссертация выполнена в Национальном университете Узбекистана.

Автореферат диссертации на трех языках (узбекском, русском, английском (резюме)) размещен на веб-странице Научного совета (www.uzjoku.uz) и на информационно-образовательном портале «ZiyoNet» (www.ziynet.uz).

Научный руководитель:	Исраил Мукаддас Иргашевна кандидат филологических наук, профессор
Официальные оппоненты:	Тешабаева Дилфуза Муминовна доктор филологических наук, профессор. Махмудова Севара Ирисалиевна кандидат филологических наук, доцент.
Ведущая организация:	Каракалпакский государственный университет имени Бердаха

Защита диссертации состоится «__» _____ 2023 года в ____ часов на заседании Научного совета PhD.03/30.12.2019.Fil.14.01 при Университете журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана (Адрес: 100147, город Ташкент, Марказ-5, дом. 88 Тел.: (99871) 207-09-06; email: journalism.univer@gmail.com).

С диссертацией можно ознакомиться в Информационно-ресурсном центре Университета журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана (зарегистрированной за № _____). (Адрес: 100147, город Ташкент, Марказ-5, дом. 88 Тел.: (99871) 207-09-06; email: journalism.univer@gmail.com).

Автореферат диссертации разослан «__» _____ 2023 года.

(протокол рассылки № ____ от «__» _____ 2023 года).

Ф.А.Муминов

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

Н.Ф.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 эпоху глобализации сложные общественные процессы протекают в различных формах и методах. В особенности, массовая коммуникация, являясь важнейшей сферой деятельности, отличается своей социальной функцией, информационной тематикой, лингво-стилистическим и жанровым разнообразием. В передовых странах мира – США, Великобритании, Германии, Италии, Малайзии, Франции, Японии, России и Турции ведутся научные исследования по изучению языка и стиля медиатекстов. В последние годы стремительно растет степень изученности языка СМИ. Формирование многочисленных связей и функций, таких как язык СМИ и мышление, язык СМИ и общество, язык СМИ и культурология, язык СМИ и политика, обусловило необходимость в исследовании их в отдельной специализированной области.

В мировой практике создание основательной теории массмедиа и речемыслительной деятельности является актуальной задачей, стоящей перед наукой журналистики. В изучении массмедиа важную роль играют определенные методы и аналитические процессы (исторический, типологический, описательный, социальный, социально-психологический, дискурсивный, семантический, лингвистический, стилистический, структурный анализы, контент-анализ и др.). В этом смысле, является крайне важным определение стилистического состояния языка СМИ, а также способов описания медиатекстов и влияния социокультурных факторов на медиаречь и исследование лингво-медийных технологий воздействия.

В нашей стране с увеличением информационных источников, создается возможность напрямую общаться с населением, оперативно реагировать на волнующие людей проблемы, высказывать открытое, непредвзятое и критическое мнение по актуальным темам. В связи с этим, Президент Республики Узбекистан в поздравлении с Днем работников печати и средств массовой информации от 27 июня 2022 года дал оценку ситуации в национальном медиапространстве, отметив, что «Сегодня в информационной сфере перед нами стоит актуальная задача превратить количественные показатели в качественные, вывести национальную журналистику на новый уровень развития».¹

«Сегодня узбекский язык как государственный язык активно используется в нашей политико-правовой, экономико-социальной, духовно-просветительской жизни, на нем говорят с международных трибун. В этой связи очень важно, что создаются новые образовательные программы,

¹ Поздравление Президента Узбекистана Шавката Мирзиёева работникам печати и средств массовой информации. // Янги Ўзбекистон, 28 июня 2022. - С. 1.

издаются учебники и учебные пособия, брошюры и монографии, в средствах массовой информации представляются научные конференции, практические предложения и инициативы о настоящем и будущем узбекского языка.”²

Медиатексты на узбекском языке должны создаваться на актуальную тему, на основе достоверных данных, в рамках норм и правил литературного языка, быть разнообразными по стилю и жанру. Но существующая система публицистических жанров отличается от языковых норм, поскольку медиатексты создаются посредством учёта лингвистических и экстралингвистических факторов. Данная научно-исследовательская работа в определенной мере служит реализации задач, определенных законами Республики Узбекистан «О государственном языке», «О гарантиях и свободе доступа к информации», «О принципах и гарантиях свободы информации», «О защите профессиональной деятельности журналиста», «О средствах массовой информации», а также Постановлением Президента Республики Узбекистан №ПФ-494 от 7 февраля 2017 года «О Стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан», Постановлением Президента Республики Узбекистан №ПФ-60 от 28 января 2022 года «О стратегии развития Нового Узбекистана на 2022-2026 годы» и Постановлением №ПФ-5653 от 2 февраля 2019 года «О дополнительных мерах по дальнейшему развитию информационной сферы и массовых коммуникаций» и другими нормативно-правовых документами, относящимися к данной деятельности.

Соответствие исследования приоритетным направлениям развития науки и технологий в Республике. Диссертационное исследование выполнено в соответствии с приоритетным направлением развития науки и техники в республике I. «Формирование системы инновационных идей в социальном, правовом, экономическом, культурном, духовно-просветительском развитии информационного общества и демократического государства и способы их реализации».

Степень изученности проблемы. Теоретические взгляды на язык и стиль СМИ, его жанровые особенности были научно и практически исследованы в работах таких журналистов и филологов-ученых, как Ж. Мамедов, Э. Оручов, С. Исаев, А. Бобоева, Ш. Абдураимова, А. Абдусаидов, А. Шомаксудов, И. Тошалиев, К. Ирناзаров, Г. Бакиева, Д. Тешабаева, П. Алламбергенова, Б. Досткараев, М. Худойкулов, Я. Маматова, С. Арифханова, А. Нурматов, Н. Тошпулатова, Н. Муратова и др.³.

² Выступление Президента Республики Узбекистан Шавката Мирзиёева на торжественном собрании, посвященном 30-летию придания узбекскому языку статуса государственного языка. // <https://president.uz/ru/lists/view/2954>.

³ Мамедов Ж. Газетный стиль современного азербайджанского литературного языка: автореф. дис. ...канд.филол.наук. – Баку, 1973. – С. 34; Оручов Э. «Экинчи» газетиник дили: Автореф.дис. ...канд.филол.наук. – Баку, 1974. – 32-б.; Исаев М. Становление и развитие языка казахской периодической печати: Автореф.дис. ... докт. филол. наук. – Алма-Ата, 1974. -106 с.; Бобоева А. Газета тили хакида. – Т.: 26

В странах СНГ проведен ряд исследований по изучению медиатекстов. В работах В. Костомарова, Г. Солганика, Д. Розенталя, Э. Алиевой, Ю. Антоновой, М. Желтухиной, И. Жукова, Е. Покровской, Т. Добросклонской, М. Дускаевой, М. Бахтина, Г. Винокура, М. Володина, И. Гальперина были изучены язык и стиль средств массовой информации.⁴

В исследованиях западных экспертов, таких как Лорен Кесслер, Дункан Макдональд, Колин Макфарлейн, Х. Джонс, Сильвия Жаворска, Эрхан Аслан, Назми Авчи, С. Озеркан, Й. Юрдигул уделено внимание языковым особенностям медиатекстов, жанрово-стилистическим аспектам, научно-теоретической проработке правил создания медиатекстов в аспекте средств массовой информации.⁵

Фан, 1983. -55 б.; Абдураимова Ш.К. Сўз ўзлаштириш назарияси ва ўзлаштирмаларнинг вақтли матбуот тилида ўзгара бориши: Филол. Фан. номз. ... дисс. автореф. – Т.: 1995. -24 б.; Абдусаидов А. Журналистнинг тилдан фойдаланиш маҳорати. – Самарканд, 2004. -102 б.; Абдусаидов А. Язык газеты и литературная норма (на материале местных и республиканских газет 70-80 годов). Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Т.: 1988. -23 с.; Абдусаидов А. Газета жанрларининг тил хусусиятлари: Фил. фан. д-ри. ... дисс. – Т.: 2005. -291 б.; Шомаксудов А., Расулов И., Қўнгулов Р., Рустамов Х. Ўзбек тили стилистикаси. – Т.: Ўқитувчи. 1983. -148 б.; Тошалиев И. Сарлавҳа стилистикаси. –Т.: 1995. -96 б.; Тошалиев И., Абдусатторов Р. Оммавий ахборотнинг тили ва услуби: Ўқув қўлланма. – Т.: 2006. – 248 б.; Алламбергенова П.Қ. Қорақалпоғистон телевиденисининг жанрлари: мавзулар, журналистик ёндашув ва ривожланиш тамойиллари: Филол. фан. номз. ... дисс. – Т.: 2007. -58 б.; Нурматов А., Дўстқораев Б., Мўминов Ф., Саидов Х., Тошпўлатова Н., Махсумова С. Журналистика назарияси тарихи ва тараққиёти. Ж.1: – Т.: Ўзбекистон НМИУ, 2019. -126-130 б., Худойкулов М. Журналистикага кириш. –Т., 2005, -60 б.; Маматова Я., Арифханова С. Вопросы профилактики насильственного экстремизма: освещение в массмедиа Узбекистана. –Т.: 2020. - 82 с.; Муратова Н. Онлайн журналистика: назария ва амалиёт. Ўқув қўлланма. – Т.: Қақнус-Медиа, 2019. - 121-122-б., Тешабаева Д. М. Оммавий ахборот воситалари тилининг нутқ маданияти аспектида тадқиқи (Ўзбекистон Республикаси ОАВ мисолида): Филол. фан. д-ри ... дисс. автореф. – Т., 2012. - 47 б.; Бакиева Г.Х., Тешабаева Д.М. Медиамақонда матн. –Т.: Turon-Iqbol, 2019. - 208 б.; Тешабаева Д. ва бошқалар. Журналистика. Медиалингвистика ва таҳрир. III жилд. –Т.: O‘zbekiston. НМИУ, 2019. – 549 б.

⁴ Костомаров В. Русский язык на газетной полосе (некоторые особенности языка современной газетной публицистики) –М.: МГУ, 1971. -268 с.; Солганик Г. Стилистика публицистических жанров. — М.: МГУ, 1970. -170 с.; Розенталь Д. Язык и стиль средств массовой информации и пропаганды. – М.: МГУ, 1980. -256 с.; Алиева Э.Х. Прагматика газетного заголовка (на материале современных русских и английских газет). Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М, 1993. - 27 с.; Антонова Ю. Коммуникативные стратегии и тактики в современном газетном дискурсе (отклики на террористический акт): Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Екатеринбург, 2007. -25 с.; Желтухина М.Р. Специфика речевого воздействия тропов в языке СМИ: Автореф. дис. ... д-ра филол. наук. – Москва, 2004. – 47 с.; Жуков И.В. Критический анализ дискурса печатных СМИ: особенности освещения северокавказского конфликта 1998–2000 гг: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Тверь. 2002. -16 с.; Покровская Е.В. Понимания современного газетного текста и его языковые характеристики: Автореф. дис. ... д-ра филол. наук. – Москва, 2004. - 44 с.; Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь. – Москва, 2008. -202 с.; Дускаева М.Р. Диалогическая природа газетных речевых жанров: Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. - Пермь, 2004. -34 с.; Бахтин М.М. Проблема речевых жанров. // Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. – М.: Искусство, 1979. - 445 с.; Винокур Г.О. О языке художественной литературы. – М.: ВШ, 1991. - 448 с.; Володина М.Н. Язык средств массовой информации. –М.: Альма Матер Академический проспект, 2008. – 760 с.; Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. - М.: Наука, 1981. -138 с.

⁵ Lauren Kessler, Duncan McDonald. When words collide. A media Writers Guide to Grammar and Style. Thomson Higher Education, Boston, MA 02210-1202, USA. 2008, Colin Macfarlane. Hit the Headlines Exciting journalism activities for improving writing and thinking skills. © 2012. P. H. Jones, Sylvia Jaworska, Erhan Aslan. Language and Media. 2nd Edition. -UK, Routledge, 2020. P. 322. Yusuf Yurdigül, Etem Zinderen yeni medyada haber dili (ayşe paşalı olayı üzerinden geleneksel medya ve internet haberciliği karşılaştırması) The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication - TOJDAC July 2012 Volume 2 Issue 3; Özerkan, Ş. A. (2001). Medya, Dil ve İletişim, İstanbul: Martı Yayınları; Yurdigül, Y. (2011). 'Kurgusal Gerçeklik Bağlamında Haber ve Gerçeklik İlişkisi', Atatürk İletişim Dergisi, 13-24.

На сегодняшний день в журналистской науке существует большая потребность в исследованиях специфики медиатекстов, а именно языка, стилистических и жанровых особенностей, компонентов, задач создания и редактирования медиатекстов. Изменения в сознании и мышлении человека, социальные и политические события в обществе непосредственно влияют на суть и форму медиатекстов. Поэтому язык и стиль СМИ каждого нового периода отражают изменения того периода и требуют отдельного исследования.

Связь темы диссертационного исследования с планами научно-исследовательской работы высшего образовательного учреждения, где выполнена диссертация. Диссертационное исследование выполнено в соответствии с планом научных исследований Национального университета Узбекистана имени Мирзо Улугбека на тему «Язык и стиль средств массовой информации», а также в рамках научных исследований, проводимых в Университете журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана на тему «Язык и стиль медиа».

Целью исследования является изучение лингвостилистических особенностей медиатекстов, определение их структуры, жанровых особенностей, роли языковых критериев при создании медиатекстов, раскрытие основных категорий и типологии медиатекстов.

Задачи исследования:

анализировать последовательность и парадигму теоретических подходов к медиатекстам;

изучить понятия текста и медиатекста в масмедиа, определить их виды;

исследовать структуру медиатекстов, особенности использования в них языковых средств;

классифицировать медиатексты по языковому, стилевому и жанровому аспектам;

определить лингвистические средства, повышающие качество медиатекстов в условиях глобализации и разработать практические рекомендации.

Объектом исследования послужили материалы газет «Янги Ўзбекистон», «Ўзбекистон адабиёти ва санъати», «Хуррият», «Шифо инфо», «Даракчи», негосударственного телеканала «Севимли», радиоканала «Oriyat Dono» и интернет-сайта kun.uz.

Предмет исследования составляют лингвистические, стилистические и жанровые особенности материалов СМИ, лингвистический анализ понятия текста и медиатекста в масмедиа, определение языковых стандартов, определяющих уровень соответствия медиатекстов установленным требованиям.

Методы исследования. При освещении темы исследования использовались теоретические (аналитико-синтетические, структурно-типологические, контент-анализ), органические, индуктивные, дедуктивные, прогностические (экспертная оценка, обобщение независимых оценок и др.) методы.

Научная новизна исследования состоит из следующих:

определены в современном медиамире особенности медиатекстов, отличающиеся от обычных текстов, своеобразие перевода массмедийного аспекта в форму медиатекста, важное место использования лингвистических критериев при подготовке материалов, отвечающих современным требованиям;

определены нормы создания стратегии введения медиатекста в коммуникативное пространство, использования метода интерпретации при разделении текста на части. Обоснованы коммуникативные, сегментирующие, оценочно-экспрессивные и другие задачи, виды и лингвостилистические особенности заголовочного комплекса, лида, основной части и заключения;

определена стилистическая классификация медиатекстов: официальный, научный, публицистический, разговорный, художественный и религиозно-просветительский стили и на основе анализа медиатекстов раскрыта взаимосвязь в тексте языковых и неязыковых средств, непосредственные общие аспекты закономерности функционального стиля;

доказано появление новых интегрированных жанров в специфических жанровых формах современного медиадискурса и их конвергенции в процессе диффузии.

Практические результаты исследования состоят из следующих:

были изучены лексико-семантические, грамматические и стилистические особенности медиатекстов, их место в функциональных стилях, а также жанровые особенности;

были изучены материалы печатных изданий, телеканалов и интернет-сайтов, рекомендованы лингвистические правила, определяющие соответствие требованиям к медиатекстам, даны рекомендации по использованию лингвистических и экстралингвистических факторов, способствующих повышению воздействия текста;

проанализированы структурные компоненты медиатекста и продемонстрирован практический опыт по стилистическим нормам, предъявляемым при создании медиатекста;

определён уровень соответствия медиатекстов нормам литературного языка, приведены теоретические соображения об ошибках, недочётах в этой области и даны практические рекомендации по их предотвращению;

изданы учебные пособия, связанные с темой исследования: “Медиа тили ва услуби” (“Язык и стиль медиа”), “ОАВда ёзма матн. Нутқ ва мунозара” (“Письменный текст в СМИ. Речь и дебаты”), “Матндаги нутқий бирликлар” (“Речевые единицы в тексте”), “Махсус лексика” (“Специальная лексика”). Для студентов бакалавриата Университета журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана разработаны научно-рабочие программы, подготовлены тексты лекций, презентации и видеоматериалы по дисциплинам «Использование узбекского языка в профессиональной сфере», «Устная и письменная речь» и «Ораторское искусство».

Достоверность результатов исследования определяется тем, что теоретические сведения, использованные в работе, взяты из научной литературы, а при анализе материалов интернет-СМИ использованы действующие печатные издания, телеканалы и интернет-сайты, научно-практические выводы извлечены путём использования классификационных и сравнительных методов исследования, и научные идеи и предложения нашли широкое применение на практике и подтверждены соответствующими организациями.

Научная и практическая значимость результатов исследования. Научная значимость результатов исследования объясняется важностью выполнения задачи эффективного руководства по проведению научно-исследовательских работ в таких направлениях социально-гуманитарной науки как журналистика и медиалингвистика, по созданию медиатекстов для будущих и практикующих журналистов.

Практическая значимость результатов исследования заключается в следующем: они помогают широкому научному сообществу ознакомиться с лингвистическими, стилистическими и жанровыми особенностями медиатекстов и для практикующих журналистов служат руководством по эффективным методам создания текстов. Данное исследование может быть использовано при чтении лекции по дисциплинам «Письменный текст в СМИ. Речь и дебаты», «Язык и стиль медиа», «Язык массовой информации и ораторское искусство» и «Использование узбекского языка в профессиональной сфере» и проведении спецкурсов и семинаров в Университете журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана, факультете журналистики Национального университета Узбекистана, факультетах узбекской филологии и журналистики высших учебных заведений, факультете медиа и коммуникации Узбекского государственного университета мировых языков.

Внедрение результатов исследования. На основании выводов и практических предложений, выработанных в связи с исследованием языковых, стилистических и жанровых особенностей медиатекстов:

В деятельности научно-методического журнала “Тил ва адабиёт таълими” (“Языково-литературное образование”) использованы выводы по специфике медиатекстов в отличии от текстов в современном медиамире, преобразования аспекта массмедиа в форму медиатекста, по вывлению важности использования лингвистических критериев при подготовке материалов, отвечающих современным требованиям (справка № 20 от 29 апреля 2022 г. научно-методического журнала “Тил ва адабиёт таълими” (“Языково-литературное образование”). В результате, в редакции исследование способствовало обогащению страниц журнала, улучшению знаний и навыков журналистов, необходимых при создании и редактировании медиатекстов;

Телерадиоканалами “Mahalla” Национальной телерадиокомпании Узбекистана использованы рекомендации по изучению значения лингвистических (фонетических, лексических, грамматических) средств, обеспечивающих воздействие медиатекста, в том числе описательных средств языка, паремиологических единиц, рекомендаций по персонализации; теоретические соображения об ошибках, недостатках в данной сфере и их предотвращении; предложения и рекомендации по практическому применению инструкции (справка № 01-14-431 от 13 июня 2022 года телерадиоканалов “Mahalla” Национальной телерадиокомпании Узбекистана). В результате, исследование помогло в создании уникальных, экспрессивных и соответствующим требованиям медиатекстов с комплексом заголовков, лидом, основной и заключительной частями, выполняющими коммуникативную, сегментирующую, оценочно-экспрессивную и другие функции;

предложения по нормам создания стратегии введения медиатекста в коммуникативное пространство, использования метода интерпретации (толкования) при разделении текста на части были использованы при подготовке сценариев и текстов программ “Таълим ва тараққиёт” (“Образование и развитие”) и “Ўзбекистон ёшлари” (“Молодежь Узбекистана”) на телеканале “O‘zbekiston” Национальной телерадиокомпании Узбекистана (справка № 04-36-957 телерадиоканала “O‘zbekiston” от 20 июня 2022 года). В результате, исследование как ресурс помогло обратить внимание на лингвистические и стилистические правила, которых следует придерживаться при создании медиатекста, определить структуру медиатекстов, улучшить соответствие нормам узбекского литературного языка;

в деятельности Союза писателей Узбекистана использовано значение уместного и эффективного использования языковых единиц при создании медиатекста; роль языковых средств, обеспечивающих воздействие текста (справка № 01-03-828 Союза писателей Узбекистана от 23 июня 2022 года). В

результате, исследование способствовало уместному и эффективному использованию языковых средств в процессе усовершенствования знаний и навыков, также подготовке публицистических материалов членами Союза;

материалы по практическому применению норм стилистической классификации медиатекстов: официальных, научных, публицистических, разговорных, художественных, религиозно-просветительских стилей использованы при подготовке материалов газет «Халқ сўзи» и «Народное слово» (справка № 93 газеты «Халқ сўзи» и «Народное слово» от 25 июля 2022 года). В итоге, проанализированные в работе примеры оказали практическую помощь в совершенствовании знаний и навыков журналистов по обогащению газетных страниц, созданию и редактированию текста.

Апробация результатов исследования. Результаты исследований обсуждались научной общественностью на 10 научно-практических конференциях, в том числе 5 международных и 5 республиканских научных конференциях.

Опубликованность результатов исследования. Всего по теме исследования опубликовано 29 научных работ, в том числе 4 учебных пособия, 1 научная статья - в зарубежном издании (SCOPUS), 5 научных статей - в зарубежных изданиях, рекомендованных к публикации основных научных результатов докторских диссертаций Высшей аттестационной комиссией при Кабинете Министров Республики Узбекистана, 2 научные статьи - в республиканских журналах с таким же статусом, 12 научных тезисов - в сборнике материалов международной научно-практической конференции, 5 научных тезисов - в сборнике материалов республиканской научно-практической конференции.

Структура и объем диссертации. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованной литературы. Общий объем диссертации составил 156 страниц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во введении диссертации обоснованы актуальность и необходимость темы, описаны цели и задачи, объект и предмет исследования, подчеркивается соответствие темы приоритетным направлениям развития науки и техники республики, описывается научная новизна исследований, изложены практические результаты, раскрыта научная и практическая значимость полученных результатов, внедренность результатов исследований в практику и данные о структуре диссертации.

В первой главе диссертации, озаглавленной «**Научно-теоретические основы понятия медиатекста в медиалингвистике**» изучены основы изучения языка и стиля СМИ в медиалингвистике, понятие текста и

медиатекста, основные категории и типология медиатекстов, особенности аспекта массмедиа в процессе перехода в медиатекст.

Основная проблема изучения языка СМИ в «стилистическом аспекте» заключается в том, что язык выполняет различные функции. Известный русский ученый Г.О.Винокур подчеркнул, что коммуникативная и выразительная функции языка стали дифференцироваться в языкознании гораздо раньше, и в доказательство приводит следующее мнение немецкого лингвиста фон дер Габеленца в его книге, вышедшей в 1891 г.: «Язык есть расчлененное выражение мысли, а мысль есть связь понятий. Но человеческий язык хочет выражать не только связываемые понятия и их логические связи, но также отношение говорящего к речи; я хочу высказать не только нечто, но также и себя, и таким образом к логическому фактору, многообразно пронизывая его собой, присоединяется психологический фактор».⁶ В современной литературе по языкознанию отмечают четыре или пять функций языка. Например, В.А.Аврорин подчеркивает, что необходимо различать коммуникативную (орудие, средство общения), экспрессивную (выражение мыслей), конструктивную (формирование идей), аккумулятивную (собрание и хранение социального опыта и знаний) функции языка⁷. Поэтому при исследовании медиаязыка стало традицией изучать его преимущественно с стилистической точки зрения.

По мнению профессора Г. Бакиевой и профессора Д. Тешабаевой, «Отдельное понятие медиатекста можно рассматривать как основную теоретическую составляющую медиалингвистики. Суть этой концепции в том, что когда определение, что текст, который считается основным для традиционной лингвистики, представляет собой «семантически связанную последовательность знаковых единиц. Главная его характеристика — связность и целостность»⁸ переносится в область массмедиа, оно значительно расширяет свои границы. В этом понятие медиатекста выходит за пределы знаковой системы на вербальном уровне и приближается к семиотической интерпретации понятия текста, предполагая единство не только вербальных, но и любых знаков»⁹.

Медиатексты рассматриваются с позиций разных школ и направлений: социалингвистики, функциональной стилистики, теории дискурса, контент-анализа, когнитивной лингвистики и риторической критики.

Способы создания и распространения медиатекстов зависят от их особенности языкового объема, функционально-жанровой классификации, фонологических, синтагматических и стилистических особенностей, особенностей интерпретации, культурно-специфических признаков,

⁶ Винокур Г.О. О языке художественной литературы. – М.: 1991. – С. 35.

⁷ Аврорин В.А. Проблемы изучения функциональной стороны языка., – Л., 1975. - С. 44.

⁸ Лингвистический энциклопедический словарь. – М.: Сов. энцикл., 1990. – С. 507.

⁹ Бакиева Г.Х., Тешабаева Д.М. Журналистика. Медиалингвистика ва тахир. –Т.: Ўзбекистон, 2019. – 71-б.

идеологической модельности, а также прагмалингвистической ценности. Методологическая основа нового направления описывается следующим образом: «Методологический аппарат медиалингвистики объединяет в себе достижения всех направлений, изучающих тексты СМИ. К ним относятся дискурсивный анализ, функциональная стилистика и лингвокультурология»¹⁰.

Несомненно, в области медиалингвистики группа методов лингвистического анализа имеет важную роль. «Методы лингвистического анализа представляют собой группу традиционных методов семантического, стилистического, морфологического, синтаксического анализа медиатекстов в языкознании. Изучение медиатекстов таким способом имеет давнюю и плодотворную традицию.»¹¹ Особенно важным является метод последовательного анализа текста, позволяющий определить правила построения медиатекста на синтагматическом и стилистическом уровнях. Анализ на синтагматическом уровне показывает наличие устойчивой парадигмы причастности, характерной для того или иного типа текста. Например, синтагматическая форма новостей (информационно-ориентированных текстов) опирается в основном на словесные выражения.

Метод стилистического анализа также имеет большое значение. Его цель состоит в том, чтобы определить различные стилистические средства и определить их роль в реализации общей коммуникативной перспективы медиатекста. Было определено, что при проведении исследования уместно использовать лингвистические особенности медиатекстов, методы анализа, позволяющие определить структуру медиатекстов, анализ лингвистических, стилистических и жанровых особенностей медиатекстов. Кроме того, при изучении медиатекстов использованы метод контент-анализа или социологический метод, метод дискурсивного анализа, когнитивный метод, «реконструкция» («перестройка»), лингвокультурологический методы анализа.

Медиатексты также классифицируются по типу и виду: по соответствующему направлению СМИ, в котором они создаются, структурируются и используются; по методам восприятия; по субъектам и сферам деятельности; по стилю; по дискурсу. Несомненно, такая классификация является обязательной, что обеспечивает возможность разделения на основные категории.

Основные категории медиатекста классифицируются следующим образом:

-медийность;

¹⁰ Бакиева Г.Х., Тешабаева Д.М. Оммавий ахборот воситалари тили. –Т.: O'zkitobsavdonashriyot, 2020. – 28-б.

¹¹ Современный медиатекст: учебное пособие. // отв. ред. Н.А. Кузьмина. – Омск, Полиграфический центр Татьяна, 2011. – С. 37.

- общественность, (в сфере создания и потребления медиапродуктов);
- интегративность;
- поликодность;
- открытость.

Согласно теории М.М. Бахтина, любая «истина в процессе обучения принимается как оцениваемая и регламентированная с нравственной, жизненной, социальной и политической точек зрения, этот процесс должен иметь свою позицию по отношению к изучаемой действительности»¹².

В широко распространенной и признанной в настоящее время классификации учитываются следующие параметры: метод создания текста; форма медиатекста; канал распространения; функционально-жанровые типы текста; доминанта темы. По форме медиатексты делятся на вербальные и невербальные (например, фотографии) и смешанные (креолизованные) типы. Из них тексты смешанного типа являются наиболее распространенными. Такие медиатексты состоят из двух различных систем – вербальных и невербальных знаков, отличающихся от естественной формы языка. К смешанному типу медиатекстов относятся комиксы, карикатуры, рекламные тексты. В настоящее время смешанный текст широко используется и в печатных СМИ. По каналу распространения печатные медиаматериалы делятся на печатные медиатексты, радио- и телевизионные медиатексты, а также тексты Интернет-СМИ. Перечисленные каналы передачи информации имеют свои медиахарактеристики, влияющие на содержание и способ создания медиатекстов.

По функционально-жанровым признакам, медиатексты традиционно делятся на несколько групп: информативные, аналитические и художественно-публицистические, а также в их состав могут быть включены рекламные и PR-жанры.

«По доминанте темы медиатексты могут быть в виде устойчивой системы, регулярно воспроизводимых тем в средствах массовой информации – «buzz-topics» или медиатопиков: политика, бизнес, спорт, культура, погода, международные и региональные новости и т.п.»¹³.

«Массовая коммуникация – процесс (вид) распространения информации, имеющей общественно-идеологическое, духовно-просветительское значение, среди большой социально-классифицированной, территориально рассредоточенной аудитории в форме, оцениваемой, интерпретируемой и воздействующей в массовом, доступном стиле с помощью технических средств, и, наряду с этим, является продуктом этого процесса. Этот процесс состоит из этапов психолингвистического перевода информации в языковое

¹² Бахтин М.М. Вопросы литературы и эстетики. Исследования разных лет. – М.: Художественная литература, 1975. – С. 24

¹³ Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (Современная английская медиаречь). – М.: Флинта: Наука, 2008. – С. 43.

выражение (речь, текст) и ее рецепции, осмысления и осознания. Первый этап касается деятельности коммуникатора (редакционного коллектива), а второй этап касается отношения адресата (читателя, слушателя или зрителя)»¹⁴.

Итак, медиатекст – целостное речевое явление, структурированное и упорядоченное на основе семантически и синтаксически непротиворечивых связей как закономерная совокупность мыслительного и языкового поведения в соответствии со сферой общения, видом, ситуацией общения и авторской целью определенной коммуникативной деятельности.

В целом, массмедийность – характеристика медиатекстов, которая находит отражение и в других параметрах, научные исследования которых еще продолжаются, так как роль СМИ в жизни человека, методы привлечения людей реализуются по-разному. К ним относятся:

- мобильность и свобода;
- глобализация;
- оперативность;
- гибкость;
- интерактивность;
- выразительность;
- визуализация;
- сторителлинг.

Во второй главе диссертации под названием «**Структура медиатекста, его лингвостилистические и жанровые особенности**» рассматриваются компоненты медиатекста и требования к ним, лингвостилистическое своеобразие медиатекстов, проблема жанра в медиатекстах.

Заголовок участвует в формировании эмоционального воздействия газетных материалов, выполняя оценочно-экспрессивную функцию. Заголовок — уникальный инструмент привлечения читателя, при этом очень важно поддерживать интерес, созданный заголовком в основном тексте, оправдывать его. Если написать броский заголовок, но не удовлетворить интерес читателя в основном тексте, это приведет к потере доверия читателя. Читатель может не поверить «громким» заголовкам в следующих статьях: *“Бошидан ўтган табиб”*¹⁵, *“Жигилдоннинг қайнаши – нафсни тия олмаслик оқибати”*¹⁶, *“Хотирани бошқариш бўйича тавсиялар”*¹⁷.

Метод аллитерации также помогает сделать название запоминающимся. Он создает уникальную рифму, используя перестановку согласных. Например, *“Ерни “Ерлик”лар ер”*¹⁸, *Калитсиз “калит сўзлар”*¹⁹, *“Ерники ерга, сувники сувга...”*²⁰.

¹⁴ Тошалиев И., Абдусатторов Р. Оммавий ахборотнинг тили ва услуги. –Т.: Университет, 2006. – 49-б.

¹⁵ Шифо-инфо. // 2019 йил 19 октябрь.

¹⁶ Шифо-инфо. // 2019 йил 19 октябрь.

¹⁷ Шифо-инфо. // 2019 йил 19 октябрь.

¹⁸ Ёшлар овози.// 2019 йил 25 сентябрь.

Противоречия и необычные выражения также привлекают внимание, выделяются на фоне других заголовков. Например, “*Ўқитувчиларни 6 ёшда лол қолдирган бола*”²¹, “*Шаҳар билан қишлоқ оралигида*”²².

В Интернет-пространстве используются также нетрадиционные заголовки. Например, “*Чирчиқда “қўлда” кўп миқдорда дори сотаётган шахс ушланди*”, “*Сайёҳларга электрошокер қўллаган ИИО ходимларининг раҳбарлари ҳам “учди”*”, “*Умирзоқов ўтказган йиғилишда икки ҳоким ўринбосари “учди”, 19 нафари ҳайфсан олди*”²³. Такие заголовки естественным образом вызывают интерес у адресата.

В большинстве медиатекстов за заголовком следует лид. Лид и заголовок, по сути, не конкурируют друг с другом в плане передачи информации, наоборот, дополняют друг друга и служат тому, чтобы информация была понятной и точной. Важные факты, которые не могут быть отражены в заголовке, отражены в лиде. Например, в заголовке “*Ҳарбийлар ҳузурида*” (“*На приеме у военных*”) вы получаете ответ на вопрос *где?*. Продолжение: “*Наврўз айёми кунлари Сурхондарё вилоятининг Сариосиё туманида Ўзбекистон Ёзувчилар уюшмаси аъзолари, халқ шоирлари, маҳаллий ижодкор ва санъаткорлар иштирокида байрам учрашувлари, шеърхонлик кечалари билан адабий-бадиий тадбирлар ўтказилди*”. В лиде в начале статьи дополняется информация, данная в заголовке.

Следует быть очень осторожным при выполнении требования отвечать на основные вопросы статьи (кто?, что?, когда?, где?, как?) одним предложением. Путаница может возникнуть в результате передачи всего содержания материала в одном предложении. Желательно, чтобы лид в основном состоял из простых предложений. Иногда, когда предложения образуют сложную структуру предложения, они должны быть содержательно совместимы и гармоничны друг с другом. При этом, следует придавать значение краткости (лаконизму) и понятности. При написании информационных текстов лид в основном используется для привлечения внимания читателя²⁴.

Лид бывает нескольких видов:

1. **Основной** – этот тип лида в краткой форме выражает основное содержание статьи. Например, *Юртимизда кишилар тушунчалари, меҳнатга ва турмушга муносабатлари янгиланаётгани яққол кўзга ташланиб қолди.*

¹⁹ Ўзбекистон адабиёти ва санъати. // 2022 йил 4 март.

²⁰ Hurriyat. // 2022 йил 19 май.

²¹ Ёшлар овози. // 2019 йил 2 июль.

²² Hurriyat. // 2022 йил. 19 май.

²³ <https://qalampir.uz>.

²⁴ Lauren Kessler, Duncan McDonald. When words collide. A media Writers Guide to Grammar and Style. Thomson Higher Education Boston, MA 02210-1202, USA. 2008. 66-p.

Мамлакатимиз бўйлаб давом этаётган кенг кўламли ислоҳотлар ватандошларимиз онгида ҳам катта ўзгаришлар ясади²⁵.

2. **Эпизодический** — этот тип лида создается на основе эпизода, связанного с событием. Например: “*Ота ўз касбини ўгли давом эттиришини хоҳларди. Аввалига диний, кейин шўро мактабида таҳсил олган Набижон эса киночи бўлишни истарди. Умрини қассоблик билан ўтказган Фани ака суюкли фарзандининг ўз сўзида қатъий туриб олганини кўриб, уни Москвага ўқишига юборишига мажбур бўлди. Шу тариқа Фани қассобнинг ўгли 1921-25-йилларда Москва Кинематография институтида таҳсил олиб, кинорежиссёр бўлиб қайтди. Буюк ўзбек кинорежиссёри деган ном қозонган Наби Фаниев (1904-1953) ўзбек кино саноати юксалишига Худойберган Девонов, Сулаймон Хўжаевлар билан бир қаторда катта ҳисса қўшди*”²⁶.

3. **Лиды в виде цитат** - описывают основную часть статьи. Например, “...Газета бир ойнаи жаҳоннамодурки, тамом ҳаракат ва аҳволи аҳли илм буларнинг воситаси-ла билиниб турадур. Буларни ва тарихни ўқуган киши бир миллатнинг тараққийси ва ё инқирози налар ила ўлажагини камокона билур.” *Ҳожи Муин*²⁷.

4. **Резонанс** – в этом типе лида главная цель резко отклоняется от основной темы, чтобы привлечь внимание читателя. Например, в статье С. Мели "Мухаммас - диалоговое пространство", опубликованной в газете "Ўзбекистон адабиёти ва санъати" ("Литература и искусство Узбекистана"), речь идет о мухаммаса, который является поэтической формой и литературным жанром в нашей классической литературе. “*Сон, маълумки, математик тушунча, у нарса-ҳодисалар саногини кўрсатадиган воситагина бўлмай, ҳодисага бевосита таъсир ўтказувчи тинимсиз ҳаракатдаги куч ҳам. Қадимги Юнон донишманди Пифагор оламдаги барча нарса-ҳодисалар сонлар ва улар орасидаги муносабатда аниқланади, дея ишонган. Унинг “Ҳамма нарса сондир” деган ҳикмали сўзи ҳамон ҳаракатда. Ҳазрат Навоий машҳур рубоийсида “Сондин сени кўп севарман, эй умри азиз” дея умрга мурожаат қилар экан, бундаги “сон” нимани англатиши ҳақида узоқ бош қотириши мумкин. Сон вужудга эга бўлиши ва нарса-ҳодисаларга яратувчи куч, демиург сифатида таъсир ўтказиши кўплаб ҳаётий мисолларда ўз исботини топади. Миқдор (яъни сон) ўзгариши сифат ўзгаришига олиб келиши ҳақидаги умумфалсафий қонун ҳам ушбу фикрнинг давомидир*”²⁸. Автор начинает текст с размышлений о числе, а в основной части дает подробные сведения о том, что мухаммас (словарное значение числа пять) — это жанр, построенный на числе по его структуре. Первое и второе предложения статьи являются кратким изложением наиболее интересных и важных фактов в статье и в основном отражают основной смысл статьи в

²⁵ Янги Ўзбекистон. // 2022 йил 2 июль.

²⁶ Hurriyat. // 2022 йил 19 май.

²⁷ Янги Ўзбекистон. // 2022 йил 2 июль.

²⁸ Ўзбекистон адабиёти ва санъати // 2022 йил 3 июнь.

краткой и обобщенной форме. Эти части действуют как «лид» к основному содержанию статьи.

В этой главе анализ медиатекстов всех стилей помог обосновать теоретические положения. С точки зрения стиля и языка были проанализированы работы опытных журналистов А. Мелибоева, Х. Файзиевой, Ф. Бердиевой. Например, при чтении публицистических статей, написанных А. Мелибоевым, читатель оказывается непосредственно «под властью» статьи. Журналист, прежде всего, находит самую актуальную и наводящую на размышления тему. Во-вторых, он выражает тему в своем стиле, на своем языке. В-третьих, статья обоснована, наполнена четкими фактами и доказательствами, примерами и рассказами.

Сосредоточимся на статье под названием “Нажот эшигининг калити”²⁹ (“Ключ от двери спасения”): *“Мавзу йўналишини ўзгартираётганим йўқ. Дунёда мавжуд жамики сув манбаларининг тўқсон етти фоизи истеъмом учун яроқсизлигидан хабардормиз, аммо парвойимиз палак. Бозорда деҳқон билан ярим соат тортишиб, битта тарвузни 5 минг сўмга сотиб оламиз-да, ҳовлига олиб келиб, камида минг литр сувни оқизиб, уни совутамиз. Дунёнинг не-не мамлакатларида ичимлик сувининг баҳоси қанчалигини билсак-да, ҳовлига, йўлакларга олачалпоқ қилиб ҳам эмас, кўллатиб сепамиз, қўлбола фаввора ясаймиз. Набиралар бир-бирларига сув сепиб, кийимларини жиққа хўл қилиб мириқишади. Япониядан келган олимдан бошқа ҳеч ким бунга парво қилмайди. Чунки Орол қуриб битаёзган бўлса-да, сув сероб деган фикр ҳали-ҳануз ўзгармаган. Бир-биримизни “Сувдек сероб бўл”, деб дуо қиламиз. Баҳорда сел келиб, ҳар жой-ҳар жойда уйлиб ётган чиқиндиларни оқизиб кетса, “Яхшиям сув бор”, дея хурсанд бўламиз. “Сувга тупурма, ахлат ташлама, қудуққа тош тўкма, ювиндини ариққа оқизма”, деган ўғитларни кўпчилик унутиб бўлган...”³⁰*

Данная статья отвечает всем требованиям, предъявляемым к публицистическому произведению. Тема актуальна, стиль прост, язык привлекательный. В тексте уместно используется официальный, научный, художественный и разговорный стили. Например, если предложение *“...Дунёда мавжуд жамики сув манбаларининг тўқсон етти фоизи истеъмом учун яроқсизлиги, экспертларнинг хулосаларига кўра, 2025 йилга бориб, 5 миллиард киши сув танқислигига дучор бўлади...”* характерны официальному стилю, то слова *парвойимиз палак, олачалпоқ қилиб, сипқоради* соответствуют разговорному стилю. Уместно используются пословицы и поговорки: *“Отанг мироб бўлса ҳам, сувни исроф қилма”, “Сувга тупурма, ахлат ташлама, қудуққа тош тўкма, ювиндини ариққа оқизма, “Сувдек сероб бўл”* и т.д., которые усилили воздействие текста. Очки доказываются с

²⁹ <https://ziyouz.uz/matbuot/hozirgi-davr-matbuoti/ahmadjon-meliboev-najot-eshigining-kaliti/>

³⁰ Жаҳон адабиёти. // 2019 йил 4-сон.

помощью конкретных чисел. Все это гарантировало эффективность и обоснованность текста.

Жанр является важным регулятором (направляющим), с одной стороны, он помогает выразить мысли автора, а с другой - служит для понимания произведения. Жанр помогает автору выбрать и определить форму³¹. Специфические жанровые формы современного медиадискурса и их конвергенция в процессе диффузии – появление новых интегрированных жанров – инфотеймент (англ. *infotainment information* – информация и *entertainment* – развлечение), эдьютейнмент (*education* – образование, *entertainment* – развлечение), *historytainment* (история + развлечение) и так далее. Интеграционные процессы происходят не только на границе журналистики, но и при столкновении журналистики, рекламы и PR. Отрицание системы жанров в стиле массовой коммуникации ведет к пренебрежению законами построения текста, способами выражения информации, снижает востребованность журналистского мастерства.

Сегодня принято использовать диалогическую форму речи при передаче новостей. Это помогает приблизиться к стилю речи и добиться того, чтобы медиатекст был понятным, эффективным и живым. Например, можно привести выступление ведущих информационной программы «Янги замон»³² на телеканале «Севимли».

Следующий способ общения – интервьюирование определенных лиц, имеющих разные мнения по теме, в прямом эфире в студии. Этот метод реализуется в виде различных телепередач. На сегодняшний день, данный метод становится популярным.

В Узбекистане широко распространяется метод интерактивного общения. При этом важным является и время вещания. Дневной эфир состоит из новостей в традиционной форме. Вечером же транслируются телешоу на основе интерактивных дебатов. Такие передачи активизируют мышление зрителей.

Стиль массовой коммуникации также имеет свои исторические и социальные основы и традиции, объем информации, методы, формы ее организации и передачи, а также законы. Его приемы и формы построения текста неразрывно связаны с различными жанрами. Ведь любой стиль речи выражается в определенных жанрах. Стиль массовой коммуникации имеет богатый комплекс жанров, для каждого из которых характерны свои порядки построения текста.

В третьей главе диссертации под названием **“Факторы, повышающие эффективность национальных СМИ и обеспечивающие**

³¹ Майданова Л.М., Калганова С.О. Практическая стилистика жанров СМИ: учебное пособие. – Екатеринбург: Гуманитарный ун-т, 2006. – С. 13.

³² YANGI ZAMON - YouTube <https://www.youtube.com>.

конкурентоспособность” анализируется вопрос об эффективных принципах создания медиатекста, лингвостилистических ресурсах повышения выразительности национальной прессы. В ходе нашего исследования мы попытались изучить несколько этапов создания медиатекста. Первый этап: импульс, то есть некая информация, которая способствует созданию медиатекста. В процессе получения этой информации писатель (журналист) задумывается о смысле текста, о чем он хочет рассказать и в чем суть новости. Некоторые лингвисты называют этот этап «первичным семантическая запись». Именно здесь определяется общий смысл будущего текста. Несмотря на то, что замысел получает огранку в процессе работы над текстом, определенная часть идей и аргументов определяется с самого начального этапа. Существующая и новая информация (тема и рема, о чем рассказывается и о чем говорится) создает содержательный каркас будущего сообщения и обеспечивает его содержательную связь (когерентность)³³.

Сформировать и отразить мысль в последовательности, осмыслить содержание текста необходимо на следующем этапе создания текстов. Именно на этом этапе автор должен учитывать фактор «адресата» и решать вопросы, кому? и чему? адресован текст и как будут складываться его отношения с адресатом: «Писатель должен представить, к кому он обращается?, как этот человек отреагирует на сообщение?»³⁴. И здесь важно, чтобы текст, определенным образом отражающий внешнюю, реальную коммуникативную ситуацию, имел своего внутреннего автора и адресата³⁵.

Возникает другой вопрос: каково отношение жанра к этим этапам создания текста и на каком этапе автор думает о жанре? На самом деле, исходная информация сама по себе может иметь жанровую соотнесённость. Если она соответствует описательной логической схеме, её можно использовать как обзорную или рекламную статью. Если тема — событие, то ее можно отнести к жанрам репортажа, новостей, журналистских расследований. Обобщающая логическая схема лежит в основе аналитических жанров (проблемная статья, аналитический комментарий и др.).

Речевое воздействие в средствах массовой информации основано на экспериментально апробированных лингвистических, социолингвистических и психолингвистических методах. У этого языкового аппарата и средства массовой информации есть свои законы использования. Эффективность общения связана с уровнем воздействия на слушателя или читателя посредством соответствующего выбора и использования языковых средств.

³³ Лурия А. Р. Язык и сознание. – М.: МГУ, 1979. – С. 95.

³⁴ Лурия А. Р. Язык и сознание. – М.: МГУ, 1979. – С. 198.

³⁵ Майданова Л.М., Калганова С.О. Практическая стилистика жанров СМИ: Учебное пособие. - Екатеринбург: Гуманитарный ун-т, 2006. – С. 8.

Адекватное понимание речи в соответствии с целеустановкой слушателя и доверие к нему обеспечивает эффективность общения³⁶.

А. Абдусaidов пишет о повышении эффективности медиатекста: «В последние годы все чаще используются элементы художественного языка в выражении экспрессивности в языке печати. Это можно увидеть в использовании изобразительных средств, пословиц и выражений, а также в широком использовании диалогов в эссе, фильмах и статьях. Такая ситуация, несомненно, обогащает газету живыми материалами, привлекает внимание читателя газеты, помогает быстро понять материал, повышает выразительность³⁷.

Еще одним фактором, способствующим выразительности медиатекстов, является персонификация языка общения и использование стилистических фигур. Этот метод заключается в создании фактора передачи и интерпретации информации через личные качества автора («Я» журналиста).

Эффективность общения связана со степенью воздействия на слушателя или читателя посредством целесообразного выбора и использования языковых средств. Для автора важное значение имеет то, что он при реалистичном и выразительном отображении событий нашей повседневной жизни, делает правильный жанрово-стилистический выбор. Совершенство печатного текста зависит не только от мастерства журналиста, но и от мастерства сотрудников редакции, особенно редактора. Редактор не только исправляет допущенные автором ошибки и недочеты, но и несёт ответственность за обеспечение соответствия произведения предъявляемым требованиям и выразительности.

В выразительности медиатекстов значительна роль экстралингвистических параграфемных средств (выделения шрифтов (букв) чёрным цветом, курсивом, различными цветами, размерами; знаков препинания, на какой странице и где размещен текст). Вышеупомянутые случаи способствуют усовершенствованию и выразительности медиатекста.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате исследования темы диссертации, написанной на соискание ученой степени доктора философии (PhD) филологических наук на тему «Язык, стиль и жанровые особенности медиатекстов», были сделаны следующие выводы:

1. Медиатекст является основным объектом исследования медиалингвистики. Наиболее эффективными и распространенными методами изучения медиатекста являются: лингвистический анализ, контент-анализ, дискурсивный анализ, критический анализ, когнитивный анализ и лингвокультурологический анализ. Через эти методы анализа необходимо

³⁶ Тошалиев И., Абдусатторов Р. Омамвий ахборотнинг тили ва услуби. – Т.: Zar qalam. 2006. – 132-б.

³⁷ Абдусaidов А. Журналистнинг тилдан фойдаланиш махорати. – Самарқанд, 2004. – 83-б.

адаптировать современные медиатексты к актуальной модели национального языка.

2. При создании каждой отдельной части медиатекста следует различно использовать языковые средства. Лингвистические средства следует выбирать в зависимости от стиля, жанра и требований частей текста. В этом случае, автору необходимо определить возможности получателя информации и направления вида СМИ. При создании компонентов медиатекста: заголовочного комплекса, лида, основной части, заключения должны быть правильно применены языковые закономерности.

3. Такие параметры медиатекстов как мобильность и свобода, глобализация, скорость, гибкость, интерактивность, наглядность и т.д. необходимо научно исследовать в соответствии с ролью массмедиа в жизни человека и способами привлечения людей.

4. При создании текста важными являются хорошие знания автором темы, уточнение структуры текста, соответствие каждого абзаца общей концепции текста, правильное различение речевых единиц и умение уместно использовать их в тексте.

5. Массовая коммуникация – новая реальность, находящаяся в центре современных языковых процессов. В нем литературное и нелитературное сферы формируются в результате непосредственного влияния языковых единиц. По этой причине в нашей стране необходимо развивать область медиалингвистики в массовой коммуникации.

6. Вопрос жанра является важным в массмедиа. В связи с обновлениями в жанрах СМИ, изменениями границ между жанрами к явлениям взаимодействия жанров массовой коммуникации, нормированного соответствия нужно подходить с позиций журналистского мастерства.

7. Медиатекст должен воплощать в себе черты точности, простоты и лаконичности, а также действенности, своевременности, оперативности, новизны, актуальности, в целом, всех важных для общества аспектов.

8. Главным правилом в создании текста является формирование журналистом своего собственного стиля. При этом существуют определенные принципы компоновки и упорядочения текста. Автор, прежде всего, исходя из потребностей читателя (реципиента) текста, выбирает основу и объем информации, способ ее выражения, а также учитывает вид издания. Соответственно, он должен обратиться к принципам построения устной речи, письменной речи или их смешанного использования.

9. Речевое воздействие в публичной коммуникации базируется на проверенных на практике, стабильных лингвистических, социалингвистических, психолингвистических методах. Целесообразное (адекватное) понимание речи слушателем и доверие к нему обеспечивает эффективность коммуникации.

В результате нашего исследования на тему «Язык, стиль и жанровые особенности медиатекстов» были выработаны следующие предложения и рекомендации:

- усилить преподавание медиалингвистики в учебных заведениях журналистики, увеличить часы практических занятий, уделить внимание на самостоятельное обучение;

- в целях анализа изменений происходящих в сфере журналистики, в частности, достижений и недостатков, научно-практических подходов, наблюдаемых в медиалингвистике, необходимо на республиканском и международном уровнях организовать научно-практические конференции на тему «Язык, стиль и жанровые особенности медиатекстов»;

- уделить внимание на обеспечение участия студентов на международных, республиканских, вузовских научно-практических конференциях;

- в целях дальнейшего совершенствования теоретических знаний практикующих журналистов, организовать курсы повышения квалификации в вузах журналистики и обеспечить их регулярную деятельность;

- создать учебные пособия и учебники, подготовить монографии и брошюры по языковым, стилистическим и жанровым особенностям медиатекстов.

- открыть курсы для студентов по медиалингвистике, проводить конкурсы по медиаграмотности.

**SCIENTIFIC COUNCIL PhD.03/30.12.2019.Fil.14.01 ON AWARDING
SCIENTIFIC DEGREES UNDER JOURNALISM AND MASS
COMMUNICATIONS UNIVERSITY OF UZBEKISTAN**

NATIONAL UNIVERSITY OF UZBEKISTAN

SHAMAKSUDOVA SAODAT KHIDOYATOVNA

LANGUAGE, STYLE AND GENRE FEATURES OF MEDIA TEXTS

10.00.09 - Journalism (philological sciences)

ABSTRACT

of the dissertation doctor of philosophy (PhD) on PHILOLOGICAL SCIENCES

Tashkent – 2023

The theme of dissertation Doctor of Philosophy (PhD) was registered at the Supreme Attestation Commission of the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan under № B2018.3.PhD/Fil631

The dissertation completed at National University of Uzbekistan.

The abstract of the dissertation in three languages (Uzbek, Russian and English (resume) has been uploaded on the website of Scientific Council at (www.uzjoku.uz) and informative and educational portal “ZiyoNet” at www.ziynet.uz.

Scientific supervisor:	Israil Mukaddas Irgashevna Candidate of philological sciences, professor.
Official opponents:	Teshabayeva Dilfuza Muminovna Doctor of Philology, professor. Mahmudova Sevara Irisalievna Candidate of philological sciences, associate professor.
Leading organization:	Karakalpak State University named after Berdak

The defense of the dissertation will take place on _____ «___», 2023 at _____ at the meeting of the Scientific Degree Awarding Council PhD.03/30.12.2019.Fil.14.01 Journalism and Mass Communications University of Uzbekistan (Address: 100147, Uzbekistan, Tashkent, Center-5, 88. Tel: (99871) 207-09-06; email: journalism.univer@gmail.com).

The dissertation can be found at the Informational Resource Center of Journalism and Mass Communications University of Uzbekistan (the dissertation has been registered with the number____) (Address: 100147, Uzbekistan, Tashkent, Center-5, 88. Tel: (99871) 207-09-06; email: journalism.univer@gmail.com).

The abstract of the dissertation was distributed on _____ «___», 2023.
(the report of the distribution as of _____ «___», 2023.

F.A. Muminov
Chairman of the Scientific Council on awarding scientific degrees, Doctor of philological sciences, professor

N.F. Muratova
Scientific secretary of the Scientific Council on awarding scientific degrees, candidate of philological sciences, associated professor

K.T. Irnazarov
Chairman of the scientific seminar under Scientific Council on awarding scientific degrees, Doctor of historical sciences, professor

INTRODUCTION (Dissertation abstract)

The aim of the study is to study the linguistic and stylistic features of media texts, to determine their structure, genre features, to determine the role of linguistic criteria in the creation of media texts, to study the typology and main categories of media texts.

The object of the study was the materials of the newspapers "New Uzbekistan", "Literature and Art of Uzbekistan", "Khurriyat", "Shifo info", "Darakchi", the non-state television channel "Sevimli", the radio channel "Oriyat dono" and the Internet site kun.uz.

The scientific novelty of the research is as follows:

in modern media communication, the features of media texts that are different from ordinary texts, the features of the mass media aspect in the form of a media text, the role of using linguistic criteria in the preparation of materials that meet modern requirements are determined;

the rules for creating a strategy for introducing media text into the communicative space, the use of the interpretation method when dividing the text into parts are studied. Substantiated are communicative, segmental, evaluative-expressive and other tasks, types and linguo-methodological features of the heading, lead, main part and conclusion complex;

the stylistic classification of media texts is determined: official, scientific, journalistic, colloquial, artistic, religious and educational styles. As a result, based on the analysis of media materials, the interdependence in the text of linguistic and non-linguistic means is highlighted, general aspects of the legitimacy of the functional style are directly highlighted;

specific genre forms of modern media discourse and their convergence in the process of diffusion - the emergence of new integrated genres is proved;

linguistic and stylistic means that ensure the effectiveness of the media text: means of an artistic image, types of words in terms of the ratio of form and meaning, paremiological units, quotation, personalization (personification) of the language of communication, stylistic figures, the meaning of tropes is shown based on analysis.

Implementation of the research results. Based on the conclusions and practical proposals developed in connection with the study of linguistic, stylistic and genre features of media texts:

in the modern media world, different from ordinary texts, the features of the mass media aspect in the form of a media text, the use of linguistic criteria in the preparation of materials that meet modern requirements, the genre features of the national press, radio and teletexts were used to determine the genre characteristics of the national press, radio and teletexts (Reference No. 20 dated April 29, 2022 of the scientific and methodological journal "Linguistic and Literary Education"). As a result, the study helped to enrich the pages of the magazine in the editorial office, improve the knowledge and skills of journalists in the process of creating and editing media text;

when studying the meaning of linguistic (phonetic, lexical, grammatical) means that ensure the effectiveness of the media text, including descriptive means of the language, paremiological units, recommendations for personalization, theoretical considerations about errors, shortcomings and their elimination in this area, suggestions and recommendations for practical application instructions (Reference No. 01-14-431 dated June 13, 2022 of the Mahalla TV and radio channels of the National TV and Radio Company of Uzbekistan). As a result, the research helped to create unique, spectacular and demanding media texts for communicative, segmenting, evaluative-expressive and other functions of the title complex, leading, main and final parts;

proposals on the norms for creating a strategy for introducing a media text into the communicative space, using the method of interpretation (interpretation) when dividing the text into parts were used in the preparation of scripts and texts for the programs "Education and Development", program "Youth of Uzbekistan" on the TV channel "Uzbekiston" of the National Television and Radio Company of Uzbekistan (Reference No. 04-36-957 of the TV and radio channel "Uzbekistan" dated June 20, 2022). As a result, the study helped, as a resource, to pay attention to the linguistic and stylistic rules that should be followed when creating a media text, to determine the structure of media texts, and to improve compliance with the norms of the Uzbek literary language.

appropriate and effective use of language units in the creation of a media text, used to determine the importance of language tools that ensure the effectiveness of the text (Reference No. 01-03-828 of the Union of Writers of Uzbekistan dated June 23, 2022). As a result, the study helped to improve the knowledge and skills of the members of the association and in the process of preparing journalistic articles they used language tools appropriately and effectively;

stylistic classification of media texts: official, scientific, journalistic, colloquial, artistic, religious and educational techniques were used in the preparation of materials for the newspapers "Khalk Suzi" and "Narodnoye Slovo"(Reference No. 93 of the newspaper "Khalk Suzi" and "Narodnoye Slovo" dated 07/25/2022). As a result, the examples analyzed in the work provided practical assistance in improving the knowledge and skills of journalists in enriching newspaper pages, creating and editing text.

The structure and scope of the dissertation. The dissertation consists of an introduction, three chapters, a conclusion and a list of references. The total volume of the dissertation was 156 pages.

ЭЪЛОН ҚИЛИНГАН ИШЛАР РЎЙХАТИ
СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ
LIST OF PUBLISHED WORKS

I бўлим (I часть; I part)

1. Шамақсудова С.Х. Медиаматн сарлавҳаси реципиент билан самарали нутқий контакт ўрнатишнинг бирламчи воситаси. // Ўзбекистон хорижий тиллар илмий-методик хорижий электрон журнали. ISSN 2181-1815 (Online). –Тошкент, 2019. № 1 (24). – 94–101-б.

2. Шамақсудова С.Х. ОАВ дискурси ва унда лисоний одоб-ахлоқ нутқий фаолиятни баҳолаш мезони сифатида. // Илм сарчашмалари. – Урганч, 2020. 7-сон. – 119–124-б.

3. Shamaqsudova S. The quality of modern mass media texts. // The Way of Science. International scientific journal. № 9 (67). Volgograd, 2019. – P. 57–59.

4. Shamaqsudova S. Medialinguistics: A Comprehensive Approach To Media Training. // The American Journal of Social Science and Education Innovations, 2(10) Volume 2 Issue 10, 2020, Crossref doi 10.37547/ tajsser. Impact Factor 5.525. – P. 427–433.

5. Shamaqsudova S., Israil M. Problems of learning the language and media style. // Scientific Journal of the modern education & research institute, 2021, February 15. Brussels, Belgium. – P. 24–29.

6. Shamaqsudova S., Israil M., Mirzayeva N., Giyosova M. Specificity of massmedia aspect in media text formation. // Ilkogretim Online - Elementary Education Online, Year; Vol 20 (Issue 5): pp. <http://ilkogretim-online.org> doi: 10.17051/ilkonline. 2021.05.48. (SCOPUS). – P. 455–460.

7. Shamaqsudova S., Israil M., Teshabaeva D. Modern newspaper language. sosio-psycholinguistic aspect. // Scientific Journal of the modern education & research institute, 2021, September 15. Brussels, Belgium. – P. 44–49.

8. Shamaqsudova S. New approaches in the study of media texts. // Galaxy international interdisciplinary research journal (Giirj) ISSN (E): 2347-6915/ SJIF Impact Factor (2022): 7.718. – India, vol. 10, issue 3, march. – P. 368–372.

II бўлим (II часть; II part)

9. Шамақсудова С.Х., Исраил М. ОАВда ёзма матн. Нутқ мунозара. Ўқув қўлланма. – Тошкент: Иқтисод молия, 2018. – 180 б.

10. Шамақсудова С.Х., Исраил М. ОАВда ёзма матн. Нутқ мунозара. Ўқув қўлланма. – Тошкент: Тафаккур авлоди, 2020. – 192 б.

11. Шамақсудова С.Х. Медиа тили ва услуги. Ўқув қўлланма. – Тошкент: Университет, 2021. – 186 б.

12. Шамақсудова С.Х. Матндаги нутқий бирликлар. Ўқув қўлланма. – Тошкент: Университет, 2021. – 88 б.

13. Шамақсудова С.Х. Бир макон, бир йўл - манфаатларимиз муштарак. // Ўзбекистон–Хитой: тарихий-маданий, илмий ва иқтисодий алоқалар ривож.

Халқаро илмий-амалий конференция материаллари. –Тошкент, 2018. – 110–112-б.

14. Shamaqsudova S. Media text and its characteristic features. // Materials of the XV International Scientific And Practical Conference. Prospects of World Science, -Angliya. 2019, July 30 – August 7, 2019. – P. 70–72.

15. Шамақсудова С.Х. Медиаматнларда персонификациялашнинг ўрни. // «Глобалласуғ процесинде ғалаба хабар қуралларының роли» атамасындағы халықаралық илимий-эмелий конференция мақалалары топламы. – Нукус, 2020, 26 май. – 121–124-б.

16. Шамақсудова С.Х. Медиаматнда лид: унинг турлари, вазифалари, лисоний-услубий хусусиятлари. // «GLOBAL SCIENCE AND INNOVATIONS 2020: CENTRAL ASIA» 3(3). – Қозоғистон, 2020, февраль-март. – 99–103-б.

17. Shamaqsudova S. The issue of speaking skills in media creation. // "Science and youth: new ideas and decisions" materials of VII international scientifictheoretical conference of students and magistrates. – Karagandy: publishing office «Kent – LTD» LL printing office «Doszhan», 2021. – P. 805–809.

18. Шамақсудова С.Х. Медиаматн яратиш талаблари - самарали ижод қилиш гарови. // Медиалингвистиканинг долзарб масалалари. Халқаро онлайн илмий-амалий конференция материаллари. – Тошкент, 2021. – 19–25-б.

19. Шамақсудова С.Х. Медиалингвистика – мустақил илмий қоида сифатида. // Давлат тили ўқитишнинг долзарб масалалари: муаммо ва ечимлар. Фарғона вилояти ҳокимлиги ҳамда Фарғона давлат университети филология факультети ҳамкорлигидаги халқаро анжуман материаллари. – Фарғона, 2020 йил 20 октябрь. – 195-199-б.

20. Shamaqsudova S. The issue of speaking skills in media creation. // Материалы VII Международной научно-теоретической конференции студентов и магистрантов. – Караганды, 2021. – С. 806–809.

21. Шамақсудова С.Х. Мастерство составления заголовков в СМИ. // Наука и молодежь: новые идеи и решения. Материалы VII Международной научно-теоретической конференции студентов и магистрантов.— Караганды, 2021. – С. 809-810.

22. Shamaqsudova S. Mediamatn yaratishning samarali tamoyillari. // Medialingvistika: nazariya va amaliyot. Xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya materiallari. – Toshkent, 2021-yil 17-noyabr. – 23–28-b.

23. Шамақсудова С.Х. Медиакommуникация жараёнида матн ва медиаматн. // FORMATION OF PSYCHOLOGY AND PEDAGOGY AS INTERDISCIPLINARY SCIENCES: a collection scientific works of the International scientific conference (13 March, 2022). ISSUE 7.- Italia. 2021. – P. 241–248.

24. Shamaqsudova S. Abzats va murakkab sintaktik butunlik mediamatnning birligi sifatida. // Medialingvistika rivojlanishining zamonaviy tendensiyalari. Xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya materiallari. 29-aprel, O‘zDJTU. – Toshkent, 2022. – 50–55-b.

25. Шамақсудова С.Х. Таъсирчанликни таъминловчи лисоний ва услубий воситалар. // Оммавий ахборот воситаларида тил, услуб ва тахрир

масалалари. Республика VI анъанавий илмий-амалий конференцияси материаллари. – Тошкент, 2018. – 67–70-б.

26. Шамақсудова С.Х. Массмедиавийлик – замонавий ОАВ материалларининг сифати мезони сифатида. // Оммавий ахборот воситаларида тил, услуб ва таҳрир масалалари. Республика VII анъанавий илмий-амалий конференцияси материаллари. – Тошкент, 2019. – 56–60-б.

27. Шамақсудова С.Х. Фразеологизмларнинг медиаматнлар эмоционал-экспрессивлигини таъминлашдаги роли. // Замонавий босма ОАВ муаммолари: халқаро ва миллий тажриба. Илмий-амалий конференция материаллари тўплами. – Тошкент, 2020. – 50–53-б.

28. Шамақсудова С.Х. Медиаматн ва унинг асосий тоифалари. // Madaniyatlararo kommunikatsiya aspektida lingvistika va lingvodidiaktikaning dolzarb masalalari. Respublika ilmiy-amaliy konferensiyasi materiallari. – Toshkent: O‘zDJTU, 2022, 26-may. – 150–155-b.

29. Шамақсудова С.Х., Исраил М. Миллий матбуот таъсирчанлигини оширишнинг лисоний-услубий ресурлари. // Madaniyatlararo kommunikatsiya aspektida lingvistika va lingvodidiaktikaning dolzarb masalalari. Respublika ilmiy-amaliy konferensiyasi materiallari. – Toshkent: O‘zDJTU, 2022, 26-may. – 155–165-b.

Босишга рухсат этилди: 05.01.2023
Бичими: 60x84 ^{1/16} «Times New Roman»
гарнитурада рақамли босма усулда босилди.
Шартли босма табағи 3,2. Адади 100. Буюртма: № 7
Тел: (99) 832 99 79; (99) 817 44 54
Гувоҳнома reestr № 10-3279
“IMPRESS MEDIA” МЧЖ босмаҳонасида чоп этилди.
Манзил: Тошкент ш., Яккасарой тумани, Қушбеги кўчаси, 6 уй.